

PELAYANAN PRIMA (*SERVICE EXCELLENCE*) DI PT. DAANISH MIKHA
SALSA (DMS TOUR DAN TRAVEL LAMPUNG)

Agil Nauval Ardiansyah

agilnauvalardiansyah@gmail.com

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Received: 08-12-2021	Revised: 10-12-2021	Aproved: 31-12-2021
--------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

Abstrak

Agil Nauval Ardiansyah, 2021, Excellent Service (Service Excellence) At PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour and Travel Lampung) The focus of the problems studied in this study are: How is the concept of Excellent Service (Service Excellence) at PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour and Travel Lampung). This study aims to determine and describe how the concept of Excellent Service (Service Excellence) at PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour and Travel Lampung). Qualitative data obtained from documentation, interviews, and observations. Data analysis was carried out when and after collecting data. By using descriptive, data analysis is done by reduction, display, conclusion drawing/verification. This study found that there is Excellent Service (Service Excellence) at PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour and Travel Lampung) is the existence of excellent service when pilgrims come and are greeted by greeting, providing hospitality in serving, and smiling. Barrier factors in the application or implementation of Service Excellence (Service Excellence) at PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour and Travel Lampung) are: HR officers at the time of handling are very limited, documentation is inadequate and maximal and there is a lack of APS equipment (audio during Thawaf and Sa'i). As the concept of Excellent Service which supports the overall service, starting from administrative registration, rituals, to the departure and return of pilgrims.

Keywords: Concept of Excellent Service (Service Excellence), Barrier Factors

Abstrak

Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Di PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour dan Travel lampung) Fokus masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah: Bagaimana konsep Pelayanan Prima (*Service Excellence*) di PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour dan Travel lampung). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan

mendeskripsikan Bagaimana konsep Pelayanan Prima (*Service Excellence*) di PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour dan Travel Lampung). Data kualitatif diperoleh dari dokumentasi, wawancara, dan observasi. Analisis data dilakukan ketika dan setelah mengumpulkan data. Dengan menggunakan deskriptif, analisis data dilakukan reduction, display, conclusion drawing/verification. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat Pelayanan Prima (*Service Excellence*) di PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour dan Travel Lampung) adalah adanya pelayanan prima pada saat jamaah datang disambut dengan mengucapkan salam, memberikan keramahan dalam melayani, dan murah senyum. Faktor-faktor hambatan dalam penerapan atau implementasi pelayanan prima (*Service Excellence*) di PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour dan Travel Lampung) adalah : petugas SDM pada saat handling sangat terbatas, dokumentasi kurang memadai dan maksimal dan minimnya alat APS (audio saat Thawaf dan Sa'i). Sebagaimana konsep Pelayanan Prima yang mendukung dalam pelayanan keseluruhan mulai dari pendaftaran administrasi, manasik, hingga keberangkatan dan kepulangan jamaah.

Kata kunci : Konsep Pelayanan Prima (*Service Excellence*), Faktor-Faktor Hambatan

A. Pendahuluan

Dalam perkembangan dunia modern dan globalisasi sistem manajemen semakin meningkat. Dalam menentukan sistem manajemen yang baik dapat memberikan dampak baik bagi perusahaan atau organisasi. Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis di era global adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal. Sulit bagi perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang tanpa ada pelanggan yang puas.¹ Setiap perusahaan dalam bidang produk maupun jasa memiliki sistem pelayanan prima (*Service Excellence*) yang berbeda-beda.

Persaingan seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk atau memakai layanan jasanya. Kualitas ditentukan oleh

¹ RW. Suparyanto dan Rosad, *Manajemen Pemasaran*, (Bogor: In Media, 2005), hal. 3.

sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, kemasan, dan sebagainya).² Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk atau jasa yang berkualitas. Suatu organisasi memiliki manajemen yang baik berguna untuk bersaing dalam era globalisasi. Manajemen adalah suatu proses dengan mana pelaksanaan suatu tujuan tertentu diselenggarakan dan diawasi oleh pihak perusahaan.³ Manajemen adalah fungsi untuk mencapai sesuatu melalui kegiatan orang lain dan mengawasi usaha-usaha individu untuk mencapai tujuan bersama.⁴ Manajemen adalah pencapaian tujuan yang ditetapkan terlebih dahulu dengan mempergunakan kegiatan orang lain.⁵ Manajemen adalah suatu proses kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang ke arah tujuan- tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. Oleh karena itu, dibutuhkan manajemen handal di dalamnya yaitu manajemen yang memiliki tujuan jelas serta berperan penting di sebuah perusahaan. Terlebih lagi perusahaan tersebut memiliki manajemen yang berdasarkan pada *planning, organizing, actuating dan controlling*. Dengan adanya era globalisasi saat ini manajemen dapat berdampak baik bagi suatu organisasi tersebut.

Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan. menjadi faktor penting dalam produsen menarik minat dan daya beli konsumen karena konsumen akan merasa terlebih dahulu mengetahui produk walaupun produk itu belum dipakai. Sikap ramah, mudah menjawab setiap

² T. Hani Handoko, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: BPFE, 2010), (edisi 2) hal. 75.

³ *Encyclopedia of the sosial sciense* dalam M. Manulang, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Galia Indonesia, 1990), hal. 3.

⁴ Haiman dalam M. Manulang, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Galia Indonesia, 1990), hal. 3.

⁵ George R. Terry dalam M. Manulang, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Galia Indonesia, 1990), Hal.3

pertanyaan konsumen sudah tentu akan membuat konsumen lebih mudah mengenal akan produk itu, Menurut Irawan yang dikutip Indra Aditia Suhaji menyatakan bahwa, Kepuasan pelanggan di tentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui.⁶ Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁷

Indonesia merupakan Negara yang mayoritas penduduknya merupakan muslim, yang presentase nya mencapai 85 % dari total keseluruhan penduduk yang ada. Islam memiliki dasar-dasar atau landasan yang wajib dikerjakan oleh seluruh umat islam yakni rukun islam. Rukun islam terdiri dari lima tindakan dasar yang harus dijalankan oleh seluruh kaum islam, yang bagian puncaknya adalah melaksanakan ibadah haji. Haji merupakan rukun Islam yang kelima. Ketika seseorang sudah berhasil menunaikan keempat rukun Islam sebelum haji (syahadat, shalat, puasa, dan zakat), maka seseorang terdorong untuk menunaikan haji. Dalam Islam, penekanan haji tidak sekuat penekanan syahadat, shalat, puasa, dan zakat. Dengan kata lain, ibadah haji memiliki dua status hukum, wajib bagi yang mampu dan tidak wajib bagi yang tidak mampu.

PT. Daanish Mikha Salsa sebagai penyelenggara Tour dan Travel Lampung memiliki sistem berbeda dengan Tour dan Travel Umroh dan Haji lainnya. Tanpa adanya Pelayanan Prima (*Service Excellence*) perusahaan akan sulit dalam mendapatkan jamaah untuk melengkapi apa yang dikatakan sebagai perusahaan jasa. Apakah perusahaan tersebut sudah sesuai dengan teori apa yang diterapkan Pelayanan Prima (*Service*

⁶ Indra Aditia Suhaji, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Ud Pandan Wangi Semarang*, Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala, 2012 hal. 2.

⁷ Philip Kotler, *Marketing Management*, (New Jersey: Prentice Hall, 2001), (Millenium Editioned.), hal. 145.

Excellence) untuk para jamaah. PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour dan Travel Lampung) dengan brand/image Tour & Travel Umroh dan Haji Mabrur Mandiri ini adalah unit usaha dari Yayasan Yatim Mandiri. Bermula pada pemikiran untuk memberikan layanan yang lebih luas kepada Donatur yang selama ini telah menunaikan Zakat, Infaq, dan Sedekah melalui Yatim Mandiri, seyogyanya rukun Islam yang ke lima (Ibadah Haji). Umroh dan Haji Plus ini juga dikelola sebagaimana zakat yaitu dengan amanah, jujur, dan terpercaya, maka Yatim Mandiri bertekad menyiapkan wadah untuk melayani tamu Allah bagi yang ingin menuju kesempurnaan ibadah. Wadah tersebut bernama Mabrur Mandiri Tour & Travel. Keikutsertaan jamaah pada program Umroh & Haji Plus Mabrur Mandiri berarti juga mendukung program pemandirian anak yatim yang dikelola oleh Yatim Mandiri.

