

# PELAYANAN PRIMA



**UNTUK SMK  
KELOMPOK BISNIS DAN MANAJEMEN**

**TINGKAT 1**

Oleh :  
**Retno Prasetyorini, SE**  
**SMK YP "17" VI Temanggung, Jawa Tengah**  
Email : setyo\_n2004@yahoo.com

© Hak Cipta Pada Guruvalah Inc.

<http://guruvalah.20m.com>

Tidak dilarang untuk menggandakan naskah ini dengan berbagai cara

## KATA PENGANTAR

Pelayanan Prima didalam buku ini membahas tentang tatacara melayani konsumen secara prima konsep 3 A (*Attitude, Attention dan Action*). Sebenarnya konsep ini dapat diberlakukan untuk segala bidang kegiatan seperti penjual melayani pembeli, penguasha melayani para relasinya, guru melayani pelajar dan pemerintah melayani rakyatnya, pelayanan organisai kepada staf dan pelayanan prima antara rekan sekerja dengan sekerja lainnya. Tentu saja tujuan utama dari pelayanan ini adalah terpeliharanya kepuasan pelanggan, pemakai, klien, rekanan dan teman.

Kita akan membekali pelajar SMK dengan pelayanan prima ini karena tidak hanya siswa SMK kelak diharapkan dapat mengisi pekerjaan di tingkat menengah namun biarlah pelayanan prima ini membumi hatinya dan dia dapat menjalin hubungan (obbi) yang lebih baik dalam kehidupan sehari-hari.

Akhirnya tulisan ini akan selalu penulis sempurnakan untuk edisi-edisi yang akan datang sebagai wujud dari pelayanan prima penulis kepada pembaca, kepada netter terutama pelajar maka wajar jika penulis menerima kritik dan saran dari pembaca.

Temanggung, 1 Juli 2003

Penulis,

## BAB 1

### MEMAHAMI KONSEP PELAYANAN PRIMA

Tujuan Umum Diklat : Siswa memahami arti pentingnya customer care

Tujuan Khusus Diklat : Setelah memperoleh diklat siswa diharapkan dapat: 1) memberi arti Pelayanan Prima (*customer care*), 2) menjelaskan pentingnya pelayanan prima (*customer care*), 3) prinsip-prinsip pelayanan prima (*customer care*), 4) pentingnya pelayanan prima terhadap pelanggan, 5) harapan pelanggan

#### A. Pengertian Pelayanan Prima (Customer Care)

**P**elayanan Prima (*Excellent Service/Customer Care*) secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik, atau pelayanan yang terbaik. Pelayanan Prima (*Customer Care*) adalah faktor kunci dalam keberhasilan perusahaan. Jika bisnis tumbuh dan berkembang dan tetap biasa bertahan dalam persaingan maka keuntungan dan pendapatan juga harus meningkat.

Untuk melaksanakan hal ini, kita perlu meningkatkan jumlah pelanggan yang kita miliki, dengan demikian kita memelihara dan mempertahankan pelanggan kita seperti halnya mendapatkan pelanggan yang baru. Jadi dalam hal memenangkan bisnis baru, kita juga perlu mempertahankan loyalitas konsumen yang ada.

Pelayanan Prima (*Customer Care*) berarti memelihara dan mempertahankan pelanggan kita dan menambah pelanggan baru.

Banyak aspek yang dapat memberikan kepuasan pelanggan dan bukan hanya sekedar memberikan yang terbaik. Dalam era pasar bebas saat ini, banyak ditawarkan barang-barang yang bermutu saja, tapi hubungan yang berlanjut dan berkesinambungan antara penjual dan pelanggan belum diperhatikan dengan baik.

Pelayanan Prima (*Customer care*) yang baik dibutuhkan semua anggota perusahaan, tanpa kecuali. Apakah mereka berhubungan langsung dengan pelanggan atau tidak, melaksanakan tugas dengan bekerja bersama orang lain, dibutuhkan rasa percaya diri untuk menyesuaikan dan mempertimbangkan kepercayaan dan rahasia pelanggan pada kita.

Pelayanan Prima (*Customer care*) bukan hanya sekedar memberikan suatu layanan, hal ini memerlukan sedikit pelayanan ekstra dan sesuai dengan harapan pelanggan yang mengharapkan pelayanan yang terbaik. Ini berarti membuat karyawan yang bekerja di perusahaan melakukan pilihan, langkah, sikap dalam berhubungan dengan pelanggan yang tepat.

#### B. Pentingnya Pelayanan Prima (Customer Care)

Suatu perusahaan yang ingin maju mengharapkan pelanggan untuk membeli barang atau jasanya dan tetap menjaga agar pelanggan tetap membeli barangnya. Walaupun banyak perusahaan menawarkan produk-produk yang bersaing, tapi tujuannya adalah untuk menarik pelanggan yang sama. Para pelanggan biasanya mempunyai supplier, yang semuanya menawarkan produk dan jasa yang sejenis. Dengan demikian pelanggan mempunyai pilihan yang banyak.

Meskipun demikian dari sudut pandang perusahaan, pelanggan mutlak dipertahankan dan perlu dicermati sikap pelanggan, bagaimana sikap karyawan perusahaan yang ikut berperan dalam meningkatkan pelayanan kepada pelanggan yang merupakan kunci sukses dari perusahaan.

Sebagian besar orang-orang mencoba memberikan pelayanan yang terbaik, sebaliknya suatu saat kita menerima pelayanan yang buruk. Pengalaman ini tidak menyenangkan dan kita cenderung untuk mengingatkannya.

Pelayanan Prima (*Customer care*) penting bagi perusahaan, pelanggan dan bagi staf perusahaan. Hal ini penting bagi perusahaan Karena dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan membantu untuk mengamankan masa depan bisnisnya. Penting bagi pelanggan karena memberikan kombinasi untuk mengambil keputusan dalam hal membeli dan memilih produk dan

menjamin untuk memenuhi kebutuhannya. Penting bagi staf perusahaan karena memberikan kebanggaan pada mereka, perusahaan dan produknya.

### **C. Prinsip-Prinsip Pelayanan Prima (*Customer Care*)**

Pelayanan Prima (*Customer care*) dikembangkan berdasarkan prinsip-prinsip 3 A : Pertama, kita harus menyajikan ATTITUDE (SIKAP) yang benar. Kedua, kita harus memberikan ATTENTION (PERHATIAN) yang tidak terbagi. Ketiga, diatas semuanya pelanggan mencari ACTION (TINDAKAN)

Pelayanan prima berdasarkan konsep *Attitude* (sikap) meliputi tiga prinsip berikut:

1. Melayani pelanggan berdasarkan penampilan yang sopan dan serasi
2. Melayani pelanggan dengan berpikiran positif, sehat dan logis
3. Melayani pelanggan dengan sikap menghargai

Pelayanan prima berdasarkan *attention* (perhatian ) meliputi tiga prinsip :

1. Mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan
2. Mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan
3. Mencerahkan perhatian penuh kepada para pelanggan

Pelayanan prima berdasarkan *action* (tindakan) meliputi lima prinsip:

1. Mencatat setiap pesanan para pelanggan
2. Mencatat kebutuhan para pelanggan
3. Menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan
4. Mewujudkan kebutuhan para pelanggan
5. Menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali

Hal-hal yang perlu diperhatikan, berkaitan dengan konsep pelayanan prima yaitu:

1. Apabila dikaitkan dengan tugas pemerintah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat maka Pelayanan Prima adalah pelayanan yang terbaik kepada masyarakat
2. Pelayanan Prima didasarkan pada standar pelayanan yang terbaik
3. Untuk instansi yang sudah mempunyai standar pelayanan maka pelayanan prima adalah pelayanan yang memenuhi standar
4. Apabila pelayanan selama ini sudah memenuhi standar maka pelayanan prima berarti adanya terobosan baru, yaitu pelayanan yang melebihi standarnya
5. Untuk instansi yang belum mempunyai standar pelayanan maka pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik dari instansi yang bersangkutan. Usaha selanjutnya adalah menyusun standar pelayanan prima.

### **D. Pentingnya Pelayanan Prima Terhadap Pelanggan**

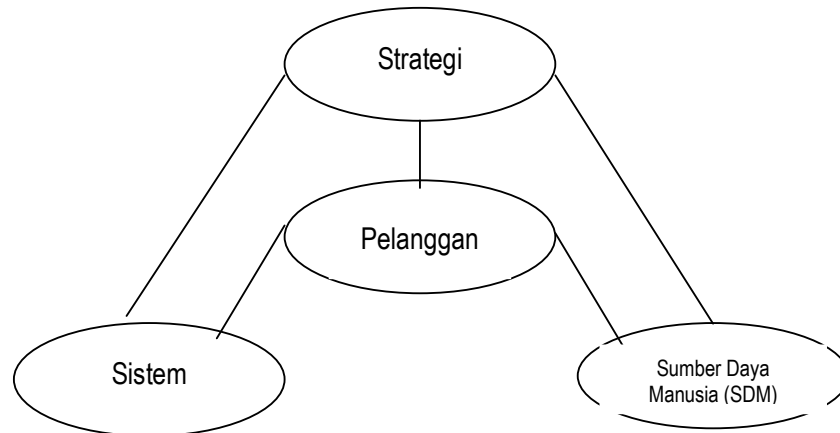
Pelanggan adalah orang yang membeli atau menggunakan barang atau jasa secara tetap dan berkesinambungan. Setiap perusahaan sudah tentu mempunyai pelanggan atau pembeli baik yang bersifat internal maupun eksternal.

