

STRATEGI PELAYANAN DENGAN KONSEP SERVICE EXCELLENT

Nurlia

Stia Al Gazali Barru

ABSTRAK

Pelayanan prima adalah suatu pola layanan terbaik dalam manajemen modern yang mengutamakan kepedulian terhadap pelanggan. Layanan prima di dalam dunia bisnis disebut juga sebagai excellent service. Excellent service, customer service, dan customer care pada dasarnya adalah sama, hanya berbeda pada konsep pendekatannya saja. Namun yang paling penting dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, minimal harus ada tiga hal pokok, yakni: peduli pada pelanggan, melayani dengan tindakan terbaik, dan memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu. Jadi, keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyelarasan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab dalam pelaksanaannya.

Pelayanan prima diharapkan dapat memotivasi pemberi layanan lain melakukan tugasnya dengan kompeten dan rajin. "Excellent Service in the Civil Service refers to service discharged by a civil servant that exceeds the requirements of normal responsibilities for the post in terms of quality or output. The service is exemplary and motivates other civil servants to discharge their duties diligently and competently." Pelayanan umum dapat diartikan memproses pelayanan kepada masyarakat / customer, baik berupa barang atau jasa melalui tahapan, prosedur, persyaratan-persyaratan, waktu dan pembiayaan yang dilakukan secara transparan untuk mencapai kepuasan sebagaimana visi yang telah ditetapkan dalam organisasi.

Pelayanan Prima sebagaimana tuntutan pelayanan yang memuaskan pelanggan/ masyarakat memerlukan persyaratan bahwa setiap pemberi layanan yang memiliki kualitas kompetensi yang profesional, dengan demikian kualitas kompetensi profesionalisme menjadi sesuatu aspek penting dan wajar dalam setiap transaksi

Kata Kunci : *Pelayanan Prima, environmental service, development service, dan protective service dan Pelayanan oleh pemerintah*

PENDAHULUAN

Secara bahasa Service Excellence terdiri dari dua kata, yakni Service dan Excellence. Service adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan dan ditujukan untuk memberi kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan. Sedangkan menurut Kertajaya, Service adalah sebuah paradigma dari orang-orang yang dalam sebuah perusahaan, tidak peduli apakah perusahaan yang menghasilkan produk atau Service untuk selalu memberikan best value kepada pelanggannya. Sedangkan Excellence adalah sesuatu yang diberikan mempunyai kualitas tinggi dan melebihi apa yang diharapkan customer. Upaya memperoleh informasi dan pengetahuan tentang permintaan dan persyaratan-persyaratan pelayanan diperlukan oleh customer merupakan suatu upaya untuk mewujudkan Service Excellence. Adanya gap antara pelayanan dengan keinginan customer akan menyebabkan ketidakpuasan. Sehingga kita perlu mencari informasi dan pengetahuan tentang permintaan dan persyaratan-persyaratan pelayanan. Jadi Pengertian Prima (Excellent), kata lain sangat baik, terpadu, mengesankan. Jadi yang dimaksud dengan pelayanan Prima (Excellent) adalah kegiatan merencanakan, mengorganisasi,

menggerakkan serta mengendalikan proses pelayanan dengan standar yang sangat baik untuk memuaskan pelanggan.

Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah "*excellent service*" yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan. Hakekat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat. Agenda perilaku pelayanan sektor publik (SESPANAS LAN dalam Nurhasyim, 2004:16) menyatakan bahwa pelayanan prima adalah:

- a. Pelayanan yang terbaik dari pemerintah kepada pelanggan atau pengguna jasa.
- b. Pelayanan prima ada bila ada standar pelayanan.
- c. Pelayanan prima bila melebihi standar atau sama dengan standar. Sedangkan yang belum ada standar pelayanan yang terbaik dapat diberikan pelayanan yang mendekati apa yang dianggap pelayanan standar dan pelayanan yang dilakukan secara maksimal.

d. Pelanggan adalah masyarakat dalam arti luas; masyarakat eksternal dan internal.

