



EISSN : [27164012](#)
ISSN : [23384751](#)

DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah

Jl. Maulana Yusuf No.10 Babakan, Kecamatan Tangerang, Kota
Tangerang, 15118 Banten

PENERAPAN SERVICE EXCELLENT OLEH CUSTOMER SERVICE PADA UNIVERSITAS ISLAM SYEKH YUSUF TANGERANG

Mad Yoman, Ajeng Pradesti
Universitas Islam Syekh-Yusuf
madyoman@unis.ac.id, ajengpradesti@unis.ac.id

Article Information :

Submitted 27 November 2023

Revised 4 Januari 2024

Published 4 Januari 2024

ABSTRACT

This research aims to describe the application of excellent service by Syekh-Yusuf Islamic University to prospective new students. Excellent service focuses on CS abilities, attitudes, appearance, actions, attention and responsibilities in serving customer communications or in this case prospective new students. This research uses a qualitative approach with a case study type. The results of the research show that the excellent assessment at the Syekh-Yusuf Islamic University has been carried out well, but must continue to be improved so that the satisfaction of prospective new students can be achieved well. And training is needed to improve knowledge, skills and appearance in providing excellent service to prospective new students.

Kata Kunci : Implementation, Service Excellent, Customer Service

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan pelayanan prima oleh Universitas Islam Syekh-Yusuf kepada calon mahasiswa baru. Pelayanan prima terpusat pada kemampuan, sikap, penampilan, tindakan, perhatian dan tanggung jawab CS dalam melakukan dalam melayani komunikasi pelanggan atau dalam hal ini adalah calon mahasiswa baru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian prima pada Universitas Islam Syekh-Yusuf sudah dilakukan dengan baik, namun harus tetap ditingkatkan lagi agar kepuasan calon mahasiswa baru dapat tercapai dengan baik. Serta diperlukan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan penampilan dalam memberikan pelayanan prima kepada calon mahasiswa baru.

Kata Kunci : Penerapan, Service Excellent, Customer Service

A. PENDAHULUAN

Dalam organisasi perusahaan, pelayanan merupakan hal yang paling penting dan fundamental. Untuk melayani pelanggan perlu memiliki kompetensi dan berjiwa melayani, karena tidak mudah melayani pelanggan dengan baik apabila sikap dan pikiran kita kurang baik. Pelayanan adalah suatu kegiatan atau aturan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dalam menyediakan kepuasan pelanggan (Barata, 2003:30). Setiap staf yang bertanggung jawab melayani pelanggan harus dapat menggunakan atau mengontrol emosi dengan baik untuk melayani dan dan memenuhi keperluan pelanggan. Setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan keperluan yang berbeda, belum lagi komunikasi dan sikap yang ditunjukkan oleh mereka pun berbeda-beda.

Pelayanan terbaik adalah memberikan pelayanan dengan sepenuh hati, tidak membedakan pelanggan dalam melayani, dapat mengontrol emosi ketika ada keluhan pelanggan dan dapat merasa empati kepada pelanggan yang merasa kesusahan. Memberi salam, menyapa setiap pelanggan serta selalu memberikan senyuman. Perhatian terhadap kepentingan pelanggan dengan cara melihat kebutuhan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan usaha di tengah iklim persaingan yang semakin ketat. Bila pelanggan puas, ada kemungkinan menunjukkan loyalitasnya dengan memberikan informasi yang baik kepada orang lain.

Memberikan pelayanan prima adalah hal yang perlu dilakukan guna mendapatkan kepuasan pelanggan. Untuk memberikan pelayanan prima, biasanya staff diberikan bekal pendidikan dan pengetahuan terlebih dahulu oleh bagian Sumber Daya Manusia (SDM) pada perusahaan guna meningkatkan kompetensi dan profesionalisme pelayanan. diantaranya terkait bagaimana memahami konsep dan standarisasi pelayanan prima, memahami berbagai permasalahan dalam pelayanan prima, memahami berbagai sikap dan perilaku yang merupakan cerminan dari pelayanan prima serta peningkatan kemampuan dalam memberikan pelayanan prima.