1. Pelanggan Internal secara umum dibagi dua jenis yaitu :
  - a. Pelanggan internal organisasi adalah mereka yang terkena dampak produk dan merupakan anggota organisasi yang menghasilkan produk tersebut.
  - b. Pelanggan internal pemerintah adalah mereka yang terkena dampak produksi dan bukan anggota organisasi penghasil produk tetapi masih dalam lingkungan organisasi atau instansi pemerintah.
2. Pelanggan eksternal adalah mereka yang terkena dampak produksi tetapi bukan anggota organisasi di lingkungan organisasi pemerintah. Pelanggan eksternal yang dimaksud disini adalah masyarakat luas.

Pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan oleh orang lain. Setiap konsumen atau pelanggan pada dasarnya membutuhkan barang dan jasa, baik yang bersifat primer maupun tertier. Mereka juga mencari barang yang berkualitas tinggi dan terjangkau daya belinya. Oleh Karena tugas bagi pengusaha, pedagang untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen/pelanggan.

Kajian mengenai pentingnya pelayanan yang baik terhadap pelanggan di perusahaan-perusahaan dikembangkan *Total Quality Service (TQS)*, yaitu sistem manajemen strategi dan integratif yang melibatkan semua manajer dan pegawai serta menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara berkesinambungan proses-proses organisasi, agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan (Stamatis, 1996).

Strategi TQS ini dapat digambarkan dalam skema berikut:



Keterangan :

- Strategi : Cara atau pendekatan yang efektif diterapkan guna mencapai sasaran organisasi melalui pelayanan yang baik kepada pelanggan
- Sistem : Program dan prosedur yang baik dirancang guna mendorong penyampaian pelayanan yang nyaman dan berkualitas terhadap pelanggan
- SDM : Pegawai di semua posisi yang memiliki kapasitas yang bersifat responsive terhadap keinginan pelanggan

Tujuan TQS adalah mewujudkan tercapainya pelanggan, memberikan tanggung jawab kepada setiap orang dan melakukan perbaikan pelayanan secara berkesinambungan. Sistem TQS kepada empat bidang sebagai berikut :

1. Berfokus kepada pelanggan  
Prioritas utama adalah identifikasi pelanggan (internal-eksternal). Setelah pelanggan diidentifikasi, kemudian mengidentifikasi keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan. Selanjutnya, dirancang sistem yang dapat memberikan jasa tertentu yang memenuhi keinginan pelanggan tersebut. Dengan demikian, perhatian diarahkan kepada pelanggan.
2. Keterlibatan pegawai secara menyeluruh  
Semua pihak yang terkait dengan upaya peningkatan pelayanan harus dilibatkan secara menyeluruh. Karena itu, manajemen harus dapat memberikan peluang perbaikan kualitas terhadap semua pegawai. Selain itu, kepemimpinan harus pula memberikan kesempatan berpartisipasi kepada semua pegawai yang ada dalam organisasi, serta memberdayakan pegawai atau karyawan dalam merancang dan memperbaiki barang, jasa, sistem dan organisasi.
3. Sistem pengukuran  
Komponen dalam sistem pengukuran terdiri :
  - a. Menyusun standar proses dan produk (barang dan jasa)
  - b. Mengidentifikasi ketidaksesuaian dan mengukur kesesuaiannya dengan keinginan pelanggan

- c. Mengoreksi penyimpangan dan meningkatkan kinerja
4. Perbaiki kesinambungan
  - a. Memandang bahwa semua pekerjaan sebagai suatu proses
  - b. Mengantisipasi perubahan keinginan, kebutuhan dan harapan para pelanggan
  - c. Mengurangi waktu siklus suatu proses produksi dan distribusi
  - d. Dengan senang hati menerima umpan balik dari pelanggan

Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan TQS menawarkan model yang disebut **Siklus Deming**, yang terdiri dari empat komponen utama, disingkat *PDCA* (*Plan, Do, Check and Act*).

1. Plan (Perencanaan)
  - a. Langkah pertama, yaitu menentukan proses yang perlu diperbaiki yaitu kegiatan yang terkait erat dengan misi organisasi dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan
  - b. Langkah kedua, yaitu menentukan perbaikan yang akan dilakukan terhadap proses yang dipilih. Langkah ini sama dengan penyusunan hipotesis dalam metode ilmiah, Hipotesis adalah asumsi sementara mengenai hubungan antara kejadian-kejadian.
  - c. Langkah ketiga, yaitu kewajiban pimpinan organisasi untuk menentukan data dan informasi yang diperlukan untuk dapat menetapkan hipotesis yang paling relevan untuk melaksanakan perbaikan proses.
2. Do (Pelaksanaan)
  - a. Langkah pertama, yaitu mengumpulkan informasi untuk menentukan keadaan yang nyata sekarang mengenai jalannya proses
  - b. Setelah informasi dikumpulkan, perubahan yang diinginkan dapat dilaksanakan. Dalam tahap ini hipotesis yang telah dirumuskan kemudian di uji menggunakan informasi tersebut. Pengujian hipotesis terlebih dulu dilakukan pada skala kecil organisasi untuk menghindari kerugian yang tidak dikehendaki
  - c. Selanjutnya, mengumpulkan data lagi, guna mengetahui perubahan yang terjadi, apakah membawa perbaikan atau tidak
3. Check (Evaluasi)

Dalam tahapan ini pimpinan harus dapat menafsirkan informasi yang terkumpul untuk mengetahui apakah perubahan yang dilakukan membawa perbaikan atau tidak.
4. Act (Tindak Lanjut)
  - a. menetapkan alternative perubahan yang akan dilaksanakan
  - b. Apabila ada perubahan yang dilakukan berhasil terhadap perbaikan maka perlu disusun prosedur lainnya
  - c. Agar perubahan dapat berjalan secara baik, perlu diadakan pelatihan atau penawaran
  - d. Pimpinan perlu mengkaji apakah perubahan yang dilakukan mempunyai efek negative terhadap bagian lain dalam organisasi
  - e. Pelaksanaan perubahan perlu dipantau terus menerus secara berkesinambungan.

### **E. Harapan Pelanggan**

Setiap pelanggan sudah pasti mengharapkan untuk memperoleh pelayanan yang terbaik dari pedagang, penjual atau produsen. Umumnya harapan itu berupa sikap sopan santun, perhatian, dan pelayanan yang cepat terhadap barang dan jasa yang dibutuhkan.

Dalam memberikan pelayanan prima yang diharapkan oleh para pelanggan perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Pelayanan pegawai

Pelayanan bukanlah berarti harus mematuhi orang-orang yang akan dilayani. Harga diri yang tinggi merupakan unsur penting untuk suksesnya suatu organisasi jasa pelayanan.

Apabila seseorang pegawai merasa puas tentang yang dikerjakannya, hal ini kan berpengaruh positif terhadap pelanggan.

Sikap positif dari pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan pegawai atau penjual suatu perusahaan menunjukkan:

- a. Telah diterapkan konsep pelayanan prima secara baik
- b. Adanya penghargaan atau rasa simpati dari pelanggan terhadap perusahaan
- c. Adanya hubungan yang harmonis antara karyawan perusahaan dengan para pelanggan
- d. Adanya kepercayaan pelanggan terhadap mutu barang atau jasa dari perusahaan tersebut.

## 2. Pendekatan Positif

Membina karyawan agar memiliki keterampilan dalam menerapkan pelayanan prima bukanlah pekerjaan yang mudah. Namun pimpinan harus berusaha memberikan keteladanan penerapan pelayanan prima terhadap bawahan. Kepada para pegawai atau karyawan perlu sekali ditanamkan sikap yang positif dalam menghadapi para pelanggan.

Sikap positif karyawan terhadap pelanggan dapat diwujudkan melalui langkah-langkah berikut:

- a. Membiasakan melayani pelanggan dengan sebaik-baiknya
- b. Memperlakukan pelanggan tidak pilih kasih
- c. Bersikap sopan santun dan selalu ramah
- d. Berpakaian yang rapi dan sopan
- e. Menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar
- f. Bersikap simpati dan bersahabat
- g. Membantu pelanggan sampai kebutuhannya terpenuhi

## 3. Perhatian

Hal-hal yang diharapkan pelanggan adalah sistem yang menyenangkan pelanggan (*friendly system*). penyedia pelayanan tidak akan menang dalam berargumentasi dengan pelanggan. Tidak ada gunanya memenangkan argumentasi dengan pelanggan. Oleh karena itu, bila penyediaan pelayanan menginginkan banyak pelanggan, perlakukan (*threat*) mereka dengan sebaik-baiknya. Keinginan pelanggan adalah pelayanan yang terbaik.

Mereka tidak peduli dengan masalah yang ada di dalam perusahaan, masalah pengetatan anggaran belanja perusahaan, masalah pengurangan pegawai dan sebagainya. Mereka hanya peduli kepada barang atau jasa yang diperlukan serta pelayanan dari penjual. Memberikan perhatian kepada pelanggan secara baik berarti menjadikan organisasi *user-friendly*.

