

BAB

5

Merencanakan Sistem Layanan Usaha

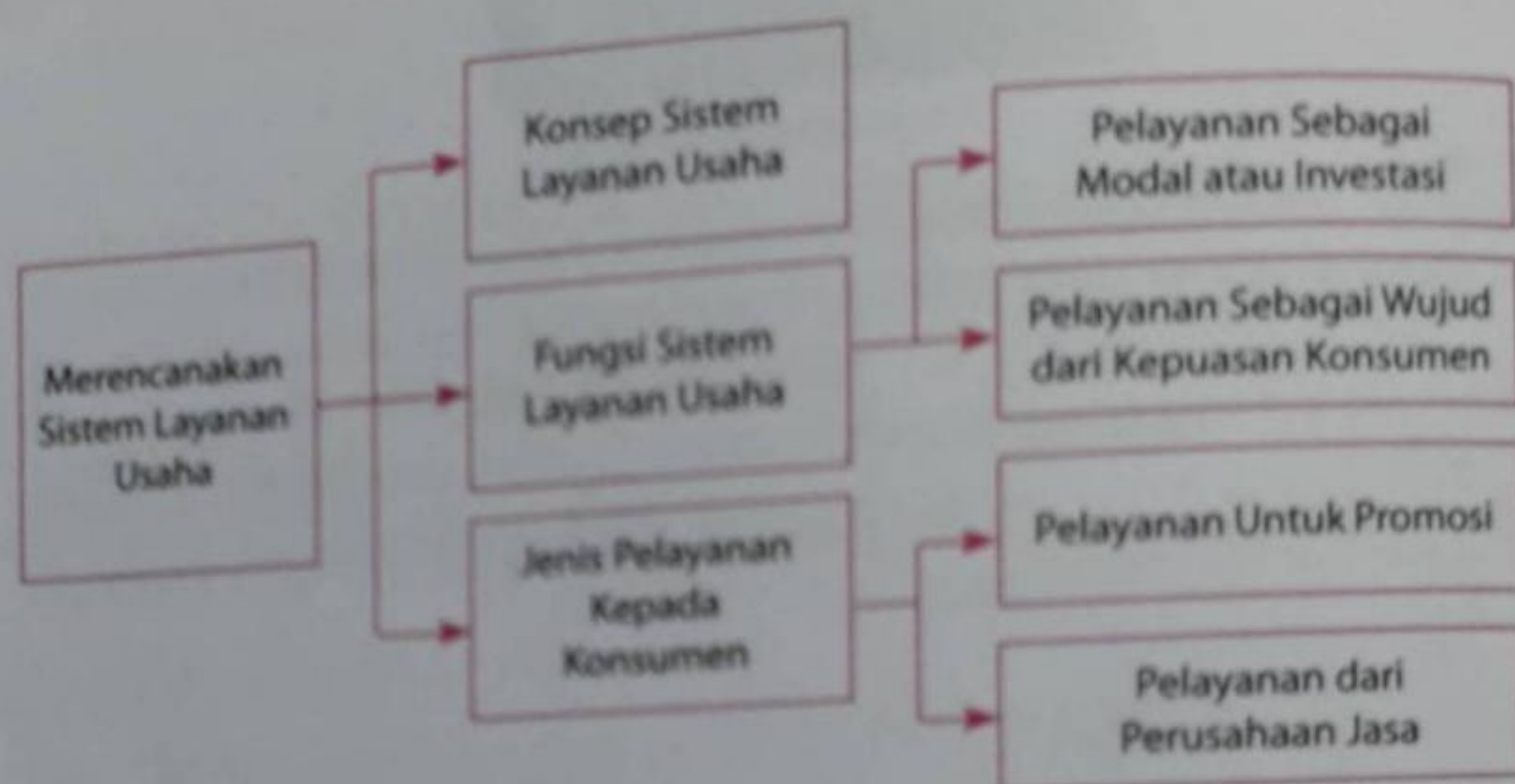
Kompetensi Dasar

- 3.5 Menganalisis sistem layanan usaha
- 4.5 Merencanakan sistem layanan usaha

Tujuan Pembelajaran

1. Siswa dapat menjelaskan konsep sistem layanan usaha
2. Siswa dapat menjelaskan jenis-jenis sistem layanan usaha
3. Siswa dapat merencanakan sistem layanan usaha