Penerapan pelayanan prima tidak hanya dilakukan oleh perusahaan profesional, dalam dunia pendidikan pun dilakukan pelayanan prima dalam memberikan informasi terkait kampus. Sebagai institusi pendidikan tinggi, universitas memiliki berbagai macam stakeholder yang menjadi mitra. Pelayanan prima menjadi orientasi dalam pelayanan bagi perguruan tinggi agar tetap eksis dan menjalin kerjasama hubungan yang baik dengan para stakeholder. Telah menjadi fokus perhatian utama bahwa masih banyak perguruan tinggi kurang responsif dalam pemberian kualitas layanan pada calon mahasiswa dikarenakan para stakeholder.

Perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta memberikan banyak penawaran kepada calon mahasiswa, seperti beasiswa kuliah, akreditasi dari perguruan tinggi, akreditasi dari program studi, tenaga pengajar yang profesional, fasilitas atau sarana dan prasarana kampus, serta memberikan pelayanan prima guna kenyamanan dari calon mahasiswa baru. Karena tidak dipungkiri, Persaingan di dunia pendidikan khususnya perguruan tinggi, tidak lepas dari pertimbangan kualitas pendidikan, kuantitas peminat dan program studi yang tersedia serta pelayanan yang diberikan oleh institusi tersebut.

Universitas Islam Syekh Yusuf atau UNIS adalah salah satu kampus swasta pertama di Banten khususnya di Kota Tangerang. Menjadi salah satu kampus yang pertama di daerah Tangerang, menjadikan kampus berbenah dalam memberikan pelayanan prima khususnya pada penerimaan mahasiswa baru. Tidak sedikit kampus baru yang ada di daerah Tangerang, telah memberikan pelayanan yang baik kepada para calon mahasiswa. Dari sisi fasilitas dan gedung, sudah banyak kampus yang fasilitasnya sangat lengkap serta akreditasi kampus yang sudah Unggul. Belum lagi lokasi yang strategis dan dekat terkadang menjadi pilihan bagi calon mahasiswa baru.

Melalui customer service (CS) pada unit penerimaan mahasiswa baru, UNIS ikut merasakan pentingnya menyiapkan diri untuk bersaing dalam proses penerimaan

mahasiswa baru setiap tahunnya. Dalam proses penerimaan mahasiswa baru, CS berusaha memberikan pelayanan terbaik atau pelayanan prima, agar calon mahasiswa baru mendapatkan kesan terbaik sehingga memilih UNIS sebagai pilihannya, walaupun calon mahasiswa baru juga bisa saja mendaftar di beberapa universitas baik negeri maupun swasta sebagai pembanding.

Dalam memberikan pelayanan langsung kepada calon mahasiswa baru, CS dibantu oleh beberapa tim unit seperti tim promosi yang melakukan promosi ke sekolah-sekolah, dan tim humas yang melakukan pelayanan melalui media sosial, juga dibantu tim IT guna kelancaran dalam memberikan pelayanan melalui daring. Dalam riset humas dan marketing tahun 2022-2023, melalui Kasub bagian CS mengatakan bahwa banyaknya calon mahasiswa yang mendaftar di UNIS mendapatkan informasi melalui rekomendasi dari teman. Karena pelayanan yang diberikan oleh tim CS dirasa nyaman dan sangat informatif. Ramah dalam bersikap serta santun dalam memberikan informasi yang diinginkan calon mahasiswa baru.