Sederhananya, pelayanan prima (*excellent service*) adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan. Sehingga dalam pelayanan prima terdapat dua elemen penting yang saling berkaitan yaitu *pelayanan* dan *kualitas*. Kualitas pelayanan sendiri memiliki beberapa definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli. Namun dari beberapa definisi yang dikemukakan, terdapat beberapa kesamaan, yakni;

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

Menurut Vincent Gaspersz, profesor bidang teknik sistem dan manajemen industri, kualitas pelayanan memiliki

dimensi-dimensi seperti:

- Kecepatan waktu pelayanan
- Akurasi / ketepatan pelayanan
- Kesopanan dan keramahan pelaku usaha
- Tanggung jawab dalam menangani komplain pelanggan
- Jumlah petugas yang melayani dan fasilitas pendukung lainnya
- Kualitas pelayanan yang berkaitan dengan lokasi pelayanan, ketersediaan informasi, dan, petunjuk / panduan lainnya
- Kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kenyamanan, fasilitas, dan teknologi, dan lain-, , lain

Sebagai perbandingan, berikut adalah definisi layanan prima (*excellent service*) yang diungkapkan oleh para pelaku usaha:

- Membuat pelanggan merasa penting
- Melayani dengan ramah, tepat, dan cepat
- Pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan
- Menempatkan pelanggan sebagai mitra
- Pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan

Untuk lebih jelasnya, berikut contoh definisi layanan prima (*excellent service*) pada beberapa bidang usaha:

1. Pada bidang usaha jasa transportasi angkutan penumpang, mungkin pengusahanya mendefinisikan layanan prima sebagai pemberian kepuasan optimal pada penumpang, dengan memberikan fasilitas yang aman, nyaman, cepat, dan murah.
2. Di bidang manufaktur mungkin pengusahanya mendefinisikan layanan prima sebagai program layanan yang menjamin kualitas produk yang ditawarkan sehingga, pelanggannya merasa puas.
3. Di bidang *delivery* mungkin pengusahanya berusaha untuk memberikan pelayanan, pengiriman yang cepat dan tepat waktu serta jaminan keamanan kiriman sampai ke, tempat yang dituju sebagai layanan primanya.
4. Di bidang kuliner mungkin pengusahanya mendefinisikan layanan prima dengan menjagamu dan kesegaran dari bahan makanan yang digunakan, penyajian tepat

waktu, dengan, kualitas rasa yang memuaskan pelanggannya.

PEMBAHASAN

Konsep Dasar Pelayanan Prima (*Excellent Service*)

1. Kemampuan (*Ability*)

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

2. Sikap (*Attitude*)

Perilaku tertentu yang harus ditonjolkan ketika berhadapan dengan pelanggan. Keberhasilan bisnis industri jasa pelayanan akan sangat tergantung pada orang-orang yang terlibat di dalamnya. Sikap pelayanan yang diharapkan tertanam pada diri para karyawan adalah sikap yang baik, ramah, penuh simpatik, dan mempunyai rasa memiliki yang tinggi terhadap perusahaan. Jika kalian menjadi karyawan suatu perusahaan,

sikap kalian akan menggambarkan perusahaan kalian. Kalian akan mewakili citra perusahaan baik secara langsung atau tidak langsung. Pelanggan akan menilai perusahaan dari kesan pertama dalam berhubungan dengan orang-orang yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Sikap yang diharapkan berdasarkan konsep pelayanan prima adalah:

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

3. Penampilan (*Appearance*)

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

4. Perhatian (*Attention*)

Kepedulian penuh terhadap pelanggan, yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, maupun memahami saran dan kritiknya. Dalam melakukan kegiatan layanan, seorang petugas pada

perusahaan industri jasa pelayanan harus senantiasa memperhatikan dan mencermati keinginan pelanggan. Apabila pelanggan sudah menunjukkan minat untuk membeli suatu barang/ jasa yang kita tawarkan segera saja layani pelanggan tersebut dan tawarkan bantuan, sehingga pelanggan merasa puas dan terpenuhi keinginannya. Hal-hal lain yang perlu diperhatikan menyangkut bentuk-bentuk pelayanan berdasarkan konsep perhatian adalah sebagai berikut:

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

Kegiatan nyata yang dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Pada konsep perhatian, pelanggan "menunjukkan minat" untuk membeli produk yang kita tawarkan. Pada konsep tindakan pelanggan sudah "menjatuhkan pilihan" untuk membeli produk yang diinginkannya. Terciptanya proses komunikasi pada konsep tindakan ini merupakan

tanggapan terhadap pelanggan yang telah menjerumuskan pilihannya, sehingga terjadilah transaksi jual-beli. Bentuk-bentuk pelayanan berdasarkan konsep tindakan adalah sebagai berikut:

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

6. Tanggung jawab (*Accountability*)

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

Saat ini telah cukup banyak ahli manajemen yang mengkaji pentingnya pelayanan prima terhadap pelanggan, seperti Deming, Stephen Usela, Collier, Vincent Gaspersz, Fandy Tjiptono, dan lain-lain. Mereka telah mengembangkan berbagai konsep tentang pelayanan prima, seperti konsep VINCENT, Siklus Deming, TQS (Total Quality Service), TQM (Total Quality Management), dan lain-lain. Vincent Gasperasz mengembangkan suatu konsep manajemen perbaikan mutu yang disebut VINCENT. Konsep

ini terdiri tujuh strategi perbaikan kualitas pelayanan. Ketujuh konsep tersebut, yaitu:

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

Standar Pelayanan

Standar pelayanan merupakan ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Standar pelayanan mengandung baku mutu pelayanan. Pengertian mutu menurut Goetsch dan Davis (Sutopo dan Suryanto, 2003:10) merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya.

Dalam teori pelayanan publik, pelayanan prima dapat diwujudkan

jika ada standar pelayanan minimal (SPM). SPM adalah tolok ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai komitmen atau janji dari penyelenggara negara kepada masyarakat untuk memberikan pelayanan yang berkualitas.

Dalam Rancangan Undang-Undang Pelayanan Publik (Republik Indonesia, 2007:7) standar pelayanan ini setidaknya-tidaknya berisi tentang: dasar hukum, persyaratan, prosedur pelayanan, waktu penyelesaian, biaya pelayanan, produk pelayanan, sarana dan prasarana, kompetensi petugas pemberi pelayanan, pengawasan intern, penanganan pengaduan, saran dan masukan dan jaminan pelayanan.

Jika suatu instansi belum memiliki standar pelayanan, maka pelayanan disebut prima jika mampu memuaskan pelanggan atau sesuai harapan pelanggan. Instansi yang belum memiliki standar pelayanan perlu menyusun standar pelayanan sesuai tugas dan fungsinya agar tingkat keprimaan pelayanan dapat diukur. Kepuasan masyarakat ini merupakan salah satu ukuran berkualitas atau tidaknya pelayanan publik yang diberikan oleh aparat birokrasi pemerintah. Bersandarkan pada SPM ini, seharusnya pelayanan publik

yang diberikan (pelayanan prima) oleh birokrasi pemerintah memiliki ciri sebagaimana dirumuskan dalam kebijakan strategis melalui Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (PAN) Nomor 63/Kep/M. PAN/7/2003 (Menpan, 2003:2) tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik yang meliputi Kesederhanaan, Kejelasan, Kepastian Waktu, Akurasi, Keamanan, Tanggung Jawab, Kelengkapan Sarana dan Prasarana, Kemudahan Akses, Kedisiplinan, Kesopanan dan Keramahan serta Kenyamanan. Inilah potret pelayanan publik dambaan setiap warga masyarakat Indonesia setelah munculnya gerakan reformasi 1998.