Peta Konsep



Materi Pembelajaran

A. Konsep Sistem Layanan Usaha

Dalam suatu usaha pelanggan merupakan suatu yang sangat penting dan diutamakan, karena sumber penghasilan dari suatu perusahaan adalah konsumen. Oleh karena itu konsumen perlu memperoleh pelayanan yang baik serta memuaskan, ada pepatah yang menyebutkan "the customer is king" (pembeli adalah raja).

B. Fungsi Sistem Pelayanan Usaha

Fungsi dari sistem layanan suatu usaha terhadap konsumen ada beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain yaitu:

1. Fungsi pelayanan sebagai modal atau investasi

Setiap usaha untuk memberikan pelayanan kepada calon pembeli adalah modal dasar yang khusus dan sangat berguna, karena bisa menimbulkan hubungan yang baik dengan pembeli sehingga reputasi penjual akan naik dan akan selalu diingat oleh pembeli.



Gambar 5.1 Pelayanan sebagai modal atau investasi
Sumber: <http://gg.gg/elzva>

2. Fungsi pelayanan sebagai wujud dari kepuasan konsumen

Pelayanan merupakan segala usaha penyediaan fasilitas maupun kegiatan tertentu dalam rangka untuk mewujudkan kepuasan konsumen, baik sebelum dan sesudah terjadinya transaksi jual beli. Bentuk pelayanan dalam arti yang luas antara lain mencakup:

- 1) Memberikan harga barang secara wajar.
- 2) Memberikan pelayanan dengan tingkah laku sopan dan tutur bahasa yang baik.
- 3) Memberikan suasana nyaman di dalam perusahaan atau toko.
- 4) Berlaku sabar dalam memberikan keterangan, menunjukkan tempat barang, contoh barang, dan tawar-menawar.
- 5) Melayani kemungkinan pengaturan barang yang dibeli.

- 6) Melayani kemungkinan adanya retur atau penukaran barang dari pembeli.
- 7) Kemungkinan memberikan potongan harga.
- 8) Memberikan jasa-jasa lain, misalnya seperti penyediaan tempat tunggu, kamar kecil, ruang coba, dan lain sebagainya.



Gambar 5.2 Pelayanan Sebagai Wujud Kepuasan Pelanggan

Sumber: <http://gg.gg/elztu>

C. Jenis Pelayanan Kepada Konsumen

Berkaitan dengan bentuk pelayanan kepada para konsumen yang dilakukan oleh perusahaan maka kita bisa membedakan pelayanan menjadi dua, antara lain yaitu:

1. Pelayanan untuk Promosi (*Promotional Service*)

Pelayanan untuk promosi adalah suatu bentuk pelayanan dengan memberikan fasilitas ataupun kegiatan nyata pelayanan kepada para pembeli, dengan tujuan untuk menarik perhatian atau mengikat pembeli supaya mau berbelanja di tokonya. Contohnya seperti:

- 1) Toko menyediakan eskalator (tangga berjalan).
- 2) Toko menyediakan tempat parkir yang luas dan gratis.
- 3) Toko memberikan ruangan ber-AC agar suasananya sejuk.
- 4) Toko memberikan suasana ceria dengan lagu-lagu yang diputar.
- 5) Toko menyediakan tempat penitipan barang.
- 6) Toko menyediakan pegawai yang sopan, ramah, dan terampil.
- 7) Toko menyediakan ruang tunggu dengan surat kabar atau majalah.