Organisasi yang bercorak *customer-friendly* sangat memberikan perhatian mengenai kualitas di segala bidang aspek organisasinya. Ada aspek yang perlu mendapat perhatian dalam melaksanakan pelayanan prima yaitu:

- a. Dasar kepatuhan pelanggan
- b. Kesan dan penampilan produk perusahaan
- c. Kelompok kerja yang bertanggung jawab dan patuh
- d. Kultur pelayanan dalam organisasi
- e. Kekuatan dari manajemen yang diterapkan

Standar pengukuran yang diterapkan dalam mengukur keberhasilan dari setiap strategi pelayanan yang baik sangat penting. Hal ini erat hubungannya dengan besar dana yang akan dikeluarkan untuk pelayanan. Proses pengukuran harus diarahkan pada perubahan kualitas pelayanan.

Pelanggan umumnya mengharapkan kualitas pelayanan yang meliputi hal-hal berikut:

- a. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memproduksi barang dan jasa sesuai dengan yang diinginkan secara tepat
- b. *Assurance*, yaitu pengetahuan dan kesopan santunan penjual serta kemampuannya untuk meyakinkan pelanggan
- c. *Empathy*, yaitu perhatian dan atensi individual yang diberikan kepada pelanggan
- d. *Responsiveness*, yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dengan memberi pelayanan yang cepat
- e. *Tangible*, yaitu penyediaan fasilitas fisik dan perlengkapan serta penampilan diri penjual, pegawai atau karyawan.

### Tugas Praktik:

1. Sehubungan dengan materi pelayanan prima ini. Kamu akan diberi jadwal praktik membantu melayani pembeli di Koperasi Siswa dan di Kafetari SMK Negeri 1 Samarinda.
  - a. Lakukan tugas tersebut dengan senang hati dan hati terbuka
  - b. Lakukan praktik pelayanan prima yang telah kamu peroleh teorinya dari modul (bahan ajar) ini.
  - c. Laporkan hal-hal yang kamu alami dalam melakukan pelayanan prima kepada gurumu.
2. Coba kamu melakukan pemantauan pembelian pada usaha toko, salon dan sebagainya
  - a. Deteksilah mana-mana saja yang telah dilakukan dalam pelayanan prima oleh pramuniaga
  - b. Deteksi pula mana-mana yang bukan termasuk pelayanan prima
  - c. Apa saran kamu kepada mereka (pramuniaga, pengusaha) dalam melakukan pelayanan prima.

### Formatif :

1. Apakah yang dimaksud dengan pelayanan prima (*customer care*)?
2. Jelaskan perbedaan antara *Total Quality Management* dengan *Total Quality Service*?
3. Sebutkan prinsip-prinsip pelayanan prima berdasarkan konsep A3?
4. Apa sebab pelayanan prima sangat diperlukan dalam menghadapi pelanggan?
5. Sebutkan faktor-faktor yang menghambat terwujudnya pelayanan prima?
6. Mengapa seorang pelayan restaurant yang menghidangkan suatu makanan untuk pelanggannya disebut suatu pelayanan? Jelaskan!
7. Apakah yang dimaksud dengan Siklus Deming?
8. Tulislah harapan-harapan dari seorang pelanggan
9. Apakah sebabnya melaksanakan perintah atasan langsung tidak termasuk dikategorikan pelayanan prima
10. Kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan meliputi apa saja?

## BAB 2

### MELAKSANAKAN PELAYANAN PRIMA BERDASARKAN KONSEP SIKAP (ATTITUDE)

Tujuan Umum Diklat : Siswa memahami arti pentingnya pelayanan prima berdasarkan konsep sikap (attitude)

Tujuan Khusus Diklat : Setelah memperoleh diklat siswa diharapkan dapat: 1) menjelaskan pelayanan pelanggan dengan penampilan serasi, 2) pelayanan pelanggan dengan bderpikir positif, 3) pelayanan pelanggan dengan sikap menghargai

#### A. Pelayanan Pelanggan Dengan Penampilan Serasi

Setiap berhadapan dengan pelanggan adalah suatu kesempatan baru. Menunjukkan sikap yang baik adalah hal yang pertama dari prinsip 3 A, yang menjamin customer yang baik pada kesempatan acara tersebut.

Sikap terhadap control pelanggan, bagaimana kita melakukan pendekatan pada orang tersebut. Faktor utama dalam sikap kita terhadap seseorang adalah penampilan. Kita dapat melihat bahwa penampilan dapat menimbulkan salah duga dan tidak bijaksana untuk mengambil keputusan tersebut. Faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi sikap kita termasuk ide-ide dan keyakinan kita. Kejadian-kejadian akhir-akhir ini, seperti hal yang tidak menyenangkan atau memusingkan kepala secara tepat tertuju pada saat menjumpai pelanggan dapat juga mempengaruhi tata cara kebiasaan kita. Para pelanggan dapat menjadi sangat perspektif dengan mudah dapat mendeteksi sikap-sikap negatif.

*Penampilan* artinya citra menampilkan diri, *serasi* artinya sesuai, selaras atau harmonis. Jadi penampilan serasi berarti cara menampilkan diri secara harmonis atau sesuai dengan yang seharusnya. Misalnya : seorang sekretaris harus berpenampilan sebagai pendamping pimpinan. Seorang pramuniaga harus bersikap ramah dan siap membantu keperluan pembeli.

Berpenampilan serasi dalam melayani pelanggan sebagai seorang pelayan/pedagang antara lain sebagai berikut:

##### 1. Berhias

Berhias merupakan suatu keharusan bagi seorang pelayan dengan berhias yang rapi dan menarik maka akan tampaklah penampilan yang serasi dari seorang pelayan atau pedagang. Untuk itu seorang pelayan yang ingin tampil serasi perlu memperhatikan han-hal sebagai berikut:

###### a. Pelayan laki-laki

- 1) rambut dipotong rapi, tidak menutupi telinga
- 2) kuku tidak panjang, apalagi sampai hitam
- 3) tidak merokok ketika melayani pelanggan
- 4) badan tampak selalu bersih, tidak dekil

###### b. Pelayan wanita

- 1) rambut dipotong rapi, diikat atau disanggul bagi yang panjang
- 2) tidak berlebihan dalam menggunakan perhiasan
- 3) menggunakan make up secara sederhana
- 4) memakai parfum sewajarnya

##### 2. Berbusana

Cara berbusana yang baik merupakan ciri khusus yang menunjukkan kepribadian dan kewibawaan bagi seorang pelayan. Berbusana yang baik berarti memperhatikan penampilan diri (*personal appearance*) secara keseluruhan mulai dari berhias rambut, wajah badan, kaki dan kelengkapannya. Kelengkapan busana, misalnya perhiasan (giwang, kalung, cincin, gelang, bros dan lain-lain) tas, sepatu, dasi atau scarf, tutup kepala, kaos kaki atau stocking,

sarung tangan dan sebagainya. Bahan pakaian yang dikenakan diantaranya sutra, katun, wol, rayon, nylon.

Pengaruh warna dapat dikategorikan sebagai berikut:

- 1) warna tenang (kuning muda, abu-abu, hijau muda, biru muda, dan sebagainya)
- 2) warna cerah (biru laut, hijau zamrud, merah bata, kuning emas, jingga)
- 3) warna gelap (hitam, biru tua, merah hati)

Motif kain yang dapat dipilih untuk tenaga pelayan bervariasi, antara lain: batik, tenun ikat, bunga-bunga, kotak, garis-garis dan daun-daunan.

### 3. Ekspresi Wajah

Bagi seorang pelayan menampilkan ekspresi wajah yang simpatik dan menarik amatlah penting. Sebab, perilaku simpatik ini mempunyai andil yang besar dalam menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan. Kontak pertama antara pelayan dengan pelanggan umumnya diawali dari ekspresi wajah. Oleh karena itu, tenaga pelayan harus berusaha menampilkan ekspresi wajah yang bersahabat.

#### a. Ekspresi mata

- 1) lakukan kontak mata secara langsung dengan pelanggan
- 2) kontak mata harus disertai dengan senyuman
- 3) tampilkan tatapan mata yang bersahabat
- 4) hindari mata berkerut atau tatapan kosong
- 5) mata kaku atau mengalihkan pandangan harus dihindari
- 6) hindari pula skap mata ke bawah atau menatap ke suatu benda karena ekspresi ini menunjukkan penghindaran dari suatu percakapan

#### b. Ekspresi mulut

- 1) tampilkan senyuman manis sebagai rasa senang atau gembira
- 2) hindari bibir rapat karena ekspresi ini menunjukkan kemarahan atau kekecewaan
- 3) hindari pula mulut yang terbuka lebar tanpa bicara karena ekspresi ini menunjukkan kebingungan
- 4) hindari pula menggigit-gigit bibir karena hal ini mengisyaratkan sikap kesedihan
- 5) bicaralah sewajarnya dan jangan dibuat-buat

#### c. Ekspresi Kepala

- 1) posisi kepala hendaknya tegak sebagai kesediaan untuk berkomunikasi
- 2) anggukan kepala sebagai isyarat menghormati atau persetujuan
- 3) hindari memegang kepala dengan tangan karena hal ini menunjukkan kecemasan
- 4) hindari pula kepala menunduk ke bawah karena hal ini menunjukkan penolakan
- 5) posisi kepala hendaknya sewajarnya, sehingga tidak menimbulkan kesan kurang perhatian atau sombong atau angkuh.

## B. Pelayanan Pelanggan Dengan Berpikir Positif

Berpikir positif artinya berpikir sehat, logis dan masuk akal (rasional). Teori komunikasi yang rasional adalah teori komunikasi yang menekankan pendekatan yang masuk akal, logis dan intelektual dalam berhubungan dengan orang lain. Teori ini dapat diterapkan dalam melayani para pelanggan.

Ada beberapa pandangan tentang hakikat manusia yang mewarnai teori komunikasi rasional, baik secara teoretis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

- 1) Manusia dipandang sebagai makhluk rasional dan juga bersifat irrasional. Manusia cenderung berpikir logis atau sehat disamping juga bersikap tidak logis atau irrasional.
- 2) Pikiran, perasaan, tindakan manusia merupakan satu kesatuan mekanisme kejiwaan yang satu dengan yang lainnya tidak dapat dipisahkan. Pikiran yang muncul pada setiap orang senantiasa diikuti dan diikuti oleh perasaan dan tindakan. Ketiga fungsi psikis, yaitu pikiran, perasaan dan tindakan merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

- 3) Setiap individu bersikap unik dan memiliki potensi untuk memahami keterbatasannya serta kemampuan mengubah pandangan hidup dan nilai-nilai yang dimilikinya. Dalam praktik kehidupan sehari-hari banyak sekali sikap dan tindakan manusia yang kurang atau tidak rasional. Misalnya, ingin dihargai oleh semua orang, ingin bebas dari persoalan, menganggap dirinya paling tahu, dan keinginan lain, kadang-kadang tidak masuk akal atau tidak rasional.

Berdasarkan pandangan tersebut, kita dalam berhubungan atau berkomunikasi dengan orang lain perlu menerapkan cara berpikir positif dan menghindari berpikir negatif. Demikian bahaya seorang pelayan, pedagang atau pengusaha dalam memperlakukan pembeli atau pelanggan hendaknya memperlakukan secara positif, logis dan manusiawi.

Melayani pelanggan dengan cara berpikir positif berarti memperlakukan pelanggan secara baik, menghormatinya, tidak bersikap apriori, tidak memanfaatkan kelemahannya, dan melayani apa yang diperlukan yang sewajarnya.

#### 1. Melayani Pelanggan Secara Terhormat

Pembeli adalah raja, Karena itu penjual atau pedagang harus memperlakukan mereka secara baik dan terhormat. Melayani pelanggan secara terhormat bukan berarti tenaga pelayan lebih rendah kedudukannya atau harus mengikuti semua kehendak pelanggan. Bersikap hormat dan menghargai pelanggan bukan pula berarti tenaga pelayan harus kehilangan harga dirinya.

Melayani pelanggan secara terhormat dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Sapalah dengan ekspresi wajah tersenyum apabila kedatangan pelanggan
- b. Tanyai dan catatlah tentang keperluan pelanggan
- c. Berilah penjelasan yang berkaitan dengan keperluan pelanggan
- d. Siapkanlah segera barang-barang yang diperlukan oleh pelanggan
- e. Usahakan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi

#### 2. Tidak bersikap apriori terhadap pelanggan

Suatu tindakan yang tidak logis adalah apabila tenaga penjualan bersikap apriori atau masa bodoh terhadap para pelanggan. Sebab, sikap apriori ini dapat menyebabkan pelanggan menjadikecewa, merasa kesal, atau merasa tidak dihargai. Tidak sedikit pelanggan atau pembeli menjadi marah-marah karena merasa diacuhkan. Apabila pelanggan sudah kecewa atau merasa kesal maka besar kemungkinan dia tidak datang lagi atau pindah mencari pedagang lain.

Dari hasil penelitian diperoleh data bahwa kemunduran suatu perdagangan disebabkan ditinggalkan oleh pelanggannya. Ditinggalkan oleh para pelanggan bukan saja berpengaruh pada tingkat penjualan, melainkan juga dapat menyebabkan gulung tikar pada usaha perdagangan tersebut. Sebab, pelanggan yang kecewa tadi akan membicarakan atau melaporkan kelemahan pelanggannya kepada orang lain. Akibatnya adalah kebangkrutan bagi pengusaha tersebut yang disebabkan oleh dirinya sendiri dalam menghadapi pelanggannya.

#### 3. Tidak mencari atau memanfaatkan kelemahan pelanggan

Dalam kehidupan sehari-hari tidak jarang kita temui para pedagang yang licik dengan cara memanfaatkan kelemahan pembeli, seperti menjual dengan harga tinggi kepada pembeli atau pelanggan yang belum atau tidak mengetahui harga standar barang-barang tersebut. Pedagang menjual barang dengan berkualitas rendah, imitasi atau tiruan dengan harga standar barang asli. Ulah pedagang tersebut dilakukan untuk mengelabui pembeli yang tidak tahu harga yang standar. Padahal tindakan ini pasti akan ketahuan dan akibatnya pembeli tidak akan kembali lagi kepada pedagang tersebut.

Berikut ini adalah langkah-langkah yang harus dilakukan dalam pelayanan prima kepada pelanggan:

- a. Hindari sikap memanfaatkan kelemahan pihak pembeli atau pelanggan
- b. Hindari sikap ingin memperoleh keuntungan besar dari praktik membohongi atau menipu pelanggan

- c. Jangan menjual barang atau jasa yang berkualitas rendah dengan standar harga barang berkualitas tinggi
- d. Jangan menjual barang tiruan atau rusak
- e. Jangan menaikkan harga-harga barang atau jasa tanpa sepengetahuan pelanggan
- f. Hindari membuat iklan atau promosi yang berlebihan, hanya untuk membohongi pembeli atau pelanggan padahal persediaan dan kualitas barang rendah.

Kesimpulan dari pembicaraan di atas adalah jika kita memperlihatkan sikap yang positif terhadap pelanggan, mereka akan merasakannya dan sebaliknya pelanggan akan mempunyai reaksi yang menguntungkan terhadap kita.

Contoh perilaku yang menunjukkan sikap yang positif adalah:

- ◆ Santai dan sopan serta menempatkan pelanggan semudah mungkin
- ◆ Diplomatis dan sensitive terhadap perasaan pelanggan
- ◆ Membuat pelanggan merasa diistimewakan, contohnya dengan menggunakan dan menyebut namanya
- ◆ Menunjukkan perhatian yang wajar dan tidak dibuat-buat dan mengajukan pertanyaan dan mencatat jawabannya
- ◆ Menunjukkan kebanggaan pada diri sendiri, pekerjaan dan jabatannya dengan pakaian yang pantas dan serasi
- ◆ Menawarkan bantuan tanpa menunggu diminta
- ◆ Secara sukarela memberikan informasi dan menggunakan secara jelas dengan bahasa sehari-hari
- ◆ Terlihat bersahabat/familiar
- ◆ Senyum

### **C. Pelayanan Pelanggan Dengan Sikap Menghargai**

Bahwa salah satu sifat manusia adalah perasaan ingin dihargai dan dihormati, itulah sebabnya kita sebagai seorang pelayan harus dapat menghormati dan menghargai pelanggan. Pelanggan yang merasa dihargai akan termotivasi untuk melanjutkan hubungan bisnis dengan kita.

Adapun cara-cara melayani pelanggan dengan sikap menghargai, dilakukan sebagai berikut:

1. Setiap pelanggan harus dilayani dengan sebaik-baiknya
2. Janganlah membedakan pelanggan
3. Menghargai pelanggan harus bersikap sopan santun dan ramah tamah
4. Dengarkan dan catat setiap permintaan atau kebutuhan pelanggan
5. Gunakan tutur bahasa yang baik disertai dengan senyum
6. Tunjukkan sikap simpatik dan perasaan senang dalam menghadapi pelanggan
7. Usahakan sikap menghargai pelanggan itu secara konsisten, artinya tidak berubah-ubah
8. Terimalah kehadiran para pelanggan itu sebagaimana adanya, kita tidak boleh mudah menilai, baik atau tidak perilaku pelanggan itu.
9. Usahakan kebutuhan pelanggan untuk dipenuhi
10. Dengarkanlah dengan penuh perhatian, apabila pelanggan mengemukakan saran atau pendapatnya

Sedang sikap yang tidak baik dalam menerima pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Sikap kurang sopan atau ketus
2. Kurang mengindahkan tatakrams atau etiket berdagang
3. Tidak segera menanyakan maksud dan tujuan pelanggan
4. Kurang memperhatikan keinginan pelanggan
5. Tidak mempersilahkan pelanggan untuk duduk
6. Menunjukkan sikap tidak ramah dan tidak bersahabat
7. Mengucapkan tutur kata yang tidak bisa dimengerti oleh pelanggan
8. Berbicara dengan pelanggan sambil membuang muka
9. Bersikap tidak simpatik, bahkan dengan menyinggung perasaan pelanggan
10. Tidak segera memenuhi kebutuhan pelanggan

Seorang penyedia pelayanan atau tenaga pemasaran yang melayani pelanggan dengan sikap menghargai berarti di atelah melaksanakan prinsip layanan prima berdasarkan konsp sikap (attitude). Sikap menghargai ini akan menimbulkan rasa simpati dan perasaan dihargai pada diri pelanggan.

Sikap menghargai dapat diwujudkan melalui tutur bahasa yang baik dan menyenangkan. Tutur bahasa yang baik pada dasarnya adalah menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Sikap menghargai itu harus memperhatikan pula tatakrama dan sopan santun dalam menyambut kedatangan pelanggan.

Tatakrama atau etiket dalam melayani pelanggan dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Bersikap ramah ketika menerima pelanggan
2. Menanyakan maksud dan tujuan pelanggan
3. Memberi kesempatan berbicara kepada pelanggan
4. Ketika berbicara pandangan mata tertuju pada pelanggan
5. Berbicara menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar
6. Mendengarkan dan mencatat semua kebutuhan pelanggan
7. Menjelaskan keadaan barang dan jasa beserta harga-harganya
8. Menerangkan pula kelebihan dan kekurangan barang-barang yang ditawarkan secara objektif
9. Menghargai pendapat dan penawaran yang diajukan oleh pelanggan
10. Mengusahakan memenuhi kebutuhan pelanggan akan barang dan jasa

#### **Tugas Praktik :**

1. Coba kamu amati tempat perbelanjaan seperti supermarket, department store atau toko serba ada.
  - a. Penampilan konsep attitude apa saja yang mereka tampilkan?
  - b. Kritik dan saran apa yang dapat kamu berikan kepada pramuniaga sehubungan dengan konsep attitude itu?
2. Buatlah makalah kelompok untuk didiskusikan bersama, adapun topik makalah pilihlah diantara judul berikut:
  - a. Pengaruh berpikir positif terhadap kemajuan usaha penjualan
  - b. Jika saya seorang pengusaha warung makan khas banjar, penampilan attitude apakah yang akan saya sarankan kepada anak buah saya?
  - c. Dampak menjual barang terlalu banyak mencari untung terhadap kelangsungan usaha
  - d. Ketika penjual meremehkan saya sebagai pembeli, apa yang kamu lakukan untuk membantu dia?.

#### **Formatif :**

1. Jelaskan contoh melayani pelanggan dengan penampilan serasi
2. Ekspresi wajah apa yang dapat menyenangkan pelanggan?
3. Apa yang dimaksud melayani pelanggan dengan cara berpikir positif
4. Sebutkan ciri-ciri pelayanan dengan berpikir positif!
5. Jelaskan dengan contoh melayani pelanggan dengan sikap menghargai?
6. Tuliskan ciri-ciri tenaga pelayan dengan sikap menghargai
7. Apa maksud bahwa pembeli adalah raja
8. Uraikan bahwa istilah pelayanan itu mengandung pengertian yang luas
9. Tutur bahasa yang baik bagi pelayan itu yang bagaimana? Berikan contohnya!
10. Jelaskan arti kata-kata berikut ini
  - a. penampilan serasi
  - b. ekspresi wajah
  - c. berpikir positif
  - d. sikap menghargai
  - e. sikap ramah

## BAB 3

### MELAKSANAKAN PELAYANAN PRIMA BERDASARKAN KONSEP PERHATIAN (ATTENTION)

Tujuan Umum Diklat : Siswa memahami arti pentingnya pelayanan prima berdasarkan konsep perhatian (*attention*)

Tujuan Khusus Diklat : Setelah memperoleh diklat siswa diharapkan dapat: 1) menjelaskan pelayanan pelanggan dengan mendengar dan memahami, 2) pelayanan pelanggan dengan mengamati pelanggan, 3) pelayanan pelanggan dengan berpikir dan menduga

**P**erhatian (*Attention*) adalah komponen kedua dari komponen 3A pelayanan prima (*customer care*), yang artinya memberikan perhatian kita kepada pelanggan mencakup :

- ◆ Listening (mendengar dan memahami)
- ◆ Observing (mengamati)
- ◆ Thinking (berpikir dan menduga)

#### A. Pelayanan Pelanggan Dengan Mendengar dan Memahami

Pertama-tama mari kita pertimbangkan mengenai listening, ini tidak hanya sekedar mendengar dengan mengambil sedikit usaha, listening yang efektif berarti konsentrasi pada pelanggan dan apa yang akan dikatakannya. Tapi dalam prakteknya banyak kendala-kendala dalam menjalankan listening yang efektif.

Listening (mendengar) yang efektif adalah mencoba memahami pandangan orang lain.

Jika kita tidak menunjukkan ekspresi opini kita sendiri atau menghendaki untuk mengendalikan percakapan dengan cara sendiri, lalu perhatian kita tidak pada apa yang dikatakannya atau menduga-duga maksudnya, atau masuk terlalu cepat pada inti percakapan, semuanya mengganggu konsentrasi secara penuh.

Mendengar secara efektif memerlukan konsentrasi dan tidak terganggu oleh hal-hal lain. Seperti halnya kata-kata, kita perlu menaruh perhatian pada kebiasaan pelanggan berbicara dan memilih kata-kata yang tepat.

Ketika kita berbicara ‘pesan’ yang akan dikatakan sangat tergantung pada cara-cara mengatakannya, sebagai contoh, setiap individu telah mengetahui penggunaan ‘*sarkasm*’ (cara kasar) jawaban yang tajam atau pesan-pesan yang tidak menarik, hal ini dapat mengaburkan sopan santun. Jadi listening (mendengar dan memahami) secara efektif artinya seperti apa yang dikatakan. Hal yang terpenting untuk memperhatikan pelanggan tentang:

- ◆ Nada (*tone*) kasar tidak pasti marah,
- ◆ Kecepatan dalam penyampaian (cepat, sedang, lambat)
- ◆ Memilih kata-kata sederhana, emosional dan tidak formal, dan kata-kata yang berbun-bunga

Ini akan membantu untuk menjamin anda sendiri atau pelanggan telah memahami bahwa anda telah mengerti secara benar.

Respon mendengarkan yang perlu dipahami tenaga pelayan meliputi tiga hal, yaitu menerima pesan atau informasi, mengolah pesan atau informasi, dan mengirim kembali pesan atau informasi tersebut. Ada empat respons mendengarkan yang dapat dipergunakan oleh tenaga penjualan untuk mengirim kembali pesan atau informasi kepada pelanggan yaitu *clarification*, *paraphrase*, *reflection of feeling* dan *summarization*.

Selain respon mendengarkan, ada pula *action responses* (respon tindakan) verbal yang digunakan oleh seseorang tenaga pelayan, yaitu *probe*, *ability potential*, *confrontation*, dan *interpretation*.

- a. *Probe*, yaitu merespons bentuk pertanyaan yang bersifat membuka dan terbuka yang dapat dimulai dengan pertanyaan: "bagaimana, mengapa, dimana dan sebagainya. Tujuannya untuk memulai suatu wawancara dan mendorong komunikasi agar mengungkapkan dirinya lebih banyak lagi (menambah lebih banyak informasi tentang komunikasi)
- b. *Ability potential responses* merupakan pernyataan yang menunjukkan atau menggambarkan potensi komunikasi untuk melakukan sesuatu. Contoh : Cara kamu melayani penjual bagus sekali. Tujuannya adalah untuk mendorong komunikasi yang kurang percaya diri menjadi termotivasi dan memperluas kesadaran tentang potensi yang dimiliki komunikasi
- c. *Confrontation* yaitu menghadapkan kemungkinan-kemungkinan lain dari yang dihadapi komunikasi. Confrontation ini jangan diterapkan pada awal wawancara. Misalnya: pendapat kamu tidak benar. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi cara-cara menajamkan gambar diri komunikasi atau situasi yang dihadapinya dan mengidentifikasi beberapa pesan komunikasi dan menghubung-hubungkannya.
- d. *Interpretation* yaitu pemberian penjelasan berbagai informasi yang disampaikan komunikasi. Contoh kamu sebenarnya mampu meningkatkan penjualan. Tujuan adalah untuk mengidentifikasi hubungan antara pesan-pesan komunikasi dan tingkah lakunya dan memeriksa tingkah laku komunikasi dari beberapa gambaran alternative atau penjelasan yang berbeda-beda.

Perhatikan contoh penggunaan respons mendengarkan berikut ini:

Pelanggan : Apakah buku-buku kurikulum 1994 revisi tahun 1999 terbitan CV. Armico sudah tersedia?

Pelayan: Apakah yang Anda maksudkan adalah buku-buku SMK ? (*clarification*)

Pelanggan : Oh, ya. Buku SMK, seperti Pelayanan Prima, Surat menyurat dan Kearsipan?

Pelayan : Oh, kebetulan stoknya masih ada.

Dari ilustrasi tersebut nampak bahwa tenaga pelayan telah berusaha menjadi pendengar yang baik. Keberhasilan mendengarkan apa-apa yang diinginkan atau diutarakan oleh pelanggan maka ia benar-benar diperhatikan kehadirannya. Selain itu, tenaga pelayan akan memahami apa-apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Dengan demikian, komunikasi komunikatif antara pelanggan dengan pelayan dapat terwujud.

Dalam praktik kehidupan sehari-hari sering kita jumpai masih kurangnya perhatian pedagang terhadap tutur kata para pelanggan atau pembeli. Bahkan, tidak sedikit pula para pedagang yang mengacuhkan atau tidak mendengarkan pembicaraan para pembelinya. Apalagi jika pedagang itu sedang sibuk melayani pembeli lainnya. Akibatnya, tidak sedikit para pelanggan atau pembeli yang meninggalkan pedagang tersebut, karena merasa tidak diperhatikan. Itulah sebabnya, selaku pedagang harus mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.

Berikut ini disajikan tahapan yang efektif dalam mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan:

1. Mendengarkan dengan baik dan bersungguh-sungguh terhadap tutur kata para pelanggan. Maksudnya, apabila pelanggan sedang berbicara menyampaikan keinginannya, tenaga pelayan harus mendengarkan secara baik.
2. Mencatat secara cermat dan tepat apa-apa yang dibutuhkan oleh para pelanggan. Maksudnya, semua keperluan pelanggan segera dicatat dalam buku nota penjualan, agar tidak lupa
3. Berusaha memahami semua kebutuhan pelanggan. Maksudnya, tenaga pelayan harus memahami semua kebutuhan pelanggan
4. Menjelaskan kembali kebutuhan pelanggan. Maksudnya, tenaga pelayan harus menyebutkan kembali satu persatu barang atau jasa yang dipesan pelanggan
5. Berusaha mewujudkan dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Maksudnya, tenaga pelayan harus secepatnya memenuhi semua kebutuhan yang dipesan oleh pelanggan.

## B. Pelayanan Pelanggan Dengan mengamati Perilaku Pelanggan

Disadari sepenuhnya bahwa tidak semua pelanggan itu baik, jujur dan konsekuen. Oleh karena itu tenaga pelayan atau pedagang harus selalu berhati-hati dalam menghadapi pelanggan atau pembeli. Telah banyak kejadian yang ditemukan berupa penipuan, pencurian dan sejenisnya yang dilakukan oleh pembeli yang tidak bertanggung jawab. Akibatnya pengusaha yang dirugikan, itulah sebabnya mengamati perilaku konsumen atau pembeli sangatlah penting oleh tenaga penjualan. Mengamati pelanggan bukan berarti kita mencurigai mereka namun lebih dari itu kita dapat memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan terhadap pelayanan kita.

Dengan pertemuan tatap muka, dengan mengamati pelanggan, kita dapat memperoleh informasi mengenai pelanggan yang bisa kita *catat body language* para pelanggan.

*Body language* (bahasa badan) meliputi gerakan-gerakan tangan atau kepala, postur serta ekspresi-ekspresi raut muka, dan ini mempunyai arti yang sangat penting dalam komunikasi non verbal.

Tersenyum, gerakan dagu, duduk lalu berdiri dan muka memerah dan perasaan kesal hati semuanya adalah contoh-contoh dari tanda-tanda non verbal.

Riset tentang *body language* telah ditemukan bahwa dalam percakapan tatap muka secara khusus, kurang dari 35% komunikasi adalah verbal, dan selebihnya 65% adalah non verbal. Meskipun kita memperoleh informasi secara verbal, kita menggunakan *body language* untuk mendapatkan perasaan dan sikap kita. Kadang-kadang kita memperoleh solusi dari *body language* dengan mengkontradisikan apa yang kita rasakan.

Setiap orang pasti menggunakan bahasa tubuh (*body language*) setiap waktu, hal ini perlu karena saat itu kita memberikan perhatian dan reaksi terhadap pelanggan, sehingga pelanggan akan memberikan respon perhatian terhadap kita.

Sebagai penyedia pelayanan, perlu sekali memahami konsep perilaku yang mencerminkan pelayanan prima. Di bawah ini diuraikan secara konsep perilaku yang mencerminkan pelayanan prima:

### 1. Faktor manusia dalam pelayanan prima

Pengembangan pelayanan prima, baik pada lembaga bisnis maupun pemerintah, faktor manusia merupakan yang sangat penting untuk diperhatikan. Berikut ini disajikan analisis asumsi perilaku yang berkaitan dengan perilaku bisnis:

- a. *Bounded rationality* mempunyai anggapan bahwa pelaku bisnis memiliki keterbatasan dalam menyerap informasi. Perilaku *bounded rationality* cenderung mempertahankan gaya lama atau biasanya menolak perubahan. Akibatnya, pola bisnis cenderung statis.
- b. *Opportunistic behaviour* mengansumsikan bahwa apabila ada kesempatan, pelaku bisnis cenderung mengejar keuntungan melalui cara yang tidak sportif. Sikap demikian sering kurang memperhatikan kepentingan pelanggan atau pembeli.

Kedua anggapan tersebut sering dipandang terlalu pesimis, namun jika diperhatikan memang masih banyak kecurangan pada lembaga pemerintah maupun masyarakat. Dengan demikian, cukup alasan untuk tidak menyangkal asumsi pesimistik tersebut (Sudarsono Hardjosukarto, 1994).

Konsekuensi atas asumsi tersebut maka dalam pengembangan pelayanan prima perlu mengoptimalkan kinerja pelaku bisnis. Pandangan ini membawa pengaruh sebagai berikut:

- 1) Perlu adanya rute (peraturan) yang bersifat fasilitatif,
- 2) Adanya peraturan sebagai barang public (*public goods*) yang diterjemahkan dalam bentuk berbagai macam kontrak yang mengikat unit usaha. Apabila dikaitkan dengan upaya pengembangan pelayanan prima maka lembaga bisnis dan pemerintah sudah harus memiliki standar pelayanan prima. Jika belum memiliki buku standar maka belum berlaku kontrak yang mengikat.
- 3) Dengan adanya kontrak dalam bentuk buku '*standar pelayanan prima*' maka akan dapat diidentifikasi aspek-aspek penting pelayanan prima secara komprehensif.

## 2. Asumsi perilaku manusia dalam prinsip pelayanan prima

Beberapa aspek prinsip pelayanan prima itu adalah sebagai berikut:

### a. Adanya hukum tentang pelanggan, yaitu:

- 1) *The customer is always right* (pelanggan itu menganggap dirinya paling benar)
- 2) *if the customer I wrong, rule number one* (apabila pelanggan salah, lihat kembali peraturan nomor satu)

Dari rumusan tersebut mengandung koesekuensi penting yaitu adanya tuntutan untuk terus menerus memperhatikan pelanggan. Pertanyaannya adalah apakah peraturan tak mampu mengakomodasi pelaku yang *opportunistic behaviour*, sehingga dapat menempatkan kepentingan pelanggan sebagai yang utama?

### b. Pengembangan pelayanan prima tetap berpusat pada unsur manusia yang ada dalam organisasi di semua tingkatan.

Diketahui bahwa kepuasan para karyawan atau pegawai akan tercermin dari kepuasan pelanggan. Dengan demikian mengembangkan pegawai atau tenaga pelayanan adalah sebagai langkah awal dalam mengembangkan pelayanan prima menuju kepuasan pelanggan (*happier customer*). Oleh karena itu, mengembangkan pelayanan prima harus dimulai dari pembinaan terhadap mereka yang bertugas melayani pelanggan.

### c. Apabila dikaitkan dengan masalah kepemimpinan, sering dikatakan "*excellence starts at the top, leadership by example*" (kepemimpinan dimulai dari tingkat atas, kepemimpinan melalui suri tauladan).

Apakah kita memiliki cukup banyak pemimpin yang mampu melayani pelanggan secara prima melebihi apa yang dilakukan oleh para bawahannya. Ini merupakan tantangan bagi para pemimpin tingkat tinggi. Ada yang berpendapat '*Treat employees as you would like them to treat customer*' (perlakukan para karyawan atau pelayan sebagaimana mereka memperlakukan para pelanggan). Mampukah para pemimpin organisasi bisnis dan publik memperlakukan bawahan sedemikian rupa sebagaimana kita mengharapkan mereka memperlakukan para pelanggan dengan sebaik-baiknya.

## 3. Perilaku yang mengarah ke pelayanan prima

Untuk memberikan pelayanan prima kepada pelanggan, **De Vyre** mengemukakan ada tujuh perilaku menuju pelayanan prima yaitu: *self esteem, exceed expectation, recovery, vision, improve, care dan empower*. Dalam pokok bahasan ini hanya dijelaskan *self esteem* dan *exceed expectation*.

### a. *Self esteem* (harga diri)

- 1) pelayanan bukanlah berarti patuh pada orang lain. Harga diri tenaga pelayanan yang tinggi merupakan unsur penting untuk suksesnya suatu organisasi jasa pelayanan
- 2) pimpinan puncak atau direktur hendaknya memberikan keteladanan kepada bawahan dalam pelayanan prima
- 3) Kepada para pegawai atau karyawan perlu ditanamkan sikap positif dalam menghadapi pelanggan

Menurut *Siagian* (1993) terwujudnya hubungan yang serasi antara bawahan dan atasan, antara lain karena adanya pendelegasian wewenang, interaksi yang didasarkan secara teknikal maupun intelektual, saling menghargai, dan adanya kesempatan bagi bawahan untuk berpikiran dan bertindak inovatif.

Perilaku pimpinan (*leader behaviour*) dapat diidentifikasi dalam dua dimensi. Pertama, pertimbangan (*consideration*) yang menyangkut hubungan antara pimpinan dan bawahannya. Kedua, prakarsa yaitu yang menyangkut keahlian dalam memimpin antara lain kemampuan mengorganisasikan dan menggerakkan bawahan untuk melaksanakan pekerjaannya.

Apabila pimpinan menggunakan pertimbangan psikologis yang matang dalam hubungannya dengan karyawan, hal ini akan mencerminkan kedekatan hubungan antara pimpinan dengan

bawahan. Sebaliknya penggunaan pertimbangan psikologis yang rendah dapat mengidentifikasi hubungan yang jauh.

- 4) tempatkan pegawai yang sesuai dengan bidang pekerjaannya. Untuk memperoleh pegawai yang memiliki sikap (*attitude*) positif yang memenuhi harapan untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap para pelanggan, memerlukan waktu yang lama dalam pembinaannya. Atas dasar itulah maka sangat logis apabila penempatan seorang karyawan haruslah didasari oleh sikap yang positif antara lain: pengalaman, pengetahuan, dan ketrampilan, prestasi kerja, senioritas, kemampuan kerja dan kesediaan beradaptasi.

De Vyre menemukan attitude yang positif dari unsur kepribadian personality lebih mudah mengganti manusia daripada mengubah manusia.

- 5) Buatlah tugas penyedia pelayanan menarik. Untuk mengatakan suatu pekerjaan itu menarik atau tidak, sangatlah tergantung kepada bagaimana seseorang melihat pekerjaan itu. Hal ini sangat subjektif. Didalam organisasi yang berorientasi pada pelayanan adalah merupakan *intangible product*. Salah satu metode untuk memusatkan perhatian seluruh karyawan kearah memaksimalkan tingkat prestasinya adalah melalui penyediaan insentif untuk semua level di dalam organisasi. Menarik atau tidaknya suatu pekerjaan sifatnya sangat individual. Oleh karena itu terhadap semua karyawan peran para karyawan adalah sangat penting. Aspek lain yang dapat menciptakan rasa senang bagi karyawan (*job satisfaction*) antara lain terjaminnya masa depan (*career future*) dan juga fasilitas fisik tempat kerja (*physical surrounding*).

- 6) Kesuksesan hari ini tidak menjamin kesuksesan hari esok. Atas dasar itu maka kepada para pegawai dalam suatu organisasi harus selalu ditanamkan tanggung jawab untuk selalu memperbaiki pelayanan kepada pelanggan.

b. *Exceed expectations* (Melampui yang diharapkan)

Tentukan, penuhi dan lampuilah yang diharapkan pelanggan untuk menguasai pasar. Banyak organisasi membuat kesalahan dengan menciptakan harapan-harapan pelanggan yang luar biasa. Padahal yang mereka berikan sekedar pelayanan yang biasa-biasa saja.

Pelayanan prima bagi para pelanggan adalah menciptakan pengalaman-pengalaman positif yang diharapkan pelanggan dengan memenuhi dan melampui harapan-harapan mereka. Pelayanan yang baik ini harus secara konsisten dilakukan secara terus menerus.

### C. Mencerahkan Perhatian Penuh Kepada Pelanggan

Para pegawai hendaknya cukup terlatih untuk menanggapi berbagai keluhan pelanggan. Dalam menanggapi keluhan pelanggan, mereka perlu memperhatikan pentingnya langkah-langkah sebagai berikut:

1. Selalu sabar dalam menghadapi pelanggan
2. Jangan menanggapi kritik secara pribadi
3. Tawarkanlah minta maaf sekalipun kesalahan pelayanan itu bukan kepada anda
4. Panggillah pelanggan dengan namanya, bukan nama sapaan
5. Jangan menyalahkan orang lain di dalam organisasi anda. Pelanggan menginginkan penjelasan misalnya, bukan ingin tahu masalah internal dunia bisnis atau perusahaan
6. Apabila anda tidak tahu jawaban permasalahan maka jangan direka-reka, akuilah ketidak tahuan anda
7. Panggillah kembali pelanggan yang bersangkutan jika sudah menjajikannya
8. Berusahalah mengubah kekecewaan pelanggan menjadi kepuasan. Apakah mereka menginginkan pembayaran kembali, kredit, potongan, penggantian?. Tawarkan penyelesaian sehingga mendapatkan persetujuan pelanggan bahwa hal ini akan memuaskan keluhannya.

9. Jika mereka menyetujui penyelesaian tersebut, segeralah bertindak sebelum berubah pikirannya. Apabila mereka tidak menyukai penyelesaian anda tanyakanlah apa yang mereka anggap sebagai jalan keluar yang sama-sama menguntungkan.

Perlu diingat bahwa anda tidak pernah berdebat dengan pelanggan. Jadi, walaupun pelanggan memberikan keluhan seorang tenaga pelayan harus menghargainya. Suatu keluhan dari pelanggan adalah suatu peluang untuk tetap mempertahankan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian Lembaga *Technical Research Programmer* (TARP) Washington DC, menunjukkan bahwa secara statistik 96% pelanggan tidak pernah mengeluh mengenai pelayanan yang diperolehnya, sedangkan 40% pelanggan yang suka mengeluh justru pelanggan yang loyal. Jadi keluhan itu harus dilihat bukan sebagai masalah tapi sebagai peluang untuk memperbaiki situasi.

Para pegawai atau tenaga pelayan harus cukup terampil untuk mengatasi keluhan-keluhan para pelanggan. Pada dasarnya setiap keluhan harus ditanggapi secara baik dan penuh perhatian. Sikap tanggap terhadap setiap keluhan pelanggan adalah sangat baik dan penting.

*Martin* (1989) mengemukakan cara untuk membuka akses pelanggan terhadap organisasi penyedia pelayanan antara lain:

1. Bicara tatap muka (*face to face*) dengan pelanggan
2. Penyedia pelayanan memberikan waktu bagi pelanggan
3. Penyedia pelayanan mengundang pelanggan secara selektif untuk mendiskusikan apa yang disenangi dan apa yang tidak disenangi
4. Merespon secepatnya setiap keluhan pelanggan
5. Sediakan kotak saran dan formulir saran ditempat strategis

Berdasarkan uraian tersebut maka prinsip-prinsip mencurahkan perhatian kepada pelanggan dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Mendengar dengan baik setiap tutur kata, pesanan, atau keluhan pelanggan. Hal ini dapat membuat pelanggan merasa diperhatikan
2. Menerima dan menghargai perilaku pelanggan apa adanya
3. Menjelaskan kembali setiap pesanan, keluhan atau kebutuhan pelanggan
4. Menyesuaikan diri dengan dengan perilaku pelanggan. Dalam hal ini tenaga pelayanan berusaha memahami sikap, perasaan, dan kebutuhan pelanggan. Kemudian berusaha menyesuaikan dengan perilaku pelanggan
5. Memberikan dan mengajukan saran perhatian secara penuh kepada pelanggan dengan cara mengajak dialog dengan pelanggan
6. Menghargai pendapat dan saran yang diajukan pelanggan
7. Meneuhi kebutuhan pelanggan akan barang dan jasa yang dipesannya. Pelanggan tentunya merasa puas jika kebutuhannya dipenuhi.

#### **Tugas Praktik :**

1. Diskusikan dengan kelompok kamu mengenai hal-hal di bawah ini:
  - a. Keluhan seorang pelanggan dapat menurunkan semangat seseorang penyedia pelayanan
  - b. Dampak dari pelayanan yang tidak antusias, acuh tak acuh
  - c. Suatu organisasi yang tidak mempunyai acuan pelayanan prima
2. Coba amati perilaku pelanggan di warung, di toko-toko atau lainnya

## BAB 4

### MELAKSANAKAN PELAYANAN PRIMA BERDASARKAN KONSEP TINDAKAN (ACTION)

Tujuan Umum Diklat : Siswa memahami arti pentingnya pelayanan prima berdasarkan konsep tindakan (*action*)

Tujuan Khusus Diklat : Setelah memperoleh diklat siswa diharapkan dapat: 1) menjelaskan pelayanan pelanggan dengan pencatatan pesanan dan kebutuhan pelanggan, 2) menjelaskan pelayanan pelanggan dengan mewujudkan kebutuhan pelanggan, 3) pelayanan pelanggan dengan ucapan terima kasih

**P**Ada bagian sebelumnya kita melihat bagaimana membangun pengertian yang baik, situasi yang bersahabat dan berkomunikasi dengan daya tarik profesional.

Kata-kata saja tidak cukup. Pelanggan perlu diyakinkan melalui perhatian dan komitmen kita.

Untuk mencapai hal ini harus melalui ACTION (TINDAKAN) yang merupakan prinsip dasar ke 3 dari Pelayanan Prima (*Customer Care*).

Vincent Gasperz (1997) mengemukakan dimensi untuk meningkatkan kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. **Ketepatan waktu pelayanan.** Hal yang perlu diperhatikan adalah waktu tunggu dan waktu proses
2. **Akurasi pelayanan.** Hal ini berkaitan dengan apakah pelayanan tersebut bebas kesalahan-kesalahan
3. **Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan.** Hal ini terkait dengan perilaku orang-orang yang memberikan pelayanan
4. **Tanggung jawab.** Berkaitan dengan penanganan keluhan dari pelanggan, terutama pelanggan eksternal (masyarakat)
5. **Kemudahan mendapatkan pelayanan.** Berkaitan dengan banyaknya petugas yang melayani, serta banyaknya fasilitas pendukung.
6. **Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan.** Berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan pedoman-pedoman lain
7. **Atribut pendukung lainnya.** Hal ini dapat dicontohkan seperti kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, AC dan lain-lain.

*Action* (tindakan) adalah tindakan yang paling mendasar bagi customer yang baik. *Action* (tindakan) juga harus jelas terhadap pelanggan. Dalam praktiknya tindakan harus benar-benar terjadi dan setiap orang yang terlibat dalam tindakan (*action*) diperlukan untuk menyusun perencanaan, koordinasi dan komunikasi.

Ada 5 dasar tahapan untuk mencapai *action* (tindakan) yang efektif:

1. **Memahami apa yang diperlukan.** Catatan tertulis yang ada atau orang merenungkan. Cek bahwa fakta-fakta yang ada sudah lengkap dan benar dan tanyakan jika ada yang tidak yakin mengenai sesuatunya.
2. **Menentukan Sikap, apa yang yang dapat dilakukan.** Tinjau ulang apa yang dibutuhkan dan amati apa yang dapat secara realistis dilaksanakan.
3. **Ambil tindakan sesuai rencana.** Jika orang terlibat, pastikan mereka lebih tahu apa yang diharapkan. Cek kembali bahwa tindakan (*action*) nyata sudah dilakukan
4. **Pertahankan agar pelanggan tetap diberi informasi.** Jika ada masalah yang tidak bisa dihindarkan atau terjadi keterlambatan, biarlah pelanggan mengetahui dan menyetujui suatu rencana baru.