Jenis-jenis Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu proses yang menghasilkan produk berupa pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, yang dibedakan menjadi tiga macam:

Core Service

Pelayanan merupakan produk utama dari sebuah organisasi / perusahaan. Misalnya hotel atau perusahaan penerbangan yang menawarkan jasa sebagai produk usahanya.

Facilitating Service

Fasilitas layanan tambahan kepada pelanggan. Misalnya fasilitas 'check-in' dalam penerbangan.

Supporting Service

Pelayanan yang dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan atau untuk membedakannya dari pesaing. Misalnya restoran bergengsi yang bertempat di su

Gaspersz, Fandy Tjiptono, dan lain-lain, telah mengembangkan berbagai konsep tentang pelayanan prima, seperti konsep VINCENT, Siklus Deming, TQS (Total Quality Service), TQM (Total Quality Management), dan lain-lain. Vincent Gasperasz mengembangkan suatu konsep manajemen perbaikan mutu yang disebut VINCENT. Konsep ini terdiri tujuh strategi perbaikan kualitas pelayanan. Ketujuh konsep tersebut, yaitu:

- a) Visionary transformation (transformasi visi)
- b) Infrastructure (kebutuhan akan sarana prasarana)
- c) Need for improvement (kebutuhan untuk perbaikan)
- d) Costumer focus (focus pada pelanggan)
- e) Empowerment (pemberdayaan potensi)
- f) New views of quality (pandangan baru tentang mutu)

- g) Top management (omitmen manajemen puncak)

Pentingnya Pelayanan Prima

Pelayanan prima mempunyai peranan penting dalam bisnis baik dari sisi pelanggan internal maupun pelanggan eksternal, karena sangat berpengaruh pada loyalitas pelanggan kepada organisasi / perusahaan. Demikian juga jika pelayanan prima ini dilakukan oleh pihak non-komersil atau pemerintah.

1. Pelayanan Prima Bagi Pelanggan Internal

Pelanggan internal adalah orang-orang yang terlibat dalam proses produksi barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Seperti semboyan para pelaku bisnis yang menyatakan: "Bila pegawai tidak terpuaskan, Anda tidak akan mempunyai pelanggan yang terpuaskan." Maka dengan melaksanakan pelayanan prima di lingkungan internal, akan menunjang kelancaran proses produksi barang atau pembentukan jasa. Keberhasilan pembudayaan pelayanan prima di lingkungan internal, akan menjadi tonggak dasar dalam mewujudkan pelayanan prima di lingkungan eksternal.

2. Pelayanan Prima Bagi Pelanggan

Eksternal

Kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan peluang besar bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan melalui penjualan barang / jasa yang ditawarkan. Memberikan pelayanan prima kepada pelanggan eksternal diharapkan dapat meningkatkan loyalitas kepada perusahaan.

Begitu juga dengan pelayanan prima di organisasi non-komersil dan instansi pemerintahan, bagaimana mereka mengimplementasikan pola manajemen untuk memfasilitasi kebersamaan, kerjasama, dan upaya-upaya lain yang bisa diwujudkan agar pengurus dan pegawai dapat bekerja sesuaidengantujuanorganisasitersebut. Pelayanan prima yang diberikan kepada masyarakat diharapkan akan menimbulkan loyalitas dan kepatuhan dari masyarakat sehingga instansi yang bersangkutan dapat menarik manfaat untuk menyelesaikan misinya.

Tujuan dan Manfaat Pelayanan Prima

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan prima dalam sektor publik

didasarkan pada aksioma bahwa “pelayanan adalah pemberdayaan”. Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi profit, sedangkan pelayanan prima pada sektor publik bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat secara sangat baik atau terbaik.