Gambar 5.3 Pelayanan Kepada Konsumen

Sumber: <http://gg.gg/emihv>

Lalu bagaimana proses pelayanan untuk promosi dimulai, yaitu sebagai berikut:

a) Fasilitas dan Atraksi

Berupa bentuk eskalator, ruang ber-AC, hiasan, etalase, *door prize*, demonstrasi, dan lain-lain.

b) Pelayanan

Melalui pramuniaga yang memberikan pelayanan kepada para pengunjung, misalnya dengan menyediakan tas jinjing, kereta dorong, kasir lebih dari satu tempat, dan sebagainya.

c) Kepuasan

Berbentuk pelayanan untuk memberikan kepuasan secara rohaniyah dan jasmaniah. Misalnya dengan menyediakan fasilitas telepon umum, menyediakan ruang hias, memutar lagu-lagu, dan sebagainya.

d) Pelayanan konsumen

Berbentuk pelayanan yang ditujukan untuk memperlancar jual beli, dimulai dari pemilihan, pembayaran sampai pada saat pengambilan barang. Misalnya dengan menyediakan beberapa kasir atau *counter cash*, mengantar barang yang dibeli, melayani pembungkusan kado, dan sebagainya.

e) Pelayanan Purnajual

Berupa sebuah pelayanan yang ditujukan untuk memelihara hubungan baik dengan para pembeli. Misalnya dengan pemberian garansi.

f) Proses kegiatan yang dimulai dengan menarik perhatian para calon pembeli, pemberian pelayanan pada saat mereka membeli sampai dengan pembeli pulang dengan rasa puas disebut dengan siklus pelayanan (*circle of service*).

2. Pelayanan dari Perusahaan Jasa (Service Enterprise)

Ada banyak perusahaan-perusahaan yang memang khusus memberikan jasa pada pihak-pihak yang membutuhkan, antara lain dalam bentuk:

a) Jasa Perseorangan (Personal Service)

Yakni perusahaan yang memberikan jasa dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan yang sifatnya perseorangan. Contohnya seperti tukang gigi, penjahit, salon kecantikan, dan sebagainya.

b) Jasa bisnis (Business Service)

Yakni perusahaan yang menjual jasa di bidang bisnis. Contoh seperti jasa perpajakan, akuntansi publik, biro iklan, dan sebagainya.

Pelayanan yang benar sungguh-sungguh selalu ditandai dengan adanya ketulusan. Ketulusan tidak meningkat nilainya hanya karena sebuah janji akan banyaknya uang ataupun tingginya kedudukan yang akan diterima. Ketulusan dalam pelayanan akan membuat pelanggan melupakan penghargaan (*reward*) jangka pendek, karena memang pada hakikatnya pelayanan merupakan sebuah proses yang dirancang untuk tujuan-tujuan jangka panjang. Penghargaan jangka pendek dari usaha memberikan pelayanan yang baik, merupakan perasaan yang syahdu, itu karena sebuah pelayanan sudah disampaikan dengan baik. Penghargaan jangka panjangnya ialah masuknya kita ke dalam kelompok perusahaan yang *great* (hebat). Hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan yang perlu untuk dijadikan pedoman yang menyatakan bahwa tiga 3—6 dari 10 pelanggan akan bicara secara terbuka

kepada khalayak umum tentang perlakuan buruk yang mereka terima. Pada akhirnya 6 dari 10 pelanggan tersebut akan mengonsumsi barang ataupun jasa alternatif (Pantius D. Soeling, 1997, 11).

Hasil studi dari *The Tehnical Assistens Research Program Institute* menunjukkan bahwa:

- 1) 95% dari pelanggan yang dikecewakan tidak pernah mengeluh ke pada perusahaan. Rata rata pelanggan yang melakukan komplain akan memberitahukan kepada 9 sampai 10 orang lain tentang pelayanan buruk yang mereka terima.
- 2) 70% pelanggan yang melakukan komplain akan berbisnis kembali dengan perusahaan apabila keluhannya ditangani dengan cepat (Pantius D. Soeling, 1997: 11).