Data jumlah jamaah setiap tahunnya meningkat dengan bukti peningkatan dalam 3 tahun terakhir ini pada tahun 2015 dengan jumlah 248 jamaah, tahun 2016 dengan jumlah 289 jamaah, dan tahun 2017 dengan jumlah 373 jamaah. Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan studi yang mendalam dengan melakukan penelitian yang berjudul “Pelayanan Prima (*Service Excellence*) di PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour dan Travel Lampung)”

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian “Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Di PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour dan Travel Lampung)” ini adalah sebagai berikut: Bagaimana konsep Pelayanan Prima (*Service Excellence*) di PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour dan Travel Lampung) dan Apa faktor Hambatan implementasi Pelayanan Prima (*Service Excellence*) di PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour dan Travel Lampung). Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan, serta acuan bagi semua pihak yang ingin mendalami ilmu Pelayanan Prima (*Service Excellence*), khususnya Prodi Manajemen Bisnis Syariah untuk pengembangan ilmu

pengetahuan yang berhubungan dengan topik tersebut. Dalam memperjelas layanan (*Service Excellence*).

A. Kajian Teori

a. Pengertian Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Pelayanan prima atau *Service Excellence* merupakan sebuah bentuk keharusan atau tuntutan dalam industri jasa maupun dagang ketika menghadapi konsumen atau pelanggan. Didunia bisnis, persaingan anatar penjual sangat ketat. Hal inilah yang kemudian mengakibatkan para penjual harus memberikan servis yang memuaskan kepada para pelanggannya, Karena jika tidak memberikan pelayanan yang baik maka para pelanggannya akan beralih ke yang lainnya. Pelayanan adalah bagian dari *marketing*.

Pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya.⁸

Pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah *excellence service* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan. Instansi pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan. Pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan).⁹

⁸ Malayu S. P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), hal. 152.

⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal.

Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi / perusahaan.¹⁰

b. Tujuan dan Manfaat Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Eksistensi Pelayanan prima sangat berpengaruh terhadap perkembangan dan bertahannya sebuah lembaga, perusahaan dan instansi. Semakin dilakukan pelayanan prima yang sesuai standar prosedur maka bisa dikatakan semakin baik pula keadaan service perusahaan, khususnya dalam hal ini adalah Tour dan Travel Umroh dan Haji.

1). Tujuan

Tujuan dari pelayanan prima ialah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan public didasarkan pada aksioma bahwa “pelayanan adalah pemberdayaan”. Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi profit, sedangkan pelayanan prima pada sector publik bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat secara sangat baik atau terbaik.¹¹ Terdapat beberapa tujuan pelayanan prima yaitu:¹²

- a) Memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan.
- b) Kemudian adanya pelayanan prima tetap menjaga dan merawat pelanggan merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya atau keinginannya.
- c) Serta upaya mempertahankan pelanggan agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

¹⁰ A.A. Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006), hal.20

¹¹ Daryanto dan Ismanto, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hal. 58.

¹² Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 12.

2). Manfaat

Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan Travel Umroh dan Haji kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan penyusunan standar pelayanan. Penyedia layanan, pelanggan atau *stakeholder* dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu dan tempat dan proses pelayanan.¹³

3). Strategi Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Suatu perusahaan 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, di antaranya: *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).¹⁴ Adapun strategi menurut pakar lainya yaitu: S-E-R-V-I-C-E¹⁵

1) S – *elf Awareness & Self Esteem*

Self Awarenesses & 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 & Enthusuasm*

Empathy & Enthusiasm yaitu melayani dengan penuh kepedulian dan penuh kegairahan.

¹³ Daryanto dan Ismanto, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hal.109.

¹⁴ Daryanto dan Ismanto, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hal.110.

¹⁵ Aulia, *Implementasi Service Excellence Oleh Custuomer Service Pada BMT Bismillah Sukorejo*, Semarang, Skripsi, 2015, hal. 25.

3) *R – eform & Recover*

Reform & Recover yaitu selalu berusaha untuk memperbaiki dan meningkatkan pelayanannya.

4) *V – alue & Vactory*

Value & victory 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*

Care & Cooperativness yaitu menunjukkan perhatian kepada nasabah dengan sungguh-sungguh dan membina kerja sama yang baik.

