N.821100.045.02

MODUL
MEMBERIKAN LAYANAN KEPADA PELANGGAN

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN VOKASI
BALAI BESAR PENGEMBANGAN PENJAMINAN MUTU PENDIDIKAN VOKASI
BISNIS DAN PARIWISATA

2024

ADMINISTRASI PROFESIONAL

MEMBERIKAN LAYANAN KEPADA PELANGGAN

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN VOKASI
BALAI BESAR PENGEMBANGAN PENJAMINAN MUTU PENDIDIKAN VOKASI BISNIS DAN PARIWISATA
2024

MEMBERIKAN LAYANAN KEPADA PELANGGAN

@2024 Balai Besar Pengembangan Penjaminan Mutu Pendidik Vokasi Bisnis dan Pariwisata, Direktorat Pendidikan Vokasi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi

Pengarah

Sabli, S.H., M.H

Penanggung Jawab

Dr. Nana Halim, S.E., M.M

Dr. Nining Dwirosanti, S.Psi., M.Psi

Zulfikar, ST, MKKK

Penyusun

Ida Nurlina, S.Pd., M.M

Editor

Tim Pokja Administrasi Profesional

Layout

Nova Cahaya Pratama

Diterbitkan oleh BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata

Jln Raya Parung Km 22-23 Sawangan Depok 16516

https://bbppmpvbispar.kemdikbud.go.id/

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena karunia dan rahmat-Nya, maka Modul Administrasi Profesional dapat diselesaikan. Modul Administrasi Profesional merupakan salah satu komponen pendukung Pelatihan Upskilling dan Reskilling Berstandar Industri, yang menekankan pada pembelajaran berbasis kompetensi.

Pembelajaran berbasis kompetensi dalam implementasinya perlu dikondisikan, disiapkan dan diimplementasikan oleh setiap guru mata pelajaran di SMK selaras dengan perkembangan di industri, agar kualitas lulusan SMK benar-benar mampu menyiapkan dirinya untuk siap bekerja pada bidang yang relevan. Modul Administrasi Profesional merupakan buku panduan dalam menyampaikan Materi Pelatihan yang berisi pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan untuk mencapai kompetensi di unit ini

Kami mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penyusunan modul Administrasi Profesional. Akhir kata, semoga modul ini berguna bagi Bapak/Ibu guru, khususnya bagi peningkatan kualitas pembelajaran di SMK. Modul ini sangat terbuka terhadap masukan dan saran dari pembaca khususnya Bapak/Ibu guru demi peningkatan kualitas modul ini.

Depok, Januari 2024

Kepala,

Sabli, S.H., M.H.

NIP.196405021993031002

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR iii
A. PENDAHULUAN 1
B. PANDUAN PENGGUNAAN MODUL 1
C. SILABUS 3
D. PENGETAHUAN 6
1. Pengertian Transaksi Kas dan Non Kas 6
2. Menyiapkan Transaksi 7
3. Melayani Transaksi Penerimaan Kas dan Non Kas 10
4. Melayani Transaksi Pengeluaran Kas dan Non Kas 13
5. Verifikasi Bukti Penerimaan dan Pengeluaran 15
6. Melaporkan Hasil Kegiatan Transaksi Kas dan Non Kas 16
7. Evaluasi Teori 19
E. KETERAMPILAN DAN SIKAP KERJA 22
1. Lembar Instruksi Kerja (LIK)_1 22
a. Informasi Umum 22
b. Soal Praktik 22
c. Penilaian Praktik 23
F. LAMPIRAN 45
1. Referensi 45
2. Unit Kompetensi 45

A. PENDAHULUAN

Tuntutan pembelajaran berbasis kompetensi menjadi sangat penting dalam meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten, sesuai dengan tuntutan kebutuhan pasar kerja. Selaras dengan tuntutan tersebut, maka dibutuhkan mekanisme pelatihan yang lebih praktis, aplikatif, serta dapat menarik dilaksanakan sehingga memotivasi para peserta dalam melaksanakan pelatihan yang diberikan. Seiring dengan mudahnya teknologi digunakan, maka materi pelatihan dapat disajikan dengan berbagai media pembelajaran sehingga dapat diakses secara *offline* dan *online*.

Modul pelatihan merupakan buku panduan dalam menyampaikan Materi Pelatihan yang berisi pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan untuk mencapai kompetensi di unit ini.

B. PANDUAN PENGGUNAAN MODUL

Beberapa ketentuan panduan penggunaan materi yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut:

1. Modul ini dapat dijadikan rujukan untuk pelaksanaan PBK dengan penggunaannya dapat dikembangkan dan dikontekstualisasikan sesuai dengan kebutuhan, materi ini terdiri dari:
    a. Pengetahuan
    b. Keterampilan dan Sikap Kerja
    c. Evaluasi
    d. Lampiran:
        1) Kamus istilah
        2) Daftar referensi
        3) Unit kompetensi
        4) Daftar penyusun

2. Slide *powerpoint* dan video merupakan kelengkapan yang dapat dijadikan referensi bagi para widyaiswara.
3. Peran widyaiswara terkait dengan penggunaan modul, antara lain:
   a. Widyaiswara dapat menggunakan modul ini yang dilengkapi dengan referensi sumber lainnya seperti buku, video, file presentasi dan lain-lain sehingga diharapkan modul ini dapat diimplementasikan sesuaikan dengan kebutuhan masing-masing Lembaga pelatihan.
   b. Proses pembelajaran dapat disampaikan dengan menggunakan berbagai sumber yang menguatkan peserta pelatihan, baik melalui tahapan persiapan, pelaksanaan di kelas, praktek, melakukan investigasi, menganalisa, mendiskusikan, tugas kelompok, presentasi, serta menonton video.
   c. Keseluruhan materi yang tersedia sebagai referensi dalam buku ini dapat menjadi bahan dan gagasan untuk dikembangkan oleh widyaiswara dalam memperkaya materi pelatihan yang akan dilaksanakan.
4. Evaluasi pencapaian kompetensi peserta dapat dilaksanakan sesuai dengan proses penilaian berupa soal tertulis, wawancara, instruksi demonstrasi dan/atau standard produk yang dipersiapkan oleh widyaiswara
5. Referensi merupakan referensi yang menjadi acuan dalam penyusunan buku panduan pelatihan ini.
6. Lampiran merupakan bagian yang berisikan lembar kerja serta bahan yang dapat digunakan sebagai berkas kelengkapan pelatihan.

C. SILABUS

Unit Kompetensi : Memberikan Layanan Kepada Pelanggan;

KodeUnit : N.821100.045.02

Perkiraan Waktu :

Bentuk : Luring/Daring

Capaian Unit Kompetensi :

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA	INDIKATOR UNJUK KERJA	PENGETAHUAN	KETERAMPILAN DAN SIKAP	DURASI
1. Menerapkan konsep pelayanan prima dan prinsip-prinsip pelayanan.	1.1 Konsep pelayanan diindentifikasi sesuai kebutuhan.		Konsep-konsep pelayanan prima dan prinsip-prinsip dasar pelayanan		
		Mengindentifikasi konsep pelayanan sesuai kebutuhan.		Kemampuan membangun hubungan dengan pelanggan untuk memberikan pelayanan yang maksima; sesuai	

				dengan kebutuhan pelanggan.	

	1.2. Prinsip-prinsip pelayanan prima diterapkan sesuai dengan SOP organisasi.		Konsep-konsep pelayanan prima dan prinsip-prinsip dasar pelayanan		

		Menerapkan pelayanan prima sesuai dengan SOP organisasi.		Kemampuan menerapkan prinsip-prinsip pelayanan prima sesuai dengan SOP organiasi.	
2. Menerapkan unsur-unsur kualitas pelayanan prima.	2.1 Unsur-unsur kualitas pelayanan prima diterapkan.		Konsep-konsep pelayanan prima dan prinsip-prinsipo dasar pelayanan		
		Menerapkan unsur-unsur kualitas pelayanan prima.		Kemampuan menerapkan prinsip-prinsip pelayanan prima sesuai dengan SOP organisasi.	
	2.2 Kualitas pelayanan ditingkatkan secara efektif dan efisien.		Kualitas Pelayanan Prima		
		Meningkatkan kuallitas pelayanan secara efektif		Kemampuan membangun hubungan dengan pelanggan untuk	

		dan efisien.		memberikan pelayanan yang maksimal sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	
3. Memberikan pelayanan kepada pelanggan	3.1 Kebutuhan pelayanan diindentifikasi sesuai SOP.		Unsur-unsur Pelayanan Prima		
		Mengindentifikasi kebutuhan pelayanan sesuai SOP.		Kemampuan menerapkan prinsip-prinsip pelayanan prima sesuai dengan SOP organisasi.	
	3.2 Keluhan pelanggan ditangani sesuai dengan prosedur organisasi.		Konsep-konsep pelayanan prima dan prinsip-prinsip dasar pelayanan		
		Menangani keluhan pelanggan sesuai dengan		Kemampuan menerapkan prinsip-prinsio pelayanan prima	

		prosedur organisasi.		sesuai dengan SOP organisasi.	
	3.3 Hubungan dengan pelanggan dibangun untuk memberikan pelayanan yang maksimal sesuai dengan kebutuhan pelanggan.		Kualitas pelayanan prima		
		Membangun hubungan dengan pelanggan untuk memberikan pelayanan yang maksimal sesuai dengan kebutuhan pelanggan.		Kemampuan membangun hubungan dengan pelanggan untuk memberikan pelayanan yang maksimal sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	
	3.4 Bahasa dan sikap yang baik digunakan sesuai		Kemampuan menerapkan prinsip-prinsip		

	SOP.		pelayanan prima sesuai dengan SOP organisasi		
		Menggunakan Bahasa dan sikap yang baik sesuai SOP.		Cara kerja dalam berkomunikasi dengan pelanggan dan penggunaan Bahasa dengan tata Bahasa yang baik dan benar, baik dalam Bahasa Indonesia maupun asing.	
Asesmen					

D. PENGETAHUAN

1. **Menerapkan konsep pelayanan prima dan prinsip-prinsip pelayanan**

   a. Konsep pelayanan diindentifikasi sesuai kebutuhan

   Definisi Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan didalam perusahaan maupun diluar perusahaan. Secara sederhana, pelayanan prima (excellent service) dapat diartikan sebagai suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan yang memenuhi standar kualitas.

   a) *Attitude* (Sikap)

      Calon pembeli/pelanggan selalu mengharapkan sikap dan perilaku yang baik dan menyenangkan dari pelayan/petugas yang ada di toko/perusahaan sehingga kepuasan pembeli terpenuhi serta kemungkinan besar pengalamannya disampaikan kepada orang lain, yang akhirnya menjadi promosi gratis bagi perusahaan. Pelayanan berdasarkan (sikap) terdiri dari beberapa bentuk, antara lain seperti berikut ini.

      - Pelayanan pelanggan dengan penampilan serasi. Hal-hal yang dapat mendukung penampilan serasi
        - Penampilan serasi dengan cara berhias
        - Penampilan serasi dengan cara berbusana
        - Penampilan serasi dengan ekspresi wajah

- Pelayanan dengan berpikir positif. Cara berpikir positif dalam melayani pembeli
  - Tidak mencari atau memanfaatkan kelemahan pembeli
  - Tidak bersikap apriori terhadap pembeli
  - Melayani pembeli secara terhormat
- Pelayanan pelanggan dengan sikap menghargai
  - Tutur bahasa baik, disertai senyum ramah
  - Sikap sopan santun
  - Melayani dengan memuaskan
  - Mendengarkan saran, pendapat dan kritikan pembeli
  - Mendengar dan mencatat setiap pesanan pembeli
  - Mengusahakan untuk memenuhi kebutuhan pembeli
  - Bersikap konsisten dalam melayani pembeli

b) *Attention* (Perhatian), bentuk-bentuk pelayanan berdasarkan konsep *tersebut* adalah sebagai berikut:

- Mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan
  - Mendengarkan tutur kata pembeli mengenai kebutuhannya
  - Mencatat dengan cermat yang dibutuhkan pembeli
  - Berusaha memahami semua kebutuhan pembeli
  - Berusaha mewujudkan kebutuhan pembeli dengan cepat
  - Mengamati perilaku pelanggan

  Ketika sedang mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan, penjual harus mengadakan pengamatan

terhadap segala perilaku pelanggan dalam hal : 1. *Body language,* 2. *Body movement*

- Motive pembeli, Mencurahkan perhatian penuh pada pelanggan
  - Mendengarkan dan mencatat kebutuhan pembeli
  - Menjelaskan kembali setiap pesanan
  - Memberikan dan mengajukan saran dan perhatian penuh kepada pembeli
  - Memberikan dan mengajukan saran dan perhatian penuh kepada pembeli
  - Menghargai setiap pendapat dan saran yag diajukan pembeli
  - Memenuhi kebutuhan pelanggan akan barang dan jasa yang dipesannya.

c) *Action* (Tindakan) bentuk penerapannya sbb:

- Pencatatan pesanan adalah sebagai berikut
  - Memberi kemudahan kepada pembeli/pelanggan
  - Mempercepat pelayanan
  - Menghindari kesalahan sekecil mungkin
  - Memudahkan dalam pencarian dan pengambilan barang
- Pencatatan kebutuhan pelanggan

  Untuk memberikan pelayanan yang baik, sebaiknya pelayanan atau penjual mendengarkan memahami

kebutuhan para pelanggan para pelanggan dan membuat daftar kebutuhan dengan mengelompokkan sesuai dengan kegunaan, merek, ukuran, dan jenis pesanan.

- Penegasan kembali kebutuhan pelanggan
  - Barang yang telah dicatat, ditegaskan kembali agar tidak terjadi kesalahan pelayanan.
  - Menanyakan penggunaan alat pembungkusan barang
  - Menanyakan cara pengiriman barang yang dikehendaki pembeli
- Menegaskan cara pembayaran (*cash, credit*, dengan cek)
- Mewujudkan kebutuhan pelanggan
- Menyatakan terimakasih dengan harapan pelanggan kembali

Hal-hal yang dapat dilakukan dengan harapan pelanggan kembali untuk membeli barang jasa diataranya adalah sebagai berikut:

- Pernyataan terimakasih kepada setiap pelanggan
- Pemberian bonus kepada pelanggan yang membeli dalam jumlah besar
- Pemberian potongan harga
- Pemberian hadiah pada waktu-waktu tertentu kepada pelanggan.

b. Menerapkan prinsip-prinsip pelayanan prima diterapkan sesuai dengan SOP organisasi

Prinsip-prinsip Pelayanan Prima diharapkan dapat:

1) Memuaskan Pelanggan
2) Tidak ada keluhan pelanggan.
3) Orang pelayanan wajib menanggapi dari permasalahan/keluhan pelanggan
4) Mengetahui sumber-sumber keluhan pelanggan dan mengetahui cara mengatasi keluhan tersebut.
5) Dengan melihat kepada hal diatas, ada 3 (tiga) hal yang dapat ditarik sebagai perkiraan (Porcasting) terhadap pelayanan yang mengacu kepada kepuasan pelanggan, antara lain :
   - Kalau kinerja Unsur Pelayan dibawah harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa.
   - Kalau kinerja Unsur Pelayanan sesuai harapan, maka pelanggan akan merasa puas.
   - Kalau kinerja Unsur Pelayanan melebihi harapan, maka pelanggan akan sangat puas.

2. Menerapkan unsur-unsur kualitas pelayanan prima

a. Menerapkan unsur-unsur kualitas pelayanan prima

Pemerintah Indonesia dalam penyelenggaraan pelayanan terhadap publik umumnya telah mempunyai unsur-unsur birokrasi pelayanan yang dilakukan oleh para birokrat dengan melalui ketetapan Menpan nomor : 81 tahun 1993, di dalam

ketetapan tersebut ada 8 (delapan) unsur kualitas pelayanan, yaitu:

1). Kesederhanaan, yang meliputi prosedur/tata cara pelayanan antara lain: mudah, tidak berbelit-belit, mudah dilaksanakan;

2). Kejelasan/ kepastian terhadap : prosedur, persyaratan, unit kerja, tariff, biaya, pejabat yang menerima keluhan akan pelayanan yang diberikan dalam organisasi.

3). Keamanan yang menyangkut kepastian hukum terhadap apa yang dilayangkan oleh organisasi;

4). Keterbukaan, yang menyangkut kesederhanaan dan kejelasan pelayanan yang diinformasikan kepada masyarakat;

5). Efisiensi, yang artinya pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi hendaknya ada pembatasan terhadap persyaratan pada hal-hal yang dianggap penting saja;

6). Ekonomis, yang artinya pembiayaan yang dibebankan kepada masyarakat yang dilayani itu sesuai dengan kewajaran, kemampuan masyarakat umum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Disamping itu juga ekonomi dalam penyelenggaraan pelayanan itu sendiri (total cost);

7). Keadilan menyangkut jangkauan pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi diharapkan dapat seluas mungkin dan merata. Artinya tidak ada wilayah yang dibedakan pelayanannya dilihat dari keadilan praktikal dan horizontal ;

8). ketetapan waktu yang artinya bahwa pelaksanaan yang telah dijanjikan sesuai dengan standar yang diberikan, sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan

b. Meningkatkan Kualitas pelayanan secara efektif dan efisien

Berikut ini terdapat beberapa definisi kualitas pelayanan yang disampaikan oleh beberapa tokoh. Definisi-definisi tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1). Kualitas pelayanan menurut **J. Supranto**

Menurut Supranto, kualitas pelayanan adalah sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Namun tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat. Dampaknya adalah konsumen dapat lebih aktif dalam proses mengkonsumsi produk dan jasa suatu perusahaan.

2). Kualitas pelayanan menurut **Fandy Tjiptono**

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Dalam kualitas pelayanan yang baik, terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, antara lain adalah sebagai berikut :

a). Kemudahan mendapatkan pelayanan, yaitu seperti tersedianya sumber daya manusia untuk membantu melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk.

b). Kenyaman konsumen, yaitu seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain sebagainya.

3). Kualitas pelayanan menurut **Wyckof**

Menurut *Wyckof,* kualitas pelayanan adalah sebuah tingkat keunggulan yang diharapkan, serta berkaitan dengan hal itu adalah tindakan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan konsumen. Wyckof melihat kualitas pelayanan tidak dipandang berdasarkan sudut pandang produsen melainkan dari persepsi orang yang menerima pelayanan. Hal ini karena konsumen yang merasakan dan mengkonsumsi pelayanan yang diberikan tersebut, sehingga konsumen mampu menilai dan menentukan kualitas pelayanan. Dengan demikian maka kualitas pelayanan yang baik maupun buruk tergantung pada konsistensi kemampuan produsen dalam memenuhi harapan para konsumennya.

4). Kualitas pelayanan menurut **Ratminto dan Atik**

Menurut **Ratminto dan Atik,** tolok ukur keberhasilan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima layanan. Sedangkan tingkat kepuasan penerima layanan ini akan dapat diperoleh apabila seorang penerima layanan

tersebut mendapatkan jenis pelayanan sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan. Dengan demikian maka kebutuhan penerima layanan harus sebisa mungkin dipenuhi agar diperoleh kepuasan.

5). Kualitas pelayanan menurut ***Philip Kotler***

Menurut ***Kotler***, kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli / konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang royal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Sikap Kerja yang Diperlukan dalam Menerapkan konsep pelayanan prima dan prinsip-prinsip pelayanan

5.1. Komunikasif

5.2. Responsif

3. Memberikan pelayanan kepada pelanggan

a. Mengindentifkasi kebutuhan pelayanan sesuai SOP

Memperoleh seorang pelanggan yang loyal dan bisa mengenalnya lebih jauh akan menjadi keuntungan tersendiri bagi Saudara sebagai seorang pebisnis. Pasalnya, banyak hal yang bisa dilakukan jika Saudara mampu memahami keinginan atau kebutuhan pelanggan dengan baik. Paling tidak, Saudara bisa menawarkan berbagai macam produk yang akan menjadi solusi atas kebutuhan pelanggan.

Lalu, bagaimana caranya agar Saudara bisa mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggan? Salah satu caranya adalah dengan mengumpulkan data yang dilakukan melalui survey ataupun email yang dikirim langsung kepada pelanggan. Data-data yang sudah terkumpul tersebut akan membantu Anda untuk mengetahui kenapa pelanggan ingin membeli sebuah produk atau tidak. Jadi, kenalilah setiap kebutuhan pelanggan Saudara dengan cara menjalin hubungan baik. Dengan begitu, Saudara akan mendapatkan informasi terbaik dari setiap data yang dikumpulkan untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan.

1). Mengetahui karakter pelanggan

Saat memutuskan untuk menjalankan bisnis tentunya Saudara sudah memiliki calon target yang akan menjadi konsumen. Tentu saja, tidak bisa semua orang akan menjadi pelanggan yang akan membeli produk Saudara. Setidaknya, Anda sudah menentukan bahwa target pelanggan apakah mereka yang tinggal di pinggiran kota yang selalu bersenang-senang di akhir pekan atau para

pelajar yang sibuk dengan proses belajar mengajar bahkan seorang wanita karir. Jika sudah bisa mengidentifikasi calon-calon target konsumen maka Anda segera mencari tahu karakter masing-masing. Anda bisa mengelompokkan calon target untuk mengetahui karakter setiap pelanggan menjadi empat atau lima tipe pelanggan. Dengan begitu maka akan lebih mudah bagi Anda untuk mengetahui hal-hal apa saja yang membuat seorang pelanggan memutuskan untuk membeli sebuah produk. Lalu, apa saja yang membuat seorang pelanggan akan membeli kembali produk Anda di lain waktu. Hal ini akan menjadi tantangan bagi Anda dalam menjalankan bisnis dari waktu ke waktu yang tidak akan pernah berhenti.

2). Membuat hipotesis

Sebaiknya jangan hanya berhenti untuk mengetahui karakter pelanggan saja. Tapi, Anda harus membuat hipotesa yang mampu menentukan langkah selanjutnya agar bisa menentukan strategi yang tepat dalam menawarkan produk. Pelanggan yang tinggal di pusat kota tentu akan jauh lebih bersemangat untuk berkunjung ke outlet dibandingkan dengan pelanggan yang tinggal di pinggir kota. Oleh karena itu, strategi marketing dalam menawarkan produk kepada masing-masing karakter pelanggan pun harus berbeda-beda. Bahkan, jika Anda menemukan seorang pelanggan yang gemar berlibur maka sebaiknya tawarkan produk-produk yang bisa membantunya untuk menjalani liburan yang menyenangkan. Jadi, jangan hanya terpaku pada satu strategi marketing jika sudah mengenali beberapa karakter pelanggan yang sudah teridentifikasi.

3). Segera eksekusi

Setelah menentukan beberapa hipotesa dalam menjaring pelanggan, maka jangan tunda waktu terlalu lama. Anda harus segera mengeksekusinya dengan menjalankan strategi penawaran produk yang sudah direncanakan matang. Sebaiknya Anda merinci berbagai macam strategi promosi yang akan digunakan agar bisa dengan mudah mengetahui kesuksesan setiap strategi yang dijalankan. Bahkan, Anda juga harus memperhatikan dengan baik biaya yang digunakan dalam setiap strategi promosi.

Kemudian, lakukan analisa secara mendalam terkait keberhasilan Anda dalam menjalankan strategi promosi. Perhatikan setiap detail perubahan yang terjadi sebelum mengidentifikasi karakter pelanggan dengan sesudahnya. Selain itu, Anda juga bisa bermain dengan harga yang berbeda-beda kepada pelanggan. Artinya, berikan pilihan beberapa produk diskon kepada pelanggan untuk menguji seberapa jauh mereka akan tertarik membeli produk.

Setiap data yang masuk kepada Saudara bisa menjadi pedoman dalam menyusun strategi yang lebih baik ke depan nantinya. Semakin Saudara sering membuat hipotesa dan kemudian mengujinya kepada pelanggan, maka Saudara juga akan semakin memahami karakter pelanggan serta apa saja kebutuhannya. Bahkan, sebuah catatan dalam bentuk block note kecil pun akan lebih canggih dibandingkan dengan sebuah alat analisis apapun yang tersaji melalui perangkat komputer atau gadget milik Saudara.

4). Jangan hanya terpaku data

Seorang pebisnis yang ingin mengetahui kebutuhan pelanggan tidak boleh hanya terpaku pada sebuah sajian data semata. Selain data, para pebisnis juga harus membuat hipotesa lalu mengujinya untuk mengetahui sejauh mana strategi yang akan diterapkan berhasil menggaet pelanggan dalam jumlah besar. Pasalnya, banyak pebisnis yang berhenti pada sebuah data tanpa melakukan sebuah pengujian lebih lanjut untuk mengetahui tingkat keberhasilan strategi promosi yang akan dilakukan. Jadi, jangan sampai Anda salah melangkah hanya karena memperhatikan sajian data tanpa adanya pengujian terlebih dulu.

Dalam menjalankan sebuah bisnis, keberadaan pelanggan merupakan hal yang sangat penting. Pasalnya, pelanggan adalah sumber pendapatan bagi keberlangsungan bisnis Anda. Jangan hanya menjadi seorang pebisnis yang mampu mendatangkan pelanggan tanpa mampu mempertahankannya untuk menjadi seorang pelanggan yang loyal kepada Saudara. Hal inilah yang menjadi dasar agar seorang pebisnis tetap menjaga hubungan baik kepada para pelanggannya.

b. Menangani keluhan pelanggan sesuai dengan prosedur organisasi

Baik itu dalam bisnis online maupun offline, komplain pelanggan merupakan salah satu hal yang wajar terjadi. Jangankan Saudara yang baru memulai bisnis kecil dan masih berumur muda, perusahaan yang sudah besar dan tua pun kerap

menerima komplain atau keluhan dari pelanggan. Tidak ada yang salah disini, karena pada dasarnya setiap orang memiliki level kepuasan yang berbeda-beda. Namun yang perlu diingat, me-review komplain pelanggan ini sangat penting. Salah satu ciri khas bisnis atau perusahaan yang bisa dikatakan baik adakah ketika perusahaan tersebut minim komplain dari pelanggan, dan apabila terjadi komplain, maka keluhan tersebut ditangani secara serius.

Apa itu Komplain Pelanggan dan Mengapa Harus Ditangani dengan Baik?

Per definisi, komplain adalah ekspresi atau ungkapan ketidakpuasan pelanggan atau klien yang membeli produk/ jasa kita, yang dikirimkan secara lisan melalui telepon atau face to face maupun tertulis (lewat email, sms, surat atau sosial media) mengenai segala aspek dari produk, layanan dan berbagai hal yang disediakan oleh perusahaan dan bisnis. Komplain bisa terjadi baik di bisnis online, maupun offline.

Di bisnis *online*, kebanyakan komplain sering dikarenakan produk yang dikirim tidak sesuai dengan yang digambar, kualitas tidak seperti yang diharapkan, lama pengiriman, salah ukuran, *customer service* lama dalam membalas pesan dan tidak dapat memberikan informasi yang tepat terhadap produk perusahaan dan masih banyak lagi.

Ketika Anda menerima sebuah komplain, maka solusi terbaik adalah menanganinya segera dengan cepat, cerdas dan tepat. Ketika Anda menanganinya dengan cara tersebut, maka ini dapat Anda jadikan peluang untuk tidak kehilangan pelanggan, sekaligus Anda menunjukkan kepada pelanggan bahwa bisnis

yang Anda kelola memang bonafid dan bertanggung jawab serta mendengarkan apa yang dibutuhkan pelanggan. Didengarkan adalah salah satu kebutuhan pelanggan, dan ketika mereka merasa bahwa apa yang mereka keluhkan didengarkan, maka komunikasi dan relationship telah terjalin. Bisa jadi, meskipun awalnya mengeluhkan sesuatu, pada akhirnya si pelanggan tersebut menjadi pelanggan loyal Anda selanjutnya.

Kepercayaan seorang pelanggan terhadap sebuah bisnis merupakan salah satu hal yang sangat penting.

Fakta Unik tentang Komplain Pelanggan 1

Setiap pelanggan memiliki keunikan atau ciri khas tersendiri berkaitan dengan tindakan komplain ini. Beberapa hal yang dapat menjadi catatan Anda antara lain:

1). Tidak semua klien atau pelanggan yang kecewa dengan produk dan layanan Anda akan melakukan komplain. Ini bisa jadi karena karakteristik pelanggan yang memang cuek, sungkan, takut, malas atau karena alasan lainnya. Hal ini seperti justru dapat membahayakan bisnis kita, karena kita merasa tidak ada yang komplain jadi berpikir bahwa semua baik- baik saja dan sudah nyaris sempurna. Kita tidak menyadari bahwa ada beberapa orang disana yang tidak puas justru menceritakannya kepada teman dan membentuk persepsi sendiri dalam kelompok kecilnya.

2). Ketika pelanggan tidak puas dan tidak komplain, maka salah satu efek bahayanya adalah kebanyakan dari mereka akan segera beralih ke competitor Anda. Ini memang terdengar seperti horror, tapi tentu Anda sudah sering mendengarnya, bukan?

3). Mereka yang mengajukan komplain dan tidak dilayani dengan baik, maka mereka memiliki kecenderungan untuk menyuarakan rasa semakin tidak puasnya. Mereka mungkin bercerita dengan teman- temannya secara frontal atau mempostingnya di media sosial dengan status berapi- api. Seperti yang kita tahu, media sosial seperti Facebook dan Twitter adalah lahan yang empuk untuk membuat komplain tentang sebuah brand menjadi viral. Jadi Anda wajib menjadikan ini sebagai alarm ya.

4). Sebaliknya, ketika komplain tertangani dengan baik dan pelanggan puas dengan tindakan penyelesaian, mereka berpotensi menjadi pelanggan setia Anda dan menjadikan bisnis Anda sebagai pilihan terbaik mereka. Potensi mereka untuk beralih ke kompetitor sangat kecil karena bisnis Anda dinilai memiliki rasa tanggung jawab dan empati terhadap pelanggan dan bertanggung jawab untuk memberikan solusi atau penanganan yang tepat. Rasa kecewa mereka hilang dan tergantikan dengan kepuasan terhadap layanan atau produk kita. Merkea juga memiliki kecenderungan untuk menuliskan kepuasan ini di media sosial yang berpotensi menjadi viral.

Dari fakta unik tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kalau pelanggan masih komplain terhadap produk atau layanan yang kita berikan, berarti mereka masih mengharakan kita untuk tetap menjadi pilihan terbaik bagi mereka, dengan catatan kita mampu menangani komplain mereka ini dengan cepat, cerdas dan tepat.

Sisi Positif dari Komplain Pelanggan

Dari pembahasan sebelumnya, bisa kita tebak bahwa komplain pelanggan pada dasarnya dapat memberikan kontribusi yang positif untuk bisnis yang kita kelola, baik itu bisnis online, maupun offline. Sisi positif apa saja yang dapat kita ambil sebagai pelajaran? Simak ulasan berikut ini:

1). Memberi tahu kita tentang kekurangan produk dan jasa yang kita tawarkan ke pelanggan. Dengan mengetahui ada kelemahan ini, maka kita jadi paham apa yang harus diperbaiki untuk meningkatkan produk dan layanan kita. Secara tidak langsung, keluhan pelanggan mengharuskan kita untuk melakukan perbaikan dan merencanakan pekerjaan kita dengan lebih baik lagi.

2). Kita memahami apa yang dibutuhkan pelanggan sehingga kedepannya, kita dapat melakukan inovasi seputar produk seperti yang diinginkan pelanggan.

3). Meningkatkan kemampuan dalam menangani komplain pelanggan sehingga kita dapat melayani pelanggan dengan lebih baik lagi.

4). Meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap kita komplain ditangani dengan cerdas dan tepat3

5). Komplain adalah indikasi bahwa pelanggan sebenarnya perhatian dengan kita dan mereka masih mau memilih produk kita dan memberikan masukan yang berarti.

6). Sebagai media menjalin komunikasi dengan pelanggan, sehingga ketika Anda menanganinya dengan baik dan dapat memanfaatkan momentum, maka Anda dapat

menjadikan komplain sebagai salah satu ladang untuk repeat order pelanggan.

Begini Caranya Menangani Komplain Pelanggan

Lalu, bagaimana caranya agar komplain dapat kita atasi dengan baik dan pelanggan tetap loyal memilih kita? Anda dapat menggunakan tips ini :

Jadilah Pendengar yang Baik untuk Meredakan Emosi Pelanggan

Ketika pelanggan melakukan komplain, maka hal pertama yang mereka inginkan adalah agar keluhan dan pendapat mereka didengarkan. Beberapa pelanggan memiliki cara yang berbeda- beda dalam menyampaikan keluhanya. Ada yang biasa saja dan cenderung melankolis, tapi ada juga yang berapi- api dan berlebihan. Dengan menjadi pendengar yang baik, maka Anda telah berusaha untuk menenangkan emosi pelanggan. Di tahap ini, Anda jangan menyangkal, membantah, ngeles atau memotong pembicaraan mereka terlebih dahulu. Biarkan mereka berbicara sampai tuntas.

Tunjukkan Empati

Meskipun belum tentu itu semua kesalahan produk dan layanan dari bisnis Anda, tetaplah tunjukkan empati sewajarnya. Ajak mereka berkomunikasi dengan lemah lembut dan minta maaf lah jika memang ada yang keliru terhadap layanan Anda.3 Bahkan sekalipun kekeliruan sebetulnya tidak ada pada layanan dan produk bisnis Anda, meminta maaf dan senyum adalah senjata ampuh untuk

menunjukkan kepada pelanggan bahwa kita berada di pihak mereka.

Segera Berikan Solusi yang Cerdas dan Tepat

Ketika pelanggan mulai mereda emosinya, selanjutnya tawarkan lah beberapa solusi untuk permasalahan yang mereka hadapi. Jangan menyalahkan pelanggan secara terang- terangan, tugas Anda adalah berada di pihak mereka. Anda harus tetap tenang dan memberikan mereka solusi yang cerdas dan terbaik, sehingga kedua belah pihak merasa saling diuntungkan dan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis Anda kembali seperti sedia kala.

Beberapa solusi yang dapat Anda tawarkan antara lain memberikan diskon atau voucher belanja untuk pemesanan berikutnya dan jika memang perlu, berikan ganti baru secara gratis terhadap komplain produk kita bila memungkinkan. Jika komplain pelanggan adalah soal pelayanan, maka berjanjilah untuk meningkatkan pelayanan dengan lebih baik lagi.

Ambil Keberanian untuk Bertanggung Jawab atas Komplain

Misalnya komplain tersebut sebetulnya ditujukan ke staff lain, jangan langsung mengarahkan pelanggan untuk menuju staff tersebut dengan dalih itu bukan tanggung jawab Anda. Hal ini justru dapat menimbulkan kesan negatif bahwa bisnis Anda bekerja secara individual dan tidak mendengarkan pelanggan secara serius. Ambil alih lah kesalahan tersebut, dengarkan dan berikan solusi yang terbaik. Selanjutnya, baru Anda meneruskan informasi komplain tersebut ke staff yang

bersangkutan. Tindakan ini juga dapat menjadi tolak ukur profesionalitas bisnis Anda.

Lakukan Tindakan untuk Mengobati Kekecewaan Pelanggan

Meskipun Anda telah memberikan solusi yang terbaik untuk pelanggan, jika dirasa perlu, maka tawarkan paket khusus dan hadiah gratis untuk produk tertentu, voucher diskon atau diganti produknya dengan yang lebih baik. Ini hampir sama dengan point nomor 3 tadi, namun sifatnya sebetulnya adalah tambahan ketika solusi yang terbaik untuk pelanggan telah diberikan.

Bersikaplah Luwes, Jangan Kaku

Banyak orang yang berubah menjadi kaku dan grogi ketika menhadapi pelanggan yang sedang melakukan komplain. Sikap kaku seperti ini padahal dapat memicu perasaan kurang lega di hati pelanggan. Untuk menghindari hal seperti, maka posisikanlah mereka sebagai sahabat atau saudara yang membutuhkan perhatian kita, sehingga kita dapat lebih luwes, tenang dan santai ketika berhadapan. Bayangkan seandainya Anda di posisi mereka, tentu Anda ingin diberikan kenyamanan dan senyum hangat, bukan? Maka lakukan lah hal tersebut.

Catat Semua Komplain sebagai Bahan Evaluasi

Komplain adalah salah satu komponen penting untuk meningkatkan layanan bisnis kita kepada pelanggan. Ambilah komplain tersebut sebagai hal yang serius, sehingga Anda dat menghindari komplain yang samat

berulang kali. Catat semua komplain tersebut dan jadikan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan yang Anda jual. Peningkatkan kualitas, inovasi dan perbaikan juga merupakan kunci suksesnya sebuah bisnis. Jadi, jangan lupakan ini ya!

Berdayakan Semua Karyawan untuk Dapat Mengatasi Komplain dengan Baik

Di dalam bisnis, meningkatkan pelayanan dan kualitas adalah hal yang sangat penting agar pelanggan tetap setia dan bisnis dapat berkembang dengan baik. Maka dari itu, jika bisnis Anda sudah memiliki karyawan dan cukup besar, penting sekali agar setiap karyawan yang berkaitan dengan pelayanan dan produk agar memiliki kemampuan untuk memproses dan mengatasi komplain dari pelanggan.

Cara yang dapat ditempuh antara lain dengan kerap mengadakan meeting bersama untuk membahas komplain pelanggan dan cara mengatasinya atau mengikutkan karyawan Anda dalam seminar atau coaching yang berkaitan dengan pelanggan. Semakin banyak pengetahuan karyawan Anda berkaitan dengan peningkatkan mutu layanan, maka ini akan semakin baik untuk bisnis Anda.

Kesimpulannya, seperti yang beberapa kali Saya tekankan di artikel ini, tanganilah komplain pelanggan secara serius. Berikan yang terbaik untuk menjadikan pelanggan Anda puas terhadap suara yang mereka keluarkan. Biar bagiamanapun, kepercayaan pelanggan terhadap diri Anda dan perusahaan merupakan hal yang terpenting. Dan kepercayaan tersebut dapat rusak dan hilang dengan mudah

hanya karena kekecewaan pelanggan terhadap produk dan layanan yang kita berikan.

Bila hal ini terjadi, tentu saja reputasi Anda dapat rusak dan mereka dapat beralih ke kompetitor Anda saat itu juga. Selain itu, komplain merupakan salah satu tolak ukur kesuksesan sebuah bisnis untuk jangka panjang, maka pelayanan terbaik dan cara menangani komplain pelanggan dengan cerdas dan tepat adalah skill yang wajib dipelajari.

c. Membangun hubungan dengan pelanggan untuk memberikan pelayanan yang maksimal sesuai dengan kebutuhan pelanggan

1. Mendefinisikan nilai bagi pelanggan dan kepuasan pelanggan

1). Nilai Bagi Pelanggan

Pelanggan memperkirakan tawaran mana yang akan memberikan nilai tertinggi. Para pelanggan bertindak dalam rangka memaksimunkan nilai, dengan dibatasi oleh biaya pencarian serta keterbatasan pengetahuan, mobilitas dan penghasilan. Mereka nilai dan bertindak berdasarkan harapan itu. Kenyataan apakah suatu tawaran memenuhi harapan akan nilai mempengruhi kepuasan dan kemungkinan pembeli membentuk harapan akan kembali.

Pelanggan akan membeli dari perusahaan yang mereka yakini menawarkan nilai yang dipikirkan pelanggan *(CPV: Custumeer perceived value)* yang tertinggi.

Nilai yang dipikirkan pelanggan adalah selisih antara evaluasi calon pelanggan atas semua manfaat serta

semua biaya tawaran tertentu dan alternatif-alternatif lain yang dipikirkan. Nilai pelanggang total (*total customer value*) adalah nilai moneter yang dipikirkan atas sekumpulan manfaat ekonomis, fungsional, dan psikologis, yang diharapkan oleh pelanggan atas tawaran pasar tertentu. Biaya pelanggan total (*total customer cost*) adalah sekumpulan biaya yang pelanggan harapkan untuk dikeluarkan guna mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan, dan membuang tawaran pasar tertentu.

Seorang pembeli dari perusahaan konstruksi besar ingin membeli sebuah traktor dari *Caterpilar* atau Komatsu. Para pramuniaga yang bersaing akan menjelaskan tawaran mereka masing-masing secara hati-hati. Pembeli tersebut ingin menggunakan traktor untuk membagun perumahan. Ia menginginkan traktor tersebut dapat memberikan level tertentu keandalan, keawetan, kinerja, dan nilai jual kembali. Ia mengevaluasi kedua merek traktor tersebut dan memutuskan bahwa *Caterpilar* mempunyai nilai produk yang lebih tinggi berdasarkan pemikiran atas keandalan, keawetan, kinerja, dan nilai jual kembali. Ia juga memikirkan perbedaan pelayanan yang menyertainya : pengiriman, pelatihan, serta perawatan dan memutuskan bahwa Caterpilar memberikan pelayanan yang lebih baik dan karyawan *Caterpilar* lebih berpengalaman serta lebih tanggap. Akhirnya, ia menilai lebih tinggi citra perusahaan C*aterpilar*. Ia menjumlah semua niali dari keempat sumber itu : produk, layanan, karyawan, dan citra. Dan memberi tanggapan bahwa *Caterpilar* menawarkan nilai pelanggan total yang lebih besar.

Sebagai pertimbangan tidak cukup hanya seperti dijelaskan di atas, tetapi ia juga membandingkan biaya total transaksi dengan *Caterpillar* dibandingkan dengan Komatsu, yang lebih dari sekedar biaya dalam bentuk uang. Seperti hasil observasi *Adam Smith* lebih dari dua abad yang lalu, " Harga *riil* sesuatu adalah sebesar usaha yang berupa waktu, tenaga dan pikiran pembeli. Pembeli tersebut mengevaluasi unsur-unsur biaya itu beserta biaya moneter untuk menyusun biaya pelanggan total. Pembeli itu mempertimbangkan apakah biaya total *Caterpilar* itu terlalu tinggi dibandingkan dengan nilai total yang ditawarkannya. Jika benar demikian, pembeli tersebut mungkin membeli traktor Komatsu. Pembeli itu akan membeli dari siapa saja yang menawarkan pemberian nilai yang dianggap paling tinggi.

2). Kepuasan Pelanggan

Secara Umum Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Tautan antara kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan tidak bersifat proporsional. Andaikan kepuasan pelanggan yang sangat rendah (*level* satu), para pelanggan cenderung menjauhi perusahaan dan menyebarkan cerita jelek tentang perusahaan tersebut. Pada *level* dua sampai empat pelanggan agak puas tetapi

masih merasa mudah untuk beralih ketika tawaran yang lebih baik muncul. Pada level lima, pelanggan sangat cenderung membeli ulang dan bahkan menyampaikan cerita pujian tentang perusahaan.

Bagi perusahaan yang berfokus pada pelanggan, kepuasan pelanggan adalah sasaran sekaligus alat pemasaran.

3). Pelanggan

Menurut Peter Drucker, tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan dan selanjutnya mampu menjual dirinya sendiri. Idealnya pemasaran harus menghasilkan pelanggan yang siap membeli dan selanjutnya tinggal menyediakan produk atau jasa.

Berdasarkan pengelompokkan pelanggan maka tercipta bermacam-macam jenis pasar seperti: pasar kebutuhan (pasar orang yang mencari gizi dan *diet*); pasar produk (pasar sepatu); pasar demografis (pasar orang muda); dan pasar geografis (pasar Perancis) termasuk pasar tenaga kerja dan pasar donor.

Ada lima jenis kebutuhan pelanggan yang harus diketahui dan dipenuhi oleh perusahaan:

1). Kebutuhan yang dinyatakan (pelanggan menginginkan mobil yang tidak mahal)

2). Kebutuhan *riil* (Pelanggan menginginkan mobil yang biaya operasinya, bukan harga awalnya, rendah)

3). kebutuhan yang tidak dinyatakan (pelanggan mengharapkan pelayanan yang baik dari *dealer*)

4). Kebutuhan akan kesenangan (pelanggan akan senang dengan *dealer* yang memberikan system navigasi secara *onboard*)

5). Kebutuhan rahasia (pelanggan ingin terlihat oleh teman-temannya sebagai konsumen yang cerdas).

Pelanggan semakin mengharapkan mutu dan layanan yang lebih tinggi dan adanya sedikit penyesuaian terhadap kebutuhan masing-masing pelanggan. Mereka berpikir bahwa hanya ada sedikit perbedaan produk nyata dan menunjukkan lebih sedikit kesetiaan pada merek. Pelanggan dapat memperoleh informasi produk yang luas dari internet dan sumber lain, yang memungkinkan mereka berbelanja secara lebih cerdas. Mereka menunjukkan kepekaan harga yang lebih besar dalam mencari nilai atau manfaat.

a). Mempertahankan pelanggan

Manajemen relasi pelanggan (CRM: *customer relationship management*) dikembangkan perusahaan untuk menciptakan kesetiaan pelanggan yang kuat. Yaitu proses pengelolaan informasi yang rinci tentang masing-masing pelanggan dan mengelola secara cermat semua “titik sentuh” pelanggan dengan tujuan memaksimalkan kesetian pelanggan.

Perusahaan mengumpulkan informasi tentang transaksi yang telah lalu, demografik, psikografik masing-masing pelanggan dan media serta distribusi yang lebih disukai. Perusahaan akan mampu mencapai pertumbuhan yang menghasilkan bagian laba yang lebih besar atas pengluaran masing-masing pelanggan dengan membangun kesetiaan pelanggan yang tinggi dan berfokus pada nilai masa hidup pelanggan.

Terdapat dua cara untuk memperkuat retensi (bertahannya) pelanggan:

1.1. mendirikan rintangan beralih yang tinggi
1.2. memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi.

Untuk menjaga kesetiaan pelanggan harus dilakukan pembentukan relasi. Perhatian kepada pelanggan sesudah penjualan harus lebih besar, tidak hanya pada pra penjualan serta masa penjualan saja. Kunci utama untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Oleh karena itu perusahaan harus mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur.

Pelanggan yang sangat puas akan tetap setia dalam waktu yang lebih lama, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk-produk yang ada, membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produknya, memberi perhatian yang lebih sedikit pada merek dan iklan para pesaing serta kurang peka terhadap harga, menawarkan gagasan tentang

jasa atau produk kepada perusahaan, dan membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil dibandingkan biaya pelayanan baru karena transaksi rutin. Selain itu pelanggan yang puas akan menjadi modal relasi perusahaan.

Untuk mengantisipasi ketidakpuasan pelanggan, perusahaan yang baik akan mempermudah pelanggan untuk menyampaikan keluhan. Formulir saran dan nomor telepon bebas pulsa perusahaan serta menyediakan alamat e-mail.

Beberapa faktor yang berperan dalam mempertahankan pelanggan:

a). Mengutamakan kepuasan pelanggan

b). Senantiasa melakukan pengukuran kepuasan secara teratur

c). Mempermudah pelanggan menyampaikan keluhan

d). Perusahaan menanggapi keluhan dengan cepat dan konstruktif.

Fakta-fakta penting yang terkait dengan bertahannya pelanggan:

a). Biaya untuk mendapatkan pelanggan baru bisa mencapai lima kali lipat lebih besar daripada biaya yang tercakup dalam memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

b). Rata-rata perusahaan kehilangan 10 persen dari pelanggannya setiap tahun

c). Pengurangan tingkat peralihan pelanggan sebesar 5 persen dapat meningkatkan laba sebesar 25 persen sampai 85 persen, tergantung industrinya.

d). Tingkat laba pelanggan cenderung meningkat selama hidup pelanggan yang tetap bertahan itu.

Perusahaan yang ingin membentuk ikatan pelanggan yang kuat perlu mengikuti dasar-dasar sebagai berikut:

a). Dapatkan partisipasi lintas-departemen dalam merencanakan dan mengelola kepuasan pelanggan dan proses retensi

b). Padukan suara pelanggan dalam semua keputusan bisnis

c). Ciptakan produk, layanan dan pengalaman yang unggul bagi pasar sasaran.

d). Organisasikan dan mudahkan akses basis data informasi tentang kebutuhan, kelebih-sukaan, kontak, frekuensi pembelian, dan kepuasan pelanggan

e). Mudahkan para pelanggan untuk menjangkau personalia perusahaan yang tepat guna mengungkap kebutuhan, persepsi, dan keluhan mereka

Jalankan program pembelian imbalan guna mengakui karyawan yang prestasinya luar biasa.

d. Menggunakan bahasa dan sikap yang baik sesuai SOP

1). Fungsi Bahasa

Konsep bahasa adalah alat untuk menyampaikan pikiran, Bahasa adalah alat untuk berinteraksi atau alat untuk berkomunikasi, dalam arti alat untuk menyampaikan pikiran, gagasan, konsep atau perasaan.

a). Fungsi Personal atau Pribadi

Dilihat dari sudut penutur, bahasa berfungsi personal. Maksudnya, si penutur menyatakan sikap terhadap apa yang diturkannya. Si penutur bukan hanya mengungkapkan emosi lewat bahasa, tetapi juga memperlihatkan emosi itu sewaktu menyampaikan tuturannya. Dalam hal ini pihak pendengar juga dapat menduga apakah si penutur sedang sedih, marah atau gembira.

b). Fungsi Direktif

Dilihat dari sudut pendengar atau lawan bicara, bahasa berfungsi direktif, yaitu mengatur tingkah laku pendengar. Di sini bahasa itu tidak hanya membuat si pendengar melakukan sesuatu, tetapi melakukan kegiatan yang sesuai dengan yang dikehendaki pembicara

c). Fungsi Fatik

Dilihat dari segi kontak antara penutur dan pendengar, maka bahasa bersifat fatik. Artinya bahasa berfungsi menjalin hubungan, memelihara, memperlihatkan perasaan bersahabat atau solidaritas sosial. Ungkapan-Ungkapan yang digunakan biasanya sudah berpola tetap, seperti pada waktu pamit, berjumpa atau menanyakan keadaan. Oleh karena itu, ungkapan-ungkapan ini tidak dapat diterjemahkan secara harfiah.

d). Fungsi Referensial

Dilihat dari topik ujaran bahasa berfungsi referensial, yaitu untuk membicarakan objek atau peristiwa yang ada disekeliling penutur atau yