

**MANAJEMEN PELAYANAN PUBLIK OBYEK WISATA DJUNJUNGAN
DALAM MELAYANI KEBUTUHAN PENGUNJUNG DI DESA
SUKABANJAR KECAMATAN GEDONG TATAAN
KABUPATEN PESAWARAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi Tugas – Tugas dan Memenuhi Syart – syarat
Guna Mendapatkan Gelar S1
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Oleh :

**JUNINDRA STRADA
NPM:1341030060**

Jurusan : Manajemen Dakwah (MD)



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTANLAMPUNG
1442 H/2020 M**

**MANAJEMEN PELAYANAN PUBLIK OBYEK WISATA DJUNJUNGAN
DALAM MELAYANI KEBUTUHAN PENGUNJUNG DI DESA
SUKABANJAR KECAMATAN GEDONG TATAAN
KABUPATEN PESAWARAN**

Skripsi

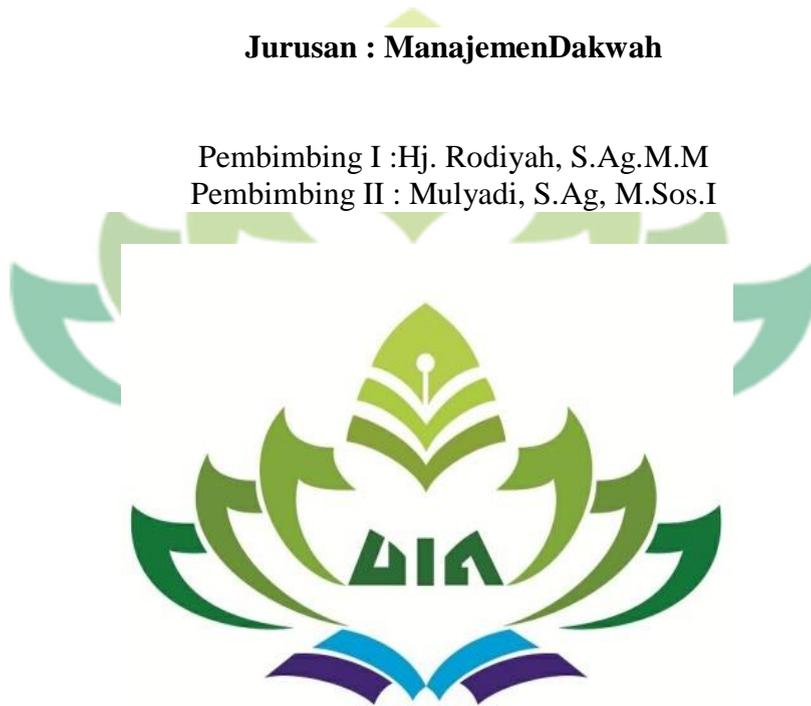
Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar S1 dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh

**JUNINDRA STRADA
NPM:1341030060**

Jurusan : Manajemen Dakwah

Pembimbing I : Hj. Rodiyah, S.Ag.M.M
Pembimbing II : Mulyadi, S.Ag, M.Sos.I

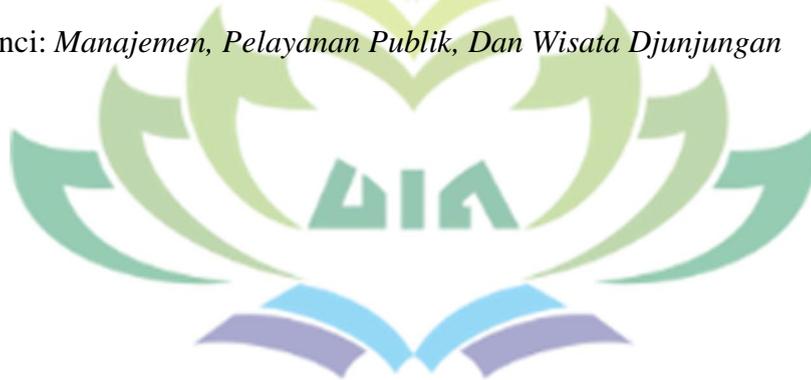


**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1441 H / 2020 M**

ABSTRAK

Fokus penelitian ini mendeskripsikan Manajemen Pelayanan Publik Obyek Wisata Djunjungan dalam Melayani Kebutuhan Pengunjung di Desa Sukabanjar Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. Djunjungan menerapkan pelayanan publik pada pengunjung yang datang di setiap kunjungan. Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Maksud dari metode ini penulis gunakan untuk menggambarkan yang sebenarnya, guna memberikan penjelasan terhadap pokok permasalahan yang diteliti dan berarti bukan bersifat menguji atau mencari teori baru, yaitu mendeskripsikan data-data tentang Manajemen Pelayanan Publik Obyek Wisata Djunjungan Dalam Melayani Kebutuhan Ibadah Pengunjung. Manajemen pengelolaan Djunjungs, mengorientasikan pembangunan kearah yang mandiri dan berkeadilan, memperkuat minatnya pengunjung yang berbasis pariwisata, serta menggerakkan seluruh potensi untuk gerak keswadayaan, telah menunjukkan keberhasilannya. Akan tetapi Djunjungan tidak menyediakan tempat ibadah khusus diwilayah wisata dari pihak pemilik wisata namun ada masjid /mushola disekitaran yang dapat digunakan dan jaraknyapun lumayan terjangkau atau tidak terlalu jauh untuk pengunjung yang datang.

Kata kunci: *Manajemen, Pelayanan Publik, Dan Wisata Djunjungan*



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Junindra Strada
NPM : 1341030060
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“Manajemen Pelayanan Publik Obyek Wisata Djunjungan dalam Melayani Kebutuhan Pengunjung di Desa Sukabanjar Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran”** adalah benar-benar karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau pun saluran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah di rujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka penanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandarlampung, 10 Desember 2020
Penulis,



Junindra Strada
NPM.134103006



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN INTAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, Kode Pos 35131 Telp (0721)
78088 / Fax 780422

HALAMAN PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : MANAJEMEN PELAYANAN PUBLIK OBYEK WISATA
D'JUNJUNGAN DALAM MELAYANI KEBUTUHAN
IBADAH PENGUNJUNG**

Nama : Junindra Strada
NPM : 1341030060
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

**Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyahkan
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung**

Pembimbing I

Hj. Rodiyah, S.Ag.M.M

NIP. 197011131995032

Pembimbing II

Mulyadi, S.Ag, M.Sos.I

NIP.197403261999031002

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah**

Hj. Suslina Sanjaya, S.Ag, M.Ag

NIP.19706161997031002



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN INTAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, Kode Pos 35131
Telp (0721) 78088 / Fax 780422

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Manajemen Pelayanan Publik Obyek Wisata Djunjungan dalam Melayani Kebutuhan Pengunjung di Desa Sukabanjar Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten” disusun oleh Nama : Junindra Strada NPM. 1341030060, Jurusan Manajemen Dakwah, telah diujikan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada hari/tanggal : Senin, 7 Desember 2020

Dengan Tim Penguji susunan sebagai berikut :

Ketua Sidang : **Dr. Hj. Suslina Sanjaya, S.Ag, M.Ag** (.....)
Sekretaris : **M. Husaini, M.T** (.....)
Penguji I : **Dr. Jasmadi, M.Ag** (.....)
Penguji II : **Hj. Rodiyah, S.Ag.M.M** (.....)
Penguji Pendamping : **Mulyadi, S.Ag., M Sos. I** (.....)

Handwritten signatures and dates:
Mr. (signature)
Kusni (signature)
29/12 (signature)
P. M. P. (signature)
..... (signature)

Mengetahui,
Dekan Fakulta Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Prof. Dr.H. Khomsahrial Romli, M.Si

Nip. 19610409199031002

MOTTO

وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ إِلَّا عَلَى اللَّهِ رِزْقُهَا وَيَعْلَمُ مُسْتَقَرَّهَا
وَمُسْتَوْدَعَهَا كُلٌّ فِي كِتَابٍ مُبِينٍ

“ Dan tidak satupun mahluk bergerak (Bernyawa) dibumi melaikan semuanya dijamin Allah rezekinya. Dia mengetahui tempat kediamanya dan tempat penyimpanannya. Semuanya(tertulis) dalam kitab yang nyata ”

(Q.S Hud 11 Ayat : 6)



PERSEMBAHAN

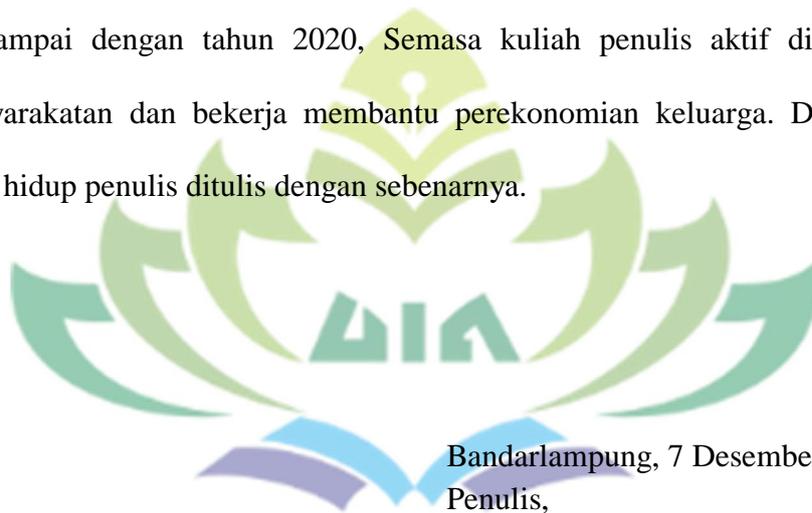
Segala puji bagi Allah SWT yang Maha Segalanya, Shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Nabi Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafa'at nya di yaumul kiamah kelak, Penulis persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua Orang Tua Bapak Sottiri dan Ibu Ruaida tercinta yang telah melahirkan, merawat, membesarkan, serta mendidiku dengan penuh kasih sayang dan senantiasa berdo'a untuk keberhasilan hidupku di Dunia dan Akhirat.
2. Istri tercinta Sofia Oktiani dan Anak ku tersayang Naumi Amanda yang selalu menemani dalam perjuangan mencapai cita-cita.
3. Adik-adikku Dia Febrina dan Gusti Marsilia yang selalu dan senantiasa memberikan motivasi untuk keberhasilanku, harapan kalian adalah semangatku.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berguna bagiku.
5. Sahabat-Sahabat seperjuangan yang telah memberikan motivasi kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

Almamater tercinta Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) UIN Raden Intan Lampung yang telah mendewasakan pandangan dan pemikiranku.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Bandar Pugung Kecamatan Lemong Tanggal 24 Juni 1991 anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Sottiri Ma dan Ibu Ruaida. Pendidikan dimulai dari Taman Kanak-kanak (TK) pada tahun 1999, Sekolah Dasar (SD) Negeri Bambang, Lulus tahun 2005 , Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Lemong tahun 2006 Lulus pada tahun 2009, Sekolah Menengah Atas (SMA) Lemong 1 pesibar pada tahun 2009 Lulus tahun 2012. Kemudian melanjutkan ke jenjang Kuliah di UIN Raden Intan Lampung tahun 2013 sampai dengan tahun 2020, Semasa kuliah penulis aktif di Organisasi Kemasyarakatan dan bekerja membantu perekonomian keluarga. Demikianlah riwayat hidup penulis ditulis dengan sebenarnya.



Bandarlampung, 7 Desember 2020
Penulis,

Junindra Strada
NPM.1341030060

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk dan limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **Manajemen Pelayanan Publik Obyek Wisata Djunjungan dalam Melayani Kebutuhan Ibadah Pengunjung**. Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, kepada keluarga, sahabat dan seluruh umat yang selalu mengikuti ajaran agamanya.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Dakwah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Jurusan Manajemen Dakwah (MD) UIN Raden Intan Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan yang telah di berikan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Pembimbing I Hj. Rodiyah, S.Ag.M.M dan Pembimbing II : Mulyadi, S.Ag, M.Sos.I berkat bimbingan dan arahan beliau sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

3. Ketua Jurusan Manajemen Dakwah (MD) Hj. Suslina Sanjaya, S.Ag, M.Ag dan sekretaris Jurusan Manajemen Dakwah.
4. Bapak dan Ibu Dosen maupun Karyawan seluruh civitas akademik Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
5. Seluruh Petugas Perpustakaan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung serta Petugas Perpustakaan Pusat UIN Raden Intan Lampung.
6. Seluruh kariawan Djunjungan yang telah memberikan kesaempatan kepada penulis untuk meneliti penelitian ini, semoga bisa bermanfaat bagi semua hasil dari penelitian ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, Penulis banyak menemui kesulitan-kesulitan, akan tetapi *Alhamdulillah* atas hidayah dan karunia Allah SWT kemudian dengan bimbingan dan saran dari berbagai pihak terutama dosen pembimbing Hj. Rodiyah, S.Ag.M.M dan Pembimbing II : Mulyadi, S.Ag, M.Sos.I juga segenap teman- teman yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, hingga akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Akhir kata, Penyusun menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca, Penulis sangat harapkan demi perbaikan skripsi ini di masa mendatang.