Pelayanan yang terbaik (*service excellent*) adalah yang bisa membedakan kualitas pelayanan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Schiffman dan Kanuk (2004), menyebutkan bahwa pelayanan merupakan suatu hal penting, sebab peningkatan daripada pelayanan itu sendiri dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan prima bertujuan untuk memberikan rasa puas dan senang kepada pelanggan. Setiap penyelenggara pelayanan, wajib melakukan survei berkala terhadap kepuasan pelanggan, untuk dapat mengontrol dan memperbaiki pelayanan menjadi lebih baik, sehingga pelayanan prima dapat dijalankan dengan baik dan terarah.

Faktor pelayanan inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap penilaian mahasiswa terkait pelayanan prima yang dilakukan oleh Customer Service (CS).

B. TINJAUAN PUSTAKA

Customer Service (CS)

Customer service secara bahasa berasal dari dua kata yaitu "customer" yang artinya pelanggan, dan "service" yang artinya pelayanan. Istilah customer service yang diterjemahkan dalam bidang bisnis secara umum sebagai pelayanan pelanggan. Secara umum, pengertian customer service adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Menurut Kasmir (2007:182), customer service adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kegiatan dan kebutuhan konsumen. Jadi intinya customer service melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi dengan nasabah. Customer service harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya (Kasmir, 2007:180)

Menurut Rosady (2001:245) Customer Service adalah bentuk pelayanan untuk menarik simpati dan kepercayaan pelanggan yang akan menggunakan produk yang dijual atau dijajakan. Seorang Customer Service yang merupakan bagian dari unit perusahaan yang berada di front office yang memiliki fungsi yaitu sebagai sumber informasi dan perantara bagi pelanggan yang ingin mendapatkan informasi. Sesuai dengan fungsinya, Customer Service diharapkan dapat menjelaskan ataupun melayani kebutuhan pelanggan. Customer Service wajib memberikan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan, sehingga pelanggan tersebut senang dengan pelayanan yang diberikan.

Dalam buku Etika customer service (Kasmir, 2007:181), fungsi dan tugas customer service sebagai berikut :

- a) **Sebagai receptionist.** Receptionist artinya customer service sebagai penerima tamu atau nasabah yang datang ke bank. Dalam menerima tamu, customer service harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan. Dalam hal ini customer service harus bersikap memberikan perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah dimengerti. Selama melayani nasabah customer service tidak diperkenankan untuk merokok, makan dan minum.
- b) **Sebagai deskman.** Deskman artinya seorang customer service berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Pelayanan yang diberikan berupa informasi mengenai produk produk bank, termasuk memberikan arahan dan petunjuk cara-cara pengisian aplikasi tersebut hingga tuntas, serta prosedur transaksi yang diinginkan oleh nasabah.
- c) **Sebagai salesman.** Salesman artinya customer service sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pendekatan, mencari nasabah baru, mengatasi dan menjawab segala permasalahan nasabah.
- d) **Sebagai Customer Relation Officer.** Customer Relation Officer sebagai orang membina hubungan baik kepada seluruh nasabah. Dalam menjaga hubungan baik kepada nasabah dengan cara menjaga image bank sehingga nasabah merasa senang, puas dan makin percaya kepada bank.
- e) **Sebagai komunikator.** Sebagai komunikator, customer service sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah. Komunikasi penting karena akan dapat mempererat hubungan antara nasabah dengan pelanggan.

Service Excellent (Pelayanan Prima)

Pelayanan prima adalah suatu pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, Pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sudah di tentukan (Freddy Rangkuti, 2016 : 49). Bisa diartikan bahwa pelayanan prima/ service excellence sebuah upaya yang dilakukan oleh para pelaku bisnis dalam memberikan layanan yang terbaik terhadap pelanggan/ konsumen. Pelayanan prima atau service excellence bertitik tolak pada upaya pelaku bisnis untuk memberikan pelayanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap pelanggan/konsumen. Pada dasarnya pelayanan prima ditunjukkan untuk membangun komunikasi yang baik dengan calon pelanggan dan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.

