

**STRATEGI PELAYANAN PRIMA
PADA PERCETAKAN IZBICK DESA BAJING KULON
KECAMATAN KROYA DALAM PERSPEKTIF ISLAM**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.)

IAIN PURWOKERTO

Oleh:

**NURHIDAYAH SULAIMAN
NIM. 1123205017**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2017**

**STRATEGI PELAYANAN PRIMA PADA PERCETAKAN IZBICK
DESA BAJING KULON KECAMATAN KROYA
DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

Nurhidayah Sulaiman

NIM: 11123205017

E-Mail : sulaiman_nurhidayah@yahoo.com

Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Kebutuhan masyarakat di era modern ini semakin banyak dan bermacam-macam, dan konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi sangat memperhatikan kualitas barang atau jasa, sehingga membuat perusahaan terus membuat strategi atau program untuk menjadikan perusahaannya terus berkembang dan tidak mudah tersaingi. Untuk itu perusahaan jasa seperti percetakan IZBICK yang bergerak dibidang jasa percetakan yang selalu mengupayakan kepuasan pelanggan dalam menerima pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan.

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik dalam kebaikan yang bermanfaat, selalu mengedepankan kepentingan pelanggan dan saling menghasilkan satu sama lain yang bersifat menyeluruh berisikan sasaran dan program jangka panjang agar dapat terus menerus dapat dipercaya oleh mereka dengan mutu pelayanan yang baik.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian lapangan (field research) dan menggunakan teknik analisis data model Miles and Huberman. Sedangkan dalam pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian yang dilakukan penulis dapat disampaikan bahwa strategi pelayanan prima yang dilakukan oleh Percetakan IZBICK dilakukan dengan baik yaitu dengan melayani pelanggan dengan ramah dan sopan, dan hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan kinerja karyawan. Pelayanan yang dilakukan sesuai dengan ajaran agama islam yang memuat nilai-nilai kebaikan. Hal tersebut termuat di dalam ayat Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 86 dan Al-Imran ayat 159, yaitu tentang perintah untuk memberikan penghormatan yang terbaik dan berlaku lemah lembut kepada orang lain, dalam hal ini perusahaan harus mengutamakan kenyamanan kepada konsumen. Dan tertera di dalam QS. Al-Baqarah ayat 267 yang menjelaskan tentang perusahaan apabila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun jasa/pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas.

Kata kunci: Strategi pelayanan Prima, Percetakan IZBICK

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	9
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
E. Kajian Pustaka	11
F. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Strategi.....	16
B. Definisi Pelayanan Prima	17
1. Pengertian Pelayanan Prima	17

2. Kualitas Pelayanan	18
3. Konsep Pelayanan Prima	19
4. Tujuan Pelayanan Prima	26
C. Pelayanan Prima dalam Perspektif Islam	27
D. Kepuasan pelanggan dalam Perspektif Islam	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	36
B. Lokasi dan waktu penelitian	37
C. Sumber dan Obyek Penelitian	37
D. Sumber Data	37
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Metode Analisis Data	40

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data	42
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	42
a. Data Perusahaan	42
b. Data pemilik	42
c. Letak Geografis	43
d. Sejarah singkat Percetakan IZBICK Desa Bajung Kulon Kecamatan Kroya	43
e. Visi dan Misi	44
f. Struktur Organisasi Percetakan IZBICK	45
g. Tata Tertib Percetakan IZBICK	50
h. Produk-produk yang dihasilkan	52

i. Keunggulan produk-produk yang dihasilkan di percetakan IZBICK.....	54
2. Strategi pelayanan prima yang dilakukan oleh percetakan IZBICK dalam melayani konsumen	55
B. Analisis Strategi Pelayanan Prima Pada Percetakan IZBICK Desa Bajing Kulon Kecamatan Kroya Dalam Perspektif Islam	62
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ilmu ekonomi adalah ilmu yang membahas kemakmuran masyarakat, salah satu cara untuk mencapai kemakmuran adalah melalui bisnis. Karena bisnis merupakan bagian dari ekonomi yang dapat mencapai kebutuhan dengan memperhatikan kepuasan dari pemakainya. Dapat dikatakan, bisnis merupakan unit ekonomi atau kesatuan organisasi ekonomi.¹

Kegiatan Ekonomi meliputi kegiatan produksi, konsumsi, dan distribusi. Pada kegiatan produksi produk yang dibuat adalah berupa barang dan jasa. Pada produk jasa berbeda dengan produk barang, karena produk jasa tidak berbentuk fisik, dan tidak tahan lama. Untuk itu penjual dituntut untuk mencari cara atau strategi untuk membuat hasil produksinya dapat dikenal dan terus digunakan oleh konsumen.

Pada saat ini jenis usaha bisnis semakin berkembang dan beranekaragam. Hal tersebut dikarenakan kebutuhan masyarakat yang semakin banyak. Misalnya dalam bidang teknologi. Pada era globalisasi seperti ini masyarakat dituntut untuk dapat menguasai teknologi. Hal tersebut dapat dilihat dari produk – produk teknologi yang banyak menguasai pasar di Indonesia.

Jasa yang menggunakan teknologi salah satunya adalah usaha percetakan. Percetakan adalah sebuah proses industri baik dilakukan oleh industri

¹ Sukmadi, *Pengantar Ekonomi Bisnis*, (Bandung: Humaiora,2010), Hlm. 3

berskala kecil maupun besar untuk memproduksi secara massal tulisan dan gambar, terutama dengan tinta diatas kertas menggunakan sebuah mesin cetak.²

Percetakan (*printing*) merupakan teknologi atau seni yang memproduksi salinan dari sebuah gambar (*image*) dengan sangat cepat, seperti kata-kata atau gambar-gambar diatas kertas, kain dan permukaan – permukaan lainnya. Setiap harinya, milyaran bahan cetak diproduksi, termasuk buku, kalender, buletin, majalah, surat kabar , poster, undangan pernikahan, dan bahan kain. Ini karena hasil percetakan dapat dengan cepat mengomunikasikan pemikiran dan informasi kejutaan orang . percetakan dianggap sebagai salah satu penemuan yang paling penting dan berpengaruh di dalam sejarah peradaban manusia.

Sejak pertengahan 1400-an hingga awal 1900-an, percetakan merupakan satu-satunya bentuk komunikasi massa. Pendidikan bergantung pada ketersediaan bahan bacaan, bahkan setelah penemuan-penemuan seperti radio, televisi dan gambar bergerak, hasil percetakan tetap menjadi sumber informasi utama bagi dunia. Pada masa sekarang ini, percetakan merupakan industri penting di setiap negara maju di dunia.³

Dalam dunia percetakan banyak banner, kartu undangan, kartu nama, buku, kalender, brosur dll sekarang ini biasanya dicetak menggunakan tehnik percetakan offset. Gambar yang akan dicetak di print diatas film lalu ditransfer ke plat cetak. Warna-warna bisa didapatkan dengan menimpakan beberapa pola warna dari setiap pelat offset sekaligus. Kejadian dalam menentukan warna dan

² <http://id.m.wikipedia.org/wiki/perceratakan>.

³ www.wikipedia.co.id

jenis kertas yang digunakan disetiap cetak yang diinginkan, membuat hasil cetakan akan lebih bagus dan maksimal serta profesional.

Perkembangan ilmu dan teknologi semakin cepat kemajuannya, sehingga pada saat ini industri percetakan sudah semakin komplit dan modern. Perusahaan percetakan di Indonesia berkembang dengan pesat, baik dalam skala besar, menengah, maupun dalam skala kecil. Perkembangan ini juga terjadi di kecamatan kroya, dimana terdapat berbagai perusahaan percetakan dalam jumlah yang cukup banyak. Perkembangan jumlah perusahaan percetakan tersebut mengakibatkan semakin tingginya persaingan usaha dibidang tersebut.