7) *E – valuation & Empowerment*

Evaluation & Empowerment yaitu melakukan penilaian, perenungan dan mengupayakan selalu untuk memberdayakan seluruh asset yang ada pada diri customer service.

Dalam suatu perusahaan jasa maupun barang tidak menginginkan adanya suatu keluhan atau hambatan dalam pemasaran. Akan tetapi, di dalam praktek keluhan-keluhan pelanggan ini akan timbul selalu ada. Organisasi memberikan pelayanan wajib menanggapi adanya keluhan dan memberikan arahan atau solusi yang tepat. Untuk itu, perusahaan perlu mengetahui sumber-sumber keluhan yang akan di alami oleh pelanggan dan mengetahui cara-cara mengatasinya keluhan pelanggan. Sumber keluhan itu adanya dari pelanggan internal dan eksternal. Pelanggan internal yaitu pegawai instansi/organisasi yang bersangkutan dan para pemimpin instansi/organisasi yang bersangkutan. Pelanggan Eksternal yaitu masyarakat. Kunci

keberhasilan pelayanan terletak pada pelanggan eksternal. Ada beberapa kategori keluhan sebagai berikut :¹⁶

- 1) *Mechanical Complaint* (Keluhan Mekanikal) adalah suatu keluhan yang disampaikan oleh pelanggan sehubungan dengan tidak berfungsinya peralatan yang dibeli atau disampaikan kepada pelanggan tersebut.
- 2) *Attitudinal Complaint* (Keluhan akibat sikap petugas pelayanan) adalah keluhan pelanggan yang timbul karena sikap negative petugas pelayanan pada saat melayani pelanggan. Hal ini dapat dirasakan oleh pelanggan melalui sikap tidak peduli dari petugas pelayanan terhadap pelanggan.
- 3) *Service Related Complaint* (Keluhan yang berhubungan dengan pelayanan) adalah suatu keluhan pelanggan karena hal-hal yang berhubungan dengan pelayanan itu sendiri. Misalnya seseorang mendaftar untuk ikut suatu diklat, ternyata formulir pendaftaran belum siap dan oleh petugas diminta untuk menunggu.
- 4) *Unusual Complaint* (Keluhan yang aneh) adalah keluhan pelanggan yang bagi petugas merupakan keanehan (tidak wajar/tidak umum). Pelanggan yang mengeluh seperti ini sebenarnya secara psikologis adalah orang-orang yang hidupnya tidak bahagia atau kesepian. Dengan adanya keluhan yang telah ada maka suatu perusahaan di tuntut untuk dapat mengatasinya dan bagaimana cara yang telah ditetapkan tiap-tiap perusahaan. Sebagaimana seperti cara tersebut:
 - 1) Pelanggan biasanya marah pada saat menyampaikan keluhan. Oleh karena itu, petugas pelayanan tidak boleh terpancing untuk ikut marah.

¹⁶ Daryanto dan Ismanto, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hal. 130.

- 2) Petugas pelayanan tidak boleh memberikan janji-janji yang sebenarnya sulit dipenuhi serta tidak menjanjikan sesuatu yang berada di luar wewenang.
- 3) Jika permasalahan tidak dapat diselesaikan sedangkan petugas sudah berbuat maksimal, petugas harus berani menyatakan menyerah dengan jujur.
- 4) Ada pelanggan yang selalu mengeluh. Untuk menghadapi pelanggan seperti itu, petugas harus sabar dan melakukan pendekatan secara khusus.

B. Metode Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian yang diajukan yaitu “Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Di PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour dan Travel Lampung)”. Maka pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan penelitian lapangan dalam kategori penelitian kualitatif dengan menyertakan alasan-alasan singkat mengapa pendekatan ini digunakan. Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif jika ditinjau dari eksplansinya. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan fakta dan menguraikan secara menyeluruh dan teliti sesuai dengan persoalan yang akan dipecahkan. Berdasarkan pernyataan diatas maka bisa disimpulkan bahwa penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini membahas tentang objek penelitian dan lokasi penelitian. Penelitian ini membahas masalah yang berkaitan dengan “Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Di PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour dan Travel Lampung)”. lokasi yang dijadikan objek atau sasaran dalam penelitian ini adalah Jl. Ryacudu No 24 D Waydadi Sukarame, Waydadi, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131. Data ialah suatu keterangan atau bahan nyata yang dijadikan untuk menyusun hipotesa.¹⁷

¹⁷ Tim Pusaka Agung Harapan. *Kamus Ilmiah Populer*. (Surabaya: CV. Pustaka Agung Harapan). hal. 87.

Jenis data dalam penelitian ini ialah data kualitatif, karena hasil datanya berbentuk deskriptif dan datanya dapat diperoleh dari dokumen pribadi, catatan lapangan, ucapan, tindakan responden, dokumen dan lain-lain. Adapun menurut derajatnya, jenis data dapat dibedakan menjadi dua yakni, data primer dan data sekunder.¹⁸ Data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara atau informasi dari informan, yaitu orang yang berpengaruh dalam proses perolehan data atau bisa disebut key member yang memegang kunci utama sumber data penelitian ini, karena informan merupakan seseorang yang benar-benar tahu. Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Analisis data telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Analisis data disini menjadi pegangan bagi penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses dilapangan bersamaan dengan pengumpulan data. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Teknik-teknik analisis datanya adalah sebagai berikut:

Data Reduction adalah merangkum dari data-data yang didapatkan dalam penelitian. Langkah-langkah yang harus dilakukan yakni memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan mencari tema. Dalam hal ini, peneliti harus segera melakukan analisa data melalui reduksi data, ketika peneliti memperoleh data dari lapangan dengan jumlah yang cukup banyak. Adapun hasil dari mereduksi data, peneliti telah memfokuskan pada Yakni yang berkaitan dengan “Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Di PT Daanish Mikha Salsa (DMS Tour dan Travel Lampung)”. Langkah berikutnya adalah peneliti mendisplaykan data-data yang diperoleh dari lapangan. Data display yakni mengorganisir data, menyusun data dalam suatu pola hubungan sehingga semakin mudah

¹⁸ Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta. 1996). hal. 144.

dipahami. Dalam hal ini peneliti memfokuskan pada yang berkaitan “Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Di PT. Nur Dhuha Wisata (Penyelenggara Tour dan Trevel Umroh dan Haji Mabror Mandiri Surabaya)”. Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Dalam hal ini peneliti menyimpulkan hasil penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan. “Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Di PT Daanish Mikha Salsa (DMS Tour dan Travel Lampung)”

C. Hasil Penelitian

PT Daanish Mika Salsa adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penyelenggaraan umroh dan haji. PT Daanish Mika Salsa mengawali programnya pada tahun 2014 didirikan oleh Drs. H. Agustam Syah, M.I.P yang beralamat Jl Ryacudu (Jalur 2 Korpri) No. 24D Way Dadi Sukarame Bandar Lampung. Merangkak dari kecil namun pasti, PT DMS berkembang pesat yang mengawali programnya dengan pelayanan Haji Khusus dan Umrah Plus¹⁹ Sebagai komitmen legalitas perusahaan dalam melayani pelanggan dan jamaah secara aman dan profesional, saat ini perusahaan telah memiliki izin resmi dari pemerintah melalui kementerian pariwisata, izin haji khusus dan umrah dari kementerian agama. Berbekal pengalaman mengelola perjalanan Umrah dan Haji serta kualitas para pembimbing dan karyawan, Alhamdulillah dari tahun ke tahun semakin banyak jamaah yang ikut bergabung dalam program Haji dan Umrah Plus Tours dan Travel PT Daanish Mika Salsa.

Visi Tours dan Travel PT Daanish Mika Salsa Kecamatan Sukarame Bandar Lampung adalah menjadi penyedia penyelenggara layanan biro wisata Haji dan Umroh yang profesional, handal dan

¹⁹ [www. Tours dan Travel PT Daanish Mika Salsa.co.id/SejarahPT DMS](http://www.Tours dan Travel PT Daanish Mika Salsa.co.id/SejarahPT DMS) (diakses pada tanggal 5 Desember 2021).

terpercaya. Misi Tours dan Travel PT Daanish Mika Salsa Kecamatan Sukarame Bandar Lampung.

1. Menyelenggarakan perjalanan wisata Haji dan Umroh dengan kualitas layanan terbaik, bersahabat menuju kemakbruran.
2. Mengembangkan wisata haji dan umroh sebagai alternative perjalanan yang memiliki nilai manfaat ibadah dan mendekatkan diri kepada Allah.
3. Menjadi biro perjalanan yang berkelanjutan dan menjadi salah satu perusahaan jasa yang bermanfaat dan memiliki nilai kualitas yang tinggi.
4. Mengembangkan layanan penjualan tiket guna mendukung bisnis utama Perusahaan.

Ketentuan Umum Fatwa DSN MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016, Ketentuan Umum dalam fatwa ini yang dimaksud dengan :

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisata Syariah adalah wisata yang sesuai dengan prinsip syariah²⁰
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha pemerintah dan pemerintah daerah.
4. Pariwisata Syariah adalah pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah.
5. Destinasi Wisata Syariah adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas ibadah dan umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang sesuai dengan prinsip syariah.
6. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.

²⁰ Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016, *Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah*, h. 4

7. Biro Perjalanan Wisata Syariah (BPWS) adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, dan menyediakan pelayanan dengan tujuan utama berwisata yang sesuai dengan prinsip syariah.
8. Pemandu Wisata adalah orang yang memandu dalam pariwisata syariah.²¹
9. Pengusaha Pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
10. Usaha Hotel Syariah adalah penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan yang dijalankan sesuai prinsip syariah.
11. Kriteria Usaha Hotel Syariah adalah rumusan kualifikasi dan/atau klasifikasi yang mencakup aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan.
12. Terapis adalah pihak yang melakukan spa, sauna, dan/atau massage.
13. Akad ijarah adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu dengan pembayaran atau upah.
14. Akad wakallah bil ujah adalah akad pemberian kuasa yang disertai dengan ujah dari hotel syariah kepada BPWS untuk melakukan pemasaran.
15. Akad ju'alah adalah janji atau komitmen (iltizam) perusahaan untuk memberikan imbalan (reward/' iwadh/ ju/l) tertentu kepada pekerja ('amil) atas pencapaian hasil (prestasi/natijah) yang ditentukan dari suatu pekerjaan (objek akad ju'alah).

Pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan. Sedangkan definisi lain pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen

²¹ Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X2016, *Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah*, h. 5

dan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Secara sederhana kualitas pelayanan diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan dan persepsi yang terhadap layanan.

Penulis mendapati suatu data bahwa sebagian besar pelayanan pariwisata di tours dan travel PT Daanish Mika Salsa telah dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang telah mengarah pada kepada Islami. Secara konsep pelayanan, tours dan travel PT Daanish Mika Salsa telah membuat aturan baku setiap pelayanan dalam bentuk *Standar Operasional Prosedur* (SOP). Dalam SOP ini ditetapkan bahwa nilai-nilai dan amalan agama menjadi satu kesatuan dengan pelayanan. Hal ini terwujud pada dimasukkannya kata mengucapkan salam kepada pelanggan yang datang dan mengakhirinya dengan salam juga kepada pelanggan yang keluar.²² Beberapa pertanyaan yang ditanyakan, mewakili penilaian terhadap pelayanan yang diberikan PT Daanish Miksa Salsa. Diantaranya pertanyaan-pertanyaan yang mewakili pelayanann karyawan adalah: sikap karyawan saat menjelaskan program dan paket yang ditawarkan PT Daanish Mika Salsa, mengecek kelengkapan pegisian formulir dan syarat berkas, menjelaskan sistem dan teknis pembayaran tentang DP, pelunasan, pembayaran cash atau via transfer, menjelaskan fasilitas pelayanan yang di dapatkan, melaksanakan tugas dengan baik, ramah, bermuka manis, salam dan tegur sapa, bertutur kata santun, tidak bersuara keras, sabar dan tidak mudah marah, cermat dan teliti, tidak sombong, taat dan patuh, disiplin dan berdedikasi tigggi, tidak berlebih-lebihan, dan tidak mengambil hak orang lain. Dimana aspek perilaku melayani karyawan PT

²² Wawancara dengan Ibu Hana selaku Karyawan di PT Daanish Mika Salsa, Pada Tanggal 1 Desember 2021 di Tours dan Travel PT Daanish Mika Salsa Lampung

Daanish Mika Salsa telah menunjukkan pada keadaan yang sesuai dengan model pelayanan yang diinginkan pelanggan yaitu pelanggan merasa puas dan mengarah pada puas sekali. Semua komitmen pelayanan yang dimiliki oleh PT Daanish Mika Salsa akan terapkan pada setiap pelayanan jasa yang meliputi perencanaan dan kebijakan yang telah ditetapkan sejak pendaftaran pembiayaan, penyiapan akomodasi, baik pemondokan atau penginapan, catering, penyiapan transportasi, pelunasan biaya, pengelompokan, pelaksanaan bimbingan, penyelesaian dokumen dan paspor, pemvisaan, serta penyiapan sumber daya pendukung dan pelaksana operasional.

1. Administrasi

Proses paling utama menetapkan dan memenuhi persyaratan pelanggan dalam proses administrasi adalah dengan mengisi formulir secara lengkap dan rapih dan akan di teliti oleh staf perusahaan. Selanjutnya melakukan pembayaran di tempat yang sudah ditentukan sebagai tanda jadi (DP) atau bisa juga dilakukan dengan via transfer. Ketika proses administrasi berlangsung pelanggan sudah menentukan jadwal keberangkatan, harus melakukan booking seat sesuai dengan jadwal dan paket yang dipilih pelanggan. Pelanggan harus melengkapi dokumen yang diperlukan yaitu:

1. Paspor masih berlaku minimal 7 bulan.
2. Kartu kuning suntik meningitis yang masih berlaku.
3. Foto copy KTP 3 lembar.
4. Foto copy Kartu Keluarga.
5. Foto copy surat nikah.
6. Foto copy Akta Lahir.
7. Pas Photo 3x4 : 5 lembar, 4x 6 : 5 lembar, latar putih dan wajah 80%
8. Nama di paspor terdiri dari minimal 3 suku kata.

Catatan:

- a. Bagi suami-istri usia di bawah 45 tahun, buku nikah asli.

b. Bagi wanita yang sendiri usia di bawah 45 tahun, akte lahir asli.

c. Bagi anak-anak usia di bawah 17 tahun, akte lahir asli.

program pelayanan PT Daanish Mika Salsa memusatkan perhatian pada kebutuhan pelanggan sesuai dengan komitmen pelayanan yang ada, dengan memadukan semua kegiatan yang akan mempengaruhi pelanggan melalui kegiatan pelayanan fokus terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik juga harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan. Sarana dan prasarana harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini. Pada akhirnya, sarana dan prasarana yang dimiliki juga harus dioperasikan oleh manusia berkualitas pula. Jadi dapat dikatakan kedua faktor tersebut saling menunjang satu sama lain.

Dalam melaksanakan kegiatannya Tours dan Travel PT Daanish Mika Salsa mempunyai produk-produk perjalanan yang ditawarkan. Dalam setiap paket dibedakan atas waktu pemberangkatan dan harga, harga sewaktu-waktu dapat berubah sesuai dengan kebijakan pemerintah. Cara pembayaran yang dianggap sah apabila:

1. Pembayaran dilakukan langsung di kantor Tours dan Travel PT Daanish Mika Salsa, yang beralamat Jl. Ryacudu (Jalur 2 Korpri) N0. 24D Way Dadi Sukarame Bandar Lampung, Telp: 0721 5613649, HP: 0812 7257 2221 – 0813 6965 0175.

2. Pembayaran melalui transfer ke Rekening Bank yang ditunjuk: Bank Mandiri: No. Rekening 114.00.0971585.8. Bukti setoran atau transfer, mohon dikirim email ke dmstours68@gmail.com atau diserahkan langsung ke kantor PT Daanish Mika Salsa.

D. Pembahasan

Penelusuran dan Pengetahuan, Peneliti mendapatkan beberapa penelitian terdahulu serta kajian yang telah dilakukan terkait dengan Pelayanan Prima (*Service Excellence*), di antaranya:

Pertama, Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ruth Retno Dewi dengan judul “Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Ekuitas Pelanggan Melalui Loyalitas Pelanggan”. Penelitian tersebut membahas tentang Pelayanan Prima terhadap meningkatnya pelanggan dan loyalitas pelanggan yang berada di Klinik Kecantikan London Beauty Centre Surabaya.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya Lefi Yandie dengan judul Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima Customer Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. Penelitian tersebut membahas tentang Etika dan Pelayanan Prima untuk memberikan suatu tingkat kepuasan kepada Customer yang berada di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Palembang.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Aulia Jadydatul Adawiyah dengan judul Implementasi *Service Excellence* Oleh Customer Service Pada BMT Bismillah Sukorejo. Penelitian tersebut membahas tentang *Service Excellence* untuk memberikan pelayanan prima agar dapat memberikan cara penentuan dalam *Service Excellence*.

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, peneliti ini menekankan pada Strategi Penetapan Harga Produk dan Pelayanan Prima (*Service Excellence*). Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui cara PT. Daanish Mikha Salsa dalam pelayanan prima. Dengan adanya strategi tersebut, PT. Daanish Mikha Salsa dapat menerapkan cara bagaimana pelayanan prima yang sesuai dengan standar SOP.

E. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan dan hasil penelitian tersebut di Atas, penyusun dapat memberikan kesimpulan sekaligus sebagai jawaban dari rumusan masalah sebagai berikut: Konsep Pelayanan Prima (*Service Excellence*) di PT. Daanish Mikha Salsa (Dms Tour Dan Travel Lampung) adalah adanya pelayanan prima pada saat jamaah datang disambut dengan mengucapkan salam, memberikan keramahan dalam melayani, dan murah

senyum. Pelayanan prima dalam pendaftaran dapat mendaftar di kantor, lewat online atau di rumah jamaah. Pelayanan prima dalam manasik umroh memberikan pembekalan yang cukup dengan tour leadernya langsung dari salah satu tokoh masyarakat. Sebagaimana konsep Pelayanan Prima yang mendukung dalam pelayanan keseluruhan mulai dari awal pendaftaran administrasi, manasik, hingga keberangkatan dan kepulangan jamaah. Faktor-faktor yang menjadi hambatan dalam penerapan atau implementasi pelayanan prima (*Service Excellence*) di PT. Daanish Mikha Salsa (Dms Tour Dan Travel Lampung) yaitu Petugas SDM pada saat handling sangat terbatas, Dokumentasi kurang memadai dan maksimal dan Minimnya alat APS (audio saat Thawaf dan Sa“i)

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, Indra Suhaji. 2012. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Ud Pandan Wangi Semarang*, (Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala)Andriana, Atik. 2010. *Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Cv. Mufidah)*.
- A.A. Barata. 2006. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo).
- Arief, 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, (Malang: Banyumedia Publishing).
- Aulia, 2015. *Implementasi Service Excellence Oleh Custuomer Service Pada BMTBismillah Sukorejo*. (Semarang : Skripsi).
- Bogdan dan Taylor dalam Lexy J. Moleong. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya)
- Bunga Caecaria Dwihapsari, 2012, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pada Oryza Tour*, Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

- Faisal, Sanafiah. dalam Sugiono. 2010. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta).
- J. Moleong, Lexy. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya).
- Kotler, P. 2001, *Marketing Management* (Millenium Edition ed.). (New Jersey : Prentice Hall).
- Koentjoroningrat, 1994, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama).
- Kasmir, 2011. *Etika Customer Service* (Jakarta: Raja Wali Pers).
- Mulyo, Ukudi. 2007, *Jurnal Bisnis dan ekonomi*. (Kendal : Jurnal Vol. 14 No.02.).
- Maulan, Rikza, 2018. “Berbuat Ihsan dalam Segala Hal”, dalam <http://rikzamaulan.blogspot.com/2013/01/berbuat-ihsan-dalam-segalahal.html>, Riwayat Imam Muslim dari Abi Ya’la.
- Nur Rianto, Muhammad Al Arif, 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta).
- Najamuddin Muhammad, 2012. *Cara Dagang ala Rasulullah untuk Para Entrepreneur* (Jogjakarta : DIVA Press).
- Yuswianto. 2002. *Metodologi Penelitian*, (Fakultas Tarbiyah UIN Malang).
- Wijayanti, Ari. 2008, *Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Produk Kartu Seluler Prabayar Mentari Indosat Wilayah Semarang)*, Tesis Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.