Perbaikan pelayanan sektor publik merupakan kebutuhan yang mendesak sebagai kunci keberhasilan reformasi administrasi negara. Pelayanan prima bertujuan memberdayakan masyarakat, bukan memperdayakan atau membebani, sehingga akan meningkatkan kepercayaan (*trust*) terhadap pemerintah. Kepercayaan adalah modal bagi kerjasama dan partisipasi masyarakat dalam program pembangunan.

Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Penyedia layanan, pelanggan atau *stakeholder* dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu, tempat dan proses pelayanan yang seharusnya. Secara lebih luas, keberhasilan pelayanan prima diharapkan berujung pada hasil berikut:

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

Strategi Pelayanan Prima

a. Problematika Dan Strategi Layanan

1. Mengidentifikasi 4 (empat) karakteristik yang membedakannya dari barang dan perlu beberapa strategy dalam menghadapinya 4 karakteristik tersebut yaitu :
 - Intangibility (Tidak berwujud)
 - Heterogeneity (Heterogenitas)
 - Inseparability (Keterkaitan)
 - Perish ability (Tidak tahan lama)
2. Intensitas Persaingan berskala global menuntut pergeseran dasar dalam dunia bisnis. Misi dasar suatu bisnis tidak lagi berupa laba, melainkan penciptaan dan penambahan nilai bagi pelanggan. Upaya menghasilkan laba melalui

penciptaan nilai bisa dilakukan dengan cara:

- Meningkatkan perolehan pelanggan
- Mempekerjakan karyawan dengan lebih baik
- Memberikan kompensasi yang lebih efektif
- Meningkatkan produktifitas karyawan
- Memotivasi karyawan untuk menawarkan nilai kepada para pelanggan
- Membangun investasi dan struktur kepemilikan yang lebih baik

Penambahan nilai bisa dilaksanakan dalam berbagai bentuk cara yaitu

- Mengkonsep ulang dan memfokuskan kembali strategi perusahaan
- Mencari cara yang lebih efektif untuk memasarkan produk
- Merancang ulang proses proses bisnis
- Melaksanakan pendekatan yang lebih efektif terhadap layanan pelanggan
- Menjamin bahwa setiap orang memahami cara struktur baru menjalankan bisnis dan hal hal yang harus dilakuKan untuk melaksanakan struktur baru

- Memilih dan mengembangkan sumber daya terbaik untuk proyek baru
3. Prinsip pelayanan unggul pelanggan dan kepuasan pelanggan ada 3 kunci pelayanan pelanggan yang unggul
- Kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan
 - Pengembangan database yang lebih akurat daripada pesaing mencakup kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan dan perubahan kondisi persaingan
 - Pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategik . Kerangka ini diwujudkan dalam pengembangan relationship marketing
4. Komunikasi verbal dengan pelanggan
- Prinsip mendengarkan pelanggan
 - Prinsip mengatakan apa yang diinginkan dikatakan
 - Prinsip menggunakan tata bahasa yang tepat
 - Prinsip bertanya benar dan menjawab dengan benar

b. Perilaku Yang Mencerminkan Pelayanan Prima

1. Mengetahui visi

Dalam menetapkan visi harus melakukan hal sebagai berikut :

Gambaran masa depan yang akan dicapai oleh organisasi

Karakteristik organisasi

- 1). Bagaimana mencapai keberhasilan
- 2). Bagaimana mengemukakan keutamaan visi yg akandicapai
- 3). Bagaimana mencapai masa depan
- 4). Bagaimana membentuk interest bersama dlm masyarakat
- 5). SDM yang unggul dan bermental diberi makna kebanggaan setiap melaksanakan tugas, dengan hasil yang baik
- 6). Secara bersama menumbuhkan kembangkan keunggulan kompetitif

2. Misi

Dalam menjabarkan visi harus menyusun/menetapkan misi suatu organisasi yaitu tentang pokok-pokok kegiatan mengoperasionalkan fungsi arah yang terukur.

