

**ANALISIS *EXCELLENT SERVICE* (PELAYANAN PRIMA) TERHADAP  
EFEKTIVITAS PENJUALAN BARANG USAHA KECIL MENENGAH  
(UKM) DI KECAMATAN SAMBI RAMPAS POTA  
KABUPATEN MANGGARAI TIMUR**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR**

**2020**

**ANALISIS *EXCELLENT SERVICE* (PELAYANAN PRIMA) TERHADAP  
EFEKTIVITAS PENJUALAN BARANG USAHA KECIL MENENGAH  
(UKM) DI KECAMATAN SAMBI RAMPAS POI A  
KABUPATEN MANGGARAI TIMUR**

**SKRIPSI**

**TANTI PURNAMA SARI  
105720527015**



**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2020**

20/11/2020

Smb. Almas

R/0153/MAN/20 CP  
SAR

## MOTTO

Dan katakanlah, "Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.

(Q.S At-Taubah: 105)



Alhamdulillah dengan segala kerendahan hati, karya ilmiah dalam bentuk skripsi ini kupersembahkan kepada orang tua, suamiku dan saudara-saudaraku sebagai ungkapan terima kasih atas segala ketulusan, kasih sayang, nasihat, serta Doanya yang senantiasa mengiringi setiap langkahku dalam mencapai keberhasilan.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin no. 259 gedung iqra lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Proposal : **Analisis *Excellent Service* (Pelayanan Prima) terhadap Efektivitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kecamatan Sambi Rampas Pota Kabupaten Manggarai Timur**

Nama Mahasiswa : Tanti Pumama Sari

No. Stambuk/NIM : 105720627015

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenjang Studi : Strata Satu (S1)

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar pada hari Rabu tanggal 28 Oktober 2020.

Makassar, 05 November 2020

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Prof. Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE, MM  
NIDN: 0925086302

Ismail Rasulong, S.E., M.M  
NIDN: 0905107302

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi

Ismail Rasulong, S.E., M.M  
NBM: 903078

Muh. Nur Rasyid, S.E., M.M  
NBM: 1085576



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi atas Nama Tanti Purnama Sari Nim :105720527015, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0011/SK-Y/61201/091004/2020 M, Tanggal 11 Raibul Awal 1442 H/28 Oktober 2020 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 20 Raibul Awal 1442H  
05 November 2020 M

**PANITIA UJIAN**

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M. Ag  
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, S.E., M.M  
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, S.E., M.M  
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Moh Aris Pasigai, S.E., M.M  
2. Ismail Rasulong, S.E., M.M  
3. Dr. Ruliaty, M.M  
4. Sri Andayaningsih, S.E., M.M

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ismail Rasulong, S.E., M.M  
NBM: 903078



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt 7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tanti Purnama Sari  
Stambuk : 105720527015  
Program Studi : Manajemen  
Dengan Judul : "Analisis Excellent Service (Pelayanan Prima) terhadap Efektivitas Penjualan Garang Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kecamatan Sambi Rampas Pota Kabupaten Manggarai Timur"

Dengan ini menyatakan bahwa :

**Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.**

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar. Dan telah diujikan pada hari Selasa tanggal 28 Oktober 2020.

Makassar, 5 November 2020

Yang membuat Pernyataan,

METERAI

TEMPER

72DF7A9F738464035

6000

LEBAN RIBURUPIAH

Tanti Purnama Sari

Diketahui Oleh :



Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ismail Rasulong, S.E., M.M  
NBM: 903078

Ketua Jurusan Manajemen

Muh. Nur Rasyid, S.E., M.M  
NBM: 1085576

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tidak henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternila manakala penulis skripsi yang berjudul "Pengaruh *Excellent Service* (Pelayanan Prima) Terhadap Efektivitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah Di Kecamatan Sambi Rampas Pota Kabupaten Manggrai Timur".

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua Bapak M. Naser dan Ibu Sainur dan Suamiku tercinta yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus tak pamrih. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan meberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang mereka telah berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan didunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan

yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Muh. Nur Rasyid, SE., MM. selaku ketua jurusan Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
4. Bapak Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE., MM. Selaku Pembimbing I Universitas Muhammadiyah Makassar
5. Bapak Ismail Rasulong, SE., MM. Selaku Pembimbing II Universitas Muhammadiyah Makassar.
6. Bapak/ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak meluangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2015 yang selalu bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas penulis.
9. Rekan-rekan saya di kelas Manajemen B 15 yang selalu bersama yang sedikit bantuannya dan dorongannya selama ini.
10. Sahabat sekaligus partner yang selalu setia memberikan semangat dan motivasi serta bantuannya selama ini.

11. Terima kasih untuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi dan dukungannya sehingga penulis dapat merangpungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

*Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Makassar, 02 Maret 2020

Penulis



## ABSTRAK

**Tanti Purnama Sari, 2020.** Analisis *Excellent Service* (Pelayanan Prima) Terhadap Efektivitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah di Kecamatan Sambi Rampas Pota Kabupaten Manggrai Timur. Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Di bimbing oleh pembimbing I Bapak H. Abd. Rahman Rahim dan pembimbing II Bapak Ismail Rasulong. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Excellent Service* (Pelayanan Prima) Berpengaruh Terhadap Efektivitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah di Kecamatan Sambi Rampas Pota Kabupaten Manggrai Timur. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Informan penelitian ini adalah Bapak Rai Wiranata, Bapak H. Syaiful Karim dan Ibu Ernawati yang berjumlah tiga orang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ada pengaruh yang signifikan antara *Service Excellent* (Pelayanan Prima) dengan Efektivitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah

**Kata kunci :** *Excellent Service*, Efektivitas, Usaha Kecil Menengah



## ABSTRACT

**Tanti Purnama Sari 2020**, *The influence of service recipients on the effectiveness of sales small and medium enterprises SME goods at Sub-district Sambu Rampas Pota district Manggarai Timur. Management study program of the the faculty of economics and business University of Muhammadiyah Makassar. Guided by supervisor I H. Rahman Rahim and advisor supervisor II Ismail Rasulong. This studi aims to determine whether excellent service affects the efectiviness of SME goods sales. This type of research is descriptive qualitative the informans of this study are Rai Wiranata, H. Saiful Karim and Erna Wati. Wich amounted to 3 people data collection was carried out by means of documentation interviews and observations. The results of this study indicate that there is a significant service and the effectiveness of selling goods of small and medium enterprises.*

**Keyword** : *excellent service, effectiveness, selling goods of small and medium enterprises.*



## DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
MOTTO DAN PESEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan.....	4
D. Manfaat.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Pelayanan Prima ( service excellent).....	6
1. Pengertian pelayanan prima.....	6
2. Konsep pelayanan prima.....	7

3. Prinsip Pelayanan Prima .....	12
B. Kualitas Pelayanan .....	14
C. Tujuan dan Manfaat Pelayanan .....	14
D. Ciri-ciri Pelayanan Prima .....	19
E. Strategi Pelayanan Prima ( service excellent).....	20
F. Kepercayaan Pelanggan atau Konsumen.....	21
G. Pengertian Efektivitas.....	22
H. Kriteria Efektivitas.....	24
I. Aspek-aspek Efektivitas.....	25
J. Usaha Kecil Menengah dan Klarifikasinya.....	26
K. Tinjauan Empiris.....	30
L. Kerangka Konsep.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Sumber Data .....	40
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
C. Teknik dan pengumpulan data.....	41
D. Instrument penelitian .....	42
E. Definisi Operasional .....	43
F. Teknik Pengolahan dan Analisis .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambar Umum Lokasi Penelitian .....	46
B. Hasil Penelitian.....	50

C. Pembahasan .....	55
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	63
B. Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
Tabel 2.1	penelitian terdahulu.....33
Tabel 4.1	Jumlah Penduduk Kec. Sambu Rampas Pota Tahun 2019\.....50
Tabel 4.2	Tingkat Pendidikan Masyarakat Kec. Sambu Rampas Pota Tahun 2019 .....52
Tabel 4.3	Mata Pencarian Masyarakat Kec. Sambu Rampas Pota Tahun 2019 .....52
Tabel 4.4	Agama Penduduk Kec. Sambu Rampas Pota Tahun 2019.....52



## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
Gambar 2.1 Ciri-ciri Pelayanan Prima.....	20
Gambar 2.2 Skema kerangka konsep.....	39



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Efektivitas penjualan barang saat ini di Kecamatan Sambi Rampas Kabupaten Manggarai Timur. Semakin disadari bahwa pelayanan dan kepercayaan pelanggan atau konsumen merupakan satu kesatuan yang sulit dipisahkan dan merupakan sebuah aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis untuk memenangkan persaingan. Persaingan penjualan barang yang sangat ketat saat ini tidak dapat dihindari lagi, namun agar suatu penjualan dapat diterima oleh pelanggan atau konsumen harus mampu membuat pelanggan percaya dengan penjualan barang tersebut. Perilaku pelanggan terhadap pemilik produk sering berubah sehubungan dengan karakter yang dimiliki oleh konsumen. Kualitas dan layanan pelanggan dapat juga memberikan menimbulkan rintangan masuk yang lebih tinggi bagi pesaing (Wijaya, 2011; 24). Jadi, sekarang ini banyak usaha kecil menengah yang menawarkan suatu Pelayanan Prima bagi para pelanggannya.

Para penjualan barang usaha kecil menengah menyadari betapa pentingnya memperoleh dan mempertahankan kepercayaan konsumen bagi keberhasilan bisnis para penjualan barang usaha kecil menengah baik usaha kuliner maupun usaha sembako. Para penjualan barang usaha kecil menengah berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai konsumendan mengembangkan pelayanan yang unggul. Kepuasan konsumen semakin diyakini sebagai kunci sukses pemasaran jasa usaha kecil menengah. Oleh karena itu, upaya kalangan penjualan barang usaha kecil menengah untuk

memperoleh kepercayaan konsumen diwarnai oleh fenomena persaingan yang makin ketat dalam era kedaulatan konsumen ini (Wahjono, 2010; 178). Hal tersebut diperkuat oleh pendapat Akbar dan Parvez (2009) bahwa diperlukan sebuah kepercayaan untuk bisa membangun hubungan yang stabil dan hubungan yang menyeluruh diantara berbagai pihak yang terlibat interaksi.

Diberikannya kualitas pelayanan yang baik akan menumbuhkan variabel kepercayaan yang menjadi faktor kunci bagi penjual barang usaha kecil menengah untuk memenangkan persaingan. Bisnis tersebut merupakan bisnis jasa yang berdasar pada asaz kepercayaan yang didukung keunggulan produk, serta pelayanan yang diberikan (Parasuraman, Zeithami, dan Berry). Oleh karena itu, diharapkan melalui kegiatan pokok di para penjualan barang dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Untuk dapat meningkatkan taraf hidup rakyat, tentu diperlukan modal kepercayaan masyarakat dan kepercayaan ini akan diberikan hanya kepadapemilik penjualan barang tersebut yang menurut mereka dapat memenuhi kebutuhannya dan memberikan pelayanan yang terbaik.

Persaingan kompetensi kemampuan dalam perkembangan tuntutan dunia kerja mengharuskan sumber daya manusia memiliki sesuatu keahlian sesuai dengan bidangnya masing-masing. Sumber daya manusia yang ideal dapat mempengaruhi kemajuan dan perkembangan suatu instansi, termasuk perusahaan. Tidak hanya sekedar melaksanakan tugas pekerjaan seadanya, namun perusahaan juga harus memahami dan melaksanakan tanggung jawabnya atas perannya dalam memberikan pelayanan yang lebih dari sekedar baik atau yang biasa disebut pelayanan prima. Pelayanan prima (*service excellent*) adalah usaha yang dilakukan untuk melaksanakan semua rencana

dan kebijakan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dalam memberikan pelayanan prima, karyawan harus mengetahui dan memahami kebutuhan masyarakat agar dapat memenuhi kepuasan masyarakat.

Kepuasan masyarakat merupakan tolak ukur dari keberhasilan kemajuan perusahaan, sehingga karyawan Perusahaan Daerah dituntut untuk selalu memberikan *service excellent* kepada masyarakat. Namun dalam prakteknya di beberapa perusahaan masih terdapat karyawan belum memberikan pelayanan yang prima kepada masyarakat. Mereka hanya sebatas melayani masyarakat "seadanya" tanpa mempedulikan apakah masyarakat puas atau tidak dengan pelayanannya dan nantinya akan berimbas kepada penurunan jumlah kunjungan masyarakat dan mempengaruhi integritas perusahaan tersebut. Hal tersebut memiliki beberapa faktor, salah satunya karena kurangnya pengetahuan dan pengalaman tentang bagaimana cara melayani masyarakat dengan pelayanan yang prima untuk mencapai tingkat kepuasan masyarakat tersebut.

Sangat diperlukan adanya model pelayanan masyarakat maupun karyawan perusahaan menjadi *Service Excellent* dengan menanamkan rasa "memberi lebih" kepada masyarakat, sehingga masyarakat merasa puas dan dihargai dengan baik oleh perusahaan. Dalam memenuhi kepuasan tersebut, perusahaan harus mengadakan pengembangan sumber daya manusia, baik itu untuk masyarakat maupun karyawan perusahaan. Upaya yang ditempuh oleh pihak perusahaan dalam meningkatkan eksistensi perusahaan dengan cara memberikan *service* yang baik kepada masyarakat.

Pihak perusahaan maupun karyawan dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas latar belakang masalah, maka penulis mengangkat masalah ini kedalam sebuah judul **“Analisis *Excellent Service* (Pelayanan Prima) Terhadap Efektivitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah Di Kecamatan Sambu Rampas Pota Kabupaten Manggarai Timur”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas maka penulis merumuskan Permasalahanya sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pelaksanaan *Excellent Service* (Pelayanan Prima) dalam meningkatkan Efektivitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah di Kecamatan Sambu Rampas Pota Kabupaten Manggarai Timur
2. Bagaimanakah Cara agar konsumen percaya pada Usaha Kecil Menengah di Kecamatan Sambu Rampas Pota Kabupaten Manggarai Timur

### **C. Tujuan**

1. Mengetahui dan menganalisis bagaimana Analisis Pelayanan Prima Terhadap Efektivitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah di Kecamatan Sambu Rampas Pota Kabupaten Manggarai Timur
2. Mengetahui dan menganalisis bagaimana Analisis Efektivitas Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan Usaha Kecil Menengah di Kecamatan Sambu Rampas Pota Kabupaten Manggarai Timur

#### D. Manfaat

1. Manfaat akademis, menambah pengalaman dan menjadi pembanding antara ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dalam aplikasi nyata di dunia kerja dan publik (masyarakat) juga sebagai syarat untuk mencapai gelar sarjana.
2. Manfaat praktis, Sebagai sumbangan pustaka dan bahan tambahan pengetahuan mengenai Analisis *Excellent Service* Pelayanan Prima Terhadap Efektivitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah di Kec. Samba Rampas Pota Kab. Manggarai Timur
3. Manfaat teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

##### 1. Pengertian Pelayanan Prima (*Service Excellent*).

Pelayanan prima adalah suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan. Dalam pelayanan prima ini terdapat 2 elemen yang sangat penting yaitu pelayanan dan kepuasan. Dalam Kamus besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang.

Pengertian Menurut para ahli:

- a. Menurut Loina dalam bukunya yang bertajuk Hubungan Masyarakat Membina Hubungan Baik Dengan Publik (2001:38) mengatakan bahwa Pelayanan merupakan suatu proses keseluruhan dari pembentukan citra perusahaan, baik melalui media berita, membentuk budaya perusahaan secara internal, maupun melakukan komunikasi tentang pandangan perusahaan kepada para pemimpin pemerintahan serta publik lainnya yang berkepentingan.
- b. Menurut Moenir dalam bukunya yang berjudul Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia bahwa, Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.
- c. Menurut Brata dalam bukunya Dasar-dasar Pelayanan Prima, mengatakan bahwa suatu pelayanan akan terbentuk karna adanya

proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang di layani.

- d. Menurut Suparlan Pelayanan merupakan usaha pemberian bantuan atau pertolongan kepada orang lain, baik berupa materi maupun non materi agar orang itu dapat mengatasi masalahnya sendiri.
- e. Menurut Kotler Pelayanan (*Service*) dapat di definisikan sebagai suatu tindakan atau kinerja yang di beri oleh seseorang kepada orang lain.

## 2. Konsep Pelayanan Prima (*Service Excellent*).

Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Konsep pelayanan prima berdasarkan A6 (Barata, 2003;31), yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan konsep-konsep Sikap (*Attitude*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), dan Tanggung jawab (*Accountability*).

### a. *Attitude* (Sikap)

Potret perusahaan, diawali dari kesan yang ditorehkan oleh karyawan perusahaan tersebut, terutama mereka yang berdiri di frontliner atau siapapun yang bersentuhan dengan pihak luar perusahaan, baik langsung maupun tidak langsung, (ini yang diluar bagian pemasaran). Bagaimana sikap dan pelayanan dari seorang usaha kecil menengah, akan menggambarkan dan memberi citra UKM, baik itu langsung maupun tidak langsung. Setiap karyawan suatu pengusaha seharusnya memiliki sikap yang ramah penuh simpatik dan menjunjung tinggi profesionalisme pekerjaannya serta memiliki rasa memiliki yang tinggi terhadap usaha kecil menengah. Itulah prinsip

pelayanan prima yang pertama, memiliki, menjaga dan meningkatkan sikap yang ramah, simpatik dan profesional.

b. *Ability* (Kemampuan).

Di sini karyawan harus memiliki kemampuan dasar untuk mampu melakukan program pelayanan prima, seperti :

- 1) Bagaimana melakukan komunikasi yang efektif,
- 2) Memiliki pengetahuan di bidang kerja saat ini dengan baik.
- 3) Memahami SOP dasar untuk menangani keluhan pelanggan.
- 4) Memahami hal apa saja yang boleh di infokan keluar dan hal apa saja yang tidak boleh.
- 5) Memiliki kemampuan untuk memotivasi dirinya agar senantiasa memberikan pelayanan prima, dengan tidak mencampur adukan dengan permasalahan pribadi.

*Ability* atau kemampuan merupakan prinsip kedua dalam pelayanan prima yang senantiasa harus selalu ditingkatkan.

c. *Attention* (Perhatian).

*Attention* atau atensi atau perhatian adalah prinsip pelayanan prima berikutnya yang wajib dimiliki semua karyawan, terutama mereka yang bersentuhan langsung dengan pelanggan. *Attention* merupakan bentuk kepedulian kepada pelanggan / tamu, yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta pemahaman atas saran dan kritik yang diberikan. Dalam melakukan aktivitasnya, seorang karyawan haruslah senantiasa memperhatikan dan mendahulukan keinginan pelanggan. Apalagi jika pelanggan/tamu tersebut sudah menunjukkan tanda membutuhkan bantuan atau pelayanan, maka seharusnya

karyawan tersebut bergegas atau menunjukkan atensi untuk segera melayani dengan cepat dan baik. Dan akan lebih baik lagi jika begitu ada pelanggan atau tamu, karyawan tersebut melakukan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Menyapa dengan mengucapkan salam pembuka dengan sopan dan ramah, wajah harus tampak tersenyum, bukan bibir senyum tapi wajah tidak menunjukkan senyum keramahan.
- 2) Menanyakan keperluan dan keinginan pelanggan/tamu dengan bahasa yang sopan.
- 3) Mendengarkan dan memahami semua yang disampaikan pelanggan/tamu dengan penuh pengertian dan empathy.
- 4) Mempersilahkan pelanggan/tamu untuk menunggu ditempat yang disediakan dengan sopan.
- 5) Dengan cepat melayani keperluan dan keinginan pelanggan /tamu tersebut, tetap dalam sikap yang ramah.
- 6) Dahulukan apa yang menjadi keperluan atau keinginan pelanggan/tamu tersebut.
- 7) Jika memang ada yang harus dikerjakan terlebih dahulu (bersifat urgent) atau sedang mengerjakan sesuatu, yang bisa di jeda (misal urusan internal), sampaikan dengan sopan sembari meminta maaf dan dan sampaikan akan segera melayani.
- 8) Jika sedang ada urusan dengan pihak lain yang tidak memungkinkan untuk di jeda, persilahkan untuk menunggu yang diberikan dalam bentuk isyarat anggukan dan tangan yang

mempersilahkan, sambil membuat kontak mata dan senyum sebagai tanda atensi kita.

d. *Action* (Tindakan)

*Attention* (perhatian) penekanannya pada bagaimana kita memberikan atensi kita terhadap kebutuhan atau keinginan pelanggan tamu kita. Kemudian atensi ini haruslah dilanjutkan dengan *action* (tindakan) atas apa yang menjadi kebutuhan dari pelanggan/tamu tersebut. Hal yang perlu dilakukan di tahap *action* ini adalah, melakukan tindakan nyata untuk memastikan apa yang menjadi kebutuhan atau keinginan pelanggan/tamu kita, jika kurang yakin dan lebih baik lakukan konfirmasi dengan sopan. Jika diperlukan, dapat dilakukan pencatatan, apalagi jika permintaan tersebut cukup beragam, dan jika hal ini adalah bagian dari transaksi, maka permintaan tersebut bisa dicatat di form yang harus sudah disiapkan.

e. *Accountability* (Tanggung Jawab)

Konsep pelayanan prima berikutnya adalah *accountability* atau tanggung jawab, yaitu sikap keberpihakan kita kepada pelanggan / tamu / mitra kerja sebagai bentuk rasa *emphaty* dan kepedulian kita (*care*). Sikap tanggung jawab ini jika dilaksanakan dengan benar dan sepenuh hati, maka bisa meminimalkan terjadinya ketidakpuasan pelanggan, tamu atau mitra perusahaan.

f. *Appearance* (Penampilan).

Penampilan karyawan baik secara fisik maupun non fisik merefleksikan kredibilitas perusahaan, maka dari itu penting untuk selalu menjaga penampilan ini. Standar penampilan harus dibuat oleh

perusahaan, dan setiap karyawan harus menjalankannya, apalagi saat bertemu dengan pelanggan / tamu.

Penampilan fisik seperti:

- a) Gunakan pakaian formal yang sopan, atau menggunakan seragam sesuai standard.
- b) Kenakan sepatu kerja yang formal dengan warna standar (hitam, coklat, atau menyesuaikan dengan warna pakaian), sepatu untuk wanita harus ber-hak (*highheel*) dengan ketinggian standar .
- c) Rambut harus rapi, untuk bagian FO / *marketing*, pria harus pendek, wanita usahakan tidak lebih sebauh atau di cepol, dengan daun telinga terlihat.
- d) Bagi wanita mengenakan *Make Up* sehingga wajah tampak segar.
- e) Kenakan tanda pengenal di tempat yang terlihat.
- f) Perhatikan kebersihan tubuh, kuku, rambut dan wajah.
- g) Pakain bersih dan di setrika, menggunakan ikat pinggang standar (pria)

Penampilan non fisik seperti:

Cara berdiri,

- a) Berdiri harus tegak dengan punggung lurus sebagai kepercayaan diri.
- b) Untuk pria, posisi kedua kaki sejajar sedikit terbuka, selebar sepatu.
- c) Untuk wanita dengan satu kaki di depan kaki lainnya dengan rileks menunjukkan keterbukaan, persahabatan dan kesiapan untuk melayani.
- d) Cara berjalan, berjalan dengan langkah cepat dan gesit tapi bukan terburu-buru, untuk menunjukkan sikap *profesionalisme* dan semangat yang tinggi.

- e) Cara duduk, duduklah dengan tegak, lutut sejajar, dan kaki lurus, hindari menopang atau menyilangkan kaki.

#### Cara berjabat tangan

- a) Ulurkan tangan, lurus dan dengan ibu jari keatas.
- b) Jabat dan genggam tangan dengan mantap, guncangkan tangan lewat siku.
- c) Tangan kiri bisa berada dibelakang punggung, di samping dengan tegas atau digunakan untuk menopang siku tangan kanan.
- d) Cara kontak mata, dengan menatap lawan bicara dan tersenyum dengan menunjukkan minat atau ketertarikan pada materi pembicaraan.
- e) Ekspresi Wajah, harus *cheerful-looking*, tunjukkan expresi senyum bukan saja dibibir, tapi juga di wajah terutama di mata.

