

**PELAYANAN PRIMA PADA ORANG TUA SISWA DI SEMPOA SIP TC  
PARAMOUNT SUMMARECON**

**Oleh : Dra. Ratna Suminar, MM & Mia Apriliawati**  
Dosen Prodi Sekretari Universitas Pamulang

*Ratnasuminar2255@gmail.com*

**Abstrak**

*Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui pelayanan prima pada orang tua siswa di Sempoa SIP TC Paramount Summarecon. Berdasarkan pengeolahan data, pengetahuan deskripsi dan pembahasan data tentang pelayanan prima pada orang tua siswa, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa peran pelayanan prima sangat berperan penting dalam melayani orang tua siswa di Sempoa SIP TC Paramount Summarecon. Pelayanan prima memberikan kesan pertama sampai akhir dalam melayani tamu. Dengan adanya sistem tersebut dapat digunakan oleh semua pihak dalam pengambilan suatu keputusan maupun mempermudah kegiatan operasional suatu perusahaan tersebut. Sehingga perusahaan dapat berjalan dengan cepat, mudah, efektif dan efisien dalam melakukan pemantauan kinerjanya.*

**Kata Kunci : Pelayanan Prima pada orang tua siswa**

**PENDAHULUAN**

**A. Latar Belakang Masalah**

Seiring berkembangnya era global saat ini, masyarakat menuntut adanya peningkatan kualitas kinerja, salah satunya kualitas pelayanan. Pelayanan yang berkualitas atau sering disebut pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik yang memenuhi standar kualitas pelayanan. Pelayanan prima di kantor penting dilakukan, karena dengan adanya pelayanan yang terbaik yang diberikan akan memberikan citra dan nama baik bagi kantor tersebut.

Pelayanan prima memberikan kesan pertama sampai akhir dalam melayani tamu. Dengan adanya sistem tersebut dapat digunakan oleh semua pihak dalam pengambilan suatu keputusan maupun mempermudah kegiatan operasional suatu perusahaan tersebut.

Sehingga perusahaan dapat berjalan dengan cepat, mudah, efektif dan efisien dalam melakukan pemantauan kinerjanya. Salah satu keterampilan yang harus dimiliki adalah pengetahuan tentang arti sebuah pelayanan dan seseorang dalam melayani harus menguasai etika-etika dalam menerima tamu baik secara langsung maupun media elektronik (email, telepon).

Menurut Grinroos (2005 : 2) Pelayanan adalah hak suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hak lain disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Pelayanan itu sendiri mengandung pentingnya arti sebuah komunikasi. Komunikasi menurut Rosady Ruslan (2016:83) adalah. Alat yang penting dalam fungsi *public relations*, publik mengakui dan menghargai suatu kinerja yang baik dalam kegiatan komunikasi secara efektif, dan sekaligus kinerja yang baik tersebut untuk menarik perhatian *public* serta tujuan penting lainnya.

Dalam kegiatan pelayanan dikenal istilah pelayanan prima yang artinya adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan, sebagai usaha untuk mencapai kepuasan tamu atau pelanggan.

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Untuk dapat memberikan pelayanan prima dan menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggan maka yang menjadi kunci keberhasilannya adalah orang (*human*), karena pelayanan dapat menjalin hubungan dengan pelanggan yang merupakan interaksi antara pekerja, perusahaan dengan masyarakat di luar perusahaan.

Pengembangan pelayanan prima merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk memberikan pembekalan kepada pelayanan dalam mengantisipasi tuntutan kebutuhan pelayanan profesional. Program pengembangan pelayanan melalui pendidikan (diklat) yang berkesinambungan sangat diperlukan. Pemberian pembekalan untuk keterampilan pelayanan lewat pendidikan pelatihan, merupakan bagian dari pembekalan keterampilan, sementara tuntutan menjadi *profesional* tidak hanya menyangkut keterampilan fisik tetapi juga menyangkut keterampilan sikap, perilaku dan motivasi.

Adapun Keuntungan yang dapat diperoleh dari penerapan pelayanan prima (*excellent service*) antara lain:

1. Keputusan pihak pelanggan untuk segera membeli produk yang kita tawarkan pada saat itu juga.
2. Menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang / produk produsen yang bersangkutan.
3. Mempertahankan pelanggan agar tetap loyal menggunakan produk produsen yang bersangkutan
4. Dapat menghindarkan terjadinya tuntutan-tuntutan terhadap penjual yang tidak perlu

Pelayanan prima harus ditunjang oleh kualitas sumber daya manusia yang handal, mempunyai visi yang jauh kedepan dan dapat mengembangkan strategi dan kiat pelayanan prima yang mempunyai keunggulan. Keterampilan sikap, perilaku dan motivasi merupakan upaya pembinaan yang tidak dapat pada diklat pada umumnya memberikan keterampilan dan pembentukan keahlian kerja.

Pembentukan sikap, perilaku dan motivasi merupakan pembagian dari pembelajaran berkelanjutan. Oleh karena itu, untuk menjadikan pelayanan terbaik tidak cukup hanya memiliki sikap dan perilaku yang mendukung serta memberikan motivasi tinggi dalam pelaksanaan pekerjaannya.

Kualitas pelayanan sendiri memiliki beberapa definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli. Namun dari beberapa definisi yang dikemukakan, terdapat beberapa kesamaan, yakni:

1. Kualitas merupakan usaha untuk memenuhi harapan pelanggan
2. Kualitas merupakan kondisi mutu yang setiap saat mengalami perubahan
3. Kualitas mencakup proses, produk, barang, jasa, manusia, dan lingkungan
4. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan proses, produk, barang, jasa, manusia, dan lingkungan, yang memenuhi harapan

Pola pembelajaran berkesinambungan ini merupakan kelanjutan dari pembekalan dalam keterampilan yang harus dimiliki, dalam upaya mempersiapkan pelayanan dengan kemampuan dalam pelaksanaan tugasnya sesuai kebutuhan perusahaan. Model pengembangan pembelajaran seperti ini merupakan tanggung jawab setiap atasan untuk mengembangkan setiap bawahannya kearah pengembangan kemampuan profesional. Hal ini mengingat tuntutan kebutuhan pelayanan terbaik merupakan tuntutan kebetulan yang tidak terletak dalam era globalisasi.