Menurut (Barata, 2004) pelayanan prima (service excellence) terdiri dari 6 unsur pokok, antara lain :

1. **Kemampuan (Ability).** Kemampuan adalah suatu kesanggupan dalam melakukan sesuatu. Sehubungan dengan pelaksanaan pelayanan prima yang dimaksud kemampuan adalah kemampuan minimal yang harus ada pada diri seseorang, yang berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan, antara lain : a) Memiliki pengetahuan sesuai bidang tugas; b) Memiliki keterampilan sesuai bidang tugas; c) Memiliki daya kreativitas yang tinggi; d) Memahami cara berkomunikasi yang baik; e) Memahami cara memposisikan diri dalam berbagai situasi agar dapat beradaptasi dengan lingkungan; f) Mampu mengendalikan emosi
2. **Sikap (Attitude).** Melayani pelanggan dengan berpikiran positif, logis dan melayani pelanggan dengan sikap menghargai.
3. **Penampilan (Appearance).** Dalam berpenampilan harus sopan dan rapi
4. **Perhatian (Attention).** Perhatian bisa dilakukan dengan, mendengarkan dan memahami secara sungguh sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan, dan mencurahkan perhatian penuh kepada para pelanggan

5. **Tindakan (Action).** Tindakan dapat dilakukan dengan cara : mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan para pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan, dan mewujudkan kebutuhan para pelanggan.
6. **Tanggung jawab (Accountability).** Dibutuhkan tanggung jawab dalam pelaksanaan pelayanan prima.

Menurut (Riyanto, 2012) Pelayanan memiliki beberapa dimensi atau unsur kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. **Tangibles.** Tangibles adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Baik dari sisi fisik tampilan bangunan, fasilitas, perlengkapan teknologi pendukung, hingga penampilan karyawan.
2. **Reliability.** Reliability adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpatik, dan lain sebagainya.
3. **Responsiveness.** Responsiveness adalah tanggap memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.
4. **Assurance.** Assurance adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan. a) CS mampu menanamkan kepercayaan kepada calon mahasiswa baru. b) CS memberikan rasa aman dalam memberikan layanan kepada calon mahasiswa baru. c) CS senantiasa bersikap sopan dan ramah. d) CS memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dari pelanggan. e) CS dapat dipercaya.
5. **Empathy.** Empathy adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik. a) CS memperhatikan terhadap kepentingan pelanggan, b) CS tanggap terhadap kebutuhan pelanggan yang diinginkan, c) CS selalu siap merespon permintaan pelanggan, d) CS menangani calon mahasiswa baru dengan penuh perhatian dan kesabaran e) Menyediakan tempat layanan yang nyaman dan aman

C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana penerapan service excellent oleh customers service di Universitas Islam Syekh Yusuf dengan pendekatan kualitatif, dimana data diperoleh dari kegiatan observasi dengan diinterpretasikan data lapangan untuk didapatkannya hasil data (Sugiyono, 2016:53). Begitu pula menurut (Moleong, 2007:3) penelitian kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku mereka yang dapat diamati.

Dalam penelitian ini penulis mengambil pokok bahasan penerapan service excellent oleh customers service di Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang sebagai studi kasus penelitian. Ulfatin (2013:48) mengemukakan, “studi kasus sebagai suatu metode penyelidikan secara langsung dengan latar yang alamiah dan memusatkan perhatian pada satu peristiwa secara intensif dan rinci”. Jenis ini sangat sesuai digunakan dalam penelitian ini karena langsung memusatkan pada satu peristiwa yaitu implementasi pelayanan prima. Jadi, melalui studi kasus ini akan bisa mengungkap implementasi pelayanan prima secara terfokus dan mendalam.