#### A. Pelayanan Pelanggan Dengan Mencatat Pesanan dan Kebutuhan Pelanggan

Pencatatan pesanan pelanggan sangat penting dalam melaksanakan transaksi jual beli. Pencatatan pesanan digunakan untuk menghindari kesalahan dalam pelayanan. Gunakan checklist atau nota/bon untuk mencatat keperluan pelanggan.

Dengan pencatatan akan bermanfaat dan berfungsi sebagai berikut:

1. Sebagai barang bukti adanya pesanan barang atau jasa pelanggan
2. Sebagai tindakan yang menghargai kebutuhan pelanggan
3. Sebagai data inventarisasi barang-barang yang terjual
4. Untuk memudahkan pengecekan kembali terhadap barang yang dipesan pelanggan
5. Untuk memudahkan dalam mencari dan mengumpulkan barang-barang yang dipesan pelanggan
6. Sebagai data atau arsip catatan barang-barang yang terjual
7. Sebagai bahan laporan dari tenaga pelayan kepada pimpinan atau pemilik perusahaan
8. Mempercepat waktu tunggu pelayanan
9. Mempersingkat waktu proses pelayanan
10. Memudahkan dalam mencari dan pengambilan barang
11. menghindari kesalahan-kesalahan sekecil apapun
12. Memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang baik

Setelah pencarian dan pengambilan barang penyedia pelayanan hendaknya menanyakan atau menegaskan kembali kebutuhan pelanggan. Barang-barang yang dibutuhkan ditunjukkan dan dikonfirmasi dengan pelanggan kebenarannya sebelum dilakukan pembungkusan dan penyampaian atau pengiriman.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam tindakan penegasan kembali kebutuhan pelanggan adalah:

1. Barang-barang yang telah dipesan hendaknya dicatat dan ditegaskan kembali agar tidak terjadi kekeliruan. Kita dalam menerima pesanan dari pelanggan biasanya melalui tiga cara yakni melalui tatap muka, melalui telpon dan melalui surat
2. Dalam penegasan pesanan kebutuhan pelanggan konfirmasikan cara pengepakan dan pengiriman disertai biayanya
3. Dalam penegasan pesanan kebutuhan pelanggan konfirmasikan cara pembayaran apakah tunai, melalui uang muka, kredit, transfer melalui bank.
4. Tegaskan pula tentang aturan-aturan dalam kegiatan jual beli. Misalnya barang yang sudah dibeli tidak bisa dikembalikan kecuali dengan perjanjian.

## **B. Pelayanan Pelanggan Dengan Mewujudkan Kebutuhan Pelanggan**

Kebutuhan pelanggan akan terwujud apabila penyedia pelayanan telah memenuhi harapan pelanggan. Harapan-harapan tersebut adalah kualitas teknik dan fungsional yang diberikan dalam suatu pelayanan. Penyedia pelayanan yang dapat mewujudkan kebutuhan atau keinginan pelanggan tentunya akan berdampak positif terhadap perkembangan perusahaan. Animo pelanggan akan bertambah sehingga citra perusahaan dapat dipertahankan.

Peningkatan kualitas dapat mewujudkan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu hendaknya ditekankan perbaikan dan peningkatan pelayanan yang dititik beratkan kepada hal-hal sebagai berikut:

1. **Struktural.** Perbaikan struktural organisasi atau perusahaan harus dilakukan dari tingkat top manajemen hingga lower manajemen. Hal ini merupakan langkah pertama dalam peningkatan pelayanan prima
2. **Operasional.** Suatu perusahaan penjualan akan dapat mewujudkan kebutuhan pelanggan apabila peningkatan operasional dilaksanakan artinya secara langsung peningkatan kualitas pelayanan juga dilaksanakan
3. **Visi.** Suatu organisasi atau perusahaan tentunya mempunyai visi, yaitu suatu pandangan ke depan. Organisasi atau perusahaan harus mengetahui arah organisasi dengan cara mengidentifikasi tentang apa yang harus dilakukan siapa yang akan melaksanakan.

4. **Strategi pelayanan** adalah suatu cara yang ditentukan oleh perusahaan dalam meningkatkan pelayanan sehingga visi atau tujuan dapat terwujud. Strategi pelayanan yang akan diterapkan harus memperhatikan : perilaku pelanggan, harapan pelanggan, image pelanggan, loyalitas pelanggan, dan alternatif-alternatif pelanggan.

Peningkatan kualitas melalui keempat hal tersebut diharapkan dapat mewujudkan kebutuhan pelanggan. Untuk memperbaiki kualitas pelayanan perlu diperhatikan juga mengenai kekuatan dan kelemahan suatu pelayanan.

Kekuatan pelayanan diantaranya adalah sebagai berikut:

- a). Bekerja dengan terorganisir dan sistematis
- b). Hubungan kerja yang konstruktif dengan atasan
- c). Penyediaan jasa pelayanan yang konsisten
- d). Tepat waktu dan sesuai kebutuhan
- e). Komunikasi yang baik antara penyedia pelayanan dengan pelanggan

Kelemahan pelayanan, diantaranya adalah:

- a). Tidak ada umpan balik
- b). Sistem peraturan yang rumit (*complicated*)
- c). Kurangnya pengetahuan tentang pelayanan yang baik
- d). Kurangnya komunikasi yang baik
- e). Kurangnya ketrampilan dari penyedia pelayanan
- f). Tidak adanya tindakan untuk menarik simpati pelanggan

### C. Pelayanan Pelanggan Dengan Pernyataan Terima Kasih

Proses pelayanan prima terhadap pelanggan tidak berakhir setelah terjadinya kesepakatan antara penyedia pelayanan dengan pelanggan. Baik kesepakatan jenis, jumlah, harga atau garansi terhadap barang dan jasa. Namun, prinsip pelayanan prima berdasarkan konsep A3 yang diterapkan oleh suatu perusahaan, haruslah diikuti hal-hal yang dapat membuat pelanggan kembali untuk membeli atau menggunakan produk kita.

Hal-hal yang dapat kita lakukan agar pelanggan dapat kembali lagi kepada kita adalah :

1. Pernyataan terima kasih kepada setiap pelanggan
2. Pemberian bonus kepada pelanggan yang membeli barang dalam jumlah besar
3. Pemberian potongan harga

Pernyataan terima kasih merupakan salah satu tindakan untuk membuat pelanggan kembali. Tindakan ini menunjukkan kualitas fungsional penyedia pelayanan, yaitu hubungan komunikasi yang baik antara penyedia pelayanan dengan pelanggan. Tindakan tersebut dapat membuat pelanggan merasa diperhatikan, sehingga memberikan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

Pernyataan terima kasih kepada pelanggan dapat disertai dengan tawaran promosi. Misalnya:

1. apabila pelanggan membeli barang dengan jumlah besar akan diberi bonus
2. Apabila pelanggan membeli barang dengan jangka waktu tertentu berturut-turut, harga barang akan didiskon
3. Di akhir tahun akan diberikan hadiah kepada pelanggan yang loyal

Pernyataan terima kasih dengan disertai tawaran promosi juga dapat menarik konsumen bukan pelanggan. Maksudnya. Selain dari pelanggan yang kembali atau tetap berlangganan juga calon konsumen akan tertarik untuk ikut menjadi pelanggan.

### Tugas Praktik :

1. Setelah kamu memahami pokok bahasan di atas, kerjakan kegiatan ini :  
Identifikasi ucapan-ucapan apa saja yang dilakukan oleh penjual untuk menunjukkan ucapan terima kasih. Pada toko-toko atau perusahaan yang kamu survey.
2. Diskusikan dengan kelompokmu untuk menjawab pertanyaan ini :
  - a. Apa guna nota/bon yang terdapat di toko-toko?
  - b. Jika anda membeli barang ternyata salah dan ketika dikembalikan ke toko pihak toko tidak mau menerima dengan alasan tidak ada perjanjian, Apa sikap kamu?

- c. Sebagai pedagang kamu sering diklaim seperti harga terlalu mahal, barang tidak bermutu. Padahal yang sebenarnya barang yang kamu jual harganya standard dan mutunya baik. Bagaimana sikap kamu?
- d. Perlukah kamu mengucapkan terima kasih kepada pembeli. Dengan cara apa saja cara kamu mengungkapkan terima kasih

**Formatif :**

1. Apakah yang dimaksud dengan prinsip pelayanan prima berdasarkan konsep tindakan (*action*)?
2. Apa sebabnya seorang penyedia pelayanan harus mencatat pesanan atau kebutuhan pelanggan?
3. Sebutkan dan jelaskan manfaat dari pencatat pesanan pelanggan menggunakan checklist?
4. Sebutkan dan jelaskan persyaratan yang telah memenuhi kualitas pelayanan menurut *Vincent Gaspers*?
5. Apakah yang dimaksud dengan akurasi pelayanan itu?
6. Apa sebabnya penyedia pelayanan harus mengaskan kembali kebutuhan pelanggan?
7. Sebutkan dan jelaskan dengan singkat hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menegaskan kembali kebutuhan pelanggan!
8. Bagaimanakah cara-cara mewujudkan kebutuhan pelanggan itu?