3. Mencapai sasaran

Untuk mencapai sasaran hal-hal

yang perlu diperhatikan adalah :

- * Sasaran Jelas & Pasti* Tertulis
- * Efisien
- * Harus Jelas & mudahdipahami
- * Ekonomis
- * Kualitas Merata
- * Adil
- * Biaya Minimum
- * Tepat Waktu
- * Seimbang

KESIMPULAN

1. Menurut survei yang dilakukan, orang-orang menyatakan bahwa memperoleh kepuasan dan pengorbanan yang sebanding merupakan hal yang diharapkan dari para pelanggan. Perusahaan / organisasi memberikan layanan kepada pelanggan internal yaitu para pegawainya. Kemudian para pelanggan internal memberikan pelayanan kepada pelanggan eksternal melalui barang atau jasa yang diproduksinya. Untuk itu perusahaan / organisasi perlu memenuhi dulu harapan para pelanggan internalnya baru kemudian mendapatkan tunjangan untuk memenuhi harapan para pelanggan eksternal.
2. Bagi pelanggan internal, jasa berupa tenaga dan keterampilan merupakan pengorbanan yang dilakukannya secara langsung maupun tidak langsung untuk perusahaan/organisasi tempatnya bekerja. Sedangkan kepuasan bagi pelanggan internal bisa berupa imbalan yang diterima atas pengorbanan yang dilakukannya itu, ataubisajugaberupakesenangan dan kenyamanan dalam suasana berkerja yang didapat di tempat atau lingkungan tempat kerjanya.
3. Bagi pelanggan eksternal, harga / biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa merupakan pengorbanan yang dilakukannya untuk sebuah perusahaan / organisasi yang memproduksi barang atau jasa tersebut. Sedangkan kepuasan akan diperoleh bila adanya kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diperoleh, yang dicerminkan dari mutu kualitas barang atau jasa yang diterimanya dari pihak yang memproduksi barang atau jasa tersebut.
4. Pelanggan mengharapkan beberapa hal berikut setelah diterapkannya pelayanan prima:
 - Meningkatnya kualitas barang / jasa (*better*)

- Semakin cepat pelayanan yang diterima (*faster*)
- Adanya pembaruan dari produk / jasa yang ditawarkan (*newer*)
- Harga yang semakin murah (*cheaper*)
- Fasilitas yang semakin mudah / sederhana (*more simple*)

Demikian tentang PELAYANAN PRIMA sebagai syarat mewujudkan kepuasan pelanggan dan sebagai kunci keberhasilan dalam pelayanan prima adalah terletak pada sikap mental SDM dan tingkat profesionalisme SDM yang

tentunya didukung oleh tingkat upah / gaji (kesejahteraan) yang memadai.

DAFTAR PUSTAKA

Arista Atmajati, 2012, Layanan prima dalam praktik saat ini, deepublish, Yogyakarta

Adi Suyanto, 2006, Pelayanan prima, LAN-RI, LAN-RI, Jakarta.

De Vyre, C. (1994), Good Service, Good Business, Practice Hall, Sydney.

Foster, Timothy R. V. (1999), "Customers Care", Kogan Page, New York.

Gaspersz, Vincent (1997), Edisi Bahasa Indonesia, Manajemen Kualitas dalam Industri

Jasa, PT Gramedia Indonesia, Jakarta.

Hardjosoekarto, S. (1994), "Beberapa Perspektif Pelayanan Prima", Bisnis & Birokrasi, No. 3, Vol., IV, 1994. Jakarta

Hopson, Barrie & Scally Mike (1991) "12 Steps to Success Through Service", Lifeskills Inc. Ltd., New York.

Moenir HAS, 2006, Manajemen Pelayanan Umum, Bumi Aksara, Jakarta

<https://www.id.wikipedia.org>, diakses pada tanggal 07 Februari 2018

<https://banyak-infoku.blogspot.com/konsep-dasar-manajemen-pelayanan-prima.html>, diakses pada tanggal 10 Mei 2018