

**PELATIHAN PELAYANAN PRIMA UNTUK MENINGKATKAN
KERAMAHAN PELAYANAN PADA KARYAWAN**

Disusun dan Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Magister Psikologi

Naskah Publikasi



Disusun oleh :

Novita Indria Megawati
T 100 090 098

**PROGRAM MAGISTER PROFESI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2013**

LEMBAR PENGESAHAN

Naskah Publikasi

**PELATIHAN PELAYANAN PRIMA UNTUK MENINGKATKAN
KERAMAHAN PELAYANAN PADA KARYAWAN**

Diajukan oleh

Novita Indria Megawati
T 100 090 098

Disahkan dan disetujui oleh :

Pembimbing



(Susatyo Yuwono, M.Si)

Tgl..... 26 Juli 2013

PELATIHAN PELAYANAN PRIMA UNTUK MENINGKATKAN KERAMAHAN PELAYANAN PADA KARYAWAN

Abstrak

Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap peningkatan keramahan pelayanan karyawan. Hipotesis yang diajukan Pelatihan pelayanan prima dapat meningkatkan keramahan pelayanan pada karyawan. Subjek pelatihan adalah karyawan administrasi dan staf tata usaha FKIP UMS sebanyak 13 orang. Model penelitian eksperimental. Teknik pengambilan sampel menggunakan *quota sampling*. Pengumpulan data menggunakan skala keramahan pelayanan sedangkan modul pelatihan yang digunakan yaitu pelatihan pelayanan prima dengan aspek membangun citra positif, mengenal karakter pelanggan, dan mempertahankan citra positif secara konsisten. Metode analisis data menggunakan teknik *paired sample t-test* dan *wilcoxon test*.

Kesimpulan penelitian sebagai berikut (1) Nilai uji $t = -11.597$; $p = 0,000$ ($p < 0,01$) menunjukkan ada perbedaan yang sangat signifikan keramahan pelayanan antara *pretest* dengan *posttest*. Adapun analisis non parametrik *wilcoxon* diperoleh nilai $Z = -8.069$; $\text{Sig} (p) = 0,000$ ($p < 0,01$), dengan nilai negatif ranks = 15 dan mean rank = 18,67, nilai positif ranks 91 dan mean rank = 59,24. (2) Nilai uji $t = -10.488$; $p = 0,000$ ($p < 0,01$) menunjukkan ada perbedaan yang sangat signifikan keramahan pelayanan antara *pretest* dengan *Follow up*. Analisis *wilcoxon* diperoleh nilai $Z = -7.663$; $\text{Sig} (p) = 0,000$ ($p < 0,01$), nilai negatif ranks = 16 dan mean rank = 37,09, nilai positif ranks 99 dan mean rank = 61,38. (3) Nilai uji $t = -0.609$; $p = 0,544$ ($p > 0,05$), menunjukkan tidak ada perbedaan keramahan pelayanan *posttest* dengan *Follow up*. Analisis *wilcoxon* diperoleh nilai $Z = -1.591$; $\text{Sig} (p) = 0,112$ ($p > 0,05$), nilai negatif ranks = 41 dan mean rank = 51,66, nilai positif ranks 60 dan mean rank = 50,55.

Kata kunci: keramahan pelayanan, pelatihan pelayanan prima

PENDAHULUAN

Keberhasilan fakultas sebagai unit kerja dalam perguruan tinggi sangat ditentukan oleh mutu pelayanan yang diberikan, dimana pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan pelanggan, dalam hal ini adalah mahasiswa. Tenaga administrasi dikenal dengan sebutan staf tata usaha (TU) sudah seharusnya menerapkan konsep mengutamakan kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik, namun hal tersebut bukan hal yang terlalu mudah dilakukan.

Menurut Sugiarto (1999), sumber-sumber keluhan pelanggan antara lain adalah: pelanggan internal dan pelanggan eksternal. Pelanggan internal adalah pegawai instansi/organisasi yang bersangkutan dan para pemimpin instansi/organisasi yang bersangkutan. Seorang pegawai suatu instansi/organisasi yang tidak betah bekerja karena lingkungan kerja dan situasi pegawai yang ada di dalamnya. Suasana nyaman dan harmonis akan mempengaruhi kesiapannya dalam menghadapi pelanggan eksternal. Para pemimpin instansi/organisasi dapat menjadi sumber keluhan, karena pemimpin sering mendapat masukan dari para pelanggan eksternal tentang pelayanan di instansinya.

Berdasarkan hasil survey awal penilaian mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Surakarta terhadap kinerja penyampaian jasa administrasi kampus menunjukkan bahwa penyampaian jasa unit administrasi kampus belum sepenuhnya memenuhi harapan mahasiswa sebagai pengguna jasa, masih masih terdapat kesenjangan antara harapan terhadap kinerja pelayanan unit administrasi dengan tingkat pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh mahasiswa. Indikator yang memiliki kesenjangan terbesar antara harapan dan realisasi yang dirasakan oleh mahasiswa adalah: keramahan dalam pelayanan. Hal ini sesuai dengan *gap* atau kesenjangan skor antara harapan dengan realisasi, seperti pada tabel 1.

Tabel 1
Nilai realisasi dan harapan Mahasiswa terhadap
Indikator Kinerja Penyampaian Jasa Unit Administrasi Kampus

No.	Indikator kinerja penyampaian jasa	Harapan	Realisasi	Gap
1	Kerapihan	4.34	2.12	2.22
2	Keramahan	4.36	2.02	2.34*
3	Kemampuan	4.35	2.07	2.28
4	Penanganan	4.24	2.05	2.19
5	Kecepatan	4.29	2.09	2.2
6	Daya tangkap	4.31	2.13	2.18
7	Ketepatan waktu	4.34	2.11	2.23
8	Kejelasan informasi	4.3	2.08	2.22
9	Kemudahan prosedur	4.32	2.09	2.23
10	Kemudahan akses	4.28	2.1	2.18

Ramah adalah sikap santun terhadap orang lain sehingga merasakan kenyamanan dan perasaan senang. Bersikap ramah dan baik ternyata belum cukup bagi karyawan dalam menjalankan tugasnya, namun sikap dan perilaku dalam dunia bisnis juga menjadi salah satu faktor untuk mengembangkan dan memajukan usaha. Menurut Hansen (2003) keramahan adalah kesopanan, rasa hormat, timbang rasa dan keramahan personil yang berhubungan langsung dengan pelanggan. Karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan dalam menyapa semua pelanggan yang akan melakukan transaksi dengan senyum dan suara ramah. Karyawan dalam menghadapi seluruh pelanggan bertutur kata dan berperilaku sopan santun, dan pada saat mengakhiri layanan karyawan dinilai cukup hanya dengan senyum disertai ucapan salam dan terima kasih kepada pelanggan.

Menurut Rahmayanty (2010) ciri perilaku yang menunjukkan keramahan dalam pelayanan antara lain:

- a. Memberikan senyuman yang tulus dan ramah kepada pelanggan yang dapat diartikan bahwa karyawan siap melayani
- b. Melakukan kontak mata dengan pelanggan
- c. Mengerti dan mendengarkan keluhan pelanggan
- d. Tidak memotong pembicaraan pelanggan
- e. Menyebutkan nama pelanggan saat melakukan percakapan

- f. Membimbing pelanggan dalam mengisi formulir atau pengisian data lainnya.

Keramahan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Hansen (2003) keramahan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan prima yang diberikan karyawan. Bentuk pelayanan prima yang diberikan bermacam-macam, misalnya kepedulian karyawan kepada pelanggan, kesediaan karyawan mengambil resiko untuk pelanggan, kesediaan karyawan memberi solusi terhadap masalah-masalah pelanggan di masa depan.

Astuti (2009) pada penelitian memaparkan 3 (tiga) dimensi utama yang dibutuhkan oleh mahasiswa dalam ruang lingkungan pendidikan, yaitu (1) *respect for students* (respek/pelayanan terhadap mahasiswa), (2) *professor's knowledge* (pengetahuan dosen), yang merupakan gambaran segala hal yang berkaitan dengan pengetahuan yang dipahami oleh dosen yang akan disampaikan kepada mahasiswa, dan (3) *university physical environment* (lingkungan fisik universitas atau perguruan tinggi), yang mencerminkan fasilitas-fasilitas yang tersedia baik di dalam ruang kuliah maupun di lingkungan kampus.

Berdasarkan ulasan di atas keramahan merupakan bagian dari aspek pelayanan yang berperan penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Salah satu faktor dapat yang meningkatkan keterampilan pelayanan karyawan adalah pelatihan. Sesuai pendapat Noe (2003) karyawan lebih menyukai untuk belajar melalui pelatihan dimana dapat memberikan suatu kesempatan untuk melatih keterampilan. Salah satu bentuk pelatihan yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan pada petugas administrasi pada FKIP UMS adalah pelayanan prima. Menurut Sutopo dan Sanyoto (2006) pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah "*Excellent Service*" yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan. Apabila instansi pelayanan belum memiliki standar pelayanan, maka pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan). Jadi pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan.

Pada penelitian ini pelatihan pelayanan prima didefinisikan sebagai program pendidikan jangka pendek yang mempergunakan prosedur sistematis dan terorganisasi dengan tujuan menumbuhkan serta mengembangkan pengetahuan, sikap mental, dan keterampilan seseorang agar mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen sesuai standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan.