Dengan begitu pelayanan memegang peran yang sangat penting dalam menjaga loyalitas pelanggan. Demikian juga halnya dengan pelayanan yang diberikan oleh Pemda kepada para pelaku bisnis, apabila mereka merasa tidak memperoleh pelayanan yang memuaskan maka mereka akan segera mencari daerah lain yang lebih kompetitif untuk memindahkan bisnisnya.

Indikator kualitas pelayanan menurut konsumen ada 5 dimensi, yaitu sebagai berikut (Amy Y.S. Rahayu, 1997:11):

1. *Tangibles*, yaitu kualitas pelayanan berupa sarana fisik ruang tunggu dan lain sebagainya.
2. *Realibility*, yaitu kemampuan dan keandalan dalam menyediakan pelayanan yang terpercaya.
3. *Responsiveness*, yaitu kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara tepat dan cepat serta tanggap terhadap keinginan konsumen.
4. *Assurance*, yaitu kemampuan dan keramahan serta sopan santun dalam meyakinkan kepercayaan konsumen.
5. *Emphaty*, yaitu sikap tegas namun ramah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Memberikan pelayanan dengan baik merupakan suatu keharusan dalam era globalisasi seperti sekarang ini yang semakin menekankan perusahaan untuk memberikan berbagai pelayanan yang lebih kepada para konsumen. Ciri-ciri sebuah usaha atau bisnis yang dibentuk oleh kesungguhan organisasinya untuk menyediakan pelayanan yang prima akan membangun kesetiaan kepada pelanggan yang tidak mungkin dapat dinilai dengan uang. Ketulusan dalam pelayanan serta kesetiaan kita dalam membantu pelanggan untuk berhasil, merupakan sumber keberhasilan yang lebih tinggi nilainya dibandingkan dengan uang yang diterima dari sebuah transaksi.

Rangkuman

Sistem layanan usaha adalah hal komponen yang sangat penting dalam kegiatan usaha, karena dengan layanan yang baik maka usaha akan berdampak baik juga, bentuk layanan usaha berdasarkan fungsinya dibagi menjadi dua yaitu:

1. Fungsi pelayanan sebagai modal investasi.
2. Fungsi pelayanan sebagai wujud kepuasan dari pelanggan.

Jika berkaitan dengan bentuk pelayanan kepada para konsumen yang dilakukan oleh perusahaan maka kita bisa membedakan pelayanan menjadi dua, antara lain yaitu:

