



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



Sosialisasi Pentingnya Pelayanan Prima Pada Komsumen Untuk Pertumbuhan Perusahaan

Muhammad Asyari Syahab¹, Aprilda Yanti²

¹Fakultas Ekonomi & Bisnis/Kewirausahaan, Universitas Battuta, Indonesia

²Fakultas Ekonomi & Bisnis/Manajemen Retail, Universitas Battuta, Indonesia

Keywords:

*Pelayanan;
Konsumen;
Pertumbuhan*

Abstract.

In this modern century, the development of Science and Technology is increasingly advanced. This encourages the development of the business world to become increasingly rapid and market competition increasingly fierce, thus requiring an increasingly better marketing system for every company operating in the field of products and services. Marketing is one of the means for companies to achieve the goals set by the company. In order for this goal to be achieved, every company must strive to produce and deliver goods or services that consumers want by providing good service and supporting facilities. Customers always expect excellent service so that they feel satisfied. Apart from that, the benefits of providing excellent service include improving the quality of company or government services which makes it a daily operational standard.

Corresponding author*

Email: Arisyahab1987@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Pelayanan prima (service excellent) adalah suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan dan lembaga pemerintah untuk memberikan layanan terbaik. Hal ini dilakukan agar pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Sebagian orang mengira pelayanan prima hanya diperlukan oleh penyedia jasa saja. Nyatanya di lapangan semua jenis bisnis memerlukan pelayanan terbaik untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Eka Prasetya



Meski begitu, jenis pelayanan yang diberikan tentu berbeda, tergantung pada industrinya. Misalnya untuk bisnis yang menghasilkan produk, pelayanan andal bisa diterapkan pada customer service atau kualitas produk yang tinggi.

Pada akhirnya dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima berhubungan dengan komitmen perusahaan atau lembaga untuk menghadirkan produk atau layanan berkualitas tinggi. Dengan begitu, akan tercipta kepuasan pelanggan. Peran pelayanan prima ini sangat penting bagi perusahaan dan lembaga, terutama yang bergerak di bidang jasa. Sebab dengan layanan baik akan membantu mereka untuk mendatangkan pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama.

Meski begitu, bukan berarti perusahaan non-jasa tidak perlu memberikan layanan prima. Mereka tetap harus memberikan layanan prima melalui produk yang dihasilkan termasuk customer service. Hal ini berperan menjaga kepercayaan pelanggan tetap tinggi.

Apabila bisa menjaga kepercayaan pelanggan, hal ini juga akan membangun loyalitas pelanggan. Selain itu, peluang untuk pelanggan lama untuk membantu mempromosikan produk Anda melalui mouth of mouth marketing juga terbuka luas.

Pelayanan prima adalah sebuah langkah memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas. Secara umum tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan agar dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.

Salah satu manfaat pelayanan prima adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan atau pemerintah kepada pelanggan atau masyarakat, hal tersebut dapat dijadikan tolok ukur untuk menciptakan standar pelayanan. Standar kerja dapat diartikan sebagai patokan atau patokan yang digunakan untuk bekerja dan juga sebagai indikator untuk menentukan kualitas pekerjaan. Pelayanan dikatakan first class jika pelanggan puas dan memenuhi harapan pelanggan.

Pelayanan prima merupakan bagian dari manajemen mutu terpadu. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan maksimal akan membuat mutu lembaga menjadi berkembang. Suatu lembaga terus berusaha untuk memperbaiki dan meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga pelanggan akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang maksimal kepada pelanggan disebut sebagai pelayanan prima, yang artinya memberikan pelayanan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Eka Prasetya



Pelayanan prima di suatu lembaga tidak terlepas dari peran kemampuan pemberi layanan tersebut. Pemberi layanan dalam hal ini merupakan sumber daya manusia di lembaga. Sumber daya manusia sebagai pelaku utama penentu pelayanan prima di perusahaan harus selalu dibimbing dan dibina. Selain sumber daya manusia, sarana dan prasarana merupakan pendukung terlaksananya pelayanan di perusahaan. Sarana dan prasarana digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan pemberi layanan dan pelanggan.