Semoga dapat memberikan manfaat bagi kita semua, *Aamiin ya Robbal 'alamien*.

Bandarlampung, 7 Desember 2020
Penulis,

Junindra Strada
NPM.1341030060



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	4
C. Latar Belakang Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
G. Metode Penelitian	10

BAB II MAJAMEN PELAYANAN PUBLIK OBJEK WISATA PENGUNJUNG

A. Manajemen Pelayanan Publik	18
1. Pengertian Manajemen Pelayanan Publik	18
2. Proses Perencanaan	21
3. Proses pengorganisasian.....	22
4. Proses penggerakan	24
5. Proses pengawasan.....	25
B. Kebijakan Manajemen Pelayanan Publik di Indonesia	26
C. Hakekat Pelayanan Publik	28
1. Azas Pelayanan Publik	29
2. Kelompok Pelayanan Publik	31
3. Penyelenggaraan Pelayanan Publik.....	31
4. Standar Pelayanan Publik.....	33
5. Pola penyelenggaraan pelayanan publik	34
6. Biaya pelayanan publik	35
D. Kebutuhan Pengunjung.....	38
1. Sistem Keluhan dan Saran	42
2. Ghost Shopping	42
3. <i>LostCustomerAnalysis</i>	43

4. Survei Kepuasan Pengunjung	43
E. Pengelolaan Wisata	45
1. Pengertian pengelolaan	45
2. Manajemen wisata.....	46
3. Unsur-unsur manajemen wisata	50
4. Metode Pengelolaan Wisata.....	59
F. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam.....	63
1. Pengertian Kualitas Layanan.....	63
2. Dimensi Pelayanan.....	64
3. Faktor-faktor yang menentukan penilaian kualitas pelayanan	66
BAB III SAUNG DJUNJUNGAN	
A. Gambaran Umum Saung Djunjungan	66
B. Manajemen Pelayanan Publik Obyek Wisata Djunjungan Dalam Melayani Kebutuhan Ibadah Pengunjung	71
C. Pelayanan Publik di D'junjungan	72
BAB IV MANAJEMEN PELAYANAN PUBLIK DALAM MELAYANI KEBUTUHAN IBADAH PENGUNJUNG	
A. Manajemen Pelayanan Publik Obyek Wisata Djunjungan dalam Melayani Kebutuhan Pengunjung di Desa Sukabanjar Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran	83
1. Proses Perencanaan	87
2. Proses pengorganisasian.....	88
3. Proses pergerakan.....	88
4. Proses pengawasan.....	89
B. Pelayanan Publik Djunjungan dalam Melayani Kebutuhan Pengunjung di Desa Sukabanjar Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran	90
1. Pelayanan di Djunjungan	92
2. Tingkat Pelayanan Kebutuhan Tempat Ibadah bagi Pengunjung Djunjungan.....	95
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.	98
B. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Skripsi ini berjudul “Manajemen Pelayanan Publik Obyek Wisata Djunjungan Dalam Melayani Kebutuhan Ibadah Pengunjung”, untuk menghindari kesalahan dalam memahami tujuan dan maksud dari skripsi ini, perlu dijelaskan mengenai pengertian judul tersebut.

G.R Terry, mendefinikan manajemen sebagai suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya.¹ Kemudian yang dimaksud Manajemen dalam judul ini adalah suatu kerja sama pengelola wisata untuk mencapai suatu tujuan yang telah disepakati bersama dengan cara-cara yang sistematis, efisien dan efektif.

Pelayanan publik adalah segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh Instansi Pemerintah di Pusat, di Daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan

¹. Burhanudin, Yusuf, Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta : Raja Grafindo, 2015).h. 21

peraturan perundang-undangan.² Adapun yang dimaksud Pelayanan publik dalam judul ini adalah segala bentuk jasa pelayanan jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh Pengelola Wisata Junjung, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Obyek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.³

Istilah Pelayanan dalam bahasa Inggris adalah “*Service*” A.S Moenir mendefinisikan “pelayanan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu dimana tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan orang yang melayani atau dilayani. Tergantung penyedia jasa dalam memenuhi harapan pengguna”.⁴

Ibadah secara etimologi berarti merendahkan diri serta tunduk. Di dalam syara’, ibadah mempunyai banyak definisi, tetapi makna dan maksudnya satu. Definisi itu antara lain adalah.

1. Ibadah ialah taat kepada Allah dengan melaksanakan perintah-Nya melalui lisan para rasulNya.

². https://id.wikipedia.org/wiki/Pelayanan_publik (Accesed 16 April 2020) .

³. <http://digilib.unila.ac.id/12991/14/BAB%20II.pdf> (Accesed 16 Arili 2020) .

⁴. Moenir, Manajemen Pelayanan Umum Indonesia (Jakarta;Rajawali Pers, 2002)h26-27

2. Ibadah adalah merendahkan diri kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala yaitu tingkatan tunduk yang paling tinggi disertai dengan rasa mahabbah (kecin-taan) yang paling tinggi.
3. Ibadah ialah sebutan yang mencakup seluruh apa yang dicintai dan diridhai Allah Subhanahu wa Ta'ala baik berupa ucapan atau perbuatan.⁵

Ibadah dalam judul ini diartikan mencakup semua macam ketaatan yang nampak pada lisan, anggota badan dan yang lahir dari hati. Seperti dzikir, tasbih, tahlil dan membaca Al-Qur'an ; shalat, zakat, puasa, haji, jihad, amar ma'ruf nahi mungkar, berbuat baik kepada kerabat, anak yatim, orang miskin dan ibnu sabil . Begitu pula cinta kepada Allah dan RasulNya, khasyyatullah (takut kepada Allah), inabah (kembali) kepadaNya, ikhlas kepadaNya, sabar terhadap hukumNya, ridha dengan qadha'Nya, tawakkal, mengharap nikmatNya dan takut dari siksaNya.

Pengunjung adalah orang yang bertujuan mendapatkan pengalaman psikis dan fisik serta kepuasan. Sifat ini akan sangat menentukan tujuan yang dipilih untuk menikmati kegiatan.⁶

Dari penjelasan di atas, maka maksud dari isi judul ini adalah Pengelolaan wisata oleh Pengurus Djunjungan bukan hanya terkait indahnya pemandangan namun harus juga didukung dengan tempat ibadah yang memadai. Sehingga

⁵. <https://almanhaj.or.id/10952-ibadah-pengertian-macam-dan-keluasan-cakupannya.html> (Accesed 16 April 2020)

⁶. <https://www.hestanto.web.id/definisi-pariwisata-indikator-perkembangan-objek-dan-daya-tarik/> (Accesed 17

wisatawan bisa melaksanakan ibadah dan berwisata dengan nyaman, sehingga terciptanya pelayanan yang prima.

B. Alasan Memilih Judul

1. Manajemen Pelayanan publik adalah pengendalian serangkaian aktifitas yang dilakukan oleh pengelola wisata D'Jungans untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.
2. Obyek wisata Djunjungan salah satu dari wisata tujuan masyarakat Lampung yang memiliki fasilitas yang memiliki pelayanan yang baik.
3. Tempat Ibadah adalah hal yang sangat penting bagi umat beragama.
4. Penulis mengangkat judul penulisan yang berhubungan erat dengan Manajemen Dakwah, serta didukung oleh refrensi dan data-data yang mendukung dan lokasi penelitian yang strategis.

C. Latar Belakang

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Pasal I tentang pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga Negara dan penduduk atas barang dan jasa atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan public dimaksudkan untuk memberikan kepastian hukum dalam hubungan antara masyarakat dan penyelenggara dalam pelayanan publik.⁷ pemahaman makna publik perlu

⁷. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Pasal I dan 2 tentang pelayanan publik

dipahami, baik dalam perkembangan historis atau latar belakang munculnya aplikasi dalam manajemen pelayanan publik.

Dari banyaknya sumber daya alam ini, Lampung juga terkenal dengan sebutan Provinsi Pariwisata. Banyaknya sumber daya alam yang ada menjadi salah satu daya tarik sehingga banyak wisatawan domestik maupun mancanegara yang datang untuk menikmati obyek wisata serta kebudayaannya. Kabupaten Pesawaran memang terkenal dengan potensi pariwisatanya yang beraneka macam, mulai dari pantai, pegunungan dan sungai. Bentuk wisatanya pun meliputi wisata alam, wisata minat khusus, dan berbagai fasilitas wisata lainnya. Menurut Chafid Fandeli pariwisata merupakan suatu industri yang banyak menghasilkan devisa bagi Negara, sehingga pemerintah berusaha untuk meningkatkan sektor ini dengan mengambil langkah-langkah kebijaksanaan pembangunan pariwisata.⁸

Sejarah tourism atau kepariwisataan di Bumi telah dimulai ratusan tahun yang lalu. Sejak zaman Romawi, kegiatan wisata sudah dilakukan oleh orang, bahkan, sudah ada sebelum era tersebut bila kegiatan berburu yang dilakukan oleh para raja dan pangeran, termasuk di Nusantara, disebut sebagai kegiatan wisata. Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu penunjang perekonomian yang memiliki prospek yang cerah, tetapi hingga dewasa ini belum memperlihatkan peranan yang sesuai dengan harapan dalam proses pembangunan di Indonesia. Oleh sebab itu perlu perhatian khusus baik dari pemerintah maupun pelaku

⁸ Chafid Fandeli, *Perencanaan Kepariwisata Alam Yogyakarta*. (Yogyakarta: Fakultas Kehutanan UGM, 2002)., h.7

pariwisata, sehingga perlu dilakukan pengembangan untuk meningkatkan peran kepariwisataan. Kepariwisataan sangat terkait antara barang berupa obyek wisata sendiri yang dapat dijual dengan sarana dan prasarana yang mendukungnya yang terkait dalam industri pariwisata.

Usaha mengembangkan suatu daerah tujuan wisata harus memperhatikan berbagai faktor yang berpengaruh terhadap keberadaan suatu daerah tujuan wisata, dengan potensi yang begitu besar, maka wisata alam dan ekonomi wisata Indonesia perlu disiapkan dengan baik. Selain program promosi yang tentu harus digenjut, ketersediaan infrastruktur, angkutan, serta sumber daya manusia yang memahami prinsip hospitality perlu terus dikembangkan, dengan begitu turis akan mengakses beragam destinasi alam dan ekowisata yang ditawarkan bumi Indonesia

Pariwisata kini menjadi salah satu alternatif yang memegang peran penting dalam perkembangan perekonomian di suatu wilayah karena dengan adanya pariwisata di suatu wilayah tersebut akan dapat membuka peluang atau lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat sekitar.

Potensi dari sebuah pariwisata yaitu dari mengandalkan adanya keunikan, kelokalan, kekhasan, serta keaslian alam, dan budaya, yang berjalan dan tumbuh dalam masyarakat tersebut. Menurut Dirjen Pariwisata, negara kita memiliki tiga unsur pokok yang sangat menunjang ke arah penyelenggaraan wisata alam dan wisata minat khusus, ketiga unsur tersebut adalah *people* (orang/masyarakat),

natural heritage (potensi alam), dan *cultural heritage* (potensi budaya) yang khas.⁹ Dari ketiga unsur tersebut telah ada di dalam masyarakat kita sendiri sehingga pariwisata yang ada dapat dikembangkan lebih baik lagi. Dalam hal ini pariwisata yang dimaksud menurut Sunyoto Usman adalah pariwisata berbasis masyarakat, pariwisata di mana masyarakat atau warga setempat memainkan peranan penting dan utama dalam pengambilan keputusan, memengaruhi, dan memberi manfaat terhadap kehidupan dan lingkungan mereka.¹⁰

Desa wisata (*tourist village*) menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pesawaran:

“Desa Wisata adalah pengembangan suatu wilayah desa yang pada hakikatnya tidak merubah apa yang sudah ada tetapi lebih cenderung kepada penggalian potensi desa dengan memanfaatkan kemampuan unsur-unsur yang ada dalam desa (mewakili dan dioperasikan oleh penduduk desa) yang berfungsi sebagai atribut produk wisata dalam skala kecil menjadi rangkaian aktivitas pariwisata serta mampu menyediakan dan memenuhi serangkaian kebutuhan perjalanan wisata baik aspek daya tarik maupun sebagai fasilitas pendukungnya.”¹¹

Desa wisata (*tourist village*) merupakan salah satu pengembangan wisata alternatif di mana dengan pembangunan pedesaan yang berkelanjutan dalam bidang pariwisata dengan tujuan untuk mengenali jenis wisata yang sesuai dan melengkapi gaya hidup yang disukai penduduk setempat, memberdayakan masyarakat setempat agar bertanggung jawab terhadap perencanaan dan

⁹ Suswanto, Arief, Potensi Dan Pemanfaatan sungai Citarik Di Kecamatan Cikidang kabupaten Sukabumi Untuk Pengembangan Wisata Arung Jeram. *Jurnal*. (Yogyakarta: Fakultas Geografi UGM, 1994)., h.3

¹⁰ Sunyoto Usman, *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008)., h.56

¹¹ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pesawaran,. *Profil Desa Wisata* (Pesawaran. Lampung : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pesawaran, 2007)., h.7

pengelolaan lingkungannya, mengupayakan agar masyarakat setempat dapat berperan aktif dalam pembuatan keputusan tentang bentuk pariwisata yang memanfaatkan kawasan lingkungannya dan agar mereka mendapat jaminan memperoleh bagian pendapatan yang pantas dari kegiatan pariwisata, mendorong kewirausahaan masyarakat setempat dan mengembangkan produk wisata desa. Hal tersebut tidak terlepas dari peran serta masyarakat sebagai salah satu *stakeholders* pembangunan yang pada prinsipnya memiliki wewenang dan tanggung jawab terhadap pengelolaan pariwisata di daerahnya masing-masing. Keterlibatan peran serta masyarakat dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata menjadi satu faktor penting, karena masyarakatlah yang memahami dan menguasai wilayahnya tersebut.