Tuntutan profesionalisme dalam bidang pelayanan bagi perusahaan yang bergerak pada bidang pelayanan umum, menjadi suatu tuntutan yang mutlak harus dipenuhi,

masyarakat sekarang sudah semakin kritis, terutama dalam bidang jasa pelayanan umum, kebutuhan pelayanan yang mampu melayani dengan baik menjadi kebutuhan yang wajib dimiliki oleh perusahaan – perusahaan pada pelayanan umum. memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan dan berfokus hanya pada pemberian layanan kepada pelanggan.

Pada sektor publik, pelayanan prima didasarkan pada ‘pelayanan adalah pemberdayaan’. Pelayanan prima yang diberikan oleh sektor bisnis berorientasi pada profit, sedangkan pelayanan prima yang diberikan oleh sektor publik bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cara yang terbaik. Secara lebih luas, keberhasilan pelayanan prima diharapkan berujung pada hasil berikut:

1. Pelanggan memutuskan untuk langsung membeli produk / jasa yang kita tawarkan pada saat itu juga
2. Menciptakan kepercayaan pelanggan atas produk / jasa yang kita tawarkan
3. Pelanggan tetap setia menggunakan produk / jasa kita
4. Pelanggan membeli kembali produk / jasa kita
5. Menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan atau komplain yang tidak perlu dari pelanggan

Kebijakan perusahaan untuk meningkatkan akan pelayanan kualitas pelayanan dengan menempatkan mutu berkualitas pada lini terdepan, merupakan upaya manajemen dalam mengantisipasi tuntutan kebutuhan paratamu akan pelayanan yang terbaik.

Pengembangan pelayanan dalam hal ini, harus diiringi dengan perilaku pembelajaran yang terus menerus menggali dan meningkatkan kompetensinya sesuai dengan tuntutan tugas. Bila tidak demikian, maka kebijakan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaiknya tidak akan tercapai. Berdasarkan latar belakang yang ada, penulis mengambil judul **“Pelayanan Prima pada Orang Tua Siswa di Sempoa SIP TC Paramount Summarecon”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Pelayanan prima yang diberikan di Sempoa SIP Tc Paramount Summarecon sudah cukup baik, akan tetapi masih ada saja orang tua siswa yang menyampaikan keluhan terhadap pelayanan prima yang diberikan.
2. Pihak manajemen pada Sempoa SIP Tc Paramount Summarecon sudah membuat prosedur tentang pelayanan prima yang harus dijalankan, tetapi masih banyak pengajar yang belum memberikan pelayanan prima sesuai dengan prosedur yang berlaku.

3. Lembar keluhan pelanggan sudah disiapkan oleh pihak manajemen Sempoa SIP To Paramount Summarecon, tetapi lembar keluhan tersebut masih belum optimal digunakan oleh orang tua siswa.

### **C. Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara mengatasi keluhan dari orang tua siswa ?
2. Bagaimana cara memberikan pelayanan prima yang baik terhadap orang tua siswa ?
3. Bagaimana cara menggunakan lembar keluhan pelanggan dengan baik?

## **PEMBAHASAN**

### **A. Pelayanan Prima**

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen (yang dilayani), yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan prima biasanya berhubungan erat dengan bisnis jasa pelayanan yang dilakukan dalam upaya untuk memberikan rasa puas dan menumbuhkan kepercayaan terhadap pelanggan atau konsumen, sehingga pelanggan merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan benar.

### **B. Pengertian Pelayanan Prima**

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang di tawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen (yang dilayani), yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki, sedangkan yang dikemukakan oleh Lijen Poltak Sinambela (2006:3),“pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kebutuhan manusia”.

Pada prinsipnya konsep pelayanan itu sendiri memiliki berbagai macam definisi yang berbeda redaksi, namun pada intinya merujuk pada konsepsi dasar yang sama. Berikut definisi pelayanan menurut para ahli:

1. Menurut Kotler dalam Laksana (2008) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun
2. Gronroos dalam Tjiptono (2005) menyatakan bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible yang biasa (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber daya, fisik atau barang, dan sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan
3. Menurut Lovelock, Petterson & Walker dalam Tjiptono (2005) mengemukakan perspektif pelayanan sebagai sebuah sistem, dimana setiap bisnis jasa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama: (1) operasi jasa; dan (2) penyampaian jasa
4. Secara etimologis, Kamus besar bahasa Indonesia (Dahlan, dkk., 1995:646) menyatakan pelayanan ialah “usaha melayani kebutuhan orang lain”.
5. Daviddow dan Uttal (Sutopo dan Suryanto, 2003:9) bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan.
6. Dalam buku yang ditulis susatyo herlambang (2016:13) yang disebutkan oleh Vincent

Gespersz (2003), menyatakan bahwa kualitas pelayanan meliputi dimensi dimensi sebagai berikut :

1. Ketepatan waktu pelayanan berkaitan dengan waktu tunggu dan proses.
2. Kualitas pelayanan berkaitan dengan akurasi atau ketepatan pelayanan
3. Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pelaku bisnis
4. Kualitas pelayanan berkaitan dengan tanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan
5. Kualitas pelayanan berkaitan dengan sedikit banyaknya petugas yang melayani serta fasilitas pendukung lainnya.
6. Kualitas pelayanan berkaitan dengan lokasi. ruangan tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan petunjuk/ panduan lainnya.
7. Kualitas pelayanan berhubungan dengan kondisi lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilias music, AC dan alat komunikasi.

Menurut SESPANAS LAN dalam Nurhasyim, (2004:16) menyatakan bahwa pelayanan prima adalah

1. Pelayanan yang terbaik dari pemerintah kepada pelanggan atau pengguna jasa.

2. Pelayanan prima ada bila ada standar pelayanan.
3. Pelayanan prima bila melebihi standar atau sama dengan standar. Sedangkan yang belum ada standar pelayanan yang terbaik dapat diberikan pelayanan yang mendekati apa yang dianggap pelayanan standard dan pelayanan yang dilakukan secara maksimal.
4. Pelanggan adalah masyarakat dalam arti luas; masyarakat eksternal dan internal

Menurut Barata (2004: 31) pelayanan prima terdiri dari enam unsur pokok, antara lain sebagai berikut:

1. Kemampuan (*ability*)
2. Sikap (*attitude*)
3. Penampilan (*appearance*)
4. Perhatian (*attention*)
5. Tindakan (*action*)
6. Tanggung jawab (*accountability*)

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu diberikan kepada orang lain, dalam hal ini, kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi mereka.

Pelayanan dapat diartikan memproses pelayanan kepada masyarakat atau *customer*, baik berupa barang atau jasa melalui tahapan, prosedur, persyaratan – persyaratan, waktu dan pembiayaan yang dilakukan secara transparan untuk mencapai kepuasan sebagaimana visi yang telah ditetapkan dalam organisasi. Pelayanan harus memiliki standar kualitas yang baik. Pelayanan juga dapat diartikan sebuah proses pengenalan dan pengembangan pribadi karena dalam memberikan pelayanan seorang pemberi layanan harus melakukan perbaikan terhadap diri sendiri.

Menurut Moenir (2010:197) agar layanan dapat memuaskan kepada orang sekelompok yang dilayani, maka dari segi teknis pelaksanaan yang langsung dilapangan harus dapat memenuhi persyaratan pokok, yaitu : tingkah laku yang sopan, cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan, waktu menyampaikan yang tepat, keramatahman. Adapun agenda perilaku pelayanan sector public menyatakan bahwa pelayanan prima adalah :

1. Pelayanan yang terbaik dari pemerintah kepada pelanggan atau pengguna jasa.
2. Pelayanan prima ada bila ada standar pelayanan.
3. Pelanggan adalah masyarakat dalam arti luas, masyarakat eksternal dan internal.

Pengertian atau definisi pelayanan prima yang dikemukakan diatas dapat kita katakana semuanya benar. Sulit untuk menyatakan tidak benar karena pengertian pelayanan prima diatas diungkapkan oleh berbagai ahli dan pelaku bisnis yang berlainan.

### **C. Fungsi Pelayanan Prima**

Pada hakikatnya, pelayanan prima adalah salah satu usaha yang dilakukan perusahaan untuk melayani pembeli (pelanggan) dengan sebaik-baiknya, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, baik yang berupa produk barang atau jasa.

Menurut Zaenal Mukarom (2015:229) mengatakan bahwa fungsi pelayanan prima Melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat memenuhi dan memuaskan masyarakat sesuai dengan kebutuhannya dalam rangka :

1. Memberdayakan masyarakat sebagai sebagai pelanggan pelayanan public
2. Membangun dan menumbuhkan kembali kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

### **D. Tujuan dan Manfaat Pelayanan Prima**

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Pelayanan prima dalam sektor publik didasarkan pada aksioma bahwa ‘pelayanan adalah pemberdayaan ‘Sutopo dan adi suryanto (2003:14). Pelayanan prima dilaksanakan dari 2 sektor yaitu :

1. Sektor Publik

Pada sektor publik didasarkan pada *asioma* bahwa ‘pelayanan adalah Pemberdayaan ‘

2. Sektor Bisnis

Pada sektor bisnis atau swasta pelayanan bertujuan atau berorientasi pada profit atau keuntungan.

Sedangkan menurut Daryanto (2014:1) tujuan pelayanan prima yaitu :

1. Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan.
2. Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang/jasa yang ditawarkan pada saat itu juga.

3. Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang/jasa yang ditawarkan.
4. Untuk menghindari terjadinya tuntutan – tuntutan yang tidak perlu dikemudian hari terhadap produsen.
5. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan
6. Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya.

Pelayanan prima bertujuan memberdayakan masyarakat bukan memperdayakan sehingga akan menumbuhkan kepercayaan publik atau masyarakat kepada pemerintahannya. Adapun kepercayaan adalah awal atau modal dari kolaborasi dan partisipasi masyarakat dalam program-program pembangunan.

Menurut Suyyety dan Gita Kunrinawan (2005:50) tujuan dari pelayanan prima adalah untuk menimbulkan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan, dan untuk menjaga agar pelanggan merasa dipentingkan dan diperhatikan segala kebutuhannya .

Sedangkan manfaat dari pelayanan prima menurut Zaenal Mukarom (2015:229) pelayanan prima bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Dengan pelayanan prima, penyedia layanan, pelanggan dan *stakeholder* dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu, tempat, dan proses pelayanan yang seharusnya. Disamping itu, manfaat pelayanan prima adalah :

1. Upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat
2. Acuan untuk pengembangan penyusunan standar pelayanan
3. Acuan untuk pelayan, pelanggan atau *stakeholders* dalam kegiatan pelayanan.

Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa tujuan dari pelayanan prima adalah agar setiap pegawai dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas dan senang terhadap pelayanan yang diberikan, dan manfaat dari pelayanan prima adalah meningkatkan kualitas kinerja karyawan atau pegawai untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

#### **E. Konsep Dasar Pelayanan Prima (*Excellent Service*)**

Pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan

harapan dan kepuasan pelanggan atau masyarakat. Adapun konsep pelayanan prima menurut Barata (2004: 31) yaitu :

### 1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan tertentu yang meliputi kemampuan kerja di bidang kerja yang ditekuni yang dibutuhkan untuk menunjang program layanan prima (*excellent service*) seperti: melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan humas sebagai alat untuk membina hubungan ke dalam dan ke luar organisasi / perusahaan.

### 2. Sikap (*Attitude*)

Perilaku tertentu yang harus ditonjolkan ketika berhadapan dengan pelanggan. Keberhasilan bisnis industri jasa pelayanan akan sangat tergantung pada orang-orang yang terlibat di dalamnya. Sikap pelayanan yang diharapkan tertanam pada diri para karyawan adalah sikap yang baik, ramah, penuh simpatik, dan mempunyai rasa memiliki yang tinggi terhadap perusahaan. Jika kalian menjadi karyawan suatu perusahaan, sikap kalian akan menggambarkan perusahaan kalian. Kalian akan mewakili citra perusahaan baik secara langsung atau tidak langsung. Pelanggan akan menilai perusahaan dari kesan pertama dalam berhubungan dengan orang-orang yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Sikap yang diharapkan berdasarkan konsep pelayanan prima adalah:

- a. Sikap pelayanan prima berarti mempunyai rasa kebanggaan terhadap pekerjaan.
- b. Memiliki pengabdian yang besar terhadap pekerjaan.
- c. Senantiasa menjaga martabat dan nama baik perusahaan.
- d. Sikap pelayanan prima adalah: "benar atau salah tetap perusahaan saya "*(right or wrong is my corporate)*".

### 3. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan fisik ataupun non-fisik yang merefleksikan kredibilitas kepada pelanggan.

#### a. Perhatian (*Attention*)

Kepedulian penuh terhadap pelanggan, yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, maupun memahami saran dan kritiknya. Dalam melakukan kegiatan layanan, seorang petugas pada perusahaan industri jasa pelayanan harus senantiasa memperhatikan dan mencermati keinginan pelanggan. Apabila pelanggan sudah menunjukkan minat untuk membeli suatu barang/jasa yang kita tawarkan segera saja layani pelanggan tersebut dan tawarkan bantuan, sehingga

pelanggan merasa puas dan terpenuhi keinginannya. Hal-hal lain yang perlu diperhatikan menyangkut bentuk-bentuk pelayanan berdasarkan konsep perhatian adalah sebagai berikut:

- 1) Mengucapkan salam pembuka pembicaraan.
- 2) Menanyakan apa saja keinginan pelanggan.
- 3) Mendengarkan dan memahami keinginan pelanggan.
- 4) Melayani pelanggan dengan cepat, tepat dan ramah.
- 5) Menempatkan kepentingan pelanggan pada nomor urut 1.

b. Tindakan (*Action*)

Kegiatan nyata yang dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Pada konsep perhatian, pelanggan “menunjukkan minat” untuk membeli produk yang kita tawarkan. Pada konsep tindakan pelanggan sudah ”menjatuhkan pilihan” untuk membeli produk yang diinginkannya. Terciptanya proses komunikasi pada konsep tindakan ini merupakan tanggapan terhadap pelanggan yang telah menjatuhkan pilihannya, sehingga terjadilah transaksi jual-beli. Bentuk-bentuk pelayanan berdasarkan konsep tindakan adalah sebagai berikut:

- 1) Segera mencatat pesanan pelanggan.
- 2) Menegaskan kembali kebutuhan/pesanan pelanggan.
- 3) Menyelesaikan transaksi pembayaran pesanan pelanggan.
- 4) Mengucapkan terimakasih diiringi harapan pelanggan akan kembali lagi.

c. Tanggung jawab (*Accountability*)

Sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai bentuk kepedulian, untuk meminimalkan ketidakpuasan pelanggan.

Menurut Daryanto (2015:2) konsep dasar pelayanan prima, adalah sebagai berikut :

**1. Pelayanan prima berdasarkan konsep sikap (*attitude*)**

Sikap yang perlu dimiliki oleh karyawan berdasarkan konsep pelayanan prima adalah sebagai berikut :

- a. Rasa memiliki terhadap perusahaan
- b. Rasa kebanggaan terhadap perusahaan
- c. Loyalitas yang tinggi terhadap pekerjaan
- d. Ingin menjaga martabat dan nama baik perusahaan

## **2. Pelayanan pelanggan berdasarkan penampilan serasi :**

Hal hal yang harus diperhatikan, agar penampilan serasi adalah :

- a. Penampilan serasi dengan berhias diri
- b. Penampilan serasi dengan busana dan aksesoris yang baik
- c. Penampilan serasi dengan kepribadian dan ekspresi wajah yang baik dan menarik

## **3. Pelayanan pelanggan dengan berpikir positif**

Untuk memelihara pola berpikir positif ada tiga hal yang perlu diperhatikan yaitu :

- a. Melayani pelanggan dengan penuh rasa hormat
- b. Menghindari sikap berprasangka buruk terhadap pelanggan
- c. Tidak mencari atau memanfaatkan kelemahan pelanggan

## **4. Pelayanan pelanggan dengan sikap menghargai**

Hal hal yang dapat dilakukan untuk mewujudkan sikap menghargai pelanggan adalah sebagai berikut

- a. Jangan sekali-sekali membedakan pelanggan
- b. Bersikap hormat, ramah, dan gunakan tutur kata yang baik dan santun

## **5. Pelayanan prima berdasarkan konsep perhatian**

Salah satu cara dalam menciptakan dan mempertahankan hubungan yang baik dan harmonis dengan para pelanggan adalah dengan melakukan konsep pelayanan prima berdasarkan konsep (*attitude, attention, dan action*). Jadi konsep perhatian dalam pelayanan prima adalah semua aktifitas karyawan yang berkaitan dengan upaya mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan, mengamati perilaku pelanggan, serta mencurahkan perhatian sepenuhnya kepada pelanggan.

## **6. Konsep perbaikan mutu**

Vincent Gasperasz mengembangkan suatu konsep manajemen perbaikan mutu dengan disebut VINCENT. Konsep ini terdiri tujuh strategi perbaikan kualitas pelayanan. Tujuh konsep perbaikan mutu Vincent sebagai berikut :

- a. *Visionary* transformasi (transformasi visi)
- b. *Infrastructure* (kebutuhan akan sarana prasarana)
- c. *Need for improvement* (kebutuhan untuk perbaikan)
- d. *Customer focus* (fokus pada pelanggan)
- e. *Empowerment* (pemberdayaan potensi)
- f. *New views of quality* (pandangan baru tentang mutu)
- g. *Top management* (komitmen manajemen puncak)

## 7. Siklus Deming

Dr. W Edwards Deming, seorang ahli manajemen yang dijuluki bapak TQM, mengembangkan konsep siklus Deming, atau disebut juga siklus PDCA (*Plan, Do, Study, and act*). Konsep siklus Deming tentang peningkatan mutu pelayanan dilakukan melalui langkah-langkah berikut ini :

- a. Tahap *Plan* (perencanaan)
- b. Rencana perbaikan kualitas pelayanan mencakup (empat) langkah, yaitu:
  - 1) Identifikasi peluang perbaikan
  - 2) Diokumentasi proses yang ada pada saat ini
  - 3) Menciptakan visi proses yang perlu perbaikan
  - 4) Menentukan jangkauan usaha perbaikan
- c. Tahap *Do* (pelaksanaan)

Rencana yang telah disusun dilaksanakan secara nyata, bertahap dan berkesinambungan.
- d. Tahap *study* (pemeriksaan)

Hasil pelaksanaan program kemudian dievaluasi, diperiksa, dicatat, untuk dijadikan dasar penyesuaian dan perbaikan
- e. Tahap *act* (tindakan)

Penyesuaian dan perbaikan dilaksanakan berdasarkan penelitian. Langkah selanjutnya adalah mengulangi siklus rencana perbaikan berikutnya.

## F. Total Quality Service (TQS)

Menurut Stamastis ada tiga dimensi pokok yang berkaitan dengan TQS yaitu strategi, system, dan SDM. Ketiga hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Strategi adalah dimensi penggunaan pendekatan dan metode yang dianggap paling efektif dalam mencapai tujuan organisasi dalam meningkatkan mutu pelayanan.
2. Sistem adalah prosedur atau tata cara yang dirancang untuk mendorong dalam meningkatkan mutu pelayanan
3. Sumberdaya manusia (SDM) adalah tenaga kerja, pegawai atau karyawan yang memiliki kapasitas responsip terhadap peningkatan mutu pelayanan

Berikut ini merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam menerima tamu dikantor :

1. Menyambut tamu seramah mungkin dan memberi bantuan sebisa mungkin serta perhatian sepenuhnya

2. Sediakanlah keperluan tamu secukupnya
3. Menerima tamu dengan wajah yang gembira dan sikap yang bersahabat
4. Dalam menyambut tamu tidak haru dalam keadaan berdiri, kecuali tamu yang datang seorang pejabat tinggi
5. Berjabat tangan dengan tamu, menurut sopan santun pergaulan
6. Menanyakan keperluan tamu dengan suara jelas, tapi tidak terlalu keras dan nada yang tinggi, sehingga memberikan kesan yang menyenangkan. Bersikap hormat dan ramah.
7. Tamu yang menunggu tidak perlu diajak ngobrol terus menerus.
8. Tetap berkepala dingin ketika menghadapi tamu yang dalam keadaan marah.
9. Dilarang merokok ketika sedang menerima tamu.

### **G. Paradigma Pelayanan Sepenuh Hati**

Dr. Patricia Patton (2004 :56) menyebutkan bahwa pelayanan sepenuh hatilah yang bisa membedakan kualitas pelayanan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya, menurut Dr. Patricia Patton diperlukan tiga (3) paradigma pengikat yang bisa menjadikan pelayanan yang biasa kita lakukan menjadi istimewa yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana kita memandang diri sendiri

Sebelum kita dapat menghargai orang lain, kita perlu memberikan perhatian dan penghargaan pada diri sendiri, jika kita sudah bisa menghargai diri sendiri, sebagai pribadi yang istimewa maka kita akan membangun motivasi dan merasa percaya diri. Harga diri tidak diukur dari apa yang kita miliki dan apa pekerjaan kita, apapun bisnis kita. Jika kita menghargai keberadaan kita sebagai bagian terpenting dalam bisnis tersebut, maka otomatis kita akan berusaha semaksimal mungkin untuk selalu tampil prima, termasuk juga dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan

2. Bagaimana kita memandang orang lain

Kita perlu melakukan hubungan yang emosional secara positif dengan orang – orang yang berhubungan dengan bisnis kita dan dengan apa yang kita kerjakan. Kita perlu menyadari bahwa hidup kita harus saling membantu dan saling menolong sehingga kita menganggap orang lain itu juga penting. Untuk orang – orang yang kita anggap penting pasti kita akan berusaha untuk melakukan sesuatu yang terbaik untuk mereka, sehingga orang-orang akan merasa apa yang kita kerjakan istimewa karena memberikan manfaat bagi mereka. Sebaiknya mereka pun akan menghargai usaha kita dan percaya apa yang kita lakukan pasti untuk tujuan kebaikan bukan sebaliknya

### 3. Bagaimana kita memandang pekerjaan

Selain menghargai diri sendiri dan orang lain kita juga perlu menghargai pekerjaan ataupun bisnis yang kita lakukan. Kita tidak ragu menganggap pekerjaan dan bisnis kita sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kita orang yang menganggap pekerjaannya penting dan bermanfaat akan memiliki motivasi yang tinggi dan antusiasme yang luar biasa untuk mempersembahkan yang terbaik dari pekerjaan dan bisnis yang ditekuni, termasuk memberikan pelayanan prima yang diberikan dengan sepenuh hati

## H. Pelanggan

Pelanggan sebenarnya merupakan aset terbesar bagi setiap organisasi, karena tanpa mereka perusahaan tidak akan ada. Kelangsungan suatu bisnis mutlak tergantung dari tidak adanya perhatian yang besar terhadap kebutuhan pelanggan. Semakin banyak dan semakin loyal pelanggan terhadap kita, maka semakin kuat kemungkinan bisnis kita meraih sukses.

Menurut Daryanto (2015:49) pelanggan merupakan orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa secara terus menerus.

Secara garis besarnya terdapat tiga jenis pelanggan, yaitu pelanggan internal, pelanggan perantara, dan pelanggan eksternal. Ketika jenis pelanggan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut.

#### 1. Pelanggan Internal

Pelanggan internal (*internal customer*), adalah orang-orang atau pengguna produk yang berbeda di dalam perusahaan dan memiliki pengaruh terhadap maju mundurnya perusahaan. Pelanggan internal (*internal customer*) adalah orang-orang atau pengguna produk yang berbeda di dalam perusahaan dan memiliki pengaruh terhadap maju mundurnya perusahaan.

#### 2. Pelanggan perantara

Pelanggan perantara (*intermediate customer*) adalah setiap orang yang berperan sebagai perantara produk, bukan sebagai pemakai. Komponen distributor, seperti agen-agen koran yang memasarkan koran, atau toko-toko buku merupakan contoh pelanggan perantara

#### 3. Pelanggan eksternal

Pelanggan eksternal (*external customer*) adalah setiap orang atau kelompok orang pengguna suatu produk (barang/jasa) yang dihasilkan oleh perusahaan bisnis.

Pelanggan eksternal inilah yang berperan sebagai pelanggan nyata atau pelanggan akhir.

Pelanggan bagi perusahaan adalah asset, karena itu peningkatan kualitas pelayanan diupayakan terus – menerus untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan/kolega.

## **I. Hal-Hal yang harus diberikan Kepada Pelanggan**

Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan yang terbaik perlu didukung oleh berbagai hal. Menurut Kasmir (2006:308)

### **1. Tersedia karyawan yang baik**

Karyawan yang melayani pelanggan, dalam hal ini karyawan merupakan faktor penentu utama kesuksesan perusahaan selama melayani pelanggan. Kenyamanan pelanggan juga sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya. Karyawan harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu karyawan harus cepat tanggap, cerdas, pandai bicara, menyenangkan serta pintar.

### **2. Tersedia sarana dan prasarana**

Dalam melayani pelanggan hal lain yang juga penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Meja dan kursi serta peralatan pendukung lainnya harus nyaman untuk ditempati dan dipandang. Sarana dalam ruangan juga harus tenang, tidak berisik, dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan membuat pelanggan betah berurusan dengan perusahaan

### **3. Bertanggung jawab**

Karyawan yang baik harus bertanggung jawab kepadasetiap pelanggan sejak awal hingga selesai. Artinya, dalam melayani pelanggan harus dari awal hingga akhir pelanggan akan merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu, karyawan yg daari awal mengerjakannya segera mengambil alih tanggung jawabnya

### **4. Mampu melayani secara cepat dan tepat**

Seorang karyawan dituntut untuk mampu melayani secara tepat dan cepat. Dalam melayani pelanggan seorang karyawan diharapkan melakukan pelayanan sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan tidak

membuat kesalahan, dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan.

5. Mampu berkomunikasi dengan baik

Seorang karyawan harus mampu berbicara dengan baik kepada setiap pelanggan atau calon pelanggan. Dan cepat memahami keinginan mereka. Artinya seorang karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Usahakan untuk tidak menggunakan istilah yang sulit dimengerti dan dapat menyebabkan pelanggan bingung.

6. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan

Seorang karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh pelanggan. Karyawan yang lamban akan membuat pelanggan lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Menurut Daryanto (2014:51) penerapan pelayanan prima yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan pada dasarnya mempunyai manfaat yaitu:

1. Dapat menciptakan komunikasi yang positif dan harmonis antara perusahaan bisnis dengan pelanggan
2. Dapat mendorong bangkitnya rasa simpatik dan loyalitas dari para kolega dan pelanggan
3. Dapat membentuk opini publik yang positif, sehingga menguntungkan bagi kemajuan perusahaan.
4. Dapat menimbulkan profitabilitas perusahaan, sehingga mendorong dihasilkan produk baru yang berkualitas
5. Dapat membina hubungan yang baik dan harmonis dengan para pelanggan.
6. Pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kepuasan pelanggan sebab tujuan penerapan pelayanan prima untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

## **J. Kepuasan Pelanggan**

Hal ini berarti penilaian terhadap suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah atau melebihi harapan pelanggan menurut daryanto (2014 : 52) kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang di dapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan value dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa.

Value ini bisa berasal dari produk, pelayanan, system atau sesuatu yang bersifat emosi. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman dengan pelanggan lain. Berdasarkan studi literature, terdapat lima driver utama kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.

2. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Bagi pelanggan yang tidak sensitive terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.

3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu system teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Pembentukan sikap dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan, bukanlah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses recruitment, pelatihan, budaya kerja, dan hasilnya biasanya baru terlihat setelah 3 tahun.

4. Faktor Emosional

Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik dan pakaian, faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan. Rasa bangga, rasa percaya diri symbol sukses, bagian dari kelompok orang yang penting dan sebagainya adalah contoh – contoh nilai emosional yang mendasari kepuasan pelanggan.

5. Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif murah, Nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Peran *driver* pendorong kepuasan pelanggan tentunya tidak sama antara *driver* memiliki bobotnya masing – masing sesuai dengan industri perusahaan dan kebutuhan dari para pelanggan yang di milikinya.

Pelanggan yang tidak puas mereka akan kecewa, dengan kekecewaan itu pelanggan akan melakukan tindakan complain, atau tidak saam sekali melakukan apa-apa (diam). Engel , et al, (1995) mengemukakan bentuk-bentuk pengambilan tindakan akibat

dari ketidakpuasan atas kualitas pelayanan yang disampaikan kepada pelanggan diantaranya :

1. Respon suara ( *voice response*)

Bila pelanggan melakukan hal ini, maka perusahaan masih mungkin memperoleh beberapa manfaat

2. Respon pribadi ( *private response*)

Tindakan ini sering dilakukan dan dampaknya sangat besar sekali bagi citra perusahaan, misalnya memperingatkan atau memberitahu pelanggan, teman atau keluarga mengenai pengalamannya dengan produk tersebut.

3. Respon pihak ketiga ( *third-party response*)

Meliputi tindakan meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa atau secara langsung mendatangi lembaga konsumen, instansi hukum.

## **K. Kepuasan Pelanggan Sempoa SIP Tc Paramount Summarecon**

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu usaha. Hal ini telah terjadi suatu kepercayaan umum karena dengan memuaskan konsumen, organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Begitu pula yang terjadi di Sempoa SIP Tc Paramount Summarecon, banyak keluhan yang datang dari orang tua murid, salah satunya yang biasa terjadi dikeluhkan adalah pada waktu proses pembelajaran.

Untuk menjadikan pembelajaran pada proses kegiatan pendidikan di tempat les bagi semua pihak, maka Sempoa SIP Tc Paramount Summarecon harus berani secara terbuka menyediakan ruang dan waktu bagi "*stake holder*" yang merasa dirugikan untuk menyampaikan keluhan, saran, komplain, kritikan maupun ungkapan ketidakpuasan terhadap layanan atau pun perlakuan

Sekaligus berani bertindak tegas terhadap yang bersalah dan meminta maaf atas kesalahan yang dilakukan oleh guru/staff di tempat les bersangkutan, bukan saja sebagai *service recovery* melainkan juga memberikan keteladanan kepada siswa tentang arti tegaknya sebuah aturan (*value system*) secara konsisten.

Adapun cara mengatasi keluhan di Sempoa SIP Tc Paramount SMS adalah sebagai berikut :

- 1. Pencatatan**

Semua keluhan yang masuk ke Sempoa SIP Tc Paramount dicatat oleh bagian administrasi. Keluhan yang sudah dicatat langsung didistribusikan ke Direktur Sempoa

SIP Tc Paramount. Jadi di pencatatan keluhan tidak perlu terlalu lama dalam mengatasi keluhan pelanggan. Dengarkan dengan empati keluhan yang disampaikan oleh pelanggan, kemampuan menempatkan diri kepada pihak yang dirugikan akan membuat anda memiliki langkah bijak dalam pengambilan keputusan/sikap. Dengarkan dengan tenang pengaduan versi dia walaupun disampaikan dengan emosi, berbicaralah dengan lembut dan tenang, jangan panik, perhatikan dan analisa akar permasalahan dari keluhan yang disampaikan.

## **2. Distribusi**

Setelah dicatat oleh admin keluhan pelanggan langsung di distribusikan atau disampaikan kepada Direktur. Kemudian, direktur mendiskusikan masalah yang terjadi kepada *Coach* yang bersangkutan, dicari penyelesaian masalah, dan diputuskan bagaimana keputusan tersebut.

## **3. Penyampaian**

Hasil penyelesaian masalah atau hasil diskusi antara Direktur dan *Coach*, langsung disampaikan kepada orang tua murid yang menyampaikan keluhannya. Hasil tersebut di sampaikan oleh *Coach* yang bersangkutan. Meminta maaf lebih mulia. Bagaimanapun juga orang tua siswa adalah mitra dan siswa adalah peserta didik ibarat anak yang patut dilindungi dan diarahkan kepada perbuatan baik. Meminta maaf atas insiden yang dilakukan guru dan telah mengecewakan nya, akan meredakan kemarahan sekaligus mengajak orang tua untuk bergandeng tangan memperbaiki keadaan akan membuat pihak ketiga tidak dapat menintervensi lebih dalam. Dikarenakan sengketa antara guru vs siswa, sekolah vs orang tua sudah dapat diselesaikan secara kekeluargaan. Tidak alasan bagi pihak ketiga untuk ikut campur karena permasalahan sudah terselesaikan.

Pelayanan prima biasanya berhubungan erat dengan bisnis jasa pelayanan yang harus dilakukan dalam upaya untuk memberikan rasa puas dan menumbuhkan kepercayaan terhadap orang tua murid.

Cara memberikan pelayanan prima yang baik terhadap orang tua siswa di Sempoa SIP Tc Paramount Summarecon adalah memberikan pelayanan sepenuh hati, artinya tidak memandang kasta dalam memberikan pelayanan, mulai dari pendaftaran, penjadwalan belajar, mengingatkan iuran bulanan sampai dengan mendengarkan keluhan orang tua murid. Semua kegiatan tersebut harus dilayani dengan sepenuh hati.

Menangani keluhan pelanggan secara lebih dini adalah suatu sikap yang bijaksana dan tepat karena perusahaan akan lebih mampu mengantisipasi hal-hal yang

dapat merugikan. Sekecil apapun kekecewaan pelanggan merupakan keluhan yang harus segera ditangani.

Disinilah para petugas pelayanan harus mampu mengatasi keluhan tersebut agar tidak semakin membesar dan berdampak kurang baik bagi perusahaan. Agar tercipta pelayanan yang optimal, maka Sempoa SIP Tc Paramount menyediakan lembar keluhan pelanggan. Lembar tersebut dibuat agar dapat mengevaluasi kinerja karyawan di Sempoa SIP Tc Paramount Summarecon, sehingga pelayanan prima yang diberikan Sempoa SIP Tc Paramount lebih baik lagi.

Adapun lembar keluhan pelanggan di Sempoa Tc Paramount Summarecon adalah sebagai berikut :



**Tc Paramount Summarecon**

<b>Nama Anak</b>	:
<b>Tanggal</b>	:
<b>Pukul</b>	:
<b>Nama Orang Tua</b>	:
<b>Keluhan</b>	:
<b>Solusi</b>	:

Pelayanan prima merupakan sebuah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan yang terbaik untuk memfasilitasi kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan untuk mewujudkan kepuasan pelanggan.

Dengan pelayanan yang sangat baik tentunya pelanggan akan merasa senang dan nyaman, dengan demikian konsumen mendapatkan kebutuhan psikis yang berupa kebahagiaan dan kenyamanan yang dapat terpenuhi. pada saat menerima keluhan, penerima harus melihatnya sebagai kesempatan kedua untuk memuaskan sebagai pelanggan. Karyawan harus dapat :

1. Bersikap sopan dan berempati pada pelanggan
2. Memastikan semua rincian keluhan telah dicatat dalam form keluhan
3. Yakin bahwa informasi yang dicatat adalah factual
4. Tidak mengakui kewajiban atau kesalahan pada tahap ini

Penerima keluhan, bila perlu bersama pimpinan harus memutuskan apakah ini merupakan keluhan besar atau kecil berdasarkan temuan informasi yang tepat, dan analisa fakta yang ada.

Keluhan kecil dapat disebabkan oleh salah tafsir, kesalahpahaman, kesalahan rincian informasi, atau kecerobohan kecil. Keluhan besar dapat meliputi pelanggaran hukum pidana, hal-hal yang berakibat buruk pada kesehatan dan keselamatan, atau masalah keuangan. Membangun kepemilikan dan tanggung jawab coach harus diberdayakan untuk mengambil tindakan yang tepat jika keluhan telah diakui kebenarannya dengan jelas, berada dalam wilayah tanggung jawabnya, dan dapat segera diselesaikan.

Jika keluhan tidak dapat diselesaikan oleh penerima, rincian pelanggan dan keluhannya harus dicatat dalam form yang telah tersedia untuk itu, dan segera mengirimkannya ke bagian atau tingkat tanggung jawab yang relevan.

Pelanggan harus diberi tahu siapa yang berhubungan dengan keluhannya dan jawaban akan diberikan secepat mungkin dalam batas waktu tertentu. Sangat menjengkelkan bila pelanggan harus berhubungan dengan organisasi yang tidak jelas tanggungjawabnya, atau di ping-pong dari satu orang ke orang lainnya. Menentukan prosedur eskalasi Bila keluhan merupakan masalah besar, manager harus memutuskan tindakan yang tepat, dan hal ini dapat meliputi:

1. Berkonsultasi dengan otoritas yang lebih tinggi
2. Membuat laporan kejadian secara rinci
3. Menghubungi pengacara perusahaan
4. Menghubungi polisi

Penyelesaian keluhan Tindakan tepat untuk penyelesaian keluhan akan menjadi jelas setelah tingkat keseriusan dipahami dengan baik, dan analisa fakta dilakukan dengan benar. Penyelesaian masalah bukanlah waktu untuk negosiasi atau barter dengan pelanggan yang memiliki keluhan asli, bukan mengada-ada atau mencari kompensasi.

Jika ada keterlambatan dalam menyelesaikan keluhan, pelanggan harus dihubungi secara berkala dengan *interval* waktu yang disetujui bersama dan Pastikan form keluhan pelanggan ditandatangani ketika masalah telah diatasi untuk kepuasan pelanggan, penerima atau superior harus menandatangani form keluhan pelanggan dan menyatakan masalah selesai untuk analisa kecenderungan keluhan selanjutnya. Bisa jadi tidak ada penyelesaian yang memuaskan, bila pelanggan menuntut sesuatu yang “tidak masuk akal” atau “di luar” batas ketentuan perusahaan. Bila ini terjadi, mungkin perlu untuk:

1. Beritahu pelanggan bahwa apa yang diinginkan diluar kemampuan perusahaan

2. Pastikan langkah apa yang dapat diambil selanjutnya
3. Dan nyatakan bahwa hal ini akan dilaporkan ke manajemen senior

Putuskan tindakan korektif internal Setelah berurusan dengan keluhan, putuskan apakah kemampuan personil membutuhkan penanggulangan. Uruslah keperluan perbaikan proses internal atau pelatihan sesegera mungkin setelah ada keluhan.

Bangun evaluasi kepuasan pelanggan Setelah selang waktu yang tepat, misalnya dua minggu, hubungi kembali pelanggan untuk memastikan bahwa keluhannya telah diselesaikan dengan memuaskan dan untuk memastikan bahwa mereka masih menjadi pelanggan yang loyal.

**L. Hal-hal yang Perlu Dilakukan dan yang Tidak Boleh Dilakukan dalam menanggapi keluhan pelanggan adalah sebagai berikut :**

1. Membuat “layanan pelanggan” sebagai bagian dari budaya perusahaan
2. Berdayakan staff untuk menangani keluhan
3. Jaga hubungan dengan pelanggan untuk memastikan bahwa keluhan mereka ditangani dengan memuaskan
4. Analisa pola keluhan dan ambil tindakan perbaikan. Terima dan perlakukan keluhan secara positif
5. Kesopanan, cepat tanggap dan sentuhan pribadi sangat penting. Pelanggan yang mengeluh dan mendapatkan ketiga hal tersebut biasanya akan tampil sebagai pelanggan yang lebih puas dari sebelumnya. Dan mereka akan bercerita kepada orang lain.
6. Tidak boleh dilakukan
7. Menyalahkan pelanggan Mengatakan “ini bukan bagian saya”
8. Menerima keluhan secara “pribadi” atau membela diri
9. Menggunakan pekerjaan administratif untuk menolak memberikan tanggapan yang cepat terhadap keluhan

Sikap seenaknya, lamban, dan tidak memperlakukan pelanggan secara pribadi akan membuat kehilangan bukan hanya pelanggan yang bersangkutan, tetapi juga banyak pelanggan yang lainnya – berita buruk akan menyebar dengan cepat.

Pentingnya pelayanan prima terhadap pelanggan juga merupakan strategi dalam rangka memenangkan persaingan. Akan tetapi tidak cukup hanya memberikan rasa puas dan perhatian terhadap pelanggan saja, lebih dari itu adalah bagaimana cara merespon keinginan pelanggan, sehingga dapat menimbulkan kesan positif dari pelanggan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan uraian mengenai pembahasan masalah pelayanan prima terhadap orang tua murid pada Sempoa SIP tc Paramount summarecon maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

- A. Pelayanan prima memiliki peranan penting dalam sebuah perusahaan. Pentingnya pelayanan prima pada Sempoa SIPTc Paramount Summarecon terutama cara mengatasi keluhan di Sempoa SIP Tc Paramount Summarecon dengan cara Semua keluhan yang masuk ke Sempoa SIP Tc Paramount dicatat oleh bagian administrasi. Keluhan yang sudah dicatat langsung didistribusikan ke Direktur Sempoa SIP Tc Paramount, Setelah dicatat oleh admin keluhan pelanggan langsung di distribusikan atau disampaikan kepada Direktur. Kemudian, direktur mendiskusikan masalah yang terjadi kepada Coach yang bersangkutan, Hasil penyelesaian masalah atau hasil diskusi antara Direktur dan Coach, langsung disampaikan kepada orang tua murid yang menyampaikan keluhannya. Hasil tersebut di sampaikan oleh Coach yang bersangkutan.
- B. Memberikan pelayanan prima yang baik kepada orang tua murid yaitu dengan cara memberikan pelayanan sepenuh hati, artinya tidak memandang kasta dalam memberikan pelayanan, mulai dari pendaftaran, penjadwalan belajar, mengingatkan iuran bulanan sampai dengan mendengarkan keluhan orang tua murid. Semua kegiatan tersebut harus dilayani dengan sepenuh hati.
- C. Dengan adanya lembar keluhan pelanggan tersebut setiap orang tua murid dapat menjadikan wadah untuk keluh kesah mereka kepada Sempoa SIP tc Paramount Summarecon kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan yang terbaik untuk memfasilitasi kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan untuk mewujudkan kepuasan pelanggan.
- D. Dengan pelayanan yang sangat baik tentunya pelanggan akan merasa senang dan nyaman, dengan demikian konsumen mendapatkan kebutuhan psikis yang berupa kebahagiaan dan kenyamanan yang dapat terpenuhi. Pada saat menerima keluhan, penerima harus melihatnya sebagai kesempatan kedua untuk memuaskan sebagai pelanggan penerima harus Bersikap sopan dan berempati pada pelanggan, Memastikan semua rincian keluhan telah dicatat dalam form keluhan, Yakin bahwa informasi yang dicatat adalah factual, Tidak mengakui kewajiban atau kesalahan pada tahap ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Rosady, Ruslan, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016.
- Sinambela, Lijen Poltak, *Reformasi Pelayanan Publik*, Jakarta: Bumi Aksara. 2008.
- Barata, Atep, Adya, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: PT Flex Media Komputindo, 2004.
- Mukarom, Zaenal, *Manajemen Pelayanan Publik*, Jakarta, 2015
- Sutopodan Suryanto, Adi, *Pelayanan Prima*, Jakarta, Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia, 2003.
- Daryanto, *Konsumendan pelayanan prima*, Yogyakarta, 2015.
- Patton, Patricia, *Service With Emotional Quotient*, Jakarta, 2004
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Rahmayanty, Nina, *Manajemen Pelayanan Prima*, Graha Ilmu.