2. METODE

Metode yang digunakan pada pengabdian kepada Masyarakat ini adalah pelatihan/penyuluhan dan diskusi interaktif, dimana diberikan pembekalan mengenai pentingnya pelayanan prima pada konsumen untuk pertumbuhan Perusahaan yang disampaikan kepada asosiasi persahabatan sales dan marketing Indonesia yang ada di Medan. Dosen yang juga selaku praktisi memberikan pengarahan dan menstimulus pada para anggota persahabatan sales dan marketing Indonesia untuk selalu memberikan pelayanan yang prima untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan hubungan dengan konsumen lama agar tetap loyal. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada 24 - 25 November 2023 dengan beranggotakan 2 orang dosen dan 1 orang mahasiswa yang dilaksanakan pada asosiasi persahabatan sales dan marketing Indonesia yang diadakan di ruang seminar Universitas Battuta.

Adapun tahapan yang dilakukan adalah :

Tahap 1 : Persiapan Sosialisasi Dalam persiapan ini, hal – hal yang perlu dipersiapkan adalah pemberian materi pembelajaran mengenai pelayanan yang prima untuk tenaga teknis administrasi, meliputi materi mengenai Service Excellent dan materi Etika Komunikasi.

Tahap 2 : Ceramah dan Diskusi Ceramah dan diskusi dilaksanakan seiring dimulainya kegiatan, di mana dalam konteks ini, terdapat kerjasama antara tim pengabdian dengan pihak mitra, yang berasal dari Kabupaten Sragen. Tim pengabdian akan mengadakan sesi sosialisasi yang mencakup ceramah pembekalan tentang pentingnya pemahaman mengenai pelayanan unggul kepada para anggota asosiasi. Selama sesi ceramah dan diskusi ini, tim pengabdian juga memberikan penjelasan yang berkaitan dengan konsep pelayanan unggul atau service excellent.

Tahap 3 : Evaluasi Evaluasi pada tahap ini yang bisa dilakukan adalah dengan berkoordinasi dengan pihak asosiasi persahabatan sales dan marketing Indonesia, untuk memantau perkembangan pelayanan anggota asosiasi untuk dapat meningkatkan softskill.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh para dosen yang memiliki pemahaman dan bidang keilmuan sesuai dengan judul sosialisasi yang dilaksanakan tentang pentingnya pelayanan prima pada konsumen untuk pertumbuhan Perusahaan. Ada beberapa hal yang harus dilakukan agar pelayanan yang diberikan dapat terlaksana secara prima diantaranya :

a. Sikap

Perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan pelanggan. Indikator sikap yang digunakan sebagai berikut:

- ☐ Berperilaku sopan.
- ☐ Rasa aman.
- ☐ Keikhlasan.

b. Perhatian

Kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun keramahan atas saran dan kritikan seorang pelanggan. Indikator perhatian yang digunakan sebagai berikut:

- ☐ Memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- ☐ Berusaha meluangkan waktu menanggapi permintaan pelanggan.

c. Tindakan

Suatu perbuatan dalam berbagai kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Indikator tindakan yang digunakan sebagai berikut:

- ☐ Memberikan tindakan yang cepat dan tanggap.
- ☐ Tidak pernah menyatakan sibuk serta tidak memilih-milih pelanggan yang akan dilayani.
- ☐ Memiliki tindakan yang luwes dan cekatan dalam melayani.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



d. Kemampuan

Pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang dapat meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni untuk melaksanakan komunikasi

yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan public relation. Indikator kemampuan yang digunakan sebagai

berikut:

- ☐ Melaksanakan komunikasi yang efektif.

e. Penampilan

Kemampuan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan dan kredibilitas dari pihak lain. Indikator kemampuan yang digunakan sebagai berikut:

- ☐ Berpenampilan rapi.
- ☐ Tidak memakai aksesoris yang berlebihan saat bekerja.

f. Tanggung jawab

Sikap berperilaku kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan. Indikator tanggung jawab yang digunakan sebagai berikut:

- ☐ Tidak beristirahat saat sedang melayani.
- ☐ Berusaha untuk tidak melakukan kesalahan.

Dengan adanya kegiatan sosialisasi ini diharapkan bagi setiap anggota asosiasi persahabatan sales dan marketing Indonesia mampu memberikan pelayanan yang prima dengan menjalankan hal-hal diatas kepada para konsumen Perusahaan mereka. perlu disadari yang mendasari pertumbuhan Perusahaan serta faktor penentu besar kecilnya Perusahaan berdasarkan Tingkat penjualan yang dihasilkan dan untuk meningkatkan penjualan demi pertumbuhan Perusahaan yang sehat diperlukan pelayanan yang prima dengan memuaskan kebutuhan pelanggan.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Eka Prasetya



Pelayanan prima merupakan konsep yang tidak hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga keharusan bagi setiap bisnis yang ingin sukses dan bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Dalam dunia yang terus berkembang ini, pelanggan memiliki pilihan lebih banyak daripada sebelumnya, sehingga memberikan pelayanan yang luar biasa menjadi kunci utama untuk menarik, mempertahankan, dan memuaskan pelanggan.