Sutopo dan Suryanto (2006) mengemukakan aspek pelayanan prima sebagai berikut:

a. **Membangun citra diri positif.** Cara-cara untuk membangun citra diri positif di mata pelanggan antara lain : memperhatikan pentingnya kesan awal; jangan membuat orang lain menunggu, sapaalah pelanggan dengan menyebut namanya; usahakan selalu bersikap ramah, sampaikan salam sesuai waktu, misalnya selamat pagi, ada yang bisa saya Bantu?; hindari beban pikiran yang menyebabkan perhatian pelanggan terpecah.

b. **Mengenal karakter pelanggan, terdiri dari beberapa indikator yaitu** Karyawan harus lebih spesifik memahami karakter kepribadian pelanggan secara umum, misalnya : pelanggan yang pendiam; pelanggan yang tidak sabar; pelanggan yang tidak banyak bicara; pelanggan yang senang mendebat/berdebat; pelanggan yang memiliki banyak permintaan

c. **Mempertahankan citra positif secara konsisten.** Untuk mempertahankan citra positif secara konsisten dimata pelanggan maka karyawan harus memiliki beberapa indikator antara lain: menguasai keterampilan dasar pelayanan; memberikan pelayanan yang efisien; meningkatkan perasaan harga diri pelanggan. membina hubungan baik dengan pelanggan; dapat menentukan apa keinginan pelanggan; mengalihkan pelayanan ke orang lain.

Pelatihan akan membentuk dasar serta menambah keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk memperbaiki prestasi dalam jabatan yang sekarang atau mengembangkan potensi individu untuk masa yang akan datang. Kebijakan dalam melakukan pelatihan harus mencerminkan tujuan sekunder yaitu menambah pengetahuan dan kecakapan individu sedangkan tujuan utamanya adalah efisiensi dan efektivitas dalam aspek pelatihan. Hal tersebut berarti kegiatan pelatihan

adalah merupakan salah satu segi untuk mengembangkan kecakapan seseorang atau karyawan. Seperti dikemukakan Anastasi dan Urbina (2003) tujuan utama pelatihan adalah penguasaan ketrampilan dan informasi tertentu, meningkatkan kinerja secara langsung, dan menambah, menumbuhkan serta mengembangkan, peri-akal, peri-rasa, an peri-laku (pengetahuan, sikap mental, dan ketrampilan perilaku).

Sesuai latar belakang dan landasan teoretis yang telah dipaparkan, maka hipotesis yang diajukan yaitu pelatihan pelayanan prima dapat meningkatkan keramahan pelayanan pada karyawan.

METODE

Subjek penelitian adalah karyawan staf administrasi dan tata usaha Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas (FKIP) Muhammadiyah Surakarta sebanyak 13 orang. Metode pengumpulan data menggunakan skala keramahan pelayanan berdasarkan ciri-ciri perilaku ramah yang dikemukakan Rahmayanty (2010) yaitu: menyapa, melakukan kontak mata, tersenyum, sopan, dan perhatian. Rancangan eksperimen yang digunakan adalah *pretest-posttest one group design* Untuk menguji hipotesis yang diajukan menggunakan analisis uji t melalui teknik *independent sample t-test* dan *Wilcoxon test*. Intervensi pada penelitian ini yaitu pelatihan pelayanan prima dengan modul pelatihan berdasarkan aspek-aspek membangun citra positif, mengenal karakter pelanggan, dan mempertahankan citra positif secara konsisten.

Adapun rancangan modul pelatihan yang akan digunakan dapat dilihat pada tabel 2

Tabel 2
Run Down Pelatihan

No (sessi)	Jam	Materi	Metode dan sub pokok bahasan	Tujuan	Indikator keberhasilan
1	08.15–09.00	Registrasi	A. Pembukaan B. <i>Training kit & inform consent</i>	-perkenalan -penjelasan garis besar pelatihan, tugas, materi	Peserta dapat memahami manfaat/tujuan pelatihan
2	09.00–09.10	Ice breaking	Game “test 3 menit”	-Mencairkan suasana, -menguji pemahaman terhadap komunikasi tertulis	Peserta memahami instruksi dalam game
3	09.10–10.30	Materi I Membangun Citra Positif	A. Presentasi B. <i>Role play</i> C. Video inspiratif D. Diskusi	- aplikasi sikap dan perilaku positif dalam pelayanan -memupuk kerjasama antar tim	Peserta mampu melakukan role play secara benar
4	10.30–11.30	Materi 2 Mengetahui karakter pelanggan	A. Presentasi B. <i>Role play</i> C. Video inspiratif D. Diskusi	-memahami sifat pelanggan -praktek langsung dalam pelayanan	Peserta mampu melayani pelanggan sesuai karakter
5	11.30–13.00	Ishoma	Istirahat-sholat-makan	Mengurangi kelelahan	Peserta lebih bersemangat
5	13.00–14.00	Materi 3 Mempertahankan citra positif	A. Presentasi B. Video inspiratif C. Diskusi	-komitmen diri berkesinambungan dalam pelayanan -mampu memberi pelayanan secara optimal	Peserta memberikan Pelayanan yang konsisten dan optimal
6	14.05	Penutupan	Peneliti menyimpulkan seluruh rangkaian pelatihan.	Menggarisbawahi hasil penelitian yang dicapai dan motivasi untuk aplikasi nyata dalam pekerjaan	Peserta memiliki pemahaman dan keterampilan baru mengenai teknik pelayanan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Perhitungan analisis data menggunakan teknik analisis uji t atau *independent sample t test* dan *wilcoxon*. Analisis tersebut bertujuan untuk mengetahui perbedaan keramahan pelayanan sebelum dan sesudah pelatihan pelayanan prima. Hasil dari analisis data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3
Hasil Analisis Uji-t Pretest dengan Posttest

