BAB II

LANDASAN TEORI

A. Prosedur

1. Pengertian Prosedur

Prosedur sangat penting bagi suatu organisasi, agar segala sesuatu dapat dilakukan secara seragam. Prosedur akan menjadi pedoman bagi suatu organisasi dalam menjalankan aktivitas apa saja yang harus dilakukan untuk menjalankan suatu fungsi tertentu.

Menurut Tambunan (2013:84), prosedur sebagai pedoman yang berisi prosedur operasional yang ada didalam suatu organisasi yang digunakan memastikan bahwa semua keputusan dan tindakan, serta penggunaan fasilitas-fasilitas proses yang dilakukan oleh orang-orang di dalam organisasi yang merupakan anggota organisasi berjalan efektif dan efisien, konsisten, standard dan sistematis.

Prosedur menurut Mulyadi (2016:4) adalah suatu urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang. Jadi, penulis dapat menyimpulkan bahwa Prosedur adalah suatu tata cara atau kegiatan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan urutan waktu dan memiliki pola kerja yang tetap yang telah ditentukan.

2. Karakteristik Prosedur

Adapun karakteristik prosedur menurut Mulyadi (2013:8), diantaranya adalah sebagai berikut :

a) Prosedur menunjang tercapainya tujuan organisasi.
b) Prosedur mampu menciptakan adanya pengawasan yang baik dan menggunakan biaya yang seminimal mungkin.
c) Prosedur menunjukkan urutan-urutan yang logis dan sederhana.
d) Prosedur menujukkan adanya penetapan keputusan dan tanggung jawab.
e) Prosedur menunjukkan tidak adanya keterlambatan atau hambatan.

3. Manfaat Prosedur

Suatu prosedur dapat memberikan beberapa manfaat menurut Mulyadi (2013:15) diantaranya :

a) Lebih memudahkan dalam langkah-langkah kegiatan yang akan datang.
b) Mengubah pekerjaan yang berulang-ulang menjadi rutin dan terbatas sehingga menyederhanakan pelaksanaan dan untuk selanjutnya mengerjakan yang perlunya saja.
c) Adanya suatu petunjuk atau program kerja yang jelas dan harus dipatuhi oleh seluruh pelaksana.

d) Membantu dalam usaha menigkatkan produktivitas kerja yang efektif dan efisien.

e) Mencegah terjadinya penyimpangan dan memudahkan dalam pengawasan, bila terjadi penyimpangan akan dapat segera diadakan perbaikan-perbaikan sepanjang dalam tugas dan fungsinya masing-masing.

B. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Setiap perusahaan besar maupun kecil berusaha menarik pelanggan sebanyak-banyaknya untuk memperoleh keuntungan yang besar, dan keberhasilan atau tidaknya tergantung pada pelayanan yang diberikan. Untuk memenuhi kebutuhan hidup, manusia berusaha melalui aktivitas sendiri ataupun secara tidak langsung melalui aktivitas orang lain. Proses pemenuhan kebutuhan terhadap orang lain inilah yang dinamakan pelayanan. Adapun pengertian pelayanan yang dikemukakan oleh para ahli menurut pandangan masing-masing.

Menurut Moenir (2010 : 26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang dibutuhkan orang lain. Menurut Barata (2003:27) definisi mengenai pelayanan prima yang sering kali diungkapkan oleh para pelaku bisnis adalah :

a. Layanan prima adalah membuat pelanggan merasa penting.
b. Layanan prima adalah melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat.
c. Layanan prima adalah pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan.
d. Layanan prima adalah pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan.

e. Layanan prima adalah menempatkan pelanggan sebagai mitra.
f. Layanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan untuk memberikan rasa puas.
g. Layanan prima adalah upaya layanan terpadu untuk kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan dari definisi pelayanan prima (*service excellent*) adalah sebuah kepedulian oleh perusahaan terhadap pelanggan dengan berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, berdasarkan standar dan prosedur pelayanan untuk mewujudkan kepercayaan pelanggan agar pelanggan selalu puas, sehingga mewujudkan pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi.

2. Tujuan Pelayanan Prima

Tujuan Pelayanan Prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan dapat memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan pada pelanggan. Menurut Rahmayanty (2010:12) terdapat beberapa tujuan pelayanan prima yaitu :

a. Memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan.

b. Kemudian adanya pelayanan prima tetap menjaga dan merawat pelanggan merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya atau keinginannya.

c. Serta upaya mempertahankan pelanggan agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Goetsh dan Davis (Tjiptono, 2000:81) bahwa kualitas pelayanan adalah merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, dan manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi pelanggan.

Menurut Parasuraman (Lupiyoadi, 2001:148) terdapat 5 dimensi yang perlu diperhatikan ketika konsumen melakukan penilaian terhadap kualitas jasa, yaitu :

a. *Tangible* : meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sasaran komunikasi.

b. *Emphaty* : meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

c. *Responsiveness* : keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

d. *Reliability* : kemampuan member pelayanan yang dijanjikan dengan segera, kehandalan, akurat, dan memuaskan.

e. *Assurance* : mencakup kemampuan pengetahuan, kesopanan, juga sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staff (bebeas dari bahaya, resiko, dan keragua-raguan).

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihkan harapan pelanggan.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Menurut Barata (2003:36-38) kualitas pelayanan ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja akan tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena pelanggan yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

Kualitas pelayanan dibagi menjadi 2, yaitu :

a. Kualitas pelayanan internal

   Kualitas pelayanan internal terkait dengan interaksi jajaran pegawai organisasi/perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal antara lain :

   1) Pola manajemen umum organisasi/perusahaan
   2) Penyedia fasilitas pendukung
   3) Pengembangan sumber daya manusia
   4) Iklim kinerja dan keselarasan hubungan kerja
   5) Pola insentif

b. Kualitas pelayanan eksternal

   Kualitas pelayanan eksternal ditentukan oleh beberapa factor antara lain :

   1) Pola layanan dan tata cara penyediaan atau pembentukan jasa tertentu
   2) Pola layanan distribusi jasa
   3) Pola layanan penjualan jasa
   4) Pola layanan dalam penyampaian jasa

Menurut Rahmayanty (2010) ada 4 pelayanan prima keseharian dalam bertatap muka adalah :

a. *Greeting* yang bersikap menyambut (hangat, halus, berkesan kuat atau semangat)

1) Model salam dan sapaan secara verbal : “Selamat pagi, apa kabar Bapak/Ibu?”
2) Salam dan sapaan non verbal : “Senyum yang tulus”,”Mempersilahkan duduk”,”Lambaian tangan”.
3) Menyapa dan menawarkan bantuan : “Saya Lia, Mohon maaf dengan Ibu siapa?”, “Ada yang bisa saya bantu?”
4) Menawarkan bantuan kembali : “……., Apa ada yang bisa saya bantu lagi?”

b. Semua harus tertata (suatu gambaran fasilitas dan ruangan yang mengesankan dan membuat konsumen percaya akan perusahaan anda).
c. Bersiaplah untuk membuat rekomendasi (siapkan jawaban dan tindakan).
d. Lakukan sesuatu yang tidak diperkirakan sebelumnya (pelayanan ekstra).