1. Menciptakan Pengalaman Pelanggan yang Berkesan

Pelayanan prima bukan sekadar memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga berusaha melampaui harapan tersebut. Pelanggan tidak hanya mencari produk atau layanan yang berkualitas, tetapi juga menginginkan pengalaman yang positif dan berkesan selama berinteraksi dengan bisnis Anda. Ketika pelanggan merasa diperlakukan dengan baik, mereka akan merasa dihargai dan lebih mungkin untuk menjadi pelanggan setia.

2. Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Pelayanan prima dapat membantu membangun loyalitas pelanggan yang kuat. Ketika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan, mereka akan kembali lagi untuk bertransaksi di masa depan. Selain itu, pelanggan yang puas juga cenderung merekomendasikan bisnis Anda kepada teman, keluarga, atau kenalan mereka. Rekomendasi dari mulut ke mulut adalah salah satu bentuk pemasaran yang paling kuat, dan hal ini dapat membantu mengembangkan basis pelanggan Anda dengan cepat.

3. Menjadi Daya Tarik Utama dalam Persaingan Bisnis

Di tengah persaingan bisnis yang ketat, pelayanan prima dapat menjadi daya tarik utama yang membedakan bisnis Anda dari pesaing. Jika produk atau layanan yang ditawarkan hampir sama dengan pesaing, maka pelayanan yang unggul akan menjadi faktor penentu bagi pelanggan dalam memilih di mana mereka akan berbelanja atau menggunakan layanan.

4. Membangun Citra Positif Perusahaan

Pelayanan prima berperan penting dalam membangun citra positif perusahaan di mata pelanggan. Jika bisnis Anda dikenal dengan pelayanan yang ramah, efisien, dan membantu, maka akan menciptakan persepsi bahwa perusahaan Anda peduli terhadap pelanggan dan memiliki komitmen untuk memberikan yang terbaik. Citra positif ini akan membantu meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperkuat reputasi perusahaan dalam jangka panjang.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



5. Meningkatkan Keuntungan dan Pertumbuhan Bisnis

Pelayanan prima bukan hanya tentang memuaskan pelanggan, tetapi juga memiliki dampak langsung pada pertumbuhan bisnis dan peningkatan keuntungan. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian lebih banyak dan lebih sering, yang berarti pendapatan bisnis akan meningkat. Selain itu, biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada lebih rendah daripada biaya untuk mendapatkan pelanggan baru, sehingga pelayanan prima juga membantu mengoptimalkan anggaran pemasaran.

6. Mendorong Inovasi dan Perbaikan Berkelanjutan

Melalui interaksi dengan pelanggan, bisnis dapat menerima umpan balik yang berharga tentang apa yang mereka butuhkan dan harapkan. Pelayanan prima mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk serta layanan yang ditawarkan. Dengan berfokus pada kepuasan pelanggan, bisnis akan lebih mudah beradaptasi dengan perubahan pasar dan tetap relevan di era yang terus berkembang ini.

Berikut ini merupakan foto kegiatan pelatihan Sosialisasi Pelayanan Prima.





Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Eka Prasetya



Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Sosialisasi Mengenai

Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada Komsumen Untuk Pertumbuhan Perusahaan" memiliki dampak yang signifikan. Pertama-tama, PKM ini telah berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya pelayanan