Analisis	Mean		Interpretasi
	Pretest	Posttest	
uji t = -11.597 Sig (p) = 0,000 (p < 0,01)	6.89	11.31	Ada perbedaan sangat signifikan keramahan pelayanan sebelum dan sesudah pelatihan (<i>pretest</i> dengan <i>posttest</i>)
<i>Wilcoxon</i> Z = -8.069 Sig (p) = 0,000 (p < 0,01)			Skor rerata keramahan pelayanan <i>posttest</i> lebih tinggi dibandingkan <i>pretest</i>

Tabel 4
Wilcoxon Signed Ranks Test Pretest-Posttest

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
<i>Posttest</i> – <i>pretest</i>	Negative Ranks	15 ^a	18.67	280.00
	Positive Ranks	91 ^b	59.24	5391.00
	Ties	14 ^c		
	Total	120		

Berdasarkan tabel 3 dan 4 diketahui analisis uji t = -11.597; p = 0,000 (p < 0,01); Nilai rata-rata skor keramahan pelayanan *pretest* =6.89 dan *posttest* = 11.31. Dengan demikian skor keramahan pelayanan setelah pelatihan mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan sebelum pelatihan. Hasil ini menunjukkan ada perbedaan yang sangat signifikan keramahan pelayanan sebelum dan sesudah pelatihan (*pretest* dengan *posttest*).

Adapun analisis non parametrik *wilcoxon* diperoleh nilai Z= -8.069; Sig (p) = 0,000 (p < 0,01), dengan nilai negatif ranks = 15 dan mean rank = 18.67, nilai positif ranks 91 dan mean rank = 59,24. Hasil ini menunjukkan nilai positif ranking lebih tinggi dari nilai negatif ranking, menunjukkan pengaruh yang positif, sehingga skor keramahan pelayanan setelah pelatihan (*posttest*) mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan sebelum pelatihan (*pretest*).

Tabel 5
Hasil Analisis Uji-t Pretest dengan Follow up

Analisis	Mean		Interpretasi
	Pretest	Follow up	
t = -10.488 Sig (p) = 0,000 (p < 0,01)	6.89	11.44	Ada perbedaan sangat signifikan keramahan pelayanan sebelum dan sesudah pelatihan (<i>pretest</i> dengan <i>Follow up</i>)
Wilcoxon Z = -7.663 Sig (p) = 0,000 (p < 0,01)			Skor rerata keramahan pelayanan <i>Follow up</i> lebih tinggi dibandingkan <i>pretest</i>

Tabel 6
Wilcoxon Signed Ranks Test Pretest-Follow up

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
followup - pretest Negative Ranks	16 ^a	37.09	593.50
Positive Ranks	99 ^b	61.38	6076.50
Ties	5 ^c		
Total	120		

Berdasarkan tabel 5 dan 6 diketahui nilai $t = -10.488$; $p = 0,000$ ($p < 0,01$). Hasil ini menunjukkan ada perbedaan yang sangat signifikan keramahan pelayanan sebelum dan sesudah pelatihan (*pretest* dengan *Follow up*). Nilai rata-rata skor keramahan pelayanan *pretest* = 6.89 dan *Follow up* = 11.44. Dengan demikian Skor keramahan pelayanan setelah pelatihan (*Follow up*) mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan sebelum pelatihan.

Adapun analisis non parametrik *wilcoxon* diperoleh nilai $Z = -7.663$; Sig (p) = 0,000 ($p < 0,01$), nilai negatif ranks = 16 dan mean rank = 37.09, nilai positif ranks 99 dan mean rank = 61,38. Hasil ini menunjukkan nilai positif ranking lebih tinggi dari nilai negatif ranking, menunjukkan pengaruh yang positif, sehingga skor keramahan pelayanan setelah pelatihan (*Follow up*) mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan sebelum pelatihan (*pretest*).

Tabel 7
Hasil Analisis Uji-t *Posttest* dengan *Follow up*

Analisis	Mean		Interpretasi
	<i>Posttest</i>	<i>Follow up</i>	
$t = -0,609$ Sig (p) = 0,544 (p > 0,05) <i>Wilcoxon</i> $Z = -1,591$ Sig (p) = 0,112 (p > 0,05)	11.31	11.44	Tidak ada perbedaan keramahan pelayanan sesudah pelatihan (<i>Posttest</i> dengan <i>Follow up</i>)

Tabel 8
Wilcoxon Signed Ranks *Posttest* dengan *Follow up*

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
followup - posttest Negative Ranks	41 ^a	51.66	2118.00
Positive Ranks	60 ^b	50.55	3033.00
Ties	19 ^c		
Total	120		

Berdasarkan tabel 7 dan tabel 8 diketahui nilai $t = -0.609$; $p = 0,544$ ($p > 0,05$). Nilai rata-rata skor keramahan pelayanan posttest = 11.31 dan *Follow up* = 11.44. Hasil kedua analisis tersebut menunjukkan tidak ada perbedaan keramahan pelayanan sesudah pelatihan (*posttest* dengan *Follow up*). Hasil tersebut menunjukkan kualitas pelayanan khususnya dalam hal keramahan pada karyawan dan staff tata usaha di lingkungan FKIP UMS relatif tidak berubah meskipun sudah melewati jangka waktu yang cukup lama

Adapun analisis non parametrik wilcoxon diperoleh nilai $Z = -1.591$; Sig (p) = 0,112 ($p > 0,05$), nilai negatif ranks = 41 dan mean rank = 51.66, nilai positif ranks 60 dan mean rank = 50,55. Nilai mean negatif-positif yang hampir sama menunjukkan tidak ada pengaruh yang cukup signifikan skor setelah pelatihan dalam rentang waktu berbeda (*posttest* dengan *Follow up*). Artinya pelayanan keramahan pada karyawan dan staff tata usaha di lingkungan FKIP UMS relatif konsisten

Tabel 9
Frekuensi dan kategorisasi Keramahan Pelayanan

Kategori	Pretest	Posttest	Follow up
Tinggi	41 (34,2%)	95 (79,2%)	102 (85%)
Sedang	16 (13,3)	18 (15%)	14 (11,7%)
Rendah	63 (52,5%)	7 (5,8%)	4 (3,3%)
Mean	6,89	11,31	11,44

Tabel di 9 dapat diinterpretasi sebagai berikut:

1. Sebelum pelatihan (*pretest*), dari 120 sampel mahasiswa yang diteliti diketahui ada 63 subjek (52,5%) yang menyatakan keramahan pelayanan karyawan staf administrasi dan tata usaha FKIP masih rendah, kemudian 16 subjek (13,3%) menyatakan sedang, dan 41 subjek (34,2%) menyatakan tinggi.

2. Setelah pelatihan (*posttest*), dari 120 sampel mahasiswa yang diteliti diketahui ada 7 subjek (5,8%) yang menyatakan keramahan pelayanan karyawan staf administrasi dan tata usaha FKIP tergolong rendah, kemudian 18 subjek (15%) menyatakan sedang, dan 95 subjek (79,2%) menyatakan pelayanan keramahan tergolong tinggi.

3. Setelah pelatihan (*Follow up*), dari 120 sampel mahasiswa ada 4 subjek (3,3%) yang menyatakan keramahan pelayanan karyawan staf administrasi dan tata usaha FKIP tergolong rendah, kemudian 14 subjek (11,7%) menyatakan sedang, dan 102 subjek (85%) menyatakan pelayanan keramahan tergolong tinggi.

Pembahasan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa ada perbedaan yang sangat signifikan keramahan pelayanan sebelum dan setelah pelatihan pelayanan prima. Sebelum mendapatkan pelayanan prima kualitas pelayanan keramahan karyawan staf administrasi dinilai kurang baik oleh mahasiswa, artinya ada kesenjangan yang terjadi antara harapan mahasiswa dengan kenyataan yang diberikan oleh karyawan kondisi tersebut menunjukkan bahwa penyampaian jasa unit administrasi kampus belum sepenuhnya memenuhi harapan mahasiswa sebagai pengguna jasa, masih masih

terdapat kesenjangan antara harapan terhadap kinerja pelayanan unit administrasi dengan tingkat pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh mahasiswa. Setelah mendapatkan pelayanan prima kualitas pelayanan keramahan karyawan staf administrasi dinilai baik oleh mahasiswa, artinya tidak muncul kesenjangan besar antara harapan mahasiswa dengan kenyataan yang diberikan oleh karyawan. Dengan demikian penyampaian jasa unit administrasi kampus dapat memenuhi harapan mahasiswa sebagai pengguna jasa.

Adanya penilaian positif mahasiswa (pelanggan) terhadap kualitas pelayanan keramahan yang diberikan oleh staf tata usaha FKIP merupakan hasil atau *feedback* dari perubahan perilaku positif. Salah satu sumber perubahan positif tersebut yaitu keberhasilan subjek mengikuti pelatihan pelayanan prima dan mengimplementasikan materi-materi yang diperoleh selama pelatihan. Antara lain sebagai berikut:

1. Membangun citra positif, terdiri dari sesi :

a. Presentasi, penjelasan trainer dalam presentasi di sesi ini adalah mengenai cara-cara membangun citra positif, misalnya bagaimana membentuk kesan awal yang positif dengan menyapa pelanggan, memberi salam, menampilkan wajah berseri-seri dan sebagainya. Citra merupakan suatu tanggapan atau gambaran yang diperoleh oleh individu (konsumen) melalui iklan, media, promosi, pemasaran, dan sebagainya. Berpenampilan menarik adalah salah satu kunci sukses dalam bekerja, terutama pekerjaan yang berhubungan dengan orang lain. Orang lain akan merasa nyaman, betah, dan senang jika penampilan diri enak dipandang, penampilan secara keseluruhan (*total look*) menentukan menarik tidaknya seseorang. Atas dasar tersebut membangun citra positif menjadi salah satu materi yang penting diketahui dan dipahami seluruh karyawan yang bekerja pada jasa pelayanan, termasuk staf tata usaha, dosen.

b. Role play. Pada materi membangun citra positif juga diberikan *role play*. Teknik pelaksanaan *role play* tersebut yaitu peserta mencari pasangan temannya sendiri untuk bermain peran, seorang berperan sebagai petugas pelayanan dan seorang lagi berperan sebagai pelanggan (mahasiswa). Peserta mempraktekan bentuk pelayanan lebih aktif dalam melayani pelanggan dengan memperhatikan penampilan fisik dan verbal antara lain: penampilan fisik, rambut, wajah, tangan, kaki

penampilan berbusana, bagaimana mengucapkan salam, menyapa, menawarkan bantuan, menawarkan bantuan kembali, memuji dan mengucapkan terima kasih. Aplikasi *role play* dalam penelitian ini sesuai dengan pendapat Bandura (1996) yang mengatakan setelah memperhatikan model dan mempertahankan apa yang telah diobservasi, kemudian individu (peserta pelatihan) memproduksi perilaku tersebut. Proses mengubah representasi kognitif ke dalam tindakan yang tepat, harus bertanya pada diri sendiri beberapa pertanyaan mengenai perilaku yang akan ditiru, sehingga muncul pertanyaan, “Bagaimana saya dapat melakukan hal ini?” Setelah secara simbolis mengulang respons-respons yang relevan, individu mencoba perilaku baru tersebut. Selama melakukannya, individu biasanya mengevaluasi diri dengan pertanyaan, “Apa yang sedang saya lakukan?” Terakhir, mengevaluasi performa dengan bertanya, “Apakah saya melakukannya dengan benar?” Pertanyaan terakhir tidak selalu mudah dijawab, karena ada subjektivitas penilaian yang berbeda dari masing-masing individu. Sesuai pendapat tersebut maka dengan menggunakan *role play* peserta diharapkan dapat meningkatkan keramahan pelayanan. Sesuai pendapat Hansen (2003) keramahan adalah kesopanan, rasa hormat, timbang rasa dan keramahan personil yang berhubungan langsung dengan pelanggan. Karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan dalam menyapa pelanggan yang akan melakukan transaksi dengan senyum dan suara ramah. Karyawan dalam menghadapi seluruh pelanggan bertutur kata dan berperilaku sopan santun, dan pada saat mengakhiri layanan karyawan dinilai cukup hanya dengan senyum disertai ucapan salam dan terima kasih kepada pelanggan.

c. Video inspiratif. Video inspiratif merupakan salah satu materi yang diberikan dalam pelatihan. Video inspiratif pertama yang ditampilkan yaitu “pelayanan baik dan buruk”; berupa contoh bagaimana karyawan memperagakan pelayanan yang baik dan buruk dalam situasi kerja yang sesungguhnya. Video ini relevan untuk ditampilkan dalam sesi pelatihan karena adegan-adegan dalam video tersebut dapat menjadi sumber inspirasi para peserta untuk melakukan peniruan atau imitasi bagaimana bentuk pelayanan yang baik. Sesuai dengan pendapat Bandura (1996) bahwa tingkah laku manusia bukan semata-mata refleksi otomatis atas stimulus (*S – R Bond*), melainkan juga akibat reaksi yang timbul sebagai hasil interaksi antara

lingkungan dengan skema kognitif manusia itu sendiri. Prinsip dasar *social learning* menyatakan sebagian besar dari yang dipelajari manusia terjadi melalui peniruan (*imitation*), penyajian contoh perilaku (*modelling*). Seseorang belajar mengubah perilaku sendiri melalui menyaksikan cara orang/ sekelompok orang mereaksi /merespon sebuah stimulus tertentu.

Kaitannya dengan pelatihan ini adalah video inspiratif menjadi salah satu model bagi peserta pelatihan untuk memberikan pelayanan prima kepada konsumen. Bentuk pelayanan prima salah satunya yaitu keramahan dalam pelayanan. Sesuai pendapat Lovelock dan Wright (2005) indikator keramahan sebagai pribadi yang hangat, menyenangkan dan penuh perhatian. Ditambahkan oleh Sugiarto (2009) beberapa aspek perilaku dalam kualitas pelayanan jasa yang didalamnya ternyata banyak menitikberatkan pada keinginan aspek keramahan yaitu: a) memberi perhatian, dengan sapaan, senyuman, teguran; b) mendengarkan dengan seksama, sabar dan tidak menyela pembicaraan; c) mengerti kebutuhan, menanyakan dengan sopan, halus; d) membantu yang diperlukan, menanyakan kebutuhan yang diperlukan; e) melihat hasil, dapat memuaskan permintaan konsumen; f) empati (*empathy*), mengerti dan memahami emosi dan perasaan.

d. Diskusi. Diskusi pada materi pertama ini sebagai salah satu media peserta menanyakan beberapa hal yang berkaitan dengan materi membangun citra positif. Peneliti memasukan diskusi dalam salah satu sesi karena melalui diskusi peserta pelatihan dapat menambah pengetahuan dari berbagai pendapat sehingga dapat membuat kesimpulan atau menyusun berbagai alternatif pemecahan atas suatu masalah. Selain itu diskusi kelompok juga sebagai media tukar pikiran secara teratur untuk menghasilkan suatu pengertian yang lebih tepat dan luas.

2. Mengenal karakter pelanggan, terdiri dari sesi :

a. Presentasi, penjelasan trainer dalam presentasi di sesi ini adalah mengenai cara mengenal karakter pelanggan. Materi kemampuan mengenal karakter pelanggan harus dipahami oleh karyawan, karena setiap pelanggan memiliki karakter kepribadian yang berbeda-beda, sehingga pelayanan dapat berjalan lebih lancar dan memuaskan jika karyawan menghormati dan menghormati setiap pelanggan dengan keunikan atau ciri khas kepribadian masing-masing.

b. Role play. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya bahwa *role play* merupakan merupakan proses sosial dan kognitif yang menunjukkan adanya kemampuan untuk mengerti dan memahami perasaan, reaksi emosional, pikiran, perspektif, motif dan intensi orang lain. Hal ini berarti individu harus mampu melepaskan diri dari pandangan diri sendiri dan dapat memandang dunia luar dari perspektif orang lain. *Role play* materi ini dipraktikkan langsung oleh peserta secara bergantian dengan menghadapi karakter pelanggan yang pendiam, pelanggan yang tidak sabar, pelanggan yang tidak banyak bicara, pelanggan yang senang mendebat/berdebat, pelanggan yang memiliki banyak permintaan. Hasil *role play* peserta mendapatkan pengetahuan dan pengalaman baru yang berperan penting dalam memberikan pelayanan yang ramah dan memuaskan pada mahasiswa.

c. Video inspiratif. Video inspiratif kedua yang ditampilkan yaitu “standar dalam pelayanan“. Tidak berbeda jauh dengan video yang pertama, tayangan video ini memperagakan pelayanan yang harus dilakukan dalam situasi kerja. Sebagaimana video pertama video kedua relevan untuk ditampilkan karena adegan-adegan dalam video tersebut dapat menjadi sumber inspirasi para peserta untuk melakukan peniruan atau imitasi bagaimana bentuk pelayanan yang baik.

d. Diskusi. Diskusi pada materi ini trainer dan peserta mengevaluasi *role play* pada materi mengenal karakter pelanggan. Selama diskusi peserta mengemukakan pendapat dan pengalamannya dalam melayani mahasiswa. Secara umum peserta memiliki ketertarikan yang tinggi pada sesi ini karena peserta karakter para mahasiswa ternyata tidak jauh berbeda dengan cakupan materi yang telah dijelaskan yaitu pelanggan yang pendiam, pelanggan yang tidak sabar, pelanggan yang tidak banyak bicara, pelanggan yang senang mendebat/berdebat, pelanggan yang memiliki banyak permintaan. Salah satu peserta meminta trainer mengulang lagi indikator dari enam model karakter pelanggan dan bagaimana cara menghadapinya.

Kesimpulan hasil yang didapat dari materi “menenal karakter pelanggan” adalah kemampuan peserta mengenali lebih mendalam beberapa macam karakter pelanggan, mampu mengaplikasikan model dan bentuk pelayanan yang diberikan sesuai dengan karakteristik masing-masing pelanggan. Dalam diskusi para peserta

juga cukup aktif dalam memberikan pendapat dan gagasan berkaitan dengan permasalahan yang sering terjadi ketika melayani pelanggan.

3.Mempertahankan citra positif secara konsisten. Seperti halnya pada materi sebelumnya, materi ini mencakup

a. Presentasi, penjelasan trainer dalam presentasi di sesi ini adalah “mempertahankan citra positif secara konsisten” materi ini merupakan kelanjutan dari materi satu dan materi dua. Trainer menjelaskan secara singkat mengenai cara-cara mempertahankan citra positif secara konsisten dengan mengacu pada pendapat Sutopo dan Suryanto (2006) sebagai berikut: 1) Menguasai keterampilan dasar pelayanan. Ada keterampilan dasar yang dapat diterapkan dalam semua strategi pelayanan, yaitu: (a) Pusatkan perhatian pada pelanggan. Cara yang dapat ditempuh: Mendengarkan dengan penuh perhatian dan jangan sekali-kali memotong pembicaraan; (b) Perhatikan sikap tubuh anda, bertindak secara tenang dan rileks; (c) Menatap mata pelanggan anda pada saat berbicara dan tersenyum; (d) Perhatikan ekspresi wajah anda, dan selalu tampilkan senyum anda; (e) Menanggapi pembicaraan pelanggan apabila pelanggan mengharapkan tanggapan anda; (f) Perhatikan nada bicara anda, jangan terlalu rendah (kurang percaya diri) atau terlalu tinggi (kesal, marah dan emosi); (g) Menempatkan kepentingan pelanggan pada nomor satu dan orang lain, seperti rekan sekerja dan atasan pada prioritas berikutnya, apabila sedang melayani pelanggan. 2) Memberikan pelayanan yang efisien. Cara yang dapat dilakukan: (a) melayani pelanggan berikutnya segera setelah selesai dengan pelanggan pertama; (b) (c) pergunakan waktu seakurat mungkin; (d) berbicara seperlunya kepada pelanggan; (e) merencanakan apa yang selanjutnya akan dilakukan; (f) menindaklanjuti pelayanan sampai tuntas; (g)) menjawab pertanyaan pelanggan secara singkat, tepat, cepat dan tidak bertele-tele.

b. Video inspiratif. Video inspiratif ketiga yang ditampilkan yaitu “nilai sebuah senyuman“ Video ini mengingatkan kembali pada peserta pelatihan bahwa satu aspek yang sangat berperan penting dalam pelayanan dan yang menjadi salah satu indikator dalam kerahaman pelayanan yaitu; senyuman.

c. Diskusi. Diskusi pada materi terakhir ini mengevaluasi materi-materi yang telah dipaparkan sebelumnya. Inti diskusi dengan peserta adalah bahwa

mempertahankan citra positif secara konsisten adalah adanya pemahaman mengenai bentuk pelayanan secara optimal yang harus diberikan secara konsisten dan berkesinambungan. Artinya karyawan tetap menjunjung tinggi profesionalitas pelayanan sesuai standar operasional meskipun menghadapi berbagai karakter pelanggan yang berbeda-beda dengan tetap mengedepankan unsur-unsur kepribadian seperti penampilan, perilaku dan komunikasi yang prima, sopan hormat, senang memaafkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil analisis data penelitian menunjukkan ada perbedaan yang sangat signifikan keramahan pelayanan sebelum dan setelah pelatihan pelayanan prima. Sebelum mendapatkan pelayanan prima kualitas pelayanan keramahan karyawan dinilai rendah atau kurang memuaskan menurut mahasiswa, setelah mendapatkan pelayanan prima kualitas pelayanan keramahan karyawan dinilai tinggi atau sudah memuaskan bagi mahasiswa. Dengan demikian dapat disimpulkan pelatihan pelayanan prima dapat meningkatkan keramahan pelayanan pada karyawan.

Saran

Bagi Pimpinan FKIP UMS disarankan meningkatkan kualitas pelayanan seluruh staf, karyawan edukasi maupun non edukasi di lingkungan FKIP UMS dengan cara memberikan pelatihan pelayanan prima secara rutin. Melakukan evaluasi secara rutin terhadap kinerja dan kualitas pelayanan para karyawan sehingga dengan mengetahui apakah terdapat perbedaan atau gap kualitas jasa pendidikan yang diharapkan oleh mahasiswa dan yang selama ini dipersepsikan oleh mahasiswa atas kualitas jasa pendidikan yang diterima, akan dapat diketahui pula tindakan evaluasi sejauhmana target kinerja yang telah dicapai.

Peserta pelatihan khususnya maka karyawan di lingkungan FKIP UMS disarankan: Meningkatkan kualitas pelayanan kepada seluruh mahasiswa dengan sikap yang ramah, sopan, simpatik, tidak mudah emosi, ditunjang dengan penampilan yang rapih dan enak dipandang.. Meningkatkan kualitas profesionalitas bidang pelayanan akademik dengan memahami setiap tanggung jawab, tugas, dan SOP

secara maksimal, sehingga mampu memberi informasi secara detil dan cermat kepada semua mahasiswa tanpa membeda-bedakan satu dengan lainnya.

Bagi peneliti selanjutnya Disarankan dapat memperbaiki kelemahan dalam pelatihan ini, antara lain: Menyertakan kelompok kontrol sebagai pembandingan kelompok eksperimen sehingga akan lebih nampak bagaimana efektivitas pelatihan yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasi A. dan Urbina, S. 2003. *Tes Psikologi* (terjemahan: Robertus Hariono, S. Imam) Jakarta : PT Indeks Gramedia Grup. Hal. 41
- Astuti, T.D. (2009). Analisis Perbedaan Harapan Kualitas Jasa Pendidikan (Studi Empiris Pada Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Di Yogyakarta) *Fenomena, Maret 2009, hal. 01-12 volume 7, nomor 1 ISSN 16934296*. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Komunikasi Bisnis, Universitas Mercu Buana Yogyakarta
- Hansen, H. 2003, “Antecedents to Consumers Disclosing Intimacy with Service Employes”. *Journal of Service Marketing*. Vol 17 no. 6, pp.573-588.
- Noe, R. M. 2003. *Human Resource Management*. Massachusetts: Allyn Bacon.
- Lovelock, C.H. dan Wright, L.K. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia
- Rahmayanti, N. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima* Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiarto, E. 2009. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Sutopo dan Suryanto, A. 2006. *Pelayanan Prima Modul Pendidikan dan Pelatihan Prajabatan Golongan III*. Jakarta : LAN