Percetakan Izbick merupakan salah satu perusahaan percetakan yang telah beroperasi sejak tahun 2004. Percetakan Izbick pada awalnya hanya mempunyai satu unit computer dan satu unit printer dan belum mempunyai kios. Dan tidak memiliki karyawan. Akan tetapi pada saat ini percetakan tersebut sudah memiliki 5 unit komputer, memiliki mesin banner, mesin laser, mesin mug, mesin *offset*, printer dll. Perusahaan ini terletak di jalan merak desa bajing kulon kecamatan kroya. Banyak perusahaan lain yang juga beroperasi di sekitar perusahaan ini, yaitu beberapa percetakan yang sejenis, rental internet, toserba, pasar, selain itu perusahaan ini juga dekat dengan pos kepolisian.

Penyedia jasa percetakan tidak pernah lepas dari permasalahan, salah satunya adalah persaingan yang tinggi, perusahaan dihadapkan beberapa sejumlah tantangan, jika tantangan tersebut dihadapi dengan baik maka perusahaan akan terus bertumbuh dan berkembang dalam keunggulan dan pada akhirnya akan memenangkan persaingan. Mengingat banyak usaha yang sejenis

yang ada pada saat ini, untuk menghadapi persaingan ini perusahaan harus mempunyai manajemen yang baik agar memiliki pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain, hal tersebut dilakukan agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, dan harapannya konsumen akan menggunakan kembali jasa yang kita sediakan kemudian hari.

Adapun kendala yang dihadapi oleh percetakan izbick adalah sulitnya perusahaan untuk melakukan inovasi dan pengembangan produk teknologi yang sangat cepat berkembang mengakibatkan perusahaan sangat sulit mengikuti tren terbaru dalam percetakan untuk pembaharuan mesin-mesin yang dapat menghasilkan produk-produk yang inovatif. Kendala ini disebabkan karena sangat tingginya harga mesin-mesin modern untuk kelengkapan percetakan serta sulitnya menemukan operator handal yang mempunyai komitmen untuk menjalankan mesin modern tersebut.

Salah satu cara untuk menempatkan perusahaan jasa lebih unggul dari pesaingnya. Kuncinya adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Seiring dengan semakin ketatnya persaingan bisnis percetakan, pelayanan pada pelanggan sangat penting diperhatikan dalam meningkatkan daya saing perusahaan jasa.

Definisi pelayanan menurut Gronroos adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen / pelanggan.⁴

⁴ Ratminto dan Atik Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hlm. 2.

Pelayanan merupakan bagian dari suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.⁵ Pelayanan pada perusahaan adalah berbagai kemudahan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya, baik dalam bentuk fisik maupun non fisik. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi pengharapan konsumen mengenai kualitas jasa/barang pesanan.

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.⁶ Konsumen memilih pemberi jasa berdasarkan pengalaman mereka, teman kerja, dan iklan yang disampaikan perusahaan. Konsumen memilih pemberi jasa berdasarkan pengharapan ini, dan setelah menikmati jasa tadi, mereka akan membandingkannya dengan apa yang mereka harapkan, bila jasa yang mereka nikmati ternyata berbeda jauh dibawah jasa yang mereka harapkan, maka konsumen akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut, sebaliknya apabila jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melibihhi harapannya, mereka akan cenderung menggunakan lagi pemberi jasa itu.⁷

Melihat begitu pentingnya kualitas pelayanan, maka penyusun ingin melakukan penelitian pada sebuah perusahaan yang bergerak dibidang percetakan, yaitu meneliti tentang bagaimana strategi pelayanan prima yang dilakukan oleh percetakan IZBICK tersebut. Untuk itu peneliti melakukan penelitian pada salah satu perusahaan percetakan di daerah kecamatan kroya kabupaten cilacap yaitu percetakan IZBICK , yang terletak di desa bajing kulon,

⁵ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), Hlm 15.