#### 3. Prinsip Pelayanan Prima

Kesetiaan seorang pelanggan terhadap barang usaha kecil menengah tidak dapat dibeli dan tidak dapat dipaksakan. Kesetiaan pelanggan dapat diperoleh dengan kepuasan yang diberikan penyedia layanan terhadap pelanggannya. Kepuasan pelanggan akan tercapai jika mampu melaksanakan pelayanan prima dengan baik. Prinsip yang harus diperhatikan dalam pelaksanaan pelayanan prima menurut Daryanto & Ismanto (2014: 112) yaitu

1. Mengutamakan pelanggan.

Mengutamakan pelanggan disini dalam arti penyedia layanan harus memberikan pelayanan sebaik-baiknya sesuai dengan harapan

pelanggan. Selama kegiatan pelayanan berlangsung penyedia layanan harus fokus untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan.

## 2. Sistem yang efektif

Artinya dalam proses pelayanan, sistem pelayanan yang diberikan mudah dan tidak membuat pelanggan menjadi kebingungan. Dengan adanya sistem yang efektif, pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

## 3. Melayani dengan hati

Artinya selama proses pelayanan berlangsung seorang penyedia layanan harus memberi pelayanan tulus dan ikhlas serta dengan hati yang bersih. Pelayanan yang menggunakan hati adalah pelayanan dengan menggunakan sikap yang baik, lembut, penuh sompan santun dan membuat pelanggan merasa tersanjung dengan pelayanannya. Pelayanan yang di laksanakan dengan hati akan tercipta pelayanan yang prima yang membuat pelanggan merasa senang dan merasa percaya dengan pelayanan yang di berikan.

## 4. Perbaikan yang berkelanjutan

Perbaikan dalam pelaksanaan pelayanan sangat diperlukan untuk perusahaan penyedia jasa untuk mengoreksi pelayanan yang diberikan. Adanya perbaikan yang dilakukan secara terus menerus akan membuat pelayanan menjadi semakin prima.

#### 5. Memberdayakan pelanggan.

Pelaksanaan pelayanan yang prima, penyedia layanan tidak bertujuan untuk mencari keuntungan dan membuat pelanggan merasa terbebani dengan pelayanan yang diberikan.

### **B. Kualitas Pelayanan**

#### 1. Pengertian Kualitas Pelayanan.

Suatu instansi pemerintahan tentu sangat berharap agar instansi tersebut dipandang baik oleh masyarakat. Ketika instansi tersebut sudah dipandang baik oleh masyarakat tentu instansi masih akan tetap mempertahankannya agar tidak kehilangan pelanggan. Adanya kualitas dalam suatu instansi sangat berpengaruh untuk kemajuan instansi tersebut. Kualitas yang baik akan mendatangkan banyak pelanggan. Tugas pemerintah adalah memberikan pelayanan publik yang sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan agar dinilai positif oleh masyarakat. Menurut Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana (2003: 3) pengertian kualitas yaitu:

- a. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.

### **C. Tujuan dan Manfaat Pelayanan Prima**

Pelayanan yang prima sangat dibutuhkan bagi seorang pelanggan dalam pelaksanaan pelayanan. Pemberi layanan diharapkan dapat memberikan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan. Memuaskan pelanggan dapat dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta dapat menghormati pelanggan selama pelayanan berlangsung.

Tujuan pelayanan prima menurut Sutopo & Adi Suryanto yaitu "memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat

serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan". Memuaskan pelanggan harus dilakukan dengan mengetahui harapan pelanggan terlebih dahulu karena tanpa mengetahui harapan pelanggan perusahaan tidak akan dapat memuaskan pelanggan dengan optimal. Setelah mengetahui harapan dan keinginan pelanggan perusahaan akan dapat melayaninya dengan baik. Pelaksanaan pelayanan prima bukanlah hal yang mudah terutama adanya tuntutan pelanggan yang saat ini semakin tinggi. Namun demikian, tidak ada salahnya jika perusahaan berusaha untuk memuaskan pelanggan demi terciptanya pelayanan yang prima. Menurut Nina Rahmayanty (2013: 8) tujuan pelayanan prima meliputi:

1. Mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyalty*.
2. Dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya.
3. Tetap menjaga dan merawat (*maintenance*) agar pelanggan merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya atau keinginannya.
4. Upaya mempertahankan pelanggan agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

Kepuasan pelanggan akan terbentuk dengan adanya bentuk keistimewaan dari segi pelayanannya. Terpenuhinya kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka pelayanan akan dikatakan prima. Menurut Suyetty & Gita (2005: 50) tujuan pelayanan prima antara lain:

1. Untuk menimbulkan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan.
2. Untuk menjaga agar pelanggan merasa dipentingkan dan diperhatikan segala kebutuhannya.

3. Untuk mempertahankan pelanggan agar tetap setia menggunakan barang/ jasa yang kita tawarkan.

Berdasarkan uraian mengenai tujuan pelayanan prima, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima bertujuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan agar masyarakat percayaterhadap penyedia layanan tersebut sehingga masyarakat akan tetap setia untuk menjalin kerjasama dengan penyedia layanan tersebut. Setelah mengetahui tujuan dari pelayanan prima, adapun manfaat pelayanan prima menurut Sutopo & Adi Suryanto (2009: 11) yaitu "akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan untuk pengembangan penyusunan standar pelayanan". Pelayanan yang prima akan meningkatkan kualitas dan penyedia jasa tersebut, apakah kualitasnya semakin baik atau justru semakin buruk. Adanya tuntutan masyarakat yang semakin beragam saat ini, penyedia layanan harus dapat menanganinya dengan baik agar tercipta pelayanan yang prima yang bermanfaat bagi penyedia jasa sekaligus pelanggan.

Terwujudnya pelayanan yang prima akan membawa dampak yang positif bagi penyedia jasa maupun bagi pelanggannya. Manfaat pelayanan prima juga disampaikan oleh Daryanto & Ismanto (2014: 51) yaitu:

1. Dapat menciptakan komunikasi yang positif dan harmonis antara perusahaan bisnis dengan kolega dan pelanggan.
2. Dapat mendorong bangkitnya rasa simpatik dan loyalitas dari para kolega dan pelanggan.
3. Dapat membentuk opini publik yang positif, sehingga menguntungkan bagi kemajuan perusahaan.

4. Dapat menimbulkan profitabilitas perusahaan, sehingga mendorong dihasilkan produk baru yang berkualitas.
5. Dapat membina hubungan yang baik dan harmonis dengan para kolega dan pelanggan.
6. Pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kepuasan pelanggan.  
Sebab tujuan penerapan pelayanan prima untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Pelayanan prima sangat bermanfaat terhadap keberlangsungan suatu perusahaan, terutama untuk memikat para pelanggan. Mewujudkan pelayanan prima bukanlah hal yang mudah dan perlu adanya strategi. Strategi yang perlu dilakukan agar pelaksanaan pelayanan prima dapat terwujud menurut Fandy Tjiptono (2012: 182) antara lain:

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas layanan.

Penyedia layanan diharapkan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. dalam proses pelayanan dibutuhkan proses indentifikasi determinan atau faktor penentu utama kualitas pelayanan berdasarkan sudut pandang pelanggan. Langkah pertama yang dilakukan adalah dengan melakukan evaluasi terhadap hasil pelayanan apakah pelayanan sudah sesuai dengan harapan pelanggan atau belum. Apabila belum sesuai dengan pelanggan, maka perlu diadakan perbaikan. Suatu perusahaan harus memantau perkembangan setiap determinan setiap waktu agar pelayanan berjalan sesuai dengan harapan pelanggan.

2. Mengelola ekspektasi pelanggan.

Dunia bisnis saat ini, persaingan antar perusahaan semakin ketat. Banyak perusahaan yang melakukan banyak cara untuk memikat pelanggannya.

Semakin banyak perusahaan tersebut memberikan janji dan cara untuk memikat pelanggannya maka semakin besar pula ketidakmungkinan terpenuhinya ekspektasi pelanggan. Pelayanan yang baik seharusnya tidak banyak memberikan janji-janji tetapi memberikan apa yang sewajarnya perlu diberikan kepada pelanggan.

### 3. Mengelola bukti kualitas layanan

Kualitas pelayanan yang baik bertujuan untuk memberikan kesan yang baik kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Bukti kualitas meliputi segala sesuatu yang dipandang pelanggan mengenai seperti apa layanan yang akan diberikan dan layanan yang telah diterima oleh pelanggan. Bukti-bukti kualitas layanan dapat berupa fasilitas pelayanan, cara pelayanan yang diberikan pelanggan, penampilan pemberi layanan, lingkungan tempat pelayanan, lokasi dan letak gedung pelayanan, hasil pelayanan, dan lain-lain.

### 4. Mendidik konsumen tentang layanan

Mendidik konsumen tentang pelayanan bertujuan agar konsumen dapat mengambil keputusan dengan baik dan dapat mengetahui peran dan kewajibannya dalam proses penyampaian pelayanan.

### 5. Menumbuhkembangkan budaya kualitas

Budaya kualitas (*quality culture*) merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif sehingga pelaksanaan pelayanan berjalan dengan baik. Pembentukan budaya kualitas membutuhkan delapan program pokok yang saling terkait, yaitu: pengembangan individual; pelatihan manajemen;

#### D. Ciri-Ciri Pelayanan Prima (*Service Excellenct*)

Dalam sebuah usaha kecil menengah memiliki model atau ciri-ciri untuk memberikan suatu pelayanan yang baik atau pelayanan prima (*Service excellence*). Berikut ini beberapa ciri pelayanan prima atau baik untuk diikuti oleh suatu usaha kecil menengah yang bertugas melayani pelanggan.

##### 1. Tersedianya Karyawan Yang Baik

Kenyamana pelanggan sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, karyawan harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu, karyawan harus cepat, tanggap, pandai bicara menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kerja karyawan harus rapi, cepat, dan cekatan.

##### 2. Tersedianya Sarana dan Prasarana Yang Baik

Pada dasarnya konsumen ingin dilayani secara prima. Untuk melayani konsumen, salah satu hal yang paling penting diperhatikan, disamping kualitas dan kuantitas sumber dayamanusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki oleh sebuah usaha kecil menengah.

##### 3. Bertanggung jawab kepada setiap jamaah sejak awal hingga selesai.

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. konsumen akan merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkan oleh nasabah.

##### 4. Mampu Melayani Secara Cepat dan Tepat.

Mampu melayani secara cepat dan tepat artinya dalam melayani konsumen diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur.

Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam artipelayanan yang diberikan sesuai dengan standar sebuah usaha kecil menengahkan keinginan konsumen.

#### 5. Mampu Berkomunikasi

Mampu berkomunikasi artinya karyawan harus mampu berbicara kepada setiap konsumen. Karyawan juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan konsumen.

Gambar. 2.1 Ciri-Ciri Orientasi Pelayanan Prima



#### E. Strategi Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Suatu pengusaha adanya strategi dalam menentukan pelayanan yang berkualitas yaitu dengan strategi pelayanan prima. Pelayanan dalam bahasa Inggris disebut *service*. Beberapa pakar tentang pelayanan prima mengolah kata *service* yang lebih bermakna. *Catherine Devrye* meracik kata *service* menjadi tujuh strategi sederhana menuju suksesnya pelayanan, *Self Esteem* (memberi nilai

pada diri sendiri), *Exceed Expectation* (melampaui harapan konsumen), *Recover* (merebut kembali), *Vision*(Visi), *Improve* (melakukan peningkatan perbaikan), *Care* (memberi perhatian), dan *Empower* (pemberdayaan).

Adapun strategi menurut pakar lainnya yaitu: *S-E-R-V-I-C-E*

1. *S- elf Awareness & Self Esteem* yaitu menanamkan kesadaran diri bahwa melayani adalah tugasnya dan melaksanakannya dengan baik serta menjaga martabat diri dan orang lain adalah kehormatan.
2. *E- mpathy & Enthusiasm* yaitu melayani dengan penuh kepedulian dan penuh kegairahan.
3. *R - eform & Recover* yaitu selalu berusaha untuk memperbaiki dan meningkatkan pelayanannya.
4. *V- alue & Vactory* yaitu pelayanan mampu memberikan nilai tambah dan memberikan kemenangan bagi semua pihak.
5. *I - nitiative & Impressive Initiative & Impressive* yaitu memberikan pelayanan dengan penuh inisiatif dan mengesankan bagi nasabah.
6. *C - are & Cooperativness* yaitu menunjukkan perhatian kepada nasabah dengan sungguh-sungguh dan membina kerja sama yang baik.
7. *E - valuation & Empowerment* yaitu melakukan penilaian, perenungan dan mengupayakan selalu untuk memberdayakan seluruh asset yang ada pada diri *customerservice*.

## F. Kepercayaan Pelanggan atau Konsumen

### 1. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah *variable* kunci bagi kesuksesan *relationsip marketing*. *Variable* ini memiliki dampak yang kuat pada keefektifan dan

keefesienan *reationship marketing*. Kepercayaan adalah suatu keadaan yang terjadi ketika seorang mitra percaya atas keandalan serta kejujuran mitranya.

Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya di miliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat di percaya Barnes, (2003;148)

Sheth 2004 mendefinisikan kepercayaan sebagai berikut *Trust is a Willingness to rely on the ability, integrity and motivation of the other party to act to serve the needs and interests as agreed upon implicitly or explicitly*

Pengertian kepercayaan tersebut memiliki beberapa hal penting sebagai berikut

- a. konsumen yang memiliki kepercayaan akan bersedia untuk bergantung pada penyedia jasa dan juga bersedia untuk melakukan tindakan untuk penyedia jasa.
- b. kepercayaan memiliki tiga aspek dan karakteristik penyedia jasa yaitu *ability, integrity, motivation*.
- c. Pihak yang di percaya akan menjaga pihak yang lain, memperlihatkan kebutuhan Dan harapan pihak lain tersebut bukan hanyamemperlihatkan kebutuhan dan harapannya sendiri.

### G. Pengertian Efektivitas

Secara umum, pengertian efektivitas adalah suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan atau tujuan yang di ukur dengan kualitas, kuantitas dan waktu, sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia Efektivitas adalah daya guna, keaktifan serta adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan antara seseorang yang melaksanakan tugas dengan tujuan yang di inginkan dicapai.

#### Rumus Efektivitas

$$\text{Efektivitas} = (\text{Output Aktual} / \text{Output Target}) \geq 1$$

1. Jika hasil perbandingan *output actual* dengan *ouput target* < 1 maka efektivitas tidak tercapai.
2. Jika hasil perbandingan *output actual* dengan *output target*  $\geq 1$  maka efektivitas tercapai.

#### Pengertian Efektivitas menurut para Ahli

##### a. Ravianto

Menurut Ravianto (2014:11), pengertian efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Artinya apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan sesuai dengan perencanaan, baik dalam waktu, maka dapat di katakan efektif.

##### b. Gibson et.al

Menurut Gibson (Bungkas 2013:46), pengertian efektivitas adalah penilaian yang dibuat sehubungan dengan prestasi individu, kelompok, dan organisasi. Semakin dekat prestasi mereka terhadap prestasi yang diharapkan (standar), maka mereka dinilai semakin efektif.

##### c. Sondang P. Siagian

Menurut Sondang, pengertian efektivitas adalah suatu pemanfaatan sarana prasarana, sumber daya dalam jumlah tertentu

yang sebelumnya telah ditetapkan untuk menghasilkan sejumlah barang atau jasa kegiatan yang akan dijalankan oleh seseorang atau suatu perusahaan.

#### H. Kriteria Efektivitas

Suatu kegiatan atau aktivitas dapat dikatakan efektif bila memenuhi beberapa kriteria tertentu. Efektivitas sangat berhubungan dengan terlaksananya sebuah tugas pokok, tercapainya tujuan, ketepatan waktu, serta adanya usaha atau partisipasi aktif dari pelaksanaan tugas tersebut.

Secara umum, beberapa tolak ukur atau kriteria efektivitas adalah sebagai berikut:

1. Efektifitas keseluruhan, yaitu sejauh mana seseorang atau organisasi melaksanakan tugas pokoknya.
2. Produktivitas, yaitu kuantitas produk atau jasa pokok yang dihasilkan seseorang, kelompok, atau organisasi.
3. Efisiensi, yaitu ukuran keberhasilan suatu kegiatan yang dinilai berdasarkan besarnya sumber daya yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan.
4. Laba, yaitu keuntungan atas penanaman modal yang dipakai untuk menjalankan suatu kegiatan.
5. Pertumbuhan, yaitu suatu perbandingan antara keadaan organisasi sekarang dengan keadaan masa sebelumnya (tenaga kerja, fasilitas, harga, penjualan, laba, modal, market share, dan lainnya).
6. Stabilitas, yaitu pemeliharaan struktur, fungsi dan sumberdaya sepanjang waktu, khususnya dalam masa-masa sulit.

7. Semangat kerja, yaitu kecenderungan seseorang berusaha lebih keras mencapai tujuan organisasi misalnya perasaan terikat, kebersamaan tujuan, dan perasaan memiliki.
8. Kepuasan kerja, yaitu timbale balik atau kompensasi positif yang dirasakan seseorang atas peranannya dalam organisasi.
9. Penerimaan tujuan organisasi, yaitu diterimanya tujuan-tujuan organisasi oleh setiap individu dan unit-unit didalam suatu organisasi.
10. Keterpaduan, yaitu adanya komunikasi dan kersama yang baik antara anggota organisasi dalam mengkoordinasi usaha kerja mereka.
11. Keluwesan adaptasi, yaitu kemampuan individu atau organisasi untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan.
12. Penilaian pihak luar, yaitu penilaian terhadap individu atau organisasi dari pihak-pihak lain disuatu lingkungan yang berhubungan dengan individu atau organisasi tersebut.

#### **I. Aspek-Aspek Efektivitas**

Berikut adalah aspek-aspek efektivitas:

##### **1. Aspek Peraturan/ Ketentuan**

Peraturan dibuat untuk menjaga kelangsungan suatu kegiatan berjalan sesuai dengan rencana. Peraturan atau ketentuan merupakan sesuatu yang harus dilaksanakan agar suatu kegiatan dianggap sebuah berjalan secara efektif.

##### **2. Aspek Fungsi/ Tugas**

Individu atau organisasi dapat dianggap efektif jika melakukan tugas dan fungsinya dengan baik sesuai dengan ketentuan. Oleh karena itu

setiap individu dalam organisasi harus mengetahui tugas dan fungsinya sehingga dapat melaksanakannya.

### 3. Aspek Rencana/ Program

Suatu kegiatan dapat dinilai efektif jika memiliki suatu rencana yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Tanpa adanya rencana akan program, maka tujuan mungkin dapat tercapai.

### 4. Aspek Tujuan/ Kondisi Ideal

Yang dimaksud dengan kondisi ideal atau tujuan adalah target yang ingin dicapai dari suatu kegiatan dengan berorientasi pada hasil dan proses yang direncanakan.

## J. Usaha Kecil Menengah Dan Klarifikasinya

### 1. Pengertian Usaha Kecil Menengah (UKM)

Usaha Kecil Menengah adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Menurut Keputusan Presiden RI no 99 tahun 1998 menyebutkan bahwa usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

### 2. Kriteria Usaha Kecil Menengah menurut UU 99 tahun 1995.

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.1000.000.000 (satu milyar rupiah)
- c. Memiliki warga Negara Indonesia

- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.
- e. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi, untuk dapat memacu dan meningkatkan penghasilan maka diperlukan strategi UKM warabala.

### 3. Klafikasi Usaha Kecil Menengah (UKM)

Dalam perspektif perkembangannya, ukm di klafikasikan/ dikelompok menjadi 4 kelompok yaitu sbb:

#### a. *Livelihood activities*

*Livelihood activities* Adalah ukm yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah yang lebih umum dikenal sebagai sector informal.

Contoh pedagang kaki lima

- 1) *Micro Enterprise* adalah ukm yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 2) *Small dynamic enterprise* adalah ukm yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- 3) *Fast moving enterprise* adalah ukm yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melalui transformasi menjadi usaha besar (UB).

#### 4. Undang-undang Yang Memiliki Usaha Kecil Menengah (UKM)

Berikut adalah beberapa Undang-undang dan peraturan UKM sebagai berikut pemasalah yang dihadapi oleh ukm antara lain meliputi:

- a) UU No. 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil
- b) PP No. 44 tahun 1997 tentang Kemitraan
- c) PP No. 32 tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil
- d) Impres No. 10 tahun 1999 tentang Pemberdayaan Usaha Menengah
- e) Koppres No. 127 tahun 2001 tentang Bidang/ Jenis Usaha yang dicadangkan untuk Usaha Kecil dan Bidang/ Jenis.
- f) Koppres No. 56 tahun 2002 tentang Restrukturisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah.
- g) Permenneg BUMN pers-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.
- h) Permenneg BUMN pers-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Milik Negara.
- i) UU No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

#### 5. Permasalahan Usaha Kecil Menengah (UKM)

##### a. Faktor Internal

Kurangnya permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UKM karna pada umumnya Usaha Kecil dan Menengah merupakan usaha kecil perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup.

1) Sumberdaya Manusia yang terbatas.

Keterbatasan SDM Usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berAnalisis pada manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang secara optimal.

2) Lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi usaha kecil.

Jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi rendah maka produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif

b. Faktor Eksternal

Iklm usaha belum sepenuhnya kondusif dengan kebijakan pemerintah untuk menumbuh kembangkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Terlihat dari masih terjadinya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha-pengusa kecil dan pengusaha besar.

1) Terbatasnya Sarana Prasarana

Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan sarana prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usaha.

2) Terbatasnya Akses Pasar

Akses pasar akan menyebabkan produ yang hasilnya tidak dapat di pasarkan secara kompetitif baik di pasar Nasional maupun Internasional.

3) Upaya Mengembangkan Usaha Kecil Menengah (UKM).

4) Penciptaan iklim usaha yang kondusif.

- 5) Mengusahakan keamanan berusaha dan ketentraman serta penyederhanaan prosedur perizinan usaha keringanan pajak.
- 6) Perlindungan usaha jenis-jenis tertentu terutama jenis usaha tradisional yang merupakan usaha golongan ekonomi lemah, harus mendapatkan perlindungan dari pemerintah baik melalui undang-undang ataupun peraturan pemerintah.
- 7) Mengembangkan promosi guna lebih mempercepat kemitraan antara UKM dengan usaha-usaha besar.

a) Peran Usaha Kecil dan Menengah

Peran ukm dalam perekonomian tradisional di akui sangat besar, hal ini dapat dilihat dari kontribusi ukm terhadap lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan dan sebagai penggerak peningkatan ekspor manufaktur atau nonmigas, terdapat beberapa alasan pentingnya pengembangan ukm:

- b) Flektibilitas dan adaptabilitas UKM dalam memperoleh bahan mentah dan peralatan
- c) Relevansi UKM dengan proses-proses desentralisasi kegiatan ekonomi guna menunjangnya integritas kegiatan pada sector ekonomi yang lain.
- d) Potensi UKM dalam menciptakan dan memperluas lapangan kerja.

Peran UKM dalam jangka panjang sebagai basis untuk mencapai kemandirian pembangunan ekonomi karna UKM

umumnya diusahakan pengusaha dalam negeri dengan menggunakan kandungan impor yang rendah.

## K. Tinjauan Impiris

### 1. Jurnal Mirna UKM 2016

Judul penelitian Strategi peningkatan penjualan usaha kecil menengah Melalui *e-commerce*

Dengan variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel bebas (X) strategi peningkatan penjualan Usaha Kecil Menengah

Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi penjualan yang dilakukan Usaha Kecil Menengah melalui *e-commerce*
- b. Sebagai referensi bagi para pengusaha dalam melakukan pengembangan usaha
- c. Untuk melakukan evaluasi efektivitas strategi penjualan

### 2. Euls Hasmita Putri

Judul Penelitian Efektivitas pelaksanaan program pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di kota samarinda (studi pada dinas koperasi dan umkm kota samarinda)

Dengan Variabel yang diteliti dalam penelitian ini variabel bebas yaitu variabel (X) efektivitas (Y) Pengembangan usaha mikro kecil menengah.

Tujuan Penelitian

- a. untuk mengetahui dan mendeskripsikan efektivitas pelaksanaan program pengembangan UMKM di Kota Samarinda pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Samarinda dan untuk mengidentifikasi factor penghambatnya.

### 3. Zulia Khairani 2018

Judul Penelitian Efektivitas promosi melalui instagram pada umkm Sektor makanan dan minuman di kota pekanbaru

Variabel yang di teliti dalam penelitian ini variabel bebas yaitu variabel (X) efektivitas promosi (y) istagram Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah melalui kuisisioner online yang disebar ke followers@ibupenyu. Data dianalisis dengan menggunakan uji korelasi rank-spearman dan uji beda chisquare.