Kehadiran peneliti dalam penelitian ini diperlukan untuk menciptakan hubungan baik dengan informan, sehingga proses penelitian dapat berjalan dengan baik. Peneliti sebagai instrumen membatasi kasus yang menjadi fokus dalam penelitian tersebut karena Peneliti merupakan instrumen kunci selama pengumpulan data. Hutomo (dalam Bungin, 2001:56)

“peneliti sendiri merupakan instrumen penelitian yang paling penting di dalam pengumpulan data dan penginterpretasian data”. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2019:296)

D. TEMUAN HASIL PENELITIAN

Implementasi Service excellence oleh Customers Service (CS)

Hasil penelitian ini digunakan untuk mengetahui secara mendalam mengenai service excellence yang dilakukan oleh CS dalam melakukan pelayanan kepada calon mahasiswa baru atau pelanggan.

Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan merupakan kesanggupan dalam melakukan sesuatu. CS dalam hal ini mengetahui beberapa produk knowledge serta mampu menjelaskan kepada calon mahasiswa tersebut terkait informasi yang diinginkan. Dalam menjelaskan pun, CS memiliki skill komunikasi yang baik, dapat mengarahkan calon mahasiswa baru dalam memilih program studi yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan yang dimiliki tersebut. Emosi yang ditunjukkan oleh CS dapat terkendali ketika mendapatkan pelanggan yang sering bertanya, namun sulit untuk dimengerti. Mereka terus menjelaskan dengan keterampilan yang mereka miliki sehingga calon mahasiswa baru dapat benar-benar memahami apa yang dimaksud.

Tidak sedikit, calon mahasiswa baru yang masih bingung terkait informasi yang disampaikan oleh CS serta sikap ketidakpercayaan diri mereka terkait pertanyaan yang mereka ajukan, namun CS mencoba berkreasi dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada calon mahasiswa baru tersebut dan mencoba menempatkan diri dalam situasi dalam lingkungan sehingga calon mahasiswa baru nyaman dalam melakukan komunikasi dengan CS.

Sikap (*Attitude*)

Sikap ramah dan sopan santun dalam menjelaskan dan memberikan informasi kepada calon mahasiswa baru selalu diterapkan oleh CS. Pimpinan CS dalam hal ini selalu menegaskan untuk selalu menjaga sikap dengan calon mahasiswa baru, sekalipun mereka terkadang membuat kesal, dan kendalikan emosi dengan baik. Hal itu diterapkan dengan baik oleh CS karena mereka memahami sikap dan perilaku tertentu yang harus ditunjukkan ketika berhadapan dengan pelanggan. Keberhasilan bisnis industri pendidikan pada bidang pelayanan, sangat tergantung oleh sikap dan perilaku yang ditunjukkan oleh CS.

Sikap pelayanan yang diharapkan tertanam pada diri para CS adalah sikap yang baik, ramah, penuh simpatik, dan mempunyai rasa memiliki yang tinggi terhadap perusahaan atau institusi pendidikan. Dalam diri CS ditanamkan rasa bangga terhadap pekerjaan yang mereka jalankan, memberikan pengabdian kepada kampus, menjaga martabat dan nama baik kampus dan berpikir bahwa baik benar ataupun salah adalah tempat bekerja. Maka dari itu, CS selalu bersikap dan melayani dengan baik kepada calon mahasiswa baru yang datang untuk meminta informasi terkait penerimaan mahasiswa baru.

Penampilan (*Appearance*)

CS berpenampilan baik dan rapi dalam melayani calon mahasiswa baru, bahkan ada baju seragam CS agar terlihat menarik oleh pelanggan. Dalam hal fisik, CS diwajibkan untuk memakai parfum, sehingga calon mahasiswa baru dalam menerima informasi merasa nyaman dengan wangi dari CS tersebut. Penampilan fisik lainnya adalah baik CS laki-laki maupun wanita wajib berdandan dengan rapi. Menurut SOP, dalam melayani calon

mahasiswa baru, CS wajib memberikan penampilan yang menarik dengan berdandan, memakai pakaian yang sopan sesuai dengan standar yang diterapkan serta berperilaku sopan.