Kabupaten Pesawaran merupakan salah satu kabupaten yang ada di Lampung dan memiliki beberapa tempat pariwisata, terutama wisata bawah laut Kabupaten ini berpotensi untuk dibangun desa wisata karena potensi alamnya yang besar. Sebagai salah satu dari beberapa daerah yang menjadi sasaran wisatawan, di Kabupaten Pesawaran itu sendiri memiliki banyak obyek wisata yang perlu dikembangkan lagi guna untuk dijadikan suatu peluang untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Obyek wisata yang ada di Kabupaten Pesawaran yang berpeluang mendatangkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Desa Wisata Marga Sukabanjar dikenal sebagai Desa Wisata Djunjungan terletak di wilayah Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran Lampung.

Wisata Djunjungan menyuguhkan pesona keindahan wisata desa alami dan memiliki berbagai macam potensi wisata yang cocok untuk didatangi wisatawan domestik maupun mancanegara. Suasana alam pedesaan yang asli terlihat ketika memasuki kawasan Djunjungan, udara yang masih sejuk dan masih terdapat area persawahan dan pepohonan yang luas dan hijau serta pesona wisata serta terdapat lapangan olahraga, pemancingan dan kuliner yang dapat memberikan kenyamanan sebuah kehidupan di desa dengan adanya rumah limasan dan rumah pondok yang berbeda jauh dengan kehidupan di kota.

Dari adanya wisata Djunjungan ini akan menjadi potensi masyarakat berbasis pariwisata yang menarik dalam pemberdayaannya apabila dapat didukung oleh seluruh komponen masyarakat diantaranya berbentuk dari partisipasi masyarakat wilayah Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran Lampung.

Keamanan dan kenyamanan pengunjung merupakan prioritas Djunjungan oleh karenanya objek wisata Djunjungan menyediakan Musolla, agar para wisatawan tidak perlu keluar mencari Masjid saat waktu Shalat.

Oleh karena itu menarik bagi penyusun untuk mengadakan penelitian dalam bidang Pelaksanaan Manajemen Pelayanan publik Djunjungan dalam melayani kebutuhan Ibadah pengunjung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian yang telah penulis ungkapkan pada latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, Bagaimana Manajemen Pelayanan Publik Obyek Wisata Djunjungan Dalam Melayani Kebutuhan Ibadah Pengunjung?

E. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Implementasi nilai-nilai islam dalam manajemen Sumber Daya Manusia.

F. Manfaat Penelitian

1. Sebagai sumbangsih pemikiran untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya Ilmu Manajemen Dakwah tentang manajemen sumber daya manusia
2. Bagi Obyek Wisata Djunjungan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat dalam menentukan kearah yang lebih baik.

G. Metode Penelitian

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian proposal ini maka digunakan metode sebagai berikut :

1. Jenis dan sifat penelitian

a. Jenis penelitian

Dilihat dari jenisnya maka penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan untuk

memperoleh data atau informasi masyarakat secara langsung.¹² penelitian ini meneliti kondisi objektif dilapangan tentang Manajemen Pelayanan Publik Obyek Wisata Djunjungan Dalam Melayani Kebutuhan Ibadah Pengunjung.

b. Sifat penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.¹³

Maksud dari metode ini penulis gunakan untuk menggambarkan yang sebenarnya, guna memberikan penjelasan terhadap pokok permasalahan yang diteliti dan berarti bukan bersifat menguji atau mencari teori baru, yaitu mendeskripsikan data-data tentang Manajemen Pelayanan Publik Obyek Wisata Djunjungan Dalam Melayani Kebutuhan Ibadah Pengunjung.

¹² Rosady Ruslan, Metode penelitian public Realations dan Komunikasi , (Jakarta: RajaGrapindo Persada, 2010), h. 32

¹³ . Moh Nazir, Metode Penelitian,(Bogor Selatan : Ghalia Indonesia, 2005), h. 54

2. Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari jumlah subjek yang diteliti, populasi disebut juga universal tidak hhh lain dari daerah generalisasi yang diwakili oleh sampel.¹⁴

Populasi dalam penelitian ini adalah pengurus Obyek wisata Djunjungan yang berjumlah 17 orang .

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau elemen-elemen tertentu dari populasi yang akan diteliti.¹⁵ Dalam memutuskan sampel penulis menggunakan *Non-probability Sampling* yaitu tidak memberikan peluang (kesempatan) yang sama bagi setiap unsur-unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel.¹⁶

Untuk lebih jelasnya, penulis menggunakan *purposive sampling* yaitu : pemilihan sampel pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut pautnya dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya.¹⁷

Berdasarkan pendapat di atas, maka sebagai kriteria untuk menjadi sampel dalam penelitian ini adalah :

¹⁴ Husain usmani, metodologi penelitian sosial, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 42.

¹⁵ . Rosady Ruslan, Op.Cit, h. 139

¹⁶ . Ibid, h. 156

¹⁷ . Ibid , h.157

- 1) Pegawai aktif dan tetap di Obyek wisata Djunjungan.
- 2) Pegawai memahami masalah yang penulis teliti yaitu : Manajemen public
- 3) Direksi memimpin dan mengawasi kegiatan sehari-hari.
- 4) Manajer Marketing Mengontrol, memimpin, bagian pemasaran agar sesuai dengan prinsip Islam.
- 5) Manajer operasional , mengontrol, memimpin bagian operasional agar pekerjaan lancar.

Berdasarkan kriteria di atas, maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah Direksi 2 orang dan untuk pegawainya ada 2 orang. Jadi sampel berjumlah 4 orang.

3. Metode Pengumpulan Data

Untuk memudahkan dalam pengambilan data lapangan penulis mempergunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

a. Metode Interview (Wawancara)

Wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara penanya dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara.¹⁸

Metode wawancara ini penulis menggunakan tehnik wawancara berstruktur yaitu pihak pewawancara sebelum melakukan

¹⁸. Moh. Nazir. Op. Cit, h. 194

wawancara terlebih dahulu mempersiapkan daftar pertanyaan, untuk di bacakan saat melakukan wawancara dengan responden.¹⁹

Metode ini sebagai metode yang utama dalam pengumpulan data tentang Manajemen Pelayanan Publik Obyek Wisata Djunjungan Dalam Melayani Kebutuhan Ibadah Pengunjung, karena metode ini dapat di jadikan untuk segala lapisan, sehingga penulis anggap cara yang paling tepat dan praktis untuk menghimpun data yang diperlukan dengan demikian informasi yang berkaitan dengan masalah dapat diperoleh dengan lengkap. Sedangkan yang di interview adalah direksi dan pengurus Obyek Wisata Djunjungan yang ada kaitannya yang akan di teliti.

b. Metode Observasi

Observasi ialah tehnik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau atau perilaku objek sasaran.²⁰ Dalam hal ini peneliti dengan berpedoman kepada desain penelitiannya perlu mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati secara langsung berbagai hal atau kondisi yang ada di lapangan.

¹⁹. Muhammad Teguh, Metode Penelitian, (Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2005), h. 137

²⁰. Abdurrohmat Fathoni, Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi (Jakarta : Rineka Cipta, 2011), h. 104

Penulis menggunakan jenis *observasi non partisipasi*, yaitu melakukan observasi yang tidak melibatkan peneliti secara langsung dalam kegiatan pengamatan untuk memperoleh data dan informasi di lapangan tanpa melibatkan diri, atau tidak menjadi bagian dari lingkungan social atau organisasi yang diamati.²¹

Metode ini sebagai pelengkap data yang diperoleh dari interview dengan tidak ikut serta ambil bagian dalam kehidupan yang sedang di observasi secara aktif. Data-data yang di observasikan adalah Manajemen Pelayanan Publik Obyek Wisata Djunjungan Dalam Melayani Kebutuhan Ibadah Pengunjung.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi ialah mencari data mengenai hal-hal atau variable berupa catatan, transkrip dan buku-buku, surat kabar majalah dan sebagainya²². Penulis menggunakan metode ini mengharapkan agar menemukan data yang berkenaan tentang :

1. Sejarah Pendirian Obyek Wisata Djunjungan
2. Dokumen-dokumen Obyek Wisata Djunjungan
3. Data-data yang berkaitan dengan subyek/obyek yang akan diteliti.

²¹. Rosady Ruslan, Op.Cit, h. 36

²² Suharsini Arikunta, prosedur penelitian suatu pendekatan praktek,(jakarta: Rineka Cipta,1998), h

Data dimaksud meliputi : gambaran umum Djunjungan, visi dan misi, struktur perusahaan dan informasi Aktivitas Obyek Wisata Djunjungan. Kedudukan metode ini sebagai metode pembantu sekaligus sebagai pelengkap data-data tertulis maupun yang tergambar di tempat penelitian, sehingga dapat membantu penulis dalam mendapatkan data-data yang lebih obyektif dan konkrit.

d. Metode Analisa Data

Proses selanjutnya sebagai kegiatan akhir, setelah semuanya terkumpul dengan lengkap, kemudian data diolah di analisis kemudian menyimpulkan. Dalam penganalisan ini penulis menggunakan metode kualitatif, yaitu: digambarkan dengan kata-kata atau kalimat, kemudian dipisah-pisahkan menurut teori untuk diambil suatu kesimpulan.²³ Sedangkan teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik komparatif yaitu membandingkan antara teori dengan kenyataan di lapangan.

Dari itu analisa yang telah di lakukan, kemudian di tarik suatu kesimpulan dengan menggunakan metode induktif. Berfikir Induktif adalah proses untuk membuat suatu proposisi umum berdasarkan pengamatan terhadap fakta-fakta secara khusus.²⁴ dari kesimpulan ini adalah merupakan jawaban dari permasalahan yang ada dalam bahasan ini.

²³. IAIN Raden Intan, pedoman penulisan skripsi, (IAIN Raden Intan Lampung 2004). h ,21

²⁴. Rosady Ruslan, Op. Cit, h. 295.

prinsip-prinsip analisis data pada penelitian kualitatif sebagai berikut:

- a. Peneliti menjadi instrumen utama pengumpulan data dan subjek yang diteliti dipandang mempunyai kedudukan sama secara nisbi dengan peneliti. Sebagai instrumen utama, peneliti melakukan wawancara kepada responden dan mengamati sejumlah fenomena fokus penelitian yang tampak dan terjadi di lapangan sebagaimana adanya.
- b. Data penelitian yang dikumpulkan bersifat deskriptif. Peneliti mengumpulkan data dan mencatat fenomena yang terkait langsung atau tidak langsung dengan fokus penelitian. Karakteristik ini berimplikasi pada data yang terkumpul, yaitu cenderung berupa kata-kata atau uraian deskriptif, tanpa mengabaikan data berbentuk angka-angka.



BAB II

MAJAMEN PELAYANAN PUBLIK DAN PELAYANAN IBADAH PENGUNJUNG

A. Manajemen Pelayanan Publik

1. Pengertian Manajemen

Manajemen memiliki banyak definisi/pengertian dari beberapa ahli, antara lain sebagai berikut :

1. Manajemen menurut Drs. M. Manulang adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan dari pada sumber daya manusia (SDM) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terdahulu. tugas suatu organisasi di dalam mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan.
2. G.R. Terry mendefenisikan manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumberdaya lainnya.²⁵
3. Lawrence A. Appley mengatakan bahwa Manajemen adalah seni pencapaian tujuan yang dilakukan melalui usaha orang lain.

Selanjutnya kami akan paparkan pengertian pelayanan menurut beberapa ahli :

²⁵. Burhanudin, Yusuf, *Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta : Raja Grafindo, 2015).h. 21

Ivancevich, Lorenzi, Skinner dan Crosby “Pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan”.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dinyatakan pengertian pelayanan bahwa “pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain”

Pelayanan adalah suatu bentuk kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah baik di pusat maupun di daerah, bumn dan bumd dalam bentuk barang dan jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat sesuai dengan peraturan perundang-undangan (Kepmenpan nomor 81 tahun 2003)

Sedangkan pengertian publik yang kami dapatkan adalah sebagai berikut :

- a. Publik adalah mengenai orang atau masyarakat, dimiliki masyarakat, serta berhubungan dengan, atau mempengaruhi suatu bangsa, negara, atau komunitas.