Tujuan Penelitian

- a. untuk mengetahui efektivitas iklan sepeda motor merek Yamaha.

Jenis penelitian adalah deskriptif kuantitatif.

### 4. Irwan Noor

Judul Penelitian Analisis pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah ( studi di pemerintahan di kota batu )

variabel jumlah UKM dan tenaga kerja UKM tidak ditemukan Analisis yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Batu, sedangkan untuk variabel Modal UKM dan Laba UKM ditemukan Analisis yang signifikan terhadap pertumbuhan Ekonomi di Kota Batu. Kata Kunci: Pembangunan, Pemberdayaan, PDB, Pertumbuhan Ekonomi, UKM

Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pertumbuhan usaha kecil menengah (UKM)
- b. Untuk mencari nafkah yang lebih umum dikenal sebagai sector informal.

## 5. Dwi Kartika Sari

Judul Penelitian Efektivitas Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada Toko Obat Dewi Farma

Variabel-variabel penelitian dioperasionalkan menggunakan skala ordinal likert 1-4 yang diolah dengan metode suksef interval dengan penjabaran variabel

Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui Analisis pelayanan prima terhadap kepuasan pelangga
- b. Untuk mengetahui Analisis pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan
- c. Untuk mengetahui Analisis pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Mirna ukm 2016	Strategi peningkatan penjualan usaha kecil menengah Melalui <i>e-commerce</i>	Jenis penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dan metode pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi	Penelitian ini dilakukan dengan dukungan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara serta diskusi bersama pihak internal perusahaan X. Sedangkan data sekunder yang

No	Nama Penelitian	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>digunakan dalam penelitian ini ada yang bersumber internal dan eksternal. Sumber internal diperoleh dari data penjualan dari mitra usaha kecil menengah perusahaan X. Dan literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian adalah sumber eksternal.</p>
2.	Euls Hasmita putri	Efektivitas pelaksanaan program pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di kota samarinda (studi pada dinas koperasi dan umkm kota samarinda)	Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dan sumber data di peroleh dari pengamatan langsung dilapangan, studi dokumentasi, wawancara serta penyebaran kuisisioner	<p>Dari hasil penelitian, penyajian data dan pembahasan maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :</p> <p>1. Efektivitas</p> <p>a. Efektivitas pelaksanaan program pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Samarinda sebagai tempat pelatihan. Hingga saat ini pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Samarinda sudah berjalan cukup maksimal</p>

No	Nama Penelitian	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Zulia Khairani 2018	Efektivitas promosi melalui instagram pada umkm Sektor makanan dan minuman di kota pekanbaru	Metode yang di gunakan adalah deskriptif kualitatif	penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data dengan memberikan kuesioner kepada responden yang menjadi sampel. Pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner ini adalah pertanyaan tertutup, yaitu model pertanyaan tersebut telah disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih dari alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya.
4.	Irwan Noor	Analisis pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah ( studi di pemerintahan di kota batu )	Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif	Hasil penelitian menunjukan bahwa Keberhasilan pembangunan nasional dapat ditempuh dengan menggunakan paradigma pembangunan yaitu pemberdayaan. Salah satu upaya pemberdayaan tersebut yaitu melalui pemberdayaan UKM.
5.	Dwi Kartika sari	Efektivitas	Jenis penelitian ini	Dari hasil

No	Nama Penelitian	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Pelayanan Prima ( <i>Service Excellence</i> ) Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada Toko Obat Dewi Farna	termasuk penelitian deskriptifkuantitatif	pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan yaitu: 1. Variabel pelayanan prima ( <i>service excellence</i> ) terbukti memiliki Analisis signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan yang ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur (beta) sebesar 0,889 signifikan dengan probabilitas sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) 2. Variabel pelayanan prima ( <i>service excellence</i> ) terbukti memiliki Analisis signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan yang ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur (beta) sebesar 0,484 signifikan dengan probabilitas sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ )

## L. Kerangka Konsep

Pelayanan prima adalah suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan.

Konsep pelayanan prima berdasarkan A6 (Barata, 2003:31), yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan konsep-konsep Sikap (*Attitude*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), dan Tanggung jawab (*Accountability*)

### a. *Attitude* (Sikap)

Potret perusahaan, diawali dari kesan yang ditorehkan oleh karyawan perusahaan tersebut, terutama mereka yang berdiri di frontliner atau siapapun yang bersentuhan dengan pihak luar perusahaan, baik langsung maupun tidak langsung, (ini yang diluar bagian pemasaran).

### b. *Ability* (Kemampuan).

Di sini karyawan harus memiliki kemampuan dasar untuk mampu melakukan program pelayanan prima, seperti :

1. Bagaimana melakukan komunikasi yang efektif,
2. Memiliki pengetahuan di bidang kerja saat ini dengan baik.
3. Memahami SOP dasar untuk menangani keluhan pelanggan.
4. Memahami hal apa saja yang boleh di infokan keluar dan hal apa saja yang tidak boleh.
5. Memiliki kemampuan untuk memotivasi dirinya agar senantiasa memberikan pelayanan prima, dengan tidak mencampur adukan dengan permasalahan pribadi.

c. *Ability* atau kemampuan merupakan prinsip kedua dalam pelayanan prima yang senantiasa harus selalu ditingkatkan.

d. *Attention* (Perhatian).

*Attention* atau atensi atau perhatian adalah prinsip pelayanan prima berikutnya yang wajib dimiliki semua karyawan, terutama mereka yang bersentuhan langsung dengan pelanggan.

e. *Action* (Tindakan)

*Attention* (perhatian) penekanannya pada bagaimana kita memberikan atensi kita terhadap kebutuhan atau keinginan pelanggan tamu kita.

f. *Accountability* (Tanggung Jawab)

Konsep pelayanan prima berikutnya adalah *accountability* atau tanggung jawab, yaitu sikap keberpihakan kita kepada pelanggan/tamu/mitra kerja sebagai bentuk rasa empaty dan kepedulian kita (*care*).

g. *Appearance* (Penampilan).

Penampilan karyawan baik secara fisik maupun non fisik merefleksikan kredibilitas perusahaan, maka dari itu penting untuk selalu menjaga penampilan ini. Standar penampilan harus dibuat oleh perusahaan, dan setiap karyawan harus menjalankannya, apalagi saat bertemu dengan pelanggan/tamu.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia Efektivitas adalah daya guna, keaktifan serta adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan antara seseorang yang melaksanakan tugas dengan tujuan yang di inginkan dicapai.

Berikut adalah aspek-aspek efektivitas:

1. Aspek Peraturan/ Ketentuan

Peraturan dibuat untuk menjaga kelangsungan suatu kegiatan berjalan sesuai dengan rencana.

## 2. Aspek Fungsi/ Tugas

Individu atau organisasi dapat dianggap efektif jika melakukan tugas dan fungsinya dengan baik sesuai dengan ketentuan.

## 3. Aspek Rencana/ Program

Suatu kegiatan dapat dinilai efektif jika memiliki suatu rencana yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.

## 4. Aspek Tujuan/ Kondisi Ideal

Yang dimaksud dengan kondisi ideal atau tujuan adalah target yang ingin dicapai dari suatu kegiatan dengan berorientasi pada hasil dan proses yang direncanakan.

adapun kerangka pemikiran yang dapat ditunjukkan adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.2 Skema Kerangka Konsep**



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Sumber Data

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah penelitian lapangan yang bersifat kualitatif deskriptif, yakni penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subyek penelitian dan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis dan perilaku orang-orang yang diamati. Kajian ini dilaksanakan secara mendasar, mendalam dan berorientasi pada proses. Penelitian kualitatif deskriptif juga merupakan suatu bentuk penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alami maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk aktifitas, karakteristik, perubahan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena yang lain.

##### 2. Sumber Data

###### a) Data Sekunder

Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2013; 156). Data sekunder pada penelitian ini merupakan data yang dapat dicari sumber-sumber bacaan baik berupa dokumen, laporan, jurnal, buku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

## B. Tempat dan waktu penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana melakukan penelitian dengan mengambil objek penelitian pada penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Sambu Rampas Pota Kabupaten Manggarai Timur Provinsi Nusa Tenggara Timur. Yang terletak di jalan Marunai Pota Nonton 1. Adapun waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini akan dilakukan selama 2 bulan yaitu November-Desember 2019.

## C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

### 1. Pengamatan (*observation*)

Observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara untuk mengumpulkan data dengan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Metode ini digunakan sebagai langkah awal dengan melihat secara langsung obyek penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan. Data tersebut antara lain berupa data pada Analisis Excellent Service (Pelayanan Prima) Terhadap Wefektifitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah di Kec. Sambu Rampas Pota.

### 2. Wawancara (*interview*)

Teknik ini dilakukan dengan memperoleh data dan informasi langsung dari responden mengenai permasalahan yang dikaji melalui wawancara. Metode wawancara ini digunakan untuk mengetahui hubungan dengan sumber data, melalui Tanya jawab guna mendapatkan informasi yang diperlukan. Interview ini dilakukan secara mendalam

(*depth interview*) tetapi bersifat luwes, susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara mengenai Analisis *Excellent Service* (Pelayanan Prima) Terhadap Efektifitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah

### 3. Dokumentasi (*documentation*)

Dalam hal ini dokumen digunakan sebagai salah satu sumber data, karena dokumen tersebut dapat dimanfaatkan dalam pembuktian, menafsirkan, meramalkan suatu peristiwa. Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, dan sebagainya.

#### D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang penting dan sangat menentukan dalam proses pengumpulan data. Ada dua hal utama yang memengaruhi kualitas hasil penelitian yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Beberapa jenis instrumen yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Panduan observasi, yaitu alat berupa pedoman pengumpulan data yang digunakan pada saat proses penelitian.
2. Pedoman wawancara yaitu alat berupa daftar pertanyaan yang digunakan dalam mengumpulkan data.
3. Format catatan dokumentasi, yaitu buku catatan yang digunakan mencatat peristiwa dalam bentuk tulisan langsung atau arsip-arsip tentang profil kantor, data SDM, data jumlah pekerja, dan lain-lain.

## E. Definisi Operasional

Berdasarkan pokok permasalahan yang akan diajukan, maka penulis menjelaskan mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, sebagai berikut:

### 1. Variabel *Service excellent (Pelayanan Prima)* (X)

Pelayanan Prima (*Service Excellenct*) Sebuah kepedulian oleh perusahaan terhadap para pelanggan dengan berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, berdasarkan standard dan prosedur pelayanan untuk mewujudkan kepercayaan pelanggan agar mereka selalu puas, sehingga mewujudkan pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi.

Kepercayaan konsumen pada Produk yang dihasilkan diantara kedua pelaku yaitu antara konsumen dan Usaha Kecil Menengah dalam suatu pertukaran dengan lebih memperdulikan biaya dan manfaat dari perilaku, kemudian konsumen berharap kepada Usaha Kecil Menengah untuk bisa menjaga tanggung jawab yang diberikan, yang mengakibatkan konsumen bersedia untuk bergantung pada Usaha Kecil Menengah dan melakukan transaksi dengan UKM tanpa ada ketakutan akan adanya kerugian pada diri konsumen.

### 2. Variabel Efektifitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah (Y)

Secara umum, pengertian efektivitas adalah suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan atau tujuan yang di ukur dengan kualitas, kuantitas dan waktu, sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia Efektivitas adalah daya guna, keaktifan serta adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan antara seseorang yang melaksanakan tugas dengan tujuan yang di inginkan dicapai.

1. Jika hasil perbandingan *output actual* dengan *ouput target* < 1 maka efektivitas tidak tercapai.
2. Jika hasil perbandingan output actual dengan output target  $\geq 1$  maka efektivitas tercapai.

Usaha Kecil Menengah adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Menurut keputusan Presiden RI no 99 tahun 1998 menyebutkan bahwa usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

#### **F. Teknik Pengolahan dan Analisis**

Data Keseluruhan teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Data disajikan secara deskriptif fenomenologis untuk memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya yang memunculkan analisis. Proses pengolahan dan analisis data berlangsung secara bersamaan dengan proses pengumpulan data dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

##### **1. Reduksi**

Data Reduksi merupakan kegiatan pemilihan, penyederhanaan, pemusatan perhatian dari data mentah yang telah diperoleh. Data yang telah diperoleh kemudian dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data

berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan yang dianggap relevan serta berkaitan dengan penembangan sumber daya manusia dan pelayanan prima. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

## 2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah melakukan penyajian data yaitu penyusunan informasi yang kompleks ke dalam bentuk yang sistematis sehingga menjadi sederhana dan selektif serta dapat dipahami maknanya. Penyajian data yang dimaksudkan untuk menemukan pola-pola yang bermakna, memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

## 3. Menarik Kesimpulan

Kesimpulan yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah hingga ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambar umum lokasi penelitian

##### 1. Sejarah singkat kec. Sambirampas Pota Kab. Manggarai Timur

Wilayah Kec. Sambirampas Pota Kab. Manggarai Timur merupakan wilayah yang subur dan kaya akan berbagai macam hasil bumi, masyarakatnya mayoritasnya bekerja di bidang pertanian. Kec. Sambirampas Pota Kabupaten Manggarai Timur tidak hanya kaya akan hasil bumi yang melimpah, dari segi sejarah kebudayaan, masyarakat setempat sangatlah kaya akan nilai-nilai moral dan etika yang merupakan suatu aset yang harus di jaga keberadaannya.

Kebulatan tekad masyarakat dalam kegiatan sosial masyarakat dalam menjalankan prinsip hidup yang teguh pada pendirian dan kebulatan tekad. Penamaan suatu wilayah ataupun objek tertentu, tidak terlepas dari wilayah sekitar, di mana terkadang penamaan suatu wilayah dilihat dari kondisi geografis wilayah tersebut.

Masyarakat Kec. Sambirampas Pota Kabupaten Manggarai Timur merupakan masyarakat yang sangat menghormati segala bentuk sistem sosial masyarakat, masyarakat dalam kehidupan sehari-hari hidup dalam sistem kekeluargaan yang sangat erat dan ditopang oleh sifat gotong royong. Masyarakat Kec. Sambirampas Pota Kabupaten Manggarai Timur bercocok tanam dengan menanam Padi, Jagung dan Bawang Merah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

##### 1. Keadaan geografis

Luas wilayah Kecamatan Sambirampas Pota Kabupaten Manggarai Timur. Topografi tergolong dataran tinggi ketinggian tanah 600-2000 m dpl.

Keadaan iklim Kecamatan Sambi Rampas Pota Kabupaten Manggarai Timur suhu udara rata-rata 22-28oC sedangkan curah hujan diperkirakan 1226 mm3/thn. Pada tahun 2018 jumlah bulan basah (BB) lebih banyak dari bulan kering (BK), Berbeda pada tahun 2019 bulan basah lebih sedikit dari bulan kering bahkan hujan turun sepanjang bulan.

Dalam pembahasan ini, penulis fokuskan penelitian ini di Kecamatan Sambi Rampas Pota Kabupaten Manggarai Timur. Setelah mengetahui luas wilayah tersebut di atas, maka selanjutnya perlu di ketahui batas-batas wilayahnya adalah sebagai berikut

## 2. Keadaan Demografisnya

### a. Jumlah penduduk Kecamatan Sambi Rampas Pota Kabupaten Manggarai Timur

Jumlah penduduk yang mendiami Kecamatan Sambi Rampas Pota Kabupaten Manggarai Timur yang di lihat dari jenis kelamin. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat tabel berikut:

**Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Kec. Sambi Rampas Pota Tahun 2019**

No	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
1.	2561	3732	6293

Sumber : Buku Profil Kantor Kec. SambiRampas Pota Tahun 2019

Berdasarkan tabel di atas jumlah penduduk yang terdaftar produktif sebanyak 6293 jiwa atau dari jumlah penduduk secara keseluruhan, dari jumlah

penduduk tersebut terbagi atas golongan, PNS, Wiraswasta, Pedagang dan Petani.

b. Kondisi pendidikan masyarakat Kecamatan Sambirampas Kabupaten Manggarai Timur.

Tingkat pendidikan masyarakat Kec. Sambirampas cukup beragam mulai dari jenjang pendidikan dasar sampai jenjang pendidikan tinggi, tabel di bawah ini akan menjelaskan lebih rinci mengenai tingkat pendidikan masyarakat Kec. Sambirampas

**TABEL 4.2 Tingkat Pendidikan Masyarakat Kec. Sambirampas Tahun 2019**

No.	Uraian	Jumlah	Satuan
1	Belum sekolah	569	Jiwa
2	Tidak sekolah	69	Jiwa
3	SD/Sederajat	998	Jiwa
4	SMP/Sederajat	1909	Jiwa
5	SMA/Sederajat	2459	Jiwa
6	Diploma/Sarjana	69	Jiwa

Sumber : Buku Profil Kantor Kecamatan Sambirampas Tahun 2019

c. Kondisi perekonomian

Secara garis besar mata pencarian masyarakat Kec. Sambirampas pada umumnya petani, PNS, pedagang.

**TABEL 4.3 Mata Pencaharian Masyarakat Kec. Sambi Rampas Pota Tahun 2019**

No	Pekerjaan	Jumlah
1	PNS	299
2	Petani	5899
3	Pedagang	95

Sumber: Buku Profil Kantor Kec. Sambi Rampas Pota Tahun 2019

**c. Agama**

Secara keseluruhan penduduk Kecamatan Sambi Rampas Pota dalam menanamkan keyakinan di bidang spiritual 85% memeluk agama Islam. Dengan adanya kebudayaan, adat istiadat dan kebiasaan juga beragama. Hal tersebut dapat terlihat pada tabel berikut

**Tabel 4.4 Agama Penduduk Kec. Sambi Rampas Pota Tahun 2019**

No	Uraian	Jumlah	Satuan
1.	Agama Islam	4729	Jiwa
2.	Kristen Katolik	1458	Jiwa
3.	Kristen Protestan	15	Jiwa
4.	Hindu	12	Jiwa
5.	Budha	9	Jiwa

Sumber : Buku Profil Kantor Kec. Sambi Rampas tahun 2019

## B. Hasil Penelitian

Penelitian ini bersifat analisis deskriptif dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif, dimana data yang diperoleh berdasarkan pada pernyataan dalam bentuk uraian informasi yang bersifat kualitatif yang didapatkan dari hasil wawancara dan observasi mengenai Analisis *Excellent Service* (Pelayanan Prima) terhadap Efektivitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah di Kec. Sambi Rampas Pota Kab. Manggarai Timur

Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer yang diambil secara langsung dari objek penelitian dengan cara observasi dan wawancara kepada responden. Sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari dokumen-dokumen perusahaan. Data ini berupa gambaran umum perusahaan seperti sejarah dan gambaran umum perusahaan seperti struktur organisasi.

### 1. Karakteristik Informan Penelitian

Jumlah informan dalam penelitian ini adalah 3 orang yang yaitu :

#### a. Bapak Rai Wiranata (Pemilik)

Bapak Rai Wiranata adalah seseorang yang berasal dari Bali dan memiliki 2 orang anak, perempuan dan laki-laki, anak pertama seorang laki-laki masih kuliah dan yang perempuan masih sekolah di SMAN2 Sambi Rampas, mereka merantau di kampung kec. Sambi rampas pota dan memiliki usaha warung, awalnya warung bapak Rai Wiranata biasa" saja tapi lama kelamaan usahanya cukup menguntungkan dan sekarang dia sudah memperbesar usahanya. Bapak Rai Wirana menjual segala kebutuhan pokok. Modal awal yang di keluarkan Bapak Rai Wirana sebesar Rp250.000.000 juta, dan keuntungan tiap harinya Rp.400.000.

Saya memilih Bapak Rai Wiranata sebagai Informan Karna dia memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi tentang usahanya, atau kebenaran yang mungkin tidak di ketahui atau tidak disadari oleh banyak orang.

b. Bapak H. Saiful Karim (Pemilik)

Bapak H. Saiful Karim adalah salah satu pengusaha usaha kecil menengah di kec. Sambi rampas pota, bapak h. Saiful karim memiliki 2 orang putra, ia terkenal sebagai pengusaha warung dan perbengkelan yang usahanya dirintis sejak tahun 2009. Lokasi usahanya berada di jalan Mesjid Nurul Barokah pota, Usahanya saat ini sangat terkenal di kec. Sambi rampas pota, Modal awal yang dikeluarkan oleh bapak h. Saiful karim adalah sebesar Rp.400.000.000 keuntungan yang didapatkan tiap harinya Rp.700.000.

Saya memilih Bapak H. Saiful Karim sebagai informan karena dia memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi tentang usahanya, atau kebenaran yang mungkin tidak di ketahui atau tidak disadari oleh banyak orang.

c. Ibu Erna wati S.Pd (Pemilik)

Adalah seorang Guru sekaligus ibu rumah tangga, ia berasal dari Bima dan menikah dengan orang Flores (Pota) dia memiliki seorang anak perempuan, usaha yang digelutinya yaitu usaha Kuliner (bakso), yang usahanya dirintis sejak tahun 2013. Usahanya ini sungguh diminati oleh semua masyarakat di kec. Sambi Rampas Pota, modal awal yang dikeluarkan adalah sebesar Rp.200.000.000, Keuntungan yang didapatkan tiap harinya sebesar Rp.300.000.

Saya memilih Ibu Erna wati S. Pd sebagai informan karena dia memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi tentang usahanya, atau kebenaran yang mungkin tidak di ketahui atau tidak disadari oleh banyak orang.

## 2. Deskripsi Hasil Penelitian

Data dari hasil penelitian ini didapatkan melalui wawancara yang dilakukan kepada responden pada kurun waktu bulan November-Desember 2019.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap Analisis *Excellent Service* (Pelayanan Prima) terhadap Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah di Kec. Sambi Rampas Pota Kab. Manggarai Timur, maka peneliti mendeskripsikan hasil wawancara sebagai berikut:

Bagaimanakah pelaksanaan *Excellent Service* (Pelayanan Prima) dalam meningkatkan Efektivitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah di Kec. Sambi Rampas Pota Kab. Manggarai Timur?

Bapak Rai Wiranata menjawab:

"meningkatkan sikap yang ramah, simpatik dan profesional.

sikap dan pelayanan dari seorang usaha kecil menengah, akan menggambarkan dan memberi citra UKM, baik itu langsung maupun tidak langsung"

Bapak H. Saiful Karim menjawab:

penyelenggara UKM harus memiliki kemampuan komunikasi, pengetahuan dalam bidang yang di geluti, memahami SOP pelayanan prima dan Dalam melakukan aktivitasnya, seorang karyawan haruslah senantiasa memperhatikan dan mendahulukan keinginan pelanggan. Menyapa dengan mengucapkan salam pembuka dengan sopan dan ramah,

wajah harus tampak tersenyum, bukan bibir senyum tapi wajah tidak menunjukkan senyum keramahan.

Ibu Erna Wati S. Pd menjawab:

melakukan tindakan nyata untuk memastikan apa yang menjadi kebutuhan atau keinginan pelanggan/tamu kita, jika kurang yakin dan lebih baik lakukan konfirmasi dengan sopan dan sikap keberpihakan kita kepada pelanggan/tamu/mitra kerja sebagai bentuk rasa empathy dan kepedulian kita (*care*). Sikap tanggung jawab ini jika dilaksanakan dengan benar dan sepenuh hati, maka bisa meminimalkan terjadinya ketidakpuasan pelanggan, tamu atau mitra perusahaan.

Bagaimanakah cara agar konsumen percaya pada Usaha Kecil Menengah di Kec. Sambi Rampas Pota Kab. Manggarai Timur?

Bapak Rai Wiranata Menjawab:

"agar konsumen percaya pada usaha kecil menengah yaitu dengan cara:menawarkan produk atau jasa kepada konsumen, sebagaimana dari masyarakat tidak begitu saja yakin dengan penawaran yang kita tawarkan. Untuk meyakinkan konsumen terhadap produk yang di tawarkan butuh komunikasi pemasaran yang menarik konsumen. Sebabkeahlian komunikasi untuk menyampaikan kelebihan serta kualitas yang dimiliki sebuah produk, sangat dibutuhkan untuk meyakinkan pelanggan."

Bapak H. Saiful Karim menjawab.

"Berikan bukti kepada konsumen".Untuk meyakinkan konsumen, dibutuhkan bukti atau fakta mengenai kualitas atau kelebihan

yang dimiliki produk. Anda dapat memberikan bukti kepada konsumen dengan mencantumkan kesaksian dari konsumen lain yang telah memperoleh manfaat dari produk kita.

Kemudian penelitian bertanya apa saja yang harus dipenuhi karyawan Perusahaan agar dapat meningkatkan *Service Excellent*?

Ibu Erna Wati S. Pd menjawab:

"Kriteria yang harus dipenuhi karyawan yang paling penting adalah disiplin dan memiliki tanggung jawab terhadap diri sendiri dan pekerjaannya. Kami juga sebenarnya sudah sangat menekankan kepada semua karyawan untuk kedepannya lebih memprioritaskan sistem pelayanan prima sehingga mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada masyarakat. Oleh karena itu, pihak perusahaan menerapkan sistem kedisiplinan melalui penandatanganan Fakta Integritas kepada seluruh karyawan. Selain itu para karyawan disini telah diwajibkan berpakaian rapi, sopan dan bersih

kemudian peneliti bertanya Bagaimana cara karyawan dalam menerapkan *Service Excellent* Kepada Masyarakat?

Bapak Rai Wiranata menjawab :

"Dengan memberikan pelayanan semaksimal mungkin kepada semua pelanggan. Kenapa, karena dengan diberikan pelayanan prima yang diberikan maka pasti ada umpan balik dari pelanggan.

### C. Pembahasan

Setelah hasil wawancara yang telah peneliti paparkan diatas, kemudian peneliti akan menganalisis semua data dari penelitian tersebut. Adapun analisis yang dilakukan adalah teknik analisis kualitatif deskriptif dengan tetap mengacu pada hasil interpretasi data dan informasi sesuai rumusan masalah dalam penelitian.

Dari seluruh informasi dan data yang dikumpulkan, baik mulai dari observasi, wawancara, dokumentasi maupun catatan-catatan penulis tentang Analisis *Excellent Service* (Pelayanan Prima) Terhadap Efektivitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah di Kec. Sambu Rampas Pota Kab. Manggarai Timur.

Usaha Kecil Menengah di Kec. Sambu Rampas Pota adalah Usaha kecil yang senantiasa memberikan pelayanan kepada masyarakat Kec. Sambu Rampas Pota. Sebagai pengusaha sudah seharusnya bisa mengenali dan menganalisis karakteristik dari seorang pelanggan karena setiap pelanggan memiliki nilai ekspektasi kepuasan yang berbeda-beda. Dalam hal ini pengusaha kecil menengah setiap harinya melayani semua pelanggan yang berdomisili Kec. Sambu Rampas Pota tanpa memandang jenis dan status sosialnya. Melihat tipikal atau karakteristik dari pelanggan tersebut, pihak pengusaha usaha kecil menengah harus memberikan pelayanan prima agar dapat memuaskan kebutuhan mereka.

Para penjualan barang usaha kecil menengah menyadari betapa pentingnya memperoleh dan mempertahankan kepercayaan konsumen bagi keberhasilan bisnis penjualan barang usaha kecil menengah baik usaha kuliner

maupun usaha sembako. Para penjual barang usaha kecil menengah berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai konsumen dan mengembangkan pelayanan yang unggul. Kepuasan konsumen semakin diyakini sebagai kunci sukses pemasaran jasa usaha kecil menengah.

Efektivitas penjualan barang saat ini di Kecamatan Sambi Rampas Kabupaten Manggarai Timur. Semakin disadari bahwa pelayanan dan kepercayaan pelanggan atau konsumen merupakan satu kesatuan yang sulit dipisahkan dan merupakan sebuah aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis untuk memenangkan persaingan.

Dari hasil penelitian yang diperoleh baik melalui observasi, wawancara dan dokumentasi peneliti melihat bahwa dengan adanya *Excellent Service* (Pelayanan Prima) secara langsung dapat menganalisis Efektivitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah di Kec. Sambi Rampas Pota Kab. Manggarai Timur.

Indikator keberhasilan sebuah perusahaan dapat dilihat dari pengembangan sumber daya manusia yang memadai sehingga karyawan perusahaan mampu memberikan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan yang berkaitan dengan:

a. *Attitude* (Sikap)

Potret perusahaan, diawali dari kesan yang ditorehkan oleh karyawan perusahaan tersebut, terutama mereka yang berdiri di frontliner atau siapapun yang bersentuhan dengan pihak luar perusahaan, baik langsung maupun tidak langsung, (ini yang diluar bagian pemasaran). Bagaimana sikap dan pelayanan dari seorang usaha kecil menengah, akan menggambarkan dan memberi citra UKM, baik itu langsung maupun tidak langsung. Setiap

karyawan suatu pengusaha seharusnya memiliki sikap yang ramah penuh simpatik dan menjunjung tinggi profesionalisme pekerjaannya serta memiliki rasa memiliki yang tinggi terhadap usaha kecil menengah. Itulah prinsip pelayanan prima yang pertama, memiliki, menjaga dan meningkatkan sikap yang ramah, simpatik dan profesional.

b. *Ability* (Kemampuan).

Di sini karyawan harus memiliki kemampuan dasar untuk mampu melakukan program pelayanan prima, seperti :

1. Bagaimana melakukan komunikasi yang efektif.
2. Memiliki pengetahuan di bidang kerja saat ini dengan baik.
3. Memahami SOP dasar untuk menangani keluhan pelanggan.
4. Memahami hal apa saja yang boleh di infokan keluar dan hal apa saja yang tidak boleh.
5. Memiliki kemampuan untuk memotivasi dirinya agar senantiasa memberikan pelayanan prima, dengan tidak mencampur adukan dengan permasalahan pribadi.

*Ability* atau kemampuan merupakan prinsip kedua dalam pelayanan prima yang senantiasa harus selalu ditingkatkan.

c. *Attention* (Perhatian).

*Attention* atau atensi atau perhatian adalah prinsip pelayanan prima berikutnya yang wajib dimiliki semua karyawan, terutama mereka yang bersentuhan langsung dengan pelanggan. *Attention* merupakan bentuk kepedulian kepada pelanggan/tamu, yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta pemahaman atas saran dan kritik yang diberikan. Dalam melakukan aktivitasnya, seorang karyawan haruslah senantiasa

memperhatikan dan mendahulukan keinginan pelanggan. Apalagi jika pelanggan/tamu tersebut sudah menunjukkan tanda membutuhkan bantuan atau pelayanan, maka seharusnya karyawan tersebut bergegas atau menunjukkan atensi untuk segera melayani dengan cepat dan baik. Dan akan lebih baik lagi jika begitu ada pelanggan atau tamu, karyawan tersebut melakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Menyapa dengan mengucapkan salam pembuka dengan sopan dan ramah, wajah harus tampak tersenyum, bukan bibir senyum tapi wajah tidak menunjukkan senyum keramahan.
2. Menanyakan keperluan dan keinginan pelanggan/tamu dengan bahasa yang sopan.
3. Mendengarkan dan memahami semua yang disampaikan pelanggan/tamu dengan penuh pengertian dan empathy.
4. Mempersilahkan pelanggan/tamu untuk menunggu ditempat yang disediakan dengan sopan.
5. Dengan cepat melayani keperluan dan keinginan pelanggan/tamu tersebut, tetap dalam sikap yang ramah.
6. Dahulukan apa yang menjadi keperluan atau keinginan pelanggan/tamu tersebut.
7. Jika memang ada yang harus dikerjakan terlebih dahulu (bersifat urgent) atau sedang mengerjakan sesuatu, yang bisa di jeda (misal urusan internal), sampaikan dengan sopan sembari meminta maaf dan dan sampaikan akan segera melayani.
4. Jika sedang ada urusan dengan pihak lain yang tidak memungkinkan untuk dijeda, persilahkan untuk menunggu yang diberikan dalam

bentuk isyarat anggukan dan tangan yang mempersilahkan, sambil membuat kontak mata dan senyum sebagai tanda atensi kita.

d. *Action* (Tindakan)

*Attention* (perhatian) penekanannya pada bagaimana kita memberikan atensi kita terhadap kebutuhan atau keinginan pelanggan tamu kita. Kemudian atensi ini haruslah dilanjutkan dengan *action* (tindakan) atas apa yang menjadi kebutuhan dari pelanggan/tamu tersebut. Hal yang perlu dilakukan di tahap *action* ini adalah, melakukan tindakan nyata untuk memastikan apa yang menjadi kebutuhan atau keinginan pelanggan/tamu kita, jika kurang yakin dan lebih baik lakukan konfirmasi dengan sopan. Jika diperlukan, dapat dilakukan pencatatan, apalagi jika permintaan tersebut cukup beragam, dan jika hal ini adalah bagian dari transaksi, maka permintaan tersebut bisa dicatat di form yang harus sudah disiapkan.

e. *Accountability* (Tanggung Jawab)

Konsep pelayanan prima berikutnya adalah *accountability* atau tanggung jawab, yaitu sikap keberpihakan kita kepada pelanggan/tamu/mitra kerja sebagai bentuk rasa *emphaty* dan kepedulian kita (*care*). Sikap tanggung jawab ini jika dilaksanakan dengan benar dan sepenuh hati, maka bisa meminimalkan terjadinya ketidakpuasan pelanggan, tamu atau mitra perusahaan.

f. *Appearance* (Penampilan).

Penampilan karyawan baik secara fisik maupun non fisik merefleksikan kredibilitas perusahaan, maka dari itu penting untuk selalu menjaga penampilan ini. Standar penampilan harus dibuat oleh perusahaan,

dan setiap karyawan harus menjalankannya, apalagi saat bertemu dengan pelanggan/tamu.

Dengan adanya indikator keberhasilan yang telah didapatkan oleh peneliti dari penelitian lapangan maupun wawancara diharapkan mampu meminimalisir adanya keluhan pelanggan yang terkadang masih terjadi yang dapat menurunkan eksistensi usaha kecil menengah.

Berdasarkan hasil dari wawancara pihak karyawan perusahaan dapat disimpulkan bahwa dalam memberikan pelayanan yang baik adalah dengan cara:

1. Lebih memperhatikan karakter masyarakat,
2. Melayani masyarakat dengan baik.

Secara umum, pengertian efektivitas adalah suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan atau tujuan yang diukur dengan kualitas, kuantitas dan waktu, sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia Efektivitas adalah daya guna, keaktifan serta adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan antara seseorang yang melaksanakan tugas dengan tujuan yang di inginkan dicapai.

1. Jika hasil perbandingan  $output\ actual$  dengan  $output\ target < 1$  maka efektivitas tidak tercapai.
2. Jika hasil perbandingan  $output\ actual$  dengan  $output\ target \geq 1$  maka efektivitas tercapai.

Secara umum, beberapa tolak ukur atau kriteria efektivitas adalah sebagai berikut:

1. Efektifitas keseluruhan, yaitu sejauh mana seseorang atau organisasi melaksanakan tugas pokoknya.
2. Produktivitas, yaitu kuantitas produk atau jasa pokok yang dihasilkan seseorang, kelompok, atau organisasi.
3. Efisiensi, yaitu ukuran keberhasilan suatu kegiatan yang dinilai berdasarkan besarnya sumber daya yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan.
4. Laba, yaitu keuntungan atas penanaman modal yang dipakai untuk menjalankan suatu kegiatan.
5. Pertumbuhan, yaitu suatu perbandingan antara keadaan organisasi sekarang dengan keadaan masa sebelumnya (tenaga kerja, fasilitas, harga, penjualan, laba, modal, market share, dan lainnya).
6. Stabilitas, yaitu pemeliharaan struktur, fungsi dan sumberdaya sepanjang waktu, khususnya dalam masa-masa sulit.
7. Semangat kerja, yaitu kecenderungan seseorang berusaha lebih keras mencapai tujuan organisasi misalnya perasaan tenkat, kebersamaan tujuan, dan perasaan memiliki.
8. Kepuasan kerja, yaitu timbale balik atau kompensasi positif yang dirasakan seseorang atas peranannya dalam organisasi.
9. Penerimaan tujuan organisasi, yaitu diterimanya tujuan-tujuan organisasi oleh setiap individu dan unit-unit didalam suatu organisasi.
10. Penilaian pihak luar, yaitu penilaian terhadap individu atau organisasi dari pihak-pihak lain disuatu lingkungan yang berhubungan dengan individu atau organisasi tersebut.

Berikut adalah aspek-aspek efektivitas:

### 1. Aspek Peraturan/ Ketentuan

Peraturan dibuat untuk menjaga kelangsungan suatu kegiatan berjalan sesuai dengan rencana. Peraturan atau ketentuan merupakan sesuatu yang harus dilaksanakan agar suatu kegiatan dianggap sebuah berjalan secara efektif.

### 2. Aspek Fungsi/ Tugas

Individu atau organisasi dapat dianggap efektif jika melakukan tugas dan fungsinya dengan baik sesuai dengan ketentuan. Oleh karena itu setiap individu dalam organisasi harus mengetahui tugas dan fungsinya sehingga dapat melaksanakannya.

### 3. Aspek Rencana/ Program

Suatu kegiatan dapat dinilai efektif jika memiliki suatu rencana yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.

### 4. Aspek Tujuan/ Kondisi Ideal

Yang dimaksud dengan kondisi ideal atau tujuan adalah target yang ingin dicapai dari suatu kegiatan dengan berorientasi pada hasil dan proses yang direncanakan.

Usaha Kecil Menengah adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Menurut keputusan Presiden RI no 99 tahun 1998 menyebutkan bahwa usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Analisis *Service Excellent* (Pelayanan Prima) terhadap Efektivitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah di Kec. Sambirampas Pota Kab. Manggarai Timur dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut: Ada Analisis yang signifikan antara *Service Excellent* (Pelayanan Prima) dengan Efektivitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah. Dalam menunjang *service excellent* di perusahaan diperlukan adanya *attitude, ability, Action, Accountability, dan appearance* agar perusahaan mampu meningkatkan eksistensinya dan mampu bekerja secara optimal.

### B. Saran

Dengan hasil kesimpulan tersebut diharapkan warung Angga Cell Pota, Teratai Indah, Warung Bersama lebih memperhatikan pelayanan prima yang kurang sebagai berikut perhatikan dan tanggung jawab untuk diperbaiki dan mempertahankan keunggulan dari *variable* yang mempengaruhi penjualan barang ukm dengan cara:

1. Lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan
2. Berusaha cepat meluangkan waktu menanggapi permintaan pelanggan
3. Tidak beristirahat saat sedang melayani pelanggan

## DAFTAR PUSTAKA

- Arif Yusuf Hamali. 2016. Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan. Kharisma Putra Utama, Jakarta.
- Alma, Buchari. 2009. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung.
- Brata, Atep Adya. 2003. Dasar dasar Pelayan Prima. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Daryanto dan Setyobudi Ismanto. 2014. Konsumen dan Pelayanan Prima. Malang: Gava Media
- Gomes, Faustino Cardoso. 2003. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Andi.
- Gibson, James L. et al. 1984. Organisasi, Perilaku, Struktur, Proses. Di terjemahkan oleh Ninuk Adriani Jakarta: Binapura Aksara.
- Hafsah, M. J. 2004. Upaya Pengembangan Usaha kecil dan Menengah (UKM). Infokop No. 25 Tahun XX.
- Jauhari, Jaidan. 2010. "Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-commers." Jurnal Sistem Informasi UNSRI: Vol 2, No 1 UKM. "Manajemen FE Riau: Vol 21 No 4.
- Nitisusanto, Mulyadi. 2010. Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil, Alfabeta, Bandung.
- Priambada, Swasta. 2015. Manfaat Penggunaan Media sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UKM). Seminar Nasional Fakultas Ilmu Administrasi Brawijaya, Jawa Timur.
- Siagian, Sondang P. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: Bumi Aksara
- Tjiptono F dan Anastasia Diana dan. 2003. Total Quality Manajemen. Jogjakarta: Andi



DOKUMENTASI



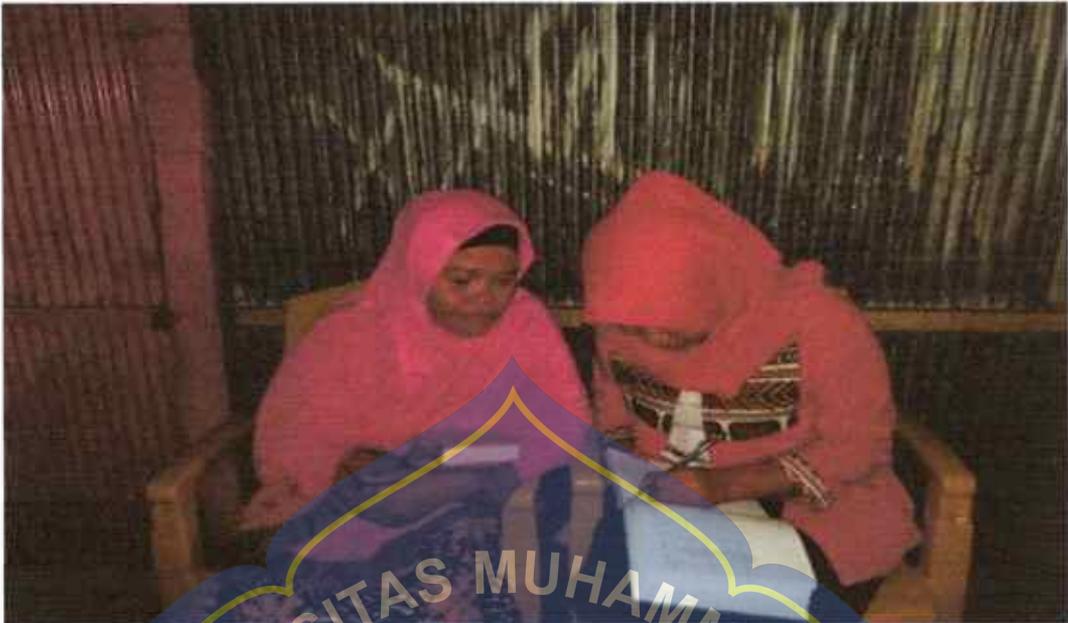
Kantor Kec. Sambu Rampas Pota



Wawancara Bapak Rai Wiranata (21 November 2019)



Wawancar Bapak H. Saiful Karim (21 November 2019)



Wawancara Ibu Erna Wati S. Pd (21 November 2019)





PEMERINTAH KABUPATEN MANGGARAI TIMUR  
**BADAN KESBANGPOL & LINMAS**  
BORONG

Borong, 11 Nopember 2019

Nomor : KesbangPol & Linmas. 890/316/XI/2019  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Rekomendasi Penelitian

Kepada  
Yth. Bupati Manggarai Timur  
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan  
Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
Kab. Manggarai Timur  
di -  
Tempat

Menindaklanjuti Surat Ketua Lembaga Peneliti Pengembangan dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP3M) Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 389/05/C4-VIII/X/40/2019, Tanggal 16 Oktober 2019, maka dapat diberikan izin penelitian kepada :

Nama : **TANTI PURNAMA SARI**  
NIM : 10572 05270 15  
Program Studi : Manajemen  
Judul Penelitian : **"Pengaruh Excellent Service (Pelayanan Prima) terhadap Efektivitas Penjualan Barang Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kecamatan Sambi Rampas Pota Kabupaten Manggarai Timur".**  
Lokasi : Pota Kecamatan Sambi Rampas Kabupaten Manggarai Timur  
Waktu Penelitian : 23 Oktober 2019 s/d 23 Desember 2019  
Penanggungjawab : Ketua Lembaga Peneliti Pengembangan dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP3M) Universitas Muhammadiyah Makassar

Peneliti berkewajiban menghormati/mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di daerah setempat dan melaporkan hasil kegiatan kepada Bupati Manggarai Timur Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Manggarai Timur.

Demikian Surat Rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

a.n. Kepala Badan Kesatuan Bangsa, Politik  
Dan Perlindungan Masyarakat  
Kab. Manggarai Timur

Kepala Bidang Perlindungan Masyarakat



Tembusan Disampaikan Kepada Yth :

1. Bupati Manggarai Timur di Borong (sebagai laporan).

PEMERINTAH KABUPATEN MANGGARAI TIMUR  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
(DPMPTSP)

Leliong - Borong

ASLI

**IZIN PENELITIAN**

Nomor : DPMPTSP.576/206/IPP/XI/2019

berdasarkan : Surat Dari Badan KesbangPol & Linmas, Nomor: KesbangPol & Linmas 890/316/XI/2019,  
Tanggal : 11 November 2019, Lampiran : 1 (Satu) Buku, Perihal : Izin Penelitian  
Menimbang : Bahwa untuk kelancaran pelaksanaan kegiatan dimaksud, perlu dikeluarkan Surat Izin;  
Meringkat : Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah;

Dengan ini memberikan :

**IZIN PENELITIAN**

Nama : **Tanti Purnama Sari**  
No. KTP/NIM : 105720527015  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Instansi : Universitas Muhammadiyah Makassar  
Tempat Melakukan Penelitian di : Pota, Kecamatan Sambi Rampas, Kabupaten Manggarai Timur  
Judul Penelitian : "Pengaruh Exchellent Service (Pelayanan Prima) Terhadap Efektivitas Penjualan Barang Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Kecamatan Sambi Rampas Pota"  
Waktu Penelitian : 13 November 2019 s/d 12 Desember 2019

- Dengan Ketentuan :
1. Wajib melaporkan maksud dan tujuan kegiatan kepada Camat dan Kepala Desa/Lurah setempat;
  2. Selama melakukan kegiatan, yang bersangkutan tidak diperkenankan melakukan kegiatan di bidang lain;
  3. Berbuat positif, tidak melakukan hal-hal yang mengganggu KAMTIBMAS setempat;
  4. Wajib melaporkan hasil kegiatan kepada Bupati Manggarai Timur;
  5. Izin Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan diharapkan kepada Pimpinan Instansi Pemerintah ataupun Swasta yang dihubungi agar dapat memberikan bantuan sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
  6. Setelah selesai Penelitian, wajib melampirkan surat keterangan selesai penelitian dari Kepala Desa/Lurah dan Camat/sesuaiakan dengan lokasi penelitian Serta Laporan Hasil Penelitian.

Demikian Izin Penelitian ini diberikan untuk dipergunakan dan diharapkan agar pihak-pihak yang mendapat tembusan surat ini memberikan bantuan sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku.

Borong, 12 November 2019

Kepala Dinas Penanaman Modal Dan  
Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
Kabupaten Manggarai Timur

**Drs. Remigius Gonsa Tombor**  
Pembina Utama Muda  
NIP. 19681001 199403 1 009



PEMERINTAH KABUPATEN MANGGARAI TIMUR  
KECAMATAN SAMBI RAMPAS  
POTA

**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**  
Nomor : Ek.503/279/XII/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SARJUDIN, S.Sos  
Nip : 19671231 198903 1 159  
Jabatan : Camat Sambu Rampas

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : TANTI PURNAMASARI  
No.KTP/NIK/NIM : 105720527015  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Universitas : Universitas Muhammadiyah Makassar

Yang bersangkutan di atas benar-benar telah melaksanakan penelitian di Kelurahan Pota, Kecamatan Sambu Rampas, Kabupaten Manggarai Timur dengan judul : ***"PENGARUH EXCELLENT SERVICE (PELAYANAN PRIMA) TERHADAP EFEKTIFITAS PENJUALAN BARANG USAHA KECIL MENENGAH DI KECAMATAN SAMBI RAMPAS KABUPATEN MANGGARAI TAHUN "*** dan waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 13 Nopember s/d 13 Desember 2019.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Pota, 17 Desember 2019



Tembusan :

1. Yth. Bupati Manggarai Timur di Borong (sebagai laporan);
2. Yth. Wakil Bupati Manggarai Timur di Borong;
3. Yth. Kepala DPMPTSP Kab. Manggarai Timur di Borong;
4. Yth. Kepala Badan Kesbang Pol dan Linmas Kabupaten Manggarai Timur di Borong;
5. Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar di Makassar;
6. Yth. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar di Makassar;
7. Yang bersangkutan

## RIWAYAT HIDUP



**Tanti Purnama Sari** panggilan Tanti lahir di Pota tanggal 01 Februari 1997 dan pasangan Bapak M. Naser Dg. Marola dan Ibu Sainur. Peneliti adalah anak ke 5 dari 5 bersaudara. Peneliti menempuh pendidikan dasar tahun 2004 di SDI Pota lulus tahun 2009, pada tahun yang sama peneliti melanjutkan pendidikan ke jenjang Sekolah MTS N Pota dan lulus pada tahun 2012. Kemudian peneliti melanjutkan pendidikan ke sekolah Menengah atas MAS Pota dan lulus pada tahun 2015. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan kuliah di Universitas Muhammadiyah Makassar Program Strata Satu (S1)