Perhatian (*Attention*)

Dalam melakukan pelayanan, CS senantiasa memperhatikan dan mencermati keinginan calon mahasiswa baru, karena perhatian merupakan kepedulian penuh terhadap pelanggan, yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, maupun memahami saran dan kritiknya. biasanya CS sigap untuk menawarkan bantuan apabila calon mahasiswa baru menunjukkan peminatan terhadap penawaran yang diberikan, sehingga sehingga calon mahasiswa baru merasa puas dan terpenuhi keinginannya.

Beberapa hal bentuk perhatian yang selalu dilakukan oleh CS adalah 1) Mengucapkan salam pembuka pembicaraan pada saat calon mahasiswa baru datang ke ruangan, 2) Menanyakan apa saja keinginan calon mahasiswa baru. 3) Mendengarkan dan memahami keinginan calon mahasiswa baru. 4) Melayani dengan cepat, tepat dan ramah. 5) Menempatkan kepentingan pelanggan atau calon mahasiswa baru pada nomor urut 1. Hal itu dilakukan agar calon mahasiswa baru, merasa diperhatikan dengan baik dan dapat menentukan pilihannya langsung.

Tindakan (*Action*)

Pada konsep tindakan, CS dalam menangani pelayanan kepada calon mahasiswa baru selalu mencatat beberapa pertanyaan serta keinginannya. Menurut CS, hal ini dilakukan agar pelanggan senang dan puas terhadap pelayanan tindakan yang dilakukan. Biasanya proses komunikasi pada konsep tindakan ini merupakan tanggapan terhadap pelanggan yang telah menandatangani pilihannya. CS mengetahui gerak-gerik calon mahasiswa baru yang benar-benar sudah tertarik untuk memilih kampus UNIS sebagai pilihan untuk kuliah.

Tindakan-tindakan yang dilakukan CS dalam melakukan pelayanan prima adalah 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. Keempat hal tersebut adalah tindakan standar dalam melakukan pelayanan yang baik kepada calon mahasiswa baru, terutama bagi mereka yang sudah menentukan pilihannya untuk mengambil studi di UNIS.

Tanggung Jawab (*Accountability*)

Suatu pembakuan pelayanan pelayanan yang baik merupakan ukuran yang telah ditentukan sebagai standar pelayanan. Untuk meminimalkan ketidakpuasan pelanggan, diperlukan sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai bentuk kepedulian. Dalam hal ini CS UNIS selalu memberikan tanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan. Kasub CS selalu memberikan contoh yang baik akan tanggung jawab dan tugas CS dalam melakukan atau memberikan pelayanan prima kepada calon mahasiswa baru.

KESIMPULAN

Penerapan service excellence atau pelayanan prima yang dilakukan oleh customer service pada calon mahasiswa baru UNIS dijalankan dengan baik. Hal ini dikarenakan komunikasi yang dilakukan antar CS sangat baik, begitu pula pimpinan CS dalam mengarahkan tim nya selalu memberikan arahan dan tindakan nyata dalam memberikan pelayanan langsung kepada calon mahasiswa baru. Pada Kemampuan, CS menguasai product knowledge, sehingga calon mahasiswa baru puas akan jawaban dari pertanyaan yang diajukan. Pada Sikap, CS UNIS menunjukkan sikap sopan santun, ramah serta selalu tersenyum dalam melayani calon mahasiswa baru. Pada Penampilan, CS selalu berdandan

dengan rapi sesuai dengan standar pelayanan. Pada Perhatian, CS selalu menanyakan kebutuhan apa yang diinginkan oleh calon mahasiswa baru. Sementara Pada Tindakan, CS UNIS mencatat apa saja pesanan dari calon mahasiswa baru dan menegaskan kembali segala kebutuhannya. Pada Tanggung Jawab, CS melaporkan dan menunjukkan kegiatan harian kepada pimpinan, seperti penanganan keluhan, permintaan pelanggan serta laporan pendaftaran bagi calon mahasiswa baru yang sudah menjatuhkan pilihannya ke UNIS.