1. Pelayanan untuk promosi.
2. Pelayanan untuk perusahaan jasa.

Uji Kompetensi

A. Soal Pilihan Ganda

1. Apakah yang dimaksud dengan sistem layanan usaha kecuali... **(SOAL HOTS)**
 - a. Sistem layanan usaha adalah sistem layanan suatu perusahaan dalam kegiatan usaha kepada konsumen guna mendapatkan reputasi yang baik oleh pelanggan
 - b. Sistem layanan usaha adalah sistem layanan kepada konsumen oleh suatu perusahaan dalam kegiatan usaha guna memperoleh kepuasan pelanggan
 - c. Sistem layanan usaha adalah sistem layanan suatu perusahaan dalam kegiatan usaha guna meningkatkan kualitas produk
 - d. Sistem layanan usaha adalah sistem layanan suatu perusahaan dalam kegiatan usaha guna meningkatkan reputasi perusahaan
 - e. Sistem layanan usaha adalah sistem layanan suatu perusahaan dalam kegiatan usaha guna meningkatkan jumlah omset suatu usaha
2. Bentuk pelayanan dengan cara memberikan harga secara wajar, memberikan pelayanan dengan tingkah laku sopan dan tutur bahasa yang baik merupakan fungsi pelayanan...
 - a. Fungsi pelayanan sebagai modal
 - b. Fungsi pelayanan sebagai keberhasilan usaha
 - c. Fungsi pelayanan sebagai wujud dari kepuasan konsumen
 - d. Fungsi pelayanan sebagai investasi usaha
 - e. Fungsi pelayanan sebagai promosi usaha
3. Jenis pelayanan kepada konsumen dibedakan menjadi dua antara lain...
 - a. Pelayanan untuk promosi, pelayanan dari perusahaan jasa
 - b. Pelayanan untuk *market*, pelayanan sebagai modal
 - c. Pelayanan untuk investasi, pelayanan sebagai promosi
 - d. Pelayanan dari perusahaan jasa, pelayanan sebagai promosi
 - e. Pelayanan dari perusahaan jasa, pelayanan sebagai modal
4. Perusahaan yang memberikan jasa dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan yang sifatnya perseorangan disebut...
 - a. Jasa bisnis
 - b. Jasa perseorangan
 - c. Jasa *marketing*
 - d. Jasa investasi
 - e. Jasa promosi
5. Perusahaan yang menjual jasa di bidang bisnis disebut...
 - a. Jasa bisnis
 - b. Jasa perseorangan
 - c. Jasa *marketing*
 - d. Jasa investasi
 - e. Jasa promosi
6. Proses layanan yang diberikan oleh perusahaan perusahaan berupa fasilitas ruangan ber-AC, etalase, door price, merupakan konsep layanan...
 - a. *Promotional service*
 - b. *Bussiness service*
 - c. *Marketing service*
 - d. *Goal success*
 - e. Perusahaan jasa

7. Proses kegiatan yang dimulai dengan menarik perhatian para calon pembeli, pemberian pelayanan pada saat mereka membeli sampai dengan pembeli pulang dengan rasa puas disebut...
 - a. *Promotional service*
 - b. *Bussiness service*
 - c. *Marketing service*
 - d. *Circle of service*
 - e. *Service excellent*
8. Salah satu indikator pelayanan menurut konsumen yaitu berupa kualitas pelayanan berupa sarana fisik, ruang tunggu, dan sebagainya disebut dimensi...
 - a. *Realibility*
 - b. *Responsivness*
 - c. *Tangible*
 - d. *Assurance*
 - e. *Emphaty*
9. Pelayanan pada proses bisnis memang sangat berperan penting, berikut merupakan pernyataan hubungan pelayanan perusahaan terhadap reputasi perusahaan...(SOAL HOTS)
 - a. Pelayanan yang baik dan tulus tidak mengubah penilaian terhadap perusahaan
 - b. Pelayanan yang kurang akan menjadikan pelanggan tidak mengubah penilaian atau bahwa membuat citra perusahaan kurang
 - c. Pelayanan yang baik dan tulus akan menjadikan pelanggan tidak balik lagi
 - d. Pelayanan yang kurang akan membuat pelanggan puas dan balik lagi
 - e. Pelayanan yang kurang tidak akan berpengaruh pada penilaian pelanggan
10. Jenis layanan yang ditunjukkan untuk memelihara hubungan baik dengan para pembelinya, misal memberikan garansi, termasuk dalam layanan...
 - a. *Marketing service*
 - b. *Promotion service*
 - c. *Socialization service*
 - d. *Communication service*
 - e. *Past sales service*

B. Soal Uraian

1. Jelaskan menurut pendapat Anda apakah hubungan antara fungsi pelayanan sebagai wujud dari kepuasan konsumen dengan peningkatan omset pendapatan perusahaan! (SOAL HOTS)
2. Jelaskan menurut pendapatmu jenis layanan apa saja yang cocok untuk usaha di bidang perkantoran! (SOAL HOTS)
3. Jelaskan analisis Anda tentang pelayanan pemerintah terhadap pelaku usaha di bidang perkantoran! (SOAL HOTS)
4. Jelaskan tentang proses layanan usaha sebagai promosi pada bidang usaha perkantoran berikan contoh kongkretnya! (SOAL HOTS)
5. Jelaskan dan sebutkan 5 dimensi indikator kualitas pelayanan menurut (Amy Y.S. Rahayu, 1997:11) pada bidang usaha perkantoran! (SOAL HOTS)