prima untuk pertumbuhan perusahaan. Mereka kini lebih menyadari betapa vitalnya memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat sebagai pelanggan. Selanjutnya, PKM juga berkontribusi pada peningkatan keterampilan, pengetahuan, dan keahlian peserta terkait pelayanan yang baik dan prima. Hal ini memungkinkan mereka untuk melaksanakan tugas-tugas mereka dengan lebih efektif dan profesional. Terkait dengan hal ini, peserta PKM kini juga memahami pentingnya memiliki pedoman dan standar pelayanan yang jelas. Mereka dapat mengembangkan standar pelayanan yang lebih baik, yang dapat membantu dalam memberikan pelayanan yang konsisten dan memuaskan kepada masyarakat. Lebih dari itu, PKM juga telah meningkatkan kesadaran organisasi peserta, terutama dalam hal budaya organisasi dan sistem pelayanan. Mereka menjadi lebih menyadari peran mereka dalam konteks lebih luas dari tugas administrasi, yang dapat berdampak positif pada kualitas pelayanan. Selain itu, pemahaman etika komunikasi dalam pelayanan masyarakat juga meningkat. Hal ini memperkuat kemampuan peserta dalam berkomunikasi dengan baik dan etis, membangun hubungan yang lebih positif. Secara keseluruhan, PKM ini berpotensi meningkatkan kualitas pelayanan sales dan marketing pada pelanggan. Dengan peserta yang lebih terampil, berpengetahuan, dan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya pelayanan unggul, masyarakat dapat mengharapkan pelayanan yang lebih baik dan lebih memuaskan dari perusahaan.

4. KESIMPULAN

Pelayanan prima bukanlah sekadar strategi tambahan, tetapi merupakan inti dari keberhasilan bisnis di era modern ini. Menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan unggul adalah langkah penting dalam membangun loyalitas pelanggan, meningkatkan citra perusahaan, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dengan berfokus pada pelayanan prima, bisnis akan mampu menjaga kepuasan pelanggan, mengatasi persaingan, dan mencapai kesuksesan jangka panjang.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



Dengan adanya pelayanan prima yakni memberikan pelayanan yang baik serta memberikan perhatian kepada kebutuhan konsumen sehingga bisa memenuhi dan memuaskan para pelanggan sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal. Konsep excellent service sendiri didasari dengan konsep yaitu; attitude, attention, action, Accountability, Appearance, dan Sympathy. Dengan memberikan pelayanan yang prima untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan hubungan dengan konsumen lama agar tetap loyal. Apabila bisa menjaga kepercayaan pelanggan, hal ini juga akan membangun loyalitas pelanggan. Selain itu, peluang untuk pelanggan lama untuk membantu mempromosikan produk Anda melalui mouth of mouth marketing juga terbuka luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arta Simamora., (2014). Dasar-Dasar Pelayanan Instansi Pemerintah Menuju Pelayanan Prima (Service Excellence), Media Pustakawan, Vol.21 No 3 – 4
- Barata., Atep Adya., (2022), Dasar-Dasar Pelayanan Prima, Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan, Jakarta, Penerbit PT. Elex Media Komputindo
- Cucun S., Indra K., Kunawi. (2022). Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan. Journal of Research and Development on Public Policy., 1(1), 26-41. e-ISSN: 2962-262X
- Daryanto, & Ismanto Setyobudi, (2022). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta:Penerbit: Gava Media
- Destina P., Sri H.A, Sosialisasi Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada Teknis Administrasi di Lingkungan Kecamatan Dan Kelurahan Se-Kabupaten Sragen., (2023). JPKMBD (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bina Darma)., Vol. 3, No. 3., 194-199., e-ISSN: 2797-7323
- Kadir, Abd. Rahman. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Bogor: PT Penerbit IPB Press
- Mukarom, Zaenal dan Muhibudin W.L. (2015). Manajemen Pelayanan Publik. Bandung: CV PUSTAKA SETIA
- Nasution, M Nur. (2015). Manajemen Mutu Terpadu Edisi Ketiga. Jakarta: Ghalia Indonesia



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



- Nina R., (2013). Manajemen Pelayanan Prima : Mencegah Pembelotan Dan Membangun Customer Loyalty, Jakarta: Graha Ilmu
- Sinambela, Lijan Poltak. (2017). Reformasi Pelayanan Publik. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2016). Service, Quality, dan Satisfaction Edisi 4. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET
- Tri Y.W.,(2022)., Strategi Pelayanan Prima Guna Mewujudkan Kepuasan Pelanggan Anggota Primer Koperasi Kartika Daya Mandiri Detasemen Markas Besar Angkatan Darat (DENMABESAD). Jurnal Sumber Daya Aparatur Vol. 4 No. 2
- Pasolong, Harbani (2017), Teori Administrasi Publik, Bandung, Penerbit Alfabeta
- Priansa, Doni J, (2017), Manajemen Pelayanan Prima, Fokus pada Organisasi Publik dan Peningkatan Kualitas Aparatur, Bandung, Penerbit Alfabeta