REFERENSI

- Anthoni, L., Rahman, F., & Rezi, EP. (2021). Perspektif dan Implementasi Service Excellence pada Kopi Chuseyo Cabang Pamulang. *Implementasi : Jurnal Pengabdian Masyarakat: Universitas Pamulang, Indonesia*. Vol 2 (1), 22-32.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/IMPS?index>
- Bambang, Riyanto. 2012. *Dasar-dasar Pembelanjaan*, Edisi 4, Yogyakarta: BPFE
- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar- Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Bungin, Burhan (2001) *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta:Gajah Mada Press
- Fatmasari (2008). Analisis Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada PT. XYZ Cabang Makasar Dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan. *AkMen Jurnal Ilmiah*. Vol 5 (4), hal. 265-272.
- Freddy Rangkuti, 2016, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, Edisi Duapuluh Dua, Cetakan Keduapuluh Dua, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Frimayasa, A. (2017). Konsep Dasar dan Strategi Pelayanan Prima (Service Excellence) Pada Perusahaan Telekomunikasi Indosat Ooredoo. *Manajemen Administrasi Akademi Manajemen dan Sekertari BSI Jakarta*. Cakrawala, Vol. XVII, No. 1.
<https://doi.org/10.31294/jc.v17i1.1882>
- Ghina, A., Budi, S. (2022). Dampak Service Excellent Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Strawberry. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora: Program Studi Ekonomi, Universitas Muhammadiyah, Jember, Indonesia*. Vol 6 (3), 397-403.
<https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i3.55025>
<https://doi.org/10.35905/balanca.v2i1.1344>
- Jomeiria, L., Djoko, D. (2019). Pengaruh Service Excellent Terhadap Kepatuhan Formal Wajib Pajak Badan Pada KPP Pratama Gresik. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga: Sekolah Pascasarjana Universitas Airlangga, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga*. Volume 29, No.1, hal 15-24. doi: 10.20473/jeba.V29I12019.6012, <https://e-journal.unair.ac.id/JEBA>.
- Kasmir. 2007. *Etika customer service*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kurniadhya, DI., Slamet, B., Istiatin. (2018). Excellent Service Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Filateli. *Indonesian Economics Business and Management Research: Program Pasca Sarjana, Universitas Islam Batik Surakarta, Indonesia*. Vol. 1 (1), hal. 17-22. <http://www.journal.uniba.ac.id/index.php/jmbi>.
- Kurniawan, D. (2020). Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam di Bank Syariah. *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law: Institut Agama Islam Negeri Kudus*. Vol 3 (1), <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/tawazun> DOI :

10.21043/tawazun.v3i1.7835

Moleong, Lexy J. (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset,

Bandung

Nurlia. (2018). *Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellence*. *Meraja Journal: STIA Al Gazali*

Barru. Vol. 1, No. 2. DOI: 10.33080/mrj.v1i2.9

Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta,

2001, Hal 245

Schiffman & Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Suparman, HL., Islami, V., & Nelfianti F. (2019). *Service Excellence*. Yogyakarta. Graha Ilmu.

Syah, AA., (2020). *Implementasi Service Excellence Oleh Customer Service Pada BMT Bismillah*

Sukorejo. *Balanca : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Volu 2 (1), 15 - 23.

Tsamara, AN., Jaka, N. (2021). *Penerapan Service Excellence Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas*

Layanan Humas Pemerintah Kota Surabaya (Studi Pada Koridor Co-Working Space).

Jurnal

Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP): Program Studi Pendidikan Administrasi

Perkantoran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya. Vol 9 (1).

Ulfatin, N. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Malang: Banyumedia

Publishing

Yusuf, K., Lina, A. (2022). *Pelayanan Prima Pada Penerimaan Mahasiswa Baru Di Universitas Paramadina*. *Jurnal Konvergensi : Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Falsafah dan Peradaban, Universitas Paramadina*. Vol 3 (2), Hal 348-364.