Lembar Kerja Siswa

Menggunakan Metode Pembelajaran STEM

JOBSHEET PRAKTIKUM

Satuan Pendidikan : SMK
Kelas/semester : XI/
Mata Pelajaran : Produk Kreatif dan Kewirausahaan
Alokasi Waktu :

Kompetensi Dasar:

1. Menganalisis sistem layanan usaha
2. Merancang sistem layanan usaha

Materi Dasar:

1. Konsep sistem layanan usaha
2. Fungsi layanan usaha terhadap konsumen
3. Jenis-jenis sistem layanan usaha

ANALISIS STEM:

Engineering: membuat rancangan foto maupun video untuk pengumpulan tugas praktik.

Sains:

- a. Faktual: banyak perusahaan, baik jasa ataupun dagang yang belum menerapkan pelayanan yang baik.
- b. Konseptual: fungsi pelayanan dibagi menjadi 2 yaitu fungsi pelayanan sebagai modal dan fungsi pelayanan sebagai wujud kepuasan pelanggan.
- c. Prosedural: prosedur melakukan praktik pelayanan dengan meminta izin kepada pemilik usaha menggunakan surat izin resmi dari sekolah.
- d. Metakognitif: praktik pelayanan prima, praktik membuat video pelayanan, dan mengunggahnya ke youtube.

Matematika:

- a. Pembentukan kelompok siswa antara 3 (tiga) sampai 4 (empat) orang.
- b. Mengatur jarak kamera, agar mendapatkan hasil video yang terbaik.
- c. Video dengan menggunakan format HD 720p.

Teknologi:

- a. Penggunaan kamera untuk dokumentasi.
- b. Penggunaan aplikasi edit video (premier, movie maker).
- c. Mengunggah video ke chanel youtube.

A. Petunjuk Praktik

1. Bersihkan terlebih dahulu ruang praktik
2. Siapkan alat dan bahan praktik
3. Nyalakan komputer sesuai SOP

B. Tugas Peserta Didik

Menyusun rencana untuk melakukan observasi tentang konsep pelayanan usaha toko retail, tentang bagaimana konsep pelayanan usaha mereka untuk meningkatkan citra kepada pelanggan.

C. Tujuan

1. Siswa dapat menjelaskan konsep pelayanan usaha di bidang usaha toko retail.
2. Siswa mampu menyusun observasi kepada pengusaha toko retail dengan benar.
3. Siswa mampu mendokumentasikan hasil wawancara ke dalam format video dan mengunggahnya ke dalam youtube.

D. Alat dan Bahan:

1. Buku catatan
2. Bolpoin
3. Kamera untuk memfoto dan merekam
4. Satu unit komputer dengan internet aktif

E. Langkah kerja

1. Bentuklah kelompok yang terdiri dari enam siswa.
2. Susunlah rencana untuk melakukan observasi tentang sistem pelayanan pada usaha toko retail.
3. Tentukan, berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk melakukan masing-masing kegiatan tersebut sehingga tergambar dengan jelas berapa lama seluruh proses kegiatan dapat dilaksanakan hingga tuntas.
4. Lakukanlah observasi (pengamatan) bersama dengan kelompokmu.
5. Catatlah hal-hal yang penting yang perlu dicatat selama kegiatan observasi.
6. Dokumentasikan dalam bentuk foto dan video.
7. Buatlah diagram proses pelayanan terhadap pelanggan tersebut beserta penjelasannya secara manual atau dengan menggunakan aplikasi microsoft word atau aplikasi lainnya yang sesuai.
8. Presentasikan hasilnya di depan kelas, jangan lupa untuk mendokumentasikan dalam bentuk foto dan video.
9. Unggah video hasil rekaman kelompokmu ke youtube setelah sebelumnya melalui proses editing melalui aplikasi FastStone atau aplikasi yang lainnya.