⁶ Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi Ooffset,2005), Hlm.27

⁷ Philip Kotler, *Marketing Manajement Sixth Edition*, (Jakarta: Erlangga,1996), Hlm. 105

kecamatan kroya. percetakan Izbick yang didirikan oleh Bapak Farih Muhammad yang beralamat di Desa Bajing Kulon Kecamatan Kroya. Usaha tersebut didirikan pada tahun 2004 dan memiliki pendapatan sekitar Rp. 10.000.000 perbulan.⁸

Percetakan Izbick mempunyai strategi pelayanan prima dalam menarik konsumen agar tetap menggunakan jasa yang dimiliki. Salah satunya adalah ramah dalam melayani konsumen, tepat waktu dalam menyelesaikan pesanan, mempunyai tempat usaha yang strategis yaitu berada di dekat pasar sehingga dapat dengan mudah mencari konsumen, dan mempunyai karyawan yang menguasai bidang IT.

Hal yang menarik untuk melakukan penelitian di Percetakan IZBICK tersebut adalah karena dari sekian banyak percetakan di daerah kecamatan kroya ,percetakan IZBICK yang selain merupakan percetakan baru yang berdiri dari tahun 2004, akan tetapi mampu bersaing dengan perusahaan lain yang berdiri lebih lama. Hal tersebut dapat dilihat dari pendapatan setiap bulannya yang semakin bertambah dan pelanggan yang tetap menjadi pelanggan setia bahkan kebanyakan dari pelanggan percetakan IZBICK adalah sebuah instansi pemerintah yaitu kecamatan, Puskesmas, Klinik, Sekolah, Konveksi dan yang lainnya, dan tentu pemesannya tidaklah sedikit dan menambah penghasilannya setiap bulan.

⁸ Wawancara dengan bapak Farih Muhammad sebagai pemilik percetakan

Sebagai usaha yang dimiliki oleh orang muslim sebaiknya memperhatikan etika dalam berbisnis seperti yang tertera pada qur'an pada surat Al jumuah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

Dalam Islam dijelaskan kegiatan bisnis tidak hanya berfokus pada usaha pemenuhan kepuasan saja, tetapi hendaknya suatu kegiatan bisnis harus memperhatikan baik atau buruk, benar atau salah tentang bagaimana cara memperoleh keuntungan yang didapat dari konsumennya, selain itu sebagai konsumen juga sebaiknya harus cerdas, selektif, dan tidak hanya menuruti keinginannya saja, dalam syariat islam telah dijelaskan bahwa suatu kegiatan konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan, peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan car pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadin manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya dan teknologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.⁹

Dasar hukum pelayanan prima yang lain juga dijelaskan dalam QS. Ali-Imran ayat 159, dibawah ini:

⁹ Alimin dan Muhammad, *Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta), Hlm. 7

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ
اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Dalam hubungannya dengan pelayanan prima bahwa setiap manusia seharusnya mempunyai sikap lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Terlebih lagi dalam perusahaan yang harus memberikan pelayanan prima terhadap konsumen agar konsumen merasa nyaman dan tidak beralih kepada perusahaan lainnya.

Perusahaan dikatakan maju dan berkembang tidak hanya dilihat dari beberapa banyak asset, dan karyawan. Tetapi bagaimana perusahaan tersebut menjalankan aktivitas dan memperhatikan unsur-unsur kebaikan. Dan jika pengusaha tersebut seorang muslim, hendaknya selalu berpedoman pada Al-Qur'an dan Al-Hadits. Untuk itu peneliti juga ingin mengetahui bagaimana pelayanan Prima Percetaan IZBICK dalam Perspektif Islam, apakah sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Al-Hadits atau tidak.

Berdasarkan hal tersebut diatas, peneliti ingin mengetahui bagaimana aplikasi atau pelaksanaan pelayanan prima yang diberikan oleh percetakan IZBIK

kepada konsumennya. Untuk itu peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul “ **Strategi Pelayanan Prima Pada Percetakan IZBICK Desa Bajing Kulon Kecamatan Kroya dalam perspektif Islam**”.

B. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap pemahaman judul diatas dan agar dapat menjadi gambaran yang jelas maka penulis perlu menjelaskan istilah sebagai berikut:

1. Strategi

Pada awalnya konsep strategi (*strategy*) didefinisikan sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan (*ways to achive ends*). Konsep generik ini terutama sesuai dengan perkembangan awal penggunaan konsep strategi yang digunakan di dalam dunia militer.¹⁰

2. Pelayanan Prima

Pelayan prima bukanlah istilah baru dalam dunia kerja, baik yang bersifat profit maupun non profit. Bentuk pelayanan prima diantaranya, ramah, senyum, sopan, cepat, tepat, terbuka dan tanggung jawab.

Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah “*excellent service*” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan. Hakekat pelayanan publik adalah

¹⁰ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Bandung:Penerbit Erlangga, 2012), Hlm. 24

pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparat pemerintah sebagai abdi masyarakat.¹¹

3. Percetakan izbick

Percetakan izbick adalah perusahaan perorangan yang didirikan oleh bapak farih muhamad dari tahun 2004 yang sudah mempunyai kios sendiri yang bertempat di desa bajing kulon kecamatan kroya dan yang melayani berbagai macam pesanan baik berupa file maupun cetak.

C. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi pelayanan prima percetakan Izbick yang dilakukan dalam melayani konsumen?
2. Bagaimana pelayanan prima percetakan Izbick dalam perspektif Islam?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan prima yang dilakukan percetakan Izbick dalam melayani konsumen.
- b. Untuk mengetahui pelayan prima percetakan Izbick dalam perspektif Islam.

¹¹ Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Jakarta: Penerbit Gava Medika, 2014), hlm.107

2. Manfaat Penelitian.

a. Manfaat Praktis.

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi Percetakan Izbick dalam upaya meningkatkan pelayanan terhadap konsumen.

b. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat mengembangkan kajian tentang Strategi Pelayanan Prima pada Percetakan Izbick Dalam perspektif Islam.

E. Kajian Pustaka

Telaah pustaka merupakan kajian teori-teori yang diperoleh dari pustaka-pustaka yang berkaitan dan mendukung penelitian yang akan dilakukan, oleh karena itu akan penyusun kemukakan beberapa teori dan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini.

Philip Kotler dalam bukunya “Manajemen Pemasaran” memaparkan jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.¹²

Buku Daryanto dan Ismanto Setyabudi, yang berjudul *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Buku ini membahas tentang kepuasan dan pelayanan prima, sehingga buku ini sangat membantu penulis dalam melakukan penelitian. Dalam buku ini menjelaskan bahwa pelayanan prima dalam suatu organisasi sudah

¹² Philip Kotler, *Marketing Manajemen Sixth Edition*,(Jakarta: Erlangga,1996), hlm.96

menjadi kewajiban. Salah satu unsur pelayanan prima yaitu dapat memuaskan pelanggan dengan kualitas kompetisi layanan yang profesional dengan karakteristik transparansi, akuntabel dan kondisional.¹³

Buku Etta Mamang S. Dan Sopiah, yang berjudul *Perilaku Konsumen*. Dalam buku ini terdapat penjelasan tentang kepuasan konsumen dimana sangat mendukung penulis dalam melakukan penelitian tentang pelayanan prima yang bertujuan untuk membuat konsumen puas. Buku ini menjelaskan bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesanya terhadap kinerja produk yang riil dengan kinerja produk yang diharapkan.¹⁴

Buku Atep Adya Barata, yang berjudul *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Dalam buku ini terdapat penjelasan tentang pelayanan prima, proses layanan dimana sangat mendukung bagi penulis untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan strategi pelayanan prima.

Philip kotler dalam bukunya “Manajemen Pemasaran” memaparkan jasa adalah setiap kegiatan manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak erwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisi maupun tidak.¹⁵

Kemudian selain mengambil dari buku-bukureferensi diatas, penyusun juga melakukan penelaahan terhadap penelitian-penelitian yang sudah ada. Sebenarnya dalam penelitian ini bukanlah yang utama, penyusun menemukan

¹³ Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Jakarta: Penerbit Gava Medika, 2014), hlm.5

¹⁴ Etta Mamang S. dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), hlm. 180

¹⁵ Philip Kotler, *Marketing Manajement Sixth Edition*, (Jakarta:Erlangga,1996), Hlm. 105

beberapa penelitian yang sudah ada yang mempunyai kemiripan dengan judul yang disusun angkat.

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan acuan dan masukan dalam penelitian ini yaitu:



No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Alfiana Khamdiyah	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Efektifitas pengelolaan zakat produktifitas terhadap motivasi kerja mustahik (studi kasus pada lembaga amil zakat cilacap)</i>	Pembahasannya sama-sama membahas mengenai kualitas pelayanan.	Perbedaanya dalam penelitian ini membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap efektifitas pengelolaan zakat produktif.	Penelitian ini membahas bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap motivaasi kerja mustahik.
2.	Chairul Umah	<i>analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah Financing (studi kasus di PT. BPRS Madinah Lamongan Jawa Timur</i>	Cukup memberikan gambaran tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan.	Berbeda pada objek penelitiannya.	variabel <i>reliability</i> dan <i>assurance</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah <i>financing</i> di BPRS Madinah
3.	Nur Siti Aliyah	Strategi Pelayanan Prima Kantor Departemen Agama Jakarta Barat Terhadap Calon Jamaah Haji	Penelitiannya ini juga mengacu kepada pelayanan Prima yang dilakukan Oleh Perusahaan dan Karyawan kepada konsumen	Perbedaan pada tempat penelitian adalah Kantor Departemen Agama	hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dalam hal ini harus mengutamakan konsumen yaitu dengan melayani konsemen dengan sebik-baiknya

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan. Berisi tentang latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, serta sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori. Berisi tentang landasan teori dan kerangka berfikir.

BAB III metodologi penelitian. Berisi tentang jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV Pembahasan Hasil Penelitian. Berisi tentang penjelasan dari isi pembahasan dalam penelitian dari bab pertama sampai bab terakhir.

BAB V Penutup. Terdiri dari kesimpulan dan saran serta lampiran-lampiran yang diperlukan dalam penelitian.

Pada bagian terakhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan pada bab pembahasan, maka penulis memberikan kesimpulan:

1. Adapun cara atau strategi yang dilakukan oleh percetakan izbick dalam melayani konsumen adalah dengan cara melayani konsumen dengan ramah dan santun, dan memberikan fasilitas berupa pelayanan yang baik dan utama terhadap mereka, dan juga memberikan produk yang berkualitas kepada pelanggan, karena pelayanan yang baik akan selalu menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk dapat merespon segala kebaikan yang diberikan kepada mereka.
2. Pelayanan prima percetakan Izbick sudah sejajar dengan etika bisnis islam, karena telah melakukan pelayanan prima seperti, melayani konsumen dengan ramah, lemah lembut dan santun dalam melayani konsumen. Hal tersebut termuat di dalam ayat Al-Qur'an an-nisa ayat 86 dan Al-Imran Ayat 159, yaitu tentang perintah untuk memberikan penghormatan yang terbaik dan berlaku lemah lembut kepada orang lain, dalam hal ini perusahaan harus mengutamakan kenyamanan konsumen.

Yang berikutnya adalah percetakan izbick mengutamakan kualitas produk yang diproduksi. Didalam islam juga mengajarkan bila ingin memberikan hasil

usaha yang baik berupa barang maupun jasa/pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas. Hal tersebut termuat dalam surat Al-baqarah ayat 267.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan diatas analisis hasil penelitian, maka penulis mengajukan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi percetakan IZBICK dan diharapkan dapat memberikan masukan demi kebaikan perusahaan,

1. Bagi Manajemen Percetakan IZBICK

Meskipun secara keseluruhan kualitas pelayanan di percetakan izbick baik namun ada beberapa unsur kualitas pelayanan dirasa masih kurang dan akan lebih baik lagi dalam pelaksanaannya bisa ditingkatkan seperti: kepedulian karyawan terhadap pelanggan, kemampuan karyawan melayani dengan baik, karyawan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik, karyawan dapat memahami keinginan konsumen, tanggap akan kebutuhan pelanggan.

Semua unsur-unsur kualitas pelayanan diatas berhubungan dengan kinerja karyawan dalam melayani konsumen, untuk meningkatkan kinerja karyawan sesuai dengan harapan perusahaan dan konsumen sebaiknya perusahaan melakukan pelatihan (*training*) agar karyawan dapat memperbaiki penguasaan berbagai keterampilan dan teknik pelaksanaan kerja tertentu untuk kebutuhan sekarang dengan harapan agar karyawan di percetakan Izbick dapat melakukan pelayanan dengan baik.

2. Bagi akademisi

Bagi akademisi atau peneliti berikutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap pelanggan. peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti pelayanan prima supaya dapat lebih bervariasi dalam memperoleh informasi.

Demikian kesimpulan dan saran dari penelitian yang dilakukan penulis, semoga Percetakan Izbick semakin berkembang dan dapat terus melangsungkan aktivitas bisnisnya dengan baik.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- A Stainer, George dan John Minner, *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Erlangga
- Abdurrachman, 1991. *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdagangan*, Jakarta: PT. Pradya Paramitha
- Adta Barata, Atep. 2003, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Alma, Bukhari, 2004. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Aminudin, 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Jakarta: Balai Pustaka
- Aminudin Aziz, Fathul. 2012, *Manajemen dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El-Bayan
- Arikunto, Suharmi. 1993, “*Manajemen Penelitian*”, Jakarta: Rineka Cipta.
- Atik Winarsih, ratminto. 2005. *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Daryanto, Setyobudi, Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2004. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Juz 1-30 Edisi Baru*. Jakarta: Mekar Surabaya.
- Donni Juni Priansa, Buckhari alma 2004, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta
- <http://id.m.wikipedia.org/wiki/percetakan>.
- Kartajaya, Hermawan, 2006. *Syari'ah Marketing*, Penerbit Mizan, Bandung
- Kasmir, *Etika Customer Service*, 2005. Jakarta: PT . Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip, 1996. *Marketing Manajement Sixth Edition*, Jakarta: Erlangga
- Muhammad, 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN
- Muhammad, Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFY Yogyakarta
- Muslich, 1997. *Ekonomi Manajerial Alat Analisis Strategi Bisnis*, Yogyakarta: Ekonosia

- Nasution, Arman hakim 2006, *Manajemen Industri*, Yogyakarta: ANDI OFFSET
- Pelayanan Prima dalam Bahasa Arab, <http://translate.google.co.id>.
- Penyusun, Tim. 2014. *Pedoman Penulisan skripsi*. Purwokerto: STAIN Press
- Qardhawi, Yusuf, 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: GIP
- Rupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek* Jakarta: selemba empat
- Sangadji, Etta Mamang Dan Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CV Andi Offset,
- Solihin, Ismail, *Manajemen Strategik*, Bandung: Penerbit Erlangga, 2012
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress
- Suryabrata, Sumadi, 1998. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Staurus, Anslem. *Basic Of Qualitative Reseach*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

www.wikipedia.co.id