Menurut Emery Bogardus, Publik adalah sejumlah orang yang bersatu dalam satu ikatan dan mempunyai pendirian sama terhadap suatu permasalahan sosial.

Sedangkan Herbert Blumer merumuskan Publik adalah sekelompok orang yang dihadapkan pada suatu permasalahan, berbagi

pendapat mengenai cara pemecahan persoalan tersebut, terlibat dalam diskusi mengenai persoalan itu.

Dari pengertian pelayanan dan publik yang telah kami paparkan diatas maka dapat kita ambil kesimpulan bahwa manajemen pelayanan publik adalah sebagai berikut :

Pelayanan publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh Instansi Pemerintah di Pusat, di Daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Undang-Undang No 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik menjelaskan bahwa Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundangundangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: Kep/25/M.Pan/2/2004 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah menjelaskan Pelayanan publik

adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan, maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2. Proses Perencanaan

Secara mendasar kegiatan perencanaan mempunyai 4 tahapan seperti ulasan berikut:

1. Menetapkan target atau tujuan, perencanaan dimulai dengan keputusan-keputusan tentang keinginan atau kebutuhan organisasi atau kelompok kerja. Tanpa rumusan target atau tujuan yang jelas, organisasi akan menggunakan sumber daya secara tidak efektif.
2. Merumuskan keadaan saat ini, pemahaman akan posisi atau keadaan organisasi sekarang ini dari pada tujuan yang hendak dicapai atau sumber daya-sumber daya yang tersedia untuk pencapaian tujuan merupakan hal sangat penting, karena tujuan dan rencana menyangkut waktu yang akan datang. Hanya setelah keadaan organisasi saat ini dianalisa, rencana dapat dirumuskan untuk menggambarkan rencana kegiatan lebih lanjut. Tahap kedua ini memerlukan informasi-terutama keuangan dan data statistik yang didapat melalui komunikasi dalam organisasi.
3. Mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan, segala kekuatan dan kelemahan serta kemudahan dan hambatan perlu diidentifikasi untuk mengukur kemampuan organisasi dalam mencapai tujuan. Oleh karena itu perlu diketahui faktor-faktor lingkungan intren dan ekstern

yang dapat membantu organisasi mencapai tujuannya, atau yang mungkin menimbulkan masalah. Walau pun sulit dilakukan, antisipasi keadaan, masalah, dan kesempatan serta ancaman yang mungkin terjadi di waktu mendatang adalah bagian esensi dari proses perencanaan.

4. Mengembangkan rencana atau serangkaian kegiatan untuk pencapaian tujuan, Tahap terakhir dalam proses perencanaan meliputi pengembangan berbagai alternatif kegiatan untuk pencapaian tujuan, penilaian alternatif-alternatif tersebut dan pemilihan alternatif terbaik (paling memuaskan) diantara berbagai alternatif yang ada.

3. Proses Pengorganisasian

Setelah menyusun rencana, selanjutnya pengorganisasian adalah kegiatan atau proses penyusunan struktur organisasi sesuai dengan tujuan-tujuan, sumber-sumber, dan lingkungannya, jadi hasil dari pengorganisasian adalah struktur organisasi.

Yang dimaksud pengorganisasian adalah suatu hal yang merujuk kepada langkah untuk menetapkan, menggolongkan dan mengatur berbagai macam kegiatan yang di pandang. Seperti bentuk fisik yang tepat bagi suatu ruangan kerja administrasi, ruangan laboratorium, serta penetapan tugas dan wewenang seseorang pendelegasian wewenang dan seterusnya dalam rangka untuk mencapai tujuan.

Langkah- Langkah Pengorganisasian :

- a. Penetapan dan Pengembangan Aktivitas, adalah merupakan pembagian, penggolongan, dan penyusunan aktivitas-aktivitas yang akan dilaksanakan, sehingga menjadi kelompok-kelompok yang teratur berdasarkan kesamaan sifat dalam pelaksanaan.
- b. Penyusunan Organ atau Wadah, langkah ini dimaksudkan untuk membuat organ atau wadah yang diperlukan untuk mewadahi segenap kegiatan yang telah tersusun. Di samping harus berpedoman pada hasil langkah pertama, pembentukan wadah ini hendaknya berpangkal juga pada sesuatu ide, yaitu sesuatu cita dan aspirasi serta hasrat pada sesuatu bentuk struktur organisasi yang dikehendaki. Atau dengan kata lain, pembentukan wadah ini hendaknya berpangkal juga pada ideal tipe suatu bentuk struktur organisasi.
- c. Mengisi Organ dengan Tugas, Kekuasaan, Wewenang dan Tanggung Jawab, adalah memasukkan kegiatan yang telah tersusun, ke dalam organ yang telah dibentuk. Dalam pengisian tugas, harus juga dilengkapi dengan wewenang dan tanggung jawab yang sepadan. Dalam arti pejabat yang disertai tugas harus diberi wewenang pula untuk mengambil tindakan-tindakan yang diperlukan, agar tugasnya dapat dilaksanakan dengan baik. Menghubung-hubungkan Organ Satu dengan yang Lain dengan Garis Wewenang dan Tanggung Jawab, adalah suatu aktivitas untuk menentukan hubungan kekuasaan dan tanggung jawab berdasarkan atas wewenang formal. Manifestasi dari

hasil langkah ini adalah garis-garis hubungan kekuasaan yang bersifat formal.

- d. Melengkapi Organ dengan Alat Perlengkapan yang Diperlukan, Alat dan atau perlengkapan bukanlah harus baik, karena mempunyai nilai atau harga yang tinggi. Tetapi yang diperlukan adalah alat yang tepat dipakai, karena sesuai dengan corak pekerjaan.
- e. Penempatan Orang yang Tepat Pada Masing-masing Organ.
- f. Membuat Bagan Organisasi, untuk melukiskan atau menggambarkan struktur organisasi di atas kertas, atau membuat bagan organisasi. Yaitu suatu gambar yang melukiskan secara skematis dan susunan tugas, kekuasaan, dan tanggung jawab serta hubungan antara unit-unit dalam suatu organisasi

4. Proses Penggerakan

Fungsi penggerakan dalam suatu organisasi adalah usaha atau tindakan dari pimpinan dalam rangka menimbulkan kemauan dan membuat bawahan tahu pekerjaannya sehingga dengan sadar menjalankan tugasnya sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya.

Tindakan penggerakan ini oleh para ahli adakalanya diperinci lebih lanjut ke dalam tiga tahap tindakan sebagai berikut :

- a. Memberikan semangat, motivasi, inspirasi atau dorongan sehingga timbul kesadaran dan kemauan para petugas untuk bekerja dengan baik. Tindakan ini juga disebut motivating.

- b. Pemberian bimbingan lewat contoh-contoh tindakan atau teladan. Tindakan ini juga disebut *leading*, yang meliputi beberapa tindakan seperti : pengambilan keputusan, mengadakan komunikasi agar ada bahasa yang sama antara pimpinan dan bawahan, memilih orang-orang yang menjadi anggota kelompok, dan memperbaiki sikap, pengetahuan, dan keterampilan bawahan.
- c. Pengarahan (*directing* atau *commanding*) yang dilakukan dengan memberikan petunjuk-petunjuk yang benar, jelas dan tegas. Segala saran-saran dan perintah atau instruksi kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas harus diberikan dengan jelas dan tegas agar terlaksana dengan baik terarah kepada tujuan yang telah ditetapkan.

5. Proses Pengawasan.

Pengawasan adalah suatu upaya yang sistematis untuk menetapkan kinerja standar pada perencanaan untuk merancang sistem umpan balik informasi, untuk membandingkan kinerja aktual dengan standar yang telah ditentukan, untuk menetapkan apakah telah terjadi suatu penyimpangan tersebut, serta untuk mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan telah digunakan seefektif dan seefisien mungkin guna mencapai tujuan perusahaan.

Dari beberapa pendapat tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengawasan merupakan hal penting dalam menjalankan suatu perencanaan. Dengan adanya pengawasan maka perencanaan yang

diharapkan oleh manajemen dapat terpenuhi dan berjalan dengan baik. Tanpa adanya pengawasan dari pihak manajer/atasan maka perencanaan yang telah ditetapkan akan sulit diterapkan oleh bawahan dengan baik. Sehingga tujuan yang diharapkan oleh perusahaan akan sulit terwujud.

B. Kebijakan Manajemen Pelayanan Publik di Indonesia

Pemerintah mengatur pelayanan publik di Indonesia untuk menjamin terselenggaranya pelayanan masyarakat yang maksimal. Kebijakan tersebut antara lain :

1. Undang-Undang No 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.
2. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No.90/MENPAN/1989 tentang Delapan Program Strategis Pemicu Pendayagunaan Administrasi Negara. Diantara 8 program strategis tersebut salah satunya adalah tentang penyederhanaan pelayanan publik.
3. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No.1 tahun 1993 tentang Pedoman Tata laksana Pelayanan Umum. Yang antara lain mengatur tentang azas pelayanan umum, tata laksana pelayanan umum, biaya pelayanan umum, dan penyelesaian persoalan dan sengketa.
4. Intruksi Presiden No. 1 / 1995 tentang Perbaikan dan Peningkatan Mutu Pelayanan Aparatur Pemerintah kepada Masyarakat. Inpres RI kepada MENPAN untuk mengambil langkah-langkah yang terkoordinasi dengan departemen / instansi pemerintah di pusat dan daerah untuk memperbaiki dan meningkatkan mutu pelayanan aparatur pemerintah kepada

masyarakat baik yang menyangkut penyelenggaraan pelayanan pemerintah, pembangunan maupun kemasyarakatan.

5. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara tentang Pedoman Penganugrahan Penghargaan Abdisatyabakti bagi unit kerja / Kantor Pelayanan Percontohan.
6. Instruksi Mendagri No. 20 / 1999.Gubernur KDH TK I dan Bupati / Walikota madya KDH TK II diseluruh Indonesia diinstruksikan untuk :
 - (a). mengambil langkah-langkah penyederhanaan perijinan beserta pelaksanaannya;
 - (b). memberikan kemudahan bagi masyarakat yang melakukan kegiatan di bidang usaha; dan
 - (c). menyusun buku petunjuk pelayanan perijinan di daerah.
7. Surat Edaran Mendagri No. 100/757/OTDA tanggal 8 Juli 2002, tentang Pelaksanaan kewenangan wajib dan Standar Pelayanan Minimal (SPM).
8. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63/2003 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pelayanan.
9. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 25/2004 tentang Transparansi dan Akuntabilitas Pelayanan.
10. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No.26/2004 tentang Penanganan Pengaduan Masyarakat.
11. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 119/2004 tentang Pemberian Tanda Penghargaan “Citra Pelayanan Prima”.

C. Hakekat Pelayanan Publik

Pelayanan publik telah menjadi isu kebijakan yang strategis, karena penyelenggaraan pelayanan publik selama ini belum memiliki dampak yang luas terhadap perubahan aspek-aspek kehidupan masyarakat. Karena sebelum era reformasi, birokrasi pemerintah sangat mendominasi penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan publik.

Kondisi sekarang yang didapat di daerah menunjukkan bahwa penyelenggaraan pelayanan publik masih dihadapkan pada sistem pemerintahan yang belum efektif dan efisien serta kualitas sumber daya manusia aparatur yang belum memadai. Hal ini terlihat dari masih banyaknya keluhan dan pengaduan dari masyarakat baik secara langsung maupun melalui media massa, seperti prosedur yang berbelit-belit, tidak ada kepastian dalam jangka waktu penyelesaian, biaya yang harus dikeluarkan, persyaratan yang kurang transparan, sikap petugas yang kurang responsif dan lain-lain.

Citra buruk tersebut semakin diperparah dengan isu yang sering muncul ke permukaan, yang berhubungan dengan kedudukan dan kewenangan pejabat publik, yakni korupsi dengan beraneka ragam bentuknya, serta lambatnya pelayanan, dan diikuti dengan prosedur yang berbelit-belit atau yang lebih dikenal dengan efek pita merah, Keseluruhan kondisi empirik yang terjadi secara

Akumulatif telah meruntuhkan konsep birokrasi pemerintah yang memfungsikan birokrasi untuk mengkoordinasikan unsur-unsur dalam proses pemerintahan. Birokrasi, dalam keadaan demikian, hanya berfungsi sebagai

pengendali, penegak disiplin, dan penyelenggara pemerintahan dengan kekuasaan yang sangat besar, tetapi sangat mengabaikan fungsi pelayanan pada masyarakat. Buruknya serta tidak transparannya kinerja birokrasi bisa mendorong masyarakat untuk mencari "jalan pintas" dengan suap atau berkolusi dengan para pejabat dalam rekrutmen pegawai atau untuk memperoleh pelayanan yang cepat. Situasi seperti ini pada gilirannya seringkali mendorong para pejabat untuk mencari kesempatan dalam kesempatan agar mereka dapat menciptakan rente dari pelayanan berikutnya.

Pelayanan publik pada dasarnya menyangkut aspek kehidupan yang sangat luas. Dalam kehidupan bernegara, maka pemerintah memiliki fungsi memberikan berbagai pelayanan publik yang diperlukan oleh masyarakat, mulai dari pelayanan dalam bentuk pengaturan atau pun pelayanan-pelayanan lain dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang pendidikan, kesehatan, utilitas, dan lainnya. Berbagai gerakan reformasi publik (*public reform*).

Yang dialami negara-negara maju pada awal tahun 1990-an banyak diilhami oleh tekanan masyarakat akan perlunya peningkatan kualitas pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintah. Di Indonesia, upaya memperbaiki pelayanan sebenarnya juga telah seklama dilaksanakan oleh pemerintah, antara lain melalui Inpres No. 5 Tahun 1984 tentang Pedoman Penyederhanaan dan Pengendalian Perijinan di Bidang Usaha

Hakekat pelayanan publik menurut Keputusan Menteri Pemerintahan dan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M. PAN/7 /2003 adalah pemberian pelayanan

prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat

1. Azas Pelayanan Publik

Sesuai dengan SK Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2004 penyelenggaraan pelayanan harus memenuhi azas-azas sebagai berikut :

- a. Transparansi; bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang memerlukan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
- b. Akuntabilitas; dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- c. Kondisional; sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berprinsip pada efisiensi dan efektifitas.
- d. Partisipatif; mendorong peran serta masyarakat dalam menyelenggarakan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi , kebutuhan dan harapan masyarakat.
- e. Kesamaan hak ; tidak deskriminatif, dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, golongan, gender dan status ekonomi.
- f. Keseimbangan hak dan kewajiban; pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing.

2. Kelompok Pelayanan Publik

Sesuai Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2004 jenis pelayanan dibedakan menjadi 3 kelompok yaitu :

- a. Kelompok pelayanan administratif; yaitu pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk dokumen resmi yang diperlukan publik, misalnya status kewarganegaraan, kepemimpinan, penguasaan suatu barang, sertifikat kompetisi. Contoh: KTP, Akta pernikahan, Akta Kelahiran, BPKB, SIM, STNK, IMB dan lain-lain.
- b. Kelompok pelayanan barang; yaitu pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk atau jenis barang yang digunakan oleh public, misalnya penyediaan air bersih, Tenaga listrik, jaringan telepon dan sebagainya.
- c. Kelompok pelayanan jasa; yaitu pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk jasa yang diperlukan oleh publik, misalnya pendidikan, pemeliharaan kesehatan, penyelenggaraan transportasi, Pos, dan sebagainya.

3. Penyelenggaraan Pelayanan Publik

Sehubungan dengan penyelenggaraan pelayanan publik perlu memperhatikan hal-hal berikut:

1. Prinsip pelayanan publik;

Sesuai Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 tahun 2004 prinsip penyelenggaraan pelayanan adalah sebagai berikut :

- 1) Kesederhanaan; prosedur pelayanan publik tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan

- 2) Kejelasan; mencakup kejelasan dalam hal: (1) persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik;(2) unit kerja/pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan/ sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik;(3) rincian biaya pelayanan publik dan tata cara pembayaran.
- 3) Kepastian waktu; pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
- 4) Akurasi; produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat, dan sah.
- 5) Keamanan; proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum.
- 6) Tanggung jawab; pimpinan penyelenggara pelayanan publik / pejabat yang ditunjuk bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik.
- 7) Kelengkapan sarana dan prasarana; tersedianya sarana prasarana kerja, peralatan kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk sarana telematika.
- 8) Kemudahan akses; tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat dan memanfaatkan teknologi telematika.
- 9) Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan; pemberi pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah serta ikhlas dalam memberi pelayanan.

- 10) Kenyamanan; lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, serta disediakan fasilitas pendukung seperti tempat parkir, toilet, tempat ibadah, dan lain-lain.

4. Standar Pelayanan Publik.

Standar pelayanan publik merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi dan atau penerima pelayanan; sekurang-kurangnya meliputi:

- 1) Prosedur pelayanan; yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.
- 2) Waktu penyelesaian; yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan, termasuk pengaduan.
- 3) Biaya pelayanan; termasuk rincian tarif yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.
- 4) Produk pelayanan; hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
- 5) Sarana dan prasarana; penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.
- 6) Kompetensi petugas pemberi pelayanan; harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap dan perilaku yang diperlukan.

5. Pola penyelenggaraan pelayanan publik.

Sesuai Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2004 ada 4 pola pelayanan yaitu :

- 1) Fungsional; Pola Pelayanan publik diberikan oleh penyelenggara pelayanan, sesuai dengan tugas, fungsi dan kewenangannya.
- 2) Terpusat; Pola pelayanan publik diberikan secara tunggal oleh penyelenggara pelayanan berdasarkan pelimpahan wewenang dari penyelenggara pelayanan terkait lainnya yang bersangkutan.
- 3) Terpadu; Pola penyelenggara pelayanan terpadu dibedakan menjadi dua yaitu:
 - a. Terpadu satu atap; diselenggarakan dalam satu tempat yang meliputi berbagai jenis pelayanan yang tidak mempunyai keterkaitan proses dan dilayani beberapa pintu.
 - b. Terpadu satu pintu; diselenggarakan pada satu tempat yang meliputi berbagai jenis pelayanan yang memiliki keterkaitan proses dan dilayani melalui satu pintu.
 - c. Gugus tugas; petugas pelayanan publik secara perorangan atau dalam bentuk gugus tugas ditempatkan pada instansi memberi pelayanan dan lokasi pemberian pelayanan tertentu

6. Biaya pelayanan publik.

Sesuai Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2004 penetapan besaran biaya pelayanan publik perlu memperhatikan hal-hal berikut:

- 1) tingkat kemampuan dan daya beli masyarakat;
- 2) Nilai/harga yang berlaku atas barang dan atau jasa;
- 3) Rincian biaya harus jelas untuk jenis pelayanan publik yang memerlukan tindakan seperti penelitian, pemeriksaan, pengukuran dan pengajuan;
- 4) Ditetapkan oleh pejabat yang berwenang dan memperhatikan proses sesuai ketentuan peraturan perundangan.

a. Pelayanan bagi penyandang cacat, lanjut usia, wanita hamil dan balita.

Sesuai Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2004 penyelenggara pelayanan wajib mengupayakan tersedianya sarana dan prasarana yang diperlukan serta memberikan akses khusus berupa kemudahan pelayanan bagi penyandang cacat, lanjut usia, wanita hamil dan balita.

b. Pelayanan khusus.

Sesuai Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2004 penyelenggaraan jenis pelayanan publik tertentu seperti pelayanan kesehatan, transportasi, dimungkinkan untuk memberikan penyelenggaraan pelayanan khusus, dengan ketentuan seimbang dengan biaya yang dikeluarkan sepanjang tidak bertentangan dengan

peraturan perundangan seperti ruang perawatan VIP di Rumah Sakit, gerbong eksekutif kereta api.

c. Biro jasa pelayanan.

Sesuai Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2004, pengurus pelayanan publik pada dasarnya dilakukan sendiri oleh masyarakat, namun dengan pertimbangan tertentu sebagai wujud partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik tertentu dimungkinkan adanya biro jasa yang membantu penyelenggaraan pelayanan publik. Dengan ketentuan status biro jasa tersebut harus jelas, memiliki ijin usaha dari instansi yang berwenang dan dalam menyelenggarakan kegiatan pelayanan harus berkoordinasi dengan penyelenggara pelayanan yang bersangkutan, terutama menyangkut tarif, persyaratan, waktu pelayanan, sehingga tidak mengganggu fungsi penyelenggaraan pelayanan publik. Contoh: biro jasa perjalanan angkutan darat, laut dan udara.

d. Tingkat kepuasan masyarakat.

Ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan. Oleh karenanya Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2004 mengamanatkan agar tetap penyelenggara pelayanan secara berkala melakukan survey indeks kepuasan masyarakat.

Pengawasan penyelenggaraan pelayanan publik. Pengawasan sesuai dengan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2004 dilakukan melalui berbagai cara sebagai berikut:

- 1) Pengawasan melekat; pengawasan yang dilakukan oleh atasan langsung, sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan.
- 2) Pengawasan fungsional; pengawasan yang dilakukan oleh aparat pengawas fungsional sesuai dengan peraturan perundangan.
- 3) Pengawasan masyarakat; pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat berupa laporan atau pengaduan masyarakat tentang penyimpangan dan kelemahan dalam penyelenggaraan pelayanan publik.

e. Penyelesaian pengaduan.

Setiap pimpinan unit penyelenggara pelayanan publik wajib menyelesaikan setiap laporan/pengaduan masyarakat mengenai ketidakpuasan masyarakat dalam pemberian pelayanan sesuai dengan kewenangannya.

Untuk menampung pengaduan masyarakat tersebut, unit pelayanan menyediakan loket/kotak pengaduan. Sesuai Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2004 dalam menyelesaikan pengaduan masyarakat, pimpinan unit penyelenggara pelayanan publik perlu memperhatikan hal-hal berikut:

- 1) Prioritas penyelesaian pengaduan.
- 2) Penentuan pejabat yang menyelesaikan pengaduan.

- 3) Prosedur penyelesaian pengaduan.
- 4) Rekomendasi penyelesaian pengaduan.
- 5) Pemantauan dan evaluasi penyelesaian pengaduan.
- 6) Pelaporan proses dan hasil penyelesaian pengaduan kepada pimpinan.
- 7) Penyampaian hasil pengaduan kepada yang mengadukan.
- 8) Dokumentasi penyelesaian pengaduan.

f. Penyelesaian sengketa.

Apabila pengaduan tidak dapat diselesaikan oleh unit penyelenggara pelayanan publik yang bersangkutan dan terjadi sengketa, maka Kep. Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2004 mengatur bahwa penyelesaiannya dapat dilakukan melalui jalur hukum.

D. Kepuasan Pengunjung

Dalam menghadapi persaingan dewasa ini, untuk mencapai suatu kesuksesan perusahaan selalu berusaha bagaimana caranya memperoleh banyak pelanggan dan bisa mengungguli pesaing, untuk itulah setiap orang/ perusahaan dituntut agar dapat melakukan pekerjaan dengan lebih baik, yang memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan.

Pelanggan yang merasa sangat puas akan menjadi pelanggan yang tetap 9 dalam waktu yang panjang dan mereka tidak begitu peka terhadap harga, bukan hanya itu mereka akan menyampaikan rasa puas mereka terhadap perusahaan itu kepada orang lain, bayangkan saja kalau sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang buruk kepada pelanggan, maka bisa dipastikan bahwa pelanggan

tersebut akan mencari perusahaan lain dan menjadi pelanggan perusahaan lain (pesaing) yang memberikan kepuasan pada pelanggan tersebut, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Suatu pelayanan dinilai dapat memuaskan pelanggan apabila dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, apalagi dengan banyaknya produk saingan, akan menyebabkan setiap perusahaan harus selalu meningkatkan pelayanannya.

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa Latin yaitu "*satis*" yang berarti cukup baik atau memadai, dan "*facio*" yang berarti melakukan atau membuat. Jika keduanya diartikan secara sederhana akan berarti "upaya pemenuhan sesuatu" atau „membuat sesuatu memadai“.²⁶

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.²⁷ Menurut Westbrook & Reilly dalam Tjiptono, kepuasan pengunjung adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa. Respons emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap objek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai.²⁸

²⁶ Fandi Tjiptono, 2006, Pemasaran Jasa, BayumediaPublising, Mallang, hal. 349

²⁸ Philip Kotler, 1997, Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi Kontrol, jilid satu, Jakarta, Prenhallindo, hal. 36

Kepuasan pengunjung adalah dampak dari harapan pengunjung terhadap suatu produk/jasa sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh dari produk yang dibeli.²⁹ Berdasarkan definisi kepuasan yang telah dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan/respon senang atau kecewa terhadap suatu produk/jasa setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja dan harapan pengunjung.

Menurut Keagen dalam buku karya Tjiptono mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh dua hal yaitu keluhan dan harapan pelanggan terhadap jasa yang diterima. Apabila menerima perlakuan yang baik, sesuai dan memuaskan pelanggan akan merasa terpenuhi harapannya, ditandai dengan adanya perasaan senang. Sedangkan apabila penerimaan perlakuan kurang baik, tidak sesuai, memberi kesan negatif dan tidak memuaskan, dianggap bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan, yang menyebabkan pelanggan mengeluh, keluhan tersebut menandakan bahwa pelanggan merasa kecewa.³⁰

Ketika pengunjung membeli suatu produk/jasa, maka ia memiliki harapan tentang bagaimana produk/jasa itu berfungsi (product performance) Harapan tersebut adalah standar kualitas yang akan dibandingkan dengan fungsi atau kualitas yang sesungguhnya dirasakan pengunjung. Terdapat beberapa konsep inti mengenai objek pengukuran kepuasan pengunjung, yakni:

²⁹ Fandi Tjiptono, 2006, Pemasaran Jasa, BayumediaPublising:Mallang. Hal. 349

³⁰ Ujang Sumarwan, 2011, Perilaku Pengunjung Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, edisi kedua, GahliaIndonesia, Bogor, hal. 387

1. Kepuasan pengunjung keseluruhan, yakni dengan menanyakan secara langsung kepada pengunjung seberapa puas mereka dengan produk/jasa tertentu.
2. Dimensi kepuasan pengunjung, yakni pengunjung memilih dimensi mana saja yang memberikan kepuasan, menilai produk atau jasa perusahaan serta membandingkan produk atau jasa dengan perusahaan lain
3. Konfirmasi harapan, yakni sesuai atau tidak sesuai kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan pengunjung.
4. Minat pengunjung untuk pembelian ulang produk atau jasa.
5. Kesiapan untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain.
6. Ketidakpuasan pengunjung terhadap barang atau jasa yang diterima.

Kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antara faktor-faktor tersebut yakni kinerja (performance) yang berkaitan dengan fungsi fisik suatu produk dan peningkatan citra diri, karakteristik produk/jasa, kondisi fisik, kinerja produk, karakteristik pelanggan, promosi serta pengalaman pengunjung dengan produk/jasa serupa, dengan membandingkan produk/jasa yang sedang digunakan dengan yang telah digunakan sebelumnya.³¹

Kepuasan pengunjung dapat diketahui dengan melakukan beberapa metode pengukuran, menurut Kotler dalam Tjiptono menjelaskan ada 4 metode untuk mengukur kepuasan pengunjung, diantaranya:

³¹ Fandy Tjiptono, 2004, *Kepuasan dalam Pelayanan*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, hal. 24

a. Sistem Keluhan dan Saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada pengunjung akan memberikan kesempatan yang luas pada para pengunjungnya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari para pengunjung ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pengunjungnya dan segera memperbaikinya.

b. Ghost Shopping

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pengunjung adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (GhostShopper) untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing. Kemudian mereka akan melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghostshopper juga bisa mengamati cara penanganan terhadap setiap keluhan yang ada, baik oleh perusahaan yang bersangkutan maupun dari pesaingnya.

c. *LostCustomerAnalysis*

Perusahaan menghubungi para pengunjungnya atau setidaknya mencari tahu pengunjungnya yang telah berhenti membeli produk atau yang

telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa pengunjung tersebut kabur. Dengan adanya peningkatan customerlostrate maka menunjukkan adanya kegagalan dari pihak perusahaan untuk dapat memuaskan pengunjungnya.

d. Survei Kepuasan Pengunjung

Survei dilakukan melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung. Survey dilakukan kepada pengunjung oleh pihak perusahaan, kemudian perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (feedback) secara langsung dari pengunjung dan juga akan memberikan tanda bahwa perusahaan menaruh perhatian yang besar terhadap para pengunjungnya.

Kepuasan pengunjung dianggap penting karena penjualan perusahaan berasal dari dua kelompok dasar, yakni pelanggan baru dan pelanggan yang membeli kembali. Untuk dapat meningkatkan kepuasan pengunjung, perusahaan perlu menerapkan strategi jangka panjang dalam pemasaran, diantaranya :

- a. Relationship Marketing, strategi menjalin kemitraan dengan konsumen secara terus-menerus meskipun proses jual beli selesai.
- b. Superior Customer Service, yakni strategi dimana perusahaan berupaya menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing.

- c. Unconditional Service guarantee, yakni memberikan kepuasan kepada konsumen dengan memberikan garansi atau jaminan untuk meringankan resiko atau kerugian konsumen
- d. Penanganan keluhan yang efisien dengan mengubah perasaan konsumen yang tidak puas menjadi puas agar kepercayaan konsumen kembali terhadap perusahaan
- e. Peningkatan kinerja perusahaan, dengan memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, salesmanship dan publicrelations kepada karyawan.
- f. *QualityFunctionDeployment*, strategi ini untuk menerjemahkan apa yang dibutuhkan pengunjung menjadi apa yang dihasilkan organisasi dengan melibatkan pengunjung dalam proses pengembangan produk.

Adanya kepuasan pengunjung dapat memberikan manfaat seperti hubungan antara perusahaan dan pengunjung menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang akan menguntungkan perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata pengunjung dan laba yang diperoleh dapat meningkat.

E. Pengelolaan Wisata

1. Pengertian pengelolaan

Kata pengelolaan berasal dari kata kerja mengelola dan merupakan terjemahan dari bahasa Italia yaitu *menegiare* yaitu yang artinya menangani alat-alat, berasal dari bahasa latin *manus* yang artinya tangan. Dalam bahasa Perancis terdapat kata *mesnagement* yang kemudian menjadi *management*. Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengelolaan berasal dari kata *kelola* yang berarti mengendalikan, mengurus dan menyelenggarakan.

Di sisi lain Efendi menyatakan manajemen berasal dari bahasa Inggris yaitu *timanage* yang memiliki kesamaan dengan kata *to hand* yang berarti “mengurus”, *tocontrol* “memeriksa”, *toguide* “memimpin” atau membimbing”, jadi apabila dilihat dari asal katanya manajemen berarti pengurusan, pengendalian, memimpin atau membimbing. Manajemen adalah suatu proses yang diterapkan oleh individu atau kelompok dalam upaya-upaya koordinasi untuk mencapai suatu tujuan. Dalam skala aktivitas manajemen dapat diartikan sebagai aktivitas mengatur, menerbitkan dan berpikir yang dilakukan oleh seseorang, sehingga mampu mengemukakan, menata, merapikan segala sesuatu yang ada di sekitarnya sesuai dengan prinsip-prinsip serta menjadikan hidup lebih selaras, serasi dengan yang lainnya. Upaya mengefektifkan pengelolaan dan pengembangan di

lingkungan internal maupun eksternal yang ada termasuk di dalamnya kecenderungan terhadap pariwisata dalam konteks global.³²

Dari penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen merupakan aktivitas yang mencakup perencanaan adalah proses penentuan tujuan dan pedoman pelaksanaan dengan memilih yang terbaik dari alternatif-alternatif yang ada. Pengorganisasian adalah suatu proses untuk penentuan, pengelompokan dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

Pengarahan adalah mengarahkan semua bawahan, agar mau bekerja sama dan bekerja efektif untuk mencapai tujuan serta pengendalian dan pengawasan adalah proses pengaturan berbagai faktor dalam suatu perusahaan agar sesuai dengan ketetapan-ketetapan dalam rencana.³³

Arti penting pengelolaan dalam konteks manajemen adalah memungkinkan sekelompok orang untuk mencapai tujuan organisasional secara bersama-sama. Selain itu pengelolaan memungkinkan kerjasama antara orang-orang dan individu di dalam organisasi untuk mencapai tujuan tertentu.

2. Manajemen wisata

Manajemen yang baik dan efektif memerlukan penguasaan atas orang-orang yang dikelola. Dalam kegiatan wisata terdiri atas beberapa komponen

³² Salah Wahab, *Manajemen Kepariwisata* (Jakarta: Pradnya Paramitha, 1996), h. 14

³³ *Ibid.*, h. 15

utama yaitu wisatawan. Elemen geografi dan industri pariwisata. Pengertian dari masing-masing komponen diatas adalah sebagai berikut:

- a. Wisatawan adalah aktor dalam kegiatan wisata dengan melakukan perjalanan wisata akan menjadi sebuah pengalaman dalam masa-masa kehidupan.
- b. Pergerakan wisatawan berlangsung pada tiga area geografi yaitu daerah asal wisatawan, tempat ketika dia melakukan aktivitas keseharian. Seperti bekerja, belajar, tidur dan kebutuhan dasar lain. Rutinitas ini mendorong seseorang untuk melakukan wisata dari daerah asal, seseorang dapat mencari informasi tentang obyek dan daya tarik wisata yang diminati. Daerah tujuan wisata ini sering disebut dengan ujung tombak pariwisata. Di daerah tujuan wisata dampak pariwisata sangat dirasakan sehingga sangat dibutuhkan perencanaan dan manajemen yang tepat.
- c. Industri pariwisata adalah industri yang menyediakan jasa, daya tarik, dan sarana wisata. Sebagai contoh, biro perjalanan wisata dapat ditemukan pada daerah asal wisatawan, penerbangan dapat ditemukan baik di daerah asal maupun pada tempat transit serta akomodasi dapat ditemukan pada daerah tujuan wisata.

Pariwisata merupakan kegiatan yang dapat dipahami dari banyak pendekatan. Dalam Undang-undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata dijelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk

tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau memperlajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Adapun yang dimaksud dengan pariwisata sendiri adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.³⁴

Wisata adalah kegiatan yang tidak dapat terlepas dari kehidupan manusia. Setiap orang akan membutuhkan kegiatan berwisata dan pariwisata baik yang dilakukan di dalam daerah maupun di luar daerah dari tempat tinggalnya. Wisatawan dalam melakukan perjalanan dengan berbagai tujuan antara lain bersenang-senang, tujuan bisnis dan profesional dan tujuan lain-lain sehingga wisatawan dibedakan menjadi wisatawan, vaknasi dan wisatawan bisnis dengan cara tersendiri. Para wisatawan dapat melakukannya di dalam negeri atau pariwisata domestik dan perjalanan keluar negeri atau mancanegara.

Manfaat wisata menurut kloter membagi wisatawan dari manfaat yang ingin diraihinya ketika melakukan perjalanan wisata. Wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata tentunya ingin mendapatkan sesuatu karena perjalanan wisata tentunya ingin mendapatkan sesuatu kare perjalanan wisata harus berimbang dengan perjalanan yang dilakukannya. Manfaat perjalanan yang dicari oleh setiap orang beragam yaitu mulai dari kualitas yang merupakan kata kunci dalam industri pariwisata. Kualitas disini berperan sangat penting bagi para wisatawan yang mencari mutu yang tinggi dan beberapapun akan dibayarkan. Pelayanan

³⁴ Ismayanti, Pengantar Kepariwisataaan ..., h. 3

adalah serangkaian kegiatan yang dirancang untuk memenuhi kepuasan wisatawan, pelayanan disini adalah inti dari kegiatan wisata dan membuat produk wisata menjadi unik. Aspek ekonomis yaitu sebagai wisatawan menginginkan manfaat ekonomis pariwisata, mereka akan memperhitungkan untung dan rugi dari setiap keputusan berwisata. Para wisatawan juga membutuhkan ketepatan dan kecepatan dalam hal penyediaan jasa. Keragaman perjalanan wisata dibentuk dari karakter-karakter manusia yang berbeda-beda.

Wisatawan dapat dikelompokkan berdasarkan jenisnya. Para ahli mengembangkan beragam jenis wisatawan pada prinsipnya perilaku jenis wisatawan mempunyai jenis yang sama yaitu motivasi kegiatan perjalanan. Adapun fasilitas yang digunakan wisatawan adalah transportasi yang meliputi angkutan darat, air dan udara. Angkutan udara digunakan oleh para wisatawan dalam jarak jauh dan waktu tempuh yang panjang, sedangkan angkutan darat digunakan untuk menjemput kedatangan wisatawan sesuai dengan rute perjalanan.

Transportasi darat dapat mencapai daerah yang sulit bahkan are yang sulit sekalipun. Transportasi air memberikan kenyamanan tersendiri bagi para wisatawan misal kapal veri, kapal pesiar, kapal danau dan perahu.³⁵

Sarana akomodasi sangat dibutuhkan untuk setiap kegiatan wisata, karena kegiatannya membutuhkan waktu lebih dari satu hari. Sehingga seluruh

³⁵ Nyoman S Pedit, Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana (Jakarta: Pradnya Paramita, 2003), h. 80

akomodasi umumnya menyediakan jasa pelayanan penginapan yang dimiliki dengan makan dan minum serta jasa lain dalam wujud yang seragam. Beragam jenis daya tarik wisata memberikan peluang kunjungan yang lebih banyak dan dibutuhkan. Keanekaragaman telah melahirkan potensi daya tarik wisata memerlukan perhatian dari pihak pengelola baik dalam menggali potensi maupun untuk melestarikan sehingga tercipta pariwisata yang berkelanjutan dan berkesimbangan. Usaha daya tarik wisata sangat diperlukan dalam menciptakan manfaat ekonomi, sosial dan lingkungan dari industri pariwisata. Daya tarik merupakan fokus utama dari industri pariwisata.

3. Unsur-unsur manajemen wisata

Unsur adalah kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dan berkaitan satu sama lainnya. Manullang menyebutkan manajemen memiliki unsur-unsur yang saling mendukung dan tidak dapat dipisahkan yaitu 6 M meliputi:³⁶

a. Man (Manusia)

Manusia merupakan unsur pendukung yang paling penting untuk pencapaian sebuah tujuan yang telah ditentukan sehingga berhasil atau gagalnya suatu manajemen tergantung pada kemampuan untuk mendorong dan menggerakkan orang-orang ke arah tujuan yang hendak dicapai.

Sumber daya manusia memiliki peran yang penting dalam pengembangan pariwisata untuk mendukung percepatan dan perluasan

³⁶ Salah Wahab, Manajemen Kepariwisata (Jakarta: Pradnya Paramitha, 1996), h. 19

pembangunan ekonomi Indonesia sementara itu yang mengantarkan pembeli kepada market tidak lain adalah sumber daya manusia.

Pariwisata tidak memerlukan SDM seperti profesor atau banyak guru besar, yang penting adalah keramahtamahan dan pemahaman SDM mengenai wawasan lokal di daerah setempat Mulai dari tukang becak, tour guide, pekerja di hotel, hingga penjaga museum, itu semua tercipta karena adanya wisatawan.

Maka untuk mendukung itu kita butuh SDM berkualitas, Sebagai contoh bahwa kekayaan alam Indonesia, sejarah lokal, hanyalah modal yang tidak akan menjadi produk pariwisata bila sumber daya manusia tidak mampu membawakannya kepada para turis. Contoh saja tukang becak di Jogja diminta untuk mengantar ke restoran enak, tapi si turis malah dibawa ke restoran cepat saji. Padahal seharusnya panganan asli Indonesia yang perlu diperkenalkan dan dicoba para turiss, sumber daya manusia sangat vital dalam sektor pariwisata, apalagi jumlah tenaga kerja yang terserap dari sektor pariwisata lebih besar dibandingkan dengan jumlah tenaga kerja dari sektor lain.

b. Money (Uang)

Segala aktivitass dalam sebuah lembaga tentu membutuhkan uang operasional kegiatan. Peran uang dalam perekonomian dapat mengalirkan darah yang mengalir dalam tubuh manusia. Jika kekurangan darah,

manusia seakan-akan mati. Begitu juga ketika kita kekurangan uang, bagaikan kekurangan darah, mengakibatkan gairah hidup manusia menurun dan melemah. Untuk itu manusia berlomba-lomba mencari uang dari pagi ke pagiagar mereka bisa memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun, tidak sedikit orang yang menghalalkan segala cara demi terkumpulnya pundi-pundi rupiah, seseorang mampu melakukan apa saja misalnya, penjadi pembunuh bayaran, dll yang di haramkan oleh agama.

Pada zaman sekarang uang telah merajai segalanya, dengan kebutuhan

hidup yang sangat banyak dan harga barang-barang yang semakin mahal, membuat semua orang berfikir keras untuk mencari uang, semakin banyak uang yang mereka punya, maka kebutuhan mereka akan terpenuhi.

Hal tersebut di sebabkan kebutuhan fisik manusia tidak lain adalah berupa barang dan jasa. Untuk memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa tersebut, cara yang paling mudah adalah dengan memiliki sesuatu yang di sebut uang.

Dengan demikian dapat kita pahami bahwa uang memiliki tiga peran utama dalam menompang perekonomian masyarakat, yaitu sebagai alat tukar, sebagai satuan hitung, dan sebagai penyimpan uang.

Uang sebagai alat tukar yaitu dengan adanya uang seseorang yang bisa menukarkan dengan apa saja yang mereka inginkan, yaitu dengan perkembangan zaman sekarang, kebutuhan-kebutuhan hidup lebih banyak, dan dengan sifat

manusia yang tidak pernah merasa cukup dan puas, dengan adanya uang yang mampu mencukupi dan memuaskan apa saja yang mereka inginkan.

Uang sebagai satuan hitung yaitu dengan uang seseorang yang bisa menghitung manfaat, kualitas dan manfaat suatu barang dan jasa, karena semakin mahal barang dan jasa maka kualitas dan mutu barang dan jasa itu pun semakin baik.

Uang sebagai alat penyimpan yaitu dengan adanya uang kita yang bisa menabung, dan dengan uang kita juga bisa membeli emas, perak dll yang bisa kita simpan untuk kita gunakan di masa depan dan di saat kita membutuhkan. Oleh karena itu, pengaruh uang terhadap perekonomian sangat berpengaruh, maju tidak perekonomian seseorang ditentukan dengan sekian banyak uang yang mereka miliki. Semakin banyak uang yang mereka miliki maka perekonomian mereka akan tercukupi. Namun tidak dengan mereka yang tidak memiliki banyak uang, hidup mereka tidak akan terjamin, kesehatan, pangan, papan akan serba kesulitan.

c. Material

Dalam proses kegiatan, manusia membutuhkan bahan-bahan materi, karena materi merupakan unsur pendukung manajemen dalam rangka pencapaian tujuan. Objek material mencakup apa saja, baik yang abstrak dan yang kongkrit. Oleh karena itu, maka Objek material Ilmu Pariwisata adalah kehidupan masyarakat yang meliputi hubungan antar manusia, manusia dengan Pencipta dan manusia dengan alam.

Objek formal adalah cara memandang, cara meninjau yang dilakukan seseorang peneliti terhadap objek materialnya serta prinsip-prinsip yang digunakannya yang membedakannya dengan ilmu-ilmu lainnya.

Pergerakan Wisatawan melakukan pengamatan tentang tipologi wisatawan yang melakukan pergerakan yang berimplikasi pada organisasi dan manajemen perjalanan dan fasilitas wisat, aktivitas masyarakat yang memfasilitasi pergerakan yang menuntut suatu pola kerjasama lintas pelaku dan

Implikasi atau akibat-akibat pergerakan wisatawan dan aktivitas masyarakat yang memfasilitasinya terhadap kehidupan masyarakat secara Semua itu merupakan esensi objek formal kajian pariwisata yang dapat dijadikan basis untuk memposisikan pariwisata sebagai cabang ilmu pengetahuan baru di antara berbagai cabang ilmu sosial

Secara umum definisi atau Pengertian Mesin adalah serangkaian alat yang berguna untuk mengubah gaya menjadi sebuah energi, dimana energi tersebut dapat dimanfaatkan oleh manusia untuk berbagai kegiatan. Penggunaan mesin dipercaya dapat mempermudah dan mempercepat segala aktivitas yang ada, sehingga mesin mulai diproduksi di berbagai bidang sekarang ini.

Manfaat Mesin Bagi Kehidupan Manusia

1. Mempermudah pekerjaan

Mesin memang dibuat untuk mempermudah segala pekerjaan yang dimiliki manusia, salah satu contohnya ialah mesin komputer yang berguna untuk mempermudah pekerjaan manusia di bidang percetakan.

2. Mempercepat Pekerjaan

Terdapat juga mesin untuk mempercepat pekerjaan, seperti mesin motor yang berguna untuk membuat perjalanan menjadi lebih cepat. Kini mesin motor tidak hanya membuat perpindahan menjadi cepat saja, namun soal keamanan serta kenyamanan juga telah ditingkatkan sangat pesat.

3. Memaksimalkan Pekerjaan

Mesin untuk memaksimalkan pekerjaan adalah jenis mesin yang paling banyak ditemui, dimana mesin tersebut umumnya berhubungan dengan sebuah produksi. Mesin tersebut bisa berupa mesin giling, mesin produksi, ataupun jenis mesin lainnya.

Otomotif dengan mesin memang memiliki hubungan yang sangat erat, namun keduanya sebenarnya memiliki pengertian dan fungsi yang berbeda. Tak heran mengingat otomotif sendiri merupakan salah cabang dari jenis-jenis mesin yang digunakan oleh manusia untuk membuat pekerjaan menjadi lebih mudah dan juga cepat.

d. Machine (Mesin)

Peranan mesin sangat dibutuhkan agar proses produksi dan pekerjaan bisa berjalan efektif dan efisien.

e. Method (Metode)

Untuk pelaksanaan pekerjaan perusahaan perlu membuat alternatif-alternatif cara (metode) agar produk bisa berdaya guna dan berhasil guna dan sesuai dengan perkembangan yang menawarkan berbagai metode baru untuk lebih cepat dan baik dalam menghasilkan barang dan jasa.

f. Market (Pemasaran)

Bagi kegiatan yang bergerak di bidang wisata, pasar sangat penting sebagai tujuan pencapaian tujuan akhir. Pasar yang menghendaki seorang manajer untuk mempunyai orientasi.

Pemasaran mempunyai peranan penting dalam memasarkan suatu barang dan jasa. Dengan adanya pemasaran dapat dilihat kebutuhan konsumen akan berubah menjadi keinginan konsumen seiring berjalannya waktu. Proses ini yang menjadikan suatu bentuk dari konsep pemasaran atau dikenal dengan bauran pemasaran (marketing mix). pemenuhan produk (product), penetapan harga (price), pengiriman barang (place), dan mempromosikan barang (promotion).

Kemudian dikembangkan pemasaran jasa yang menambahkan “3P”. Tiga “P” itu terdiri dari orang (people), bukti fisik (physical evidence), dan proses (process).

Sekarang ini bisa dilihat produk di Indonesia beraneka ragam baik dari kebutuhan pokok maupun kebutuhan non pokok. Produk dibagi menjadi dua bagian yaitu produk barang dan produk jasa. Setiap produk yang dipasarkan telah memiliki keunikan tersendiri. Keunikan ini menjadikan suatu produk memiliki kelebihan dan daya tarik. Tetapi hal itu sering kali kurang dipahami oleh produsen sehingga rendahnya keinginan konsumen untuk memilikinya.

Keinginan konsumen dalam memilih produk terjadi karena daya tarik yang telah menjadi kebutuhan dan keinginan setiap konsumen. Banyaknya produk barang dan jasa yang kurang menarik disebabkan tidak adanya atau rendahnya promosi yang dilakukan sehingga promosi yang dilakukan kurang menarik perhatian. Kurangnya promosi yang disampaikan menurunkan minat konsumen terhadap pemilihan produk barang dan jasa yang akan digunakan. Sekarang ini banyak perusahaan yang mengabaikan keinginan konsumen dan lebih berfokus hanya pada kebutuhan konsumen.

Hal itu terlihat bahwa setiap konsumen memiliki kebutuhan yang sangat penting tetapi keinginan konsumen juga diperlukan untuk mengetahui mayoritas konsumen lebih menyukai ke bagian mana yang diminati. Kebutuhan dan keinginan merupakan dua faktor yang perlu diperhatikan produsen untuk terjadinya pengambilan keputusan konsumen dalam membeli atau menggunakan

produk barang dan jasa tersebut. Oleh karena itu promosi memiliki peranan penting guna menyampaikan pesan produk kepada konsumen.

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa kepada calon konsumen. Penawaran produk mempunyai tujuan untuk menarik calon konsumen dalam menggunakannya. Hal ini tidak mudah untuk dilakukan karena produsen harus bisa menyampaikan kesan dari promosi itu sendiri. Agar terjadinya kesadaran calon konsumen untuk menyakinkan dalam membeli barang atau jasa yang akan digunakan. Hal ini dilihat dari pengaruh promosi yang makin terasa di setiap objek wisata. Sebab pada dasarnya konsumen akan lebih selektif dalam memilih dan menggunakan barang atau jasa yang dipakai. Promosi yang dilakukan oleh pemerintahan setempat lebih terfokus kepada periklanan (advertising) yang ditunjukkan melalui website tampilan wisata bahari yang ada dan promosi penjualan (sales promotion) yang ditunjukkan

Melalui penjualan perjalanan wisata (tour) untuk mempromosikan wisata bahari. Untuk itu promosi harus dipikirkan dan direncanakan dengan baik dan sesuai dengan jasa yang ditawarkan. Tidak hanya itu karena calon konsumen selalu mencari apa yang mereka inginkan dibandingkan apa yang mereka butuhkan. Bisa dilihat dari Pulau Bangka yang melakukan kegiatan promosi “Visit Bangka Belitung Archipelago tetapi malah mengalami penurunan wisatawan secara drastis. Hal ini menjadikan bahwa kegiatan promosi tidak hanya menjual jasa yang disampaikan melainkan ikut berpartisipasi dalam memasarkan baik dari masyarakat lokal Babel dan masyarakat di Indonesia. Sekarang ini banyak calon

konsumen memilih barang yang mereka inginkan berdasarkan ketertarikan barang atau jasa yang akan digunakan. Dalam keadaan seperti ini ketertarikan konsumen akan menjadi salah satu dasar mendapat perhatian (attention), menanti menjadi ketertarikan (interest), berubah menjadi keinginan (desire), dan melakukan tindakan (action). Hal ini menjadi suatu alat promosi yang harus menarik perhatian, mendapatkan dan mendorong minat, membangkitkan keinginan, dan menghasilkan tindakan dalam membeli barang dan jasa. Ini telah berdasarkan pada proses terjadinya respon dari konsumen dalam pembelian dan pemakaian suatu jasa.

Proses yang terjadi dilihat dari ada pesan apa yang disampaikan hingga calon konsumen dapat tertarik akan barang dan jasa. semestinya sehingga membuat pesan barang dan jasa yang disampaikan kurang dipahami oleh konsumen. Ketertarikan (interest) terjadi bukan hanya pada konsumen tapi terbentuk oleh keinginan dari pesan yang disampaikan oleh produk itu sendiri. Ketertarikan pembaca terlihat dari proses yang mendalam pada meraih perhatian konsumen. Hal itu diberikan sedikit waktu tetapi produsen harus tetap fokus akan kebutuhan konsumen. Banyak produsen membantu konsumen dalam memilih pesan yang Relevan untuk memudahkan kata kunci yang disampaikan. Sekarang ini banyak produsen yang mengutarakan iklan yang disampaikan dengan kata-kata yang menonjol dan klimaks. Tetapi hal itu tidak mudah langsung bisa dipahami oleh konsumen. Oleh karena itu, ketertarikan meningkatkan minat pelanggan dengan berfokus pada kelebihan dan manfaat yang disampaikan. Ketertarikan juga menyebabkan konsumen telah melakukan tindakan (action) dalam menggunakan

produk jasa yang disediakan. Suatu tindakan tidak akan terjadi apabila ketertarikan konsumen tidak didapatkan. Salah satu kurangnya ketertarikan konsumen dapat terlihat dari rendahnya konsumen yang mendatangi Pulau Bangka. Hal ini disebabkan oleh kurangnya ketertarikan objek wisata di sana belum disampaikan dengan jelas. Berdasarkan uraian di atas penulis dapat menduga bahwa promosi mempunyai peranan penting dalam mendorong ketertarikan akan konsumen untuk mendatangi Kota Sungailiat di Pulau Bangka. Hal ini dikarenakan banyak objek wisata yang belum diperlihatkan kepada konsumen akan keindahan budaya dari pesan yang disampaikan. Tetapi salah satu pesan tersebut adalah ketertarikan di mana pesan yang disampaikan harus dapat dimengerti dan dipahami oleh konsumen. Konsumen mendapatkan daya tarik dengan pesan yang jelas

Penjelasan tentang 6 M kaitannya dengan fungsi manajemen Leiper pengelolaan manajemen merujuk kepada seperangkat atau fungsi manajemen yaitu *planning, directing, organizing, dan controlling*.

4. Metode Pengelolaan Wisata

- a. Pengonsultasian dengan semua pemangku kepentingan

Menurut *wordtradeorganisation (WTO)*, dalam Richardson dan Fluker, pengelolaan wisata dalam hal ini dapat dilakukan dengan beragam cara, seperti melalui pertemuan formal dan terstruktur dengan pelaku industri pariwisata, dewan pariwisata, konsultasi publik

dan subyek tertentu, penjajakan dan survei, konsultasi kebijakan dengan beragam kelompok dan melalui interaksi antara departemen pemerintah terkait dengan berbagai pihak sesuai subyek yang ditentukan.³⁷

b. Pengidentifikasian Isu

Isu pariwisata akan semakin beragam seiring dengan meningkatnya skala kegiatan yang dilakukan. Isu-isu yang mungkin muncul dalam skala kegiatan pariwisata, misalnya penyebaran dan ketimpangan pendapatan antara wilayah, pembangunan infrastruktur termasuk transportasi, akomodasi dan abstraksi, investasi, termasuk akses kepada modal dan investasi asing.

c. Penyusunan Kebijakan

Kebijakan ini yang disusun mungkin akan berdampak langsung maupun tidak langsung dengan pariwisata. Kebijakan ini akan menjadi tuntunan bagi pelaku pariwisata dalam mewujudkan visi dan misi pembangunan pariwisata.

d. Pembentukan dan Pendanaan Agen dengan Tugas Khusus

Agen ini bertujuan menghasilkan rencana strategis sebagai panduan dalam pemasaran dan pengembangan fisik di daerah tujuan wisata.

³⁷. Nyoman S Pedit, Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana (Jakarta: Pradnya Paramita, 2003), h. 88-89

Agen ini juga bertugas melakukan riset pasar, pemasaran daerah tujuan wisata dan mendorong fasilitas dan perusahaan pariwisata.

e. **Penyediaan Fasilitas dan Operasi**

Hal ini terutama berkaitan dengan situasi dimana pelaku usaha tidak mampu menyediakan fasilitas secara mandiri. Pemerintah berperan dalam memberikan modal usaha, pemberian subsidi kepada fasilitas dan pelayanan yang vital tetapi tidak mampu membiayai dirinya sendiri tetapi jangka panjang menjadi penentu keberhasilan pembangunan pariwisata.

F. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

1. Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Thorik G. dan Utus H pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (service) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Servis berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya pun akan mengenai heartshare konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam mindshare konsumen. Dengan adanya heartshare yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak diragukan.³⁸

³⁸ Sofyan Bachmid, *Konsep Kualitas Layanan Dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Mahasiswa*, <https://www.academia.edu>. Diunduh pada tanggal 20 Oktober 2018

Pelayanan sering disebut jasa oleh perusahaan, artinya ada suatu perbuatan yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan terhadap pihak lain.³⁹

2. Dimensi Pelayanan

Sunarto mengidentifikasi tujuh dari dimensi dasar dari kualitas yaitu :

a. Kinerja

Yaitu tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para pelanggan.

b. Interaksi pegawai

Yaitu seperti keramahan, sikap hormat dan empati yang ditunjukkan oleh masyarakat yang memberikan jasa atau barang.

c. Reliabilitas

Konsistensi kinerja barang, jasa dan toko.

d. Daya tahan

Yaitu rentan kehidupan produk dan kekuatan umum.

e. Ketepatan waktu dan kenyamanan

Yaitu seberapa cepat produk diserahkan atau diperaiki, seberapa cepat produk informasi atau jasa diberikan.

f. Estetika

Yaitu lebih pada tampilan fisik barang atau toko dan daya tarik penyajian jasa.

³⁹ . Tunggal, Amin jaya. *Kamus MBA*,(Jakarta : Bumi Aksara, 1996) , h. 235

g. Kesadaran akan merek

Yaitu dampak positif atau negative tambahan atas kualitas yang tampak, yang mengenal merek atau nama took atas evaluasi pelanggan.

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Adiwarman Karim menjelaskan bahwa baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses dan gagalnya bisnis yang dijalankan.

Firman Allah SWT dalam QS. Ali Imran [3]: 159, yaitu:

Yangartinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut kepada mereka. Sekira kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka: mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”.

Menurut Ibn Katsir di dalam tafsirnya al-Qur’an al-Azhim, sikap lemah lembut yang dimiliki oleh nabi Muhammad SAW itu tiada lain disebabkan karena rahmat Allah yang dianugerahkan kepadanya, sehingga beliau bersikap lemah lembut terhadap mereka. Demikian juga Al-Hasan Al-Basri mengatakan bahwa begitulah akhlak nabi Muhammad SAW yang diutus oleh Allah. Kemudian ayat selanjutnya mengatakan: “Dan jikalau kamu bersikap keras dan berhati kasar tentulah mereka akan menjauh darimu”. Artinya adalah sekiranya kamu kasar dalam bertutur kata dan

bekeras hati dalam menghadapi mereka, niscaya mereka bubar darimu dan menjauhimu.

Akan tetapi Allah menghimpun mereka disekelilingmu dan membuat hatimu lemah lembut terhadap mereka sehingga mereka menyukaimu. Kemudian disini Rasulullah selalu bermusyawarah dengan mereka apabila menghadapi suatu masalah untuk mengenakan hati mereka, agar menjadi pendorong bagi mereka untuk melakukannya. Terutama dalam hal peperangan baik itu perang badar, uhud, khandak, dll yang mana beliau selalu bermusyawarah ketika hendak mulai peperangan seperti mengatur strategi perang, dll. Sehingga ketika kamu telah mendapatkan hasil yang bula, maka bertawakallah kepada Allah, sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal kepadanya.⁴⁰

Menurut Global muslim travel index (GMTI) berikut ini merupakan 3 tema penilaian wisata syariah yaitu :

1. Destinasi yang ramah dan aktifitas liburankeluarga.
 - a. Destinasi wisata yang ramah keluarga.
 - b. Keamanan secara umum maupun khusus untuk wisatawan muslim.
2. Fasilitas dan pelayanan yang ramah dan muslim.
 - a. Pilihan dan jaminan kehalallan makanan.
 - b. Fasilitas shalat

⁴⁰ Adiwarmarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*, (Jakarta: IIIT Indonesia, 2003) h. 73

- c. Pilihan akomodasi
3. Pemasaran dan kesadaran destinasi tentang wisata syariah
- a. Kemudahan berkomunikasi
 - b. Kesadaran tentang kebutuhan wisatawan muslim dan usaha untuk memenuhinya
 - c. Transportasi udara
 - d. Persyaratan Visa.

3. Faktor-faktor yang menentukan penilaian kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting untuk diperhatikan. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pengunjung.

Seringkali juga kita mendengar peribahasa yang menyatakan bahwa pelanggan adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik mungkin. Keunggulan kualitas pelayanan diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan.

Salah satu cara mendefinisikan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa pelanggan, adapun lima dimensi kualitas pelayanan yang diidentifikasi oleh Zeithaml dkk meliputi:

- a) Keandalan (reliability) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang disajikan dengan tepat dan terpercaya, disebut juga kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan, serta sesuai dengan yang telah dijanjikan. Pelayanan yang baik dilihat dari segi waktu dan hasilnya.
- b) Daya tanggap (responsiveness) yaitu kesediaan dan kesiapan untuk membantu para konsumen serta memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin, dimana pemilik rumah makan dapat memberikan pelayanan dengan tanggap, respon, yang cepat dalam membantu para pelanggan dan bersedia memberikan saran maupun solusi yang tepat dari permasalahan yang dihadapi konsumen.
- c) Keyakinan (assurance) yaitu pengetahuan dan kesopansantunan para pemilik jasa rumah makan serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya diri konsumen terhadap rumah makan, yang mencakup: kemampuan memberikan rasa kepercayaan yang tinggi kepada konsumen, sifat yang dapat dipercaya oleh konsumen yang dimiliki oleh para pekerja, bebas dari bahaya.
- d) Empati (empathy) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, memberikan rasa peduli dalam proses pelayanan dan memahami kebutuhan para konsumen.⁴¹

⁴¹. Zeithaml dkk, SERQUAL : A multitem scale for measuring Consumer Perceptions Of Service Quality .(Journal of retailing) h. 21

DAFTAR PUSTAKA

- Abuddin Nata, *Metodologi Studi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- _____, *Metode Studi Islam*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2013.
- Aditya Bagus Pratama, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Jakarta: Afifa Media Press, 2015.
- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan keuangan*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2014
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Jakarta : Kencana, 2014
- Burhanudin, Yusuf, *Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta : Raja Grafindo, 2015.
- Danang Sunyoto, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta : Caps, 2012.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan*, Surakarta : Ziyad books, 2009.
- Dzakiah drajadjat, *et.al, Dasar-dasar Agama Islam*, Jakarta : Bulan bintang, 1993.
- Edy, Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta : Kencana Prenada Group, 2013.
- Fustino Cardoso Gomes, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2003.
- Hani Handoko, *Manajemen Personalia dan Mnajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: BPFY Yogyakarta. 1994.
- Husain Usmani , *metodelogi penelitian sosial*, Jakarta: Bumi Aksara. 2009
- IAIN Raden Intan, *pedoman penulisan skripsi*, Lampung, IAIN Raden Intan Lampung 2004
- Mei Sulastri Sonya Aziziyah, *Praktik Penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Islam pada Steak and Shake di Perusahaan Waroeng Group Timoho Yogyakarta, Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, UIN Syarif Hidayatullah Yogyakarta, 2014.
- Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor, Ghalia Indonesia, 2005.

- Muhammad Teguh, *Metode Penelitian*, Jakarta, Raja Grapindo Persada, 2005.
- Rosady Ruslan, *Metode penelitian public Realations dan Komunikasi* ,Jakarta: RajaGrapindo Persada, 2010.
- Sadili samsudin, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: Pustaka Setia 2006.
- Sagala, Jauvani & Rivai, Veitzhal, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Cetakan ke-5.Jakarta : RajaGrapindo Persada, 2011.
- Sondang P Siagian, *Manajemen Sumber Daya Manusia*,Jakarta : Bumi Aksara, 2008.
- Sri Nurhayati wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia*, Jilid 3; Jakarta: salemba empat.2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*, Bandung : Alfabeta, 2011.
- Suharsini Arikunta, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*.Jakarta : Rineka Cipta, 1998.
- Veitzal Rivai dan Ella Jauvani Sagala, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*, Jakarta : Raja Wali Pers, 2009.edisi kedua
- _____, Salim Basalamah, Natsir Muhammad, *Islamic Human Capital Management*, Jakarta : Raja Wali Pers, 2014.
- _____, Arifiandy Permata Veitzhal, Marissa Greace Haque Fauzi, *Islamic Transaction Law in Business*, Jakarta : Bumi Aksara, 2011.
- _____, arviyan Arivin, *Islamic Banking*, Jakarta : Bumi Aksar, 2010.
- Wilson Bangun, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta : Erlangaa, 2012.
- Wiwin Purwati, *Implementasi Nilai-nilai Islam dalam Rekrutmen dan Pelatihan dan Pengembangan Karyawan di BMT Muamalat Limpung*, Semarang : Universitas Islam Negeri Wali Songo.

Sumber Dari Internet

<http://www.ipapedia.web.id/2015/01/pengertian-dan-tujuan-tinjauan-pustaka.html>. 16.10.2020

<http://id.wikipedia> (Accesed 23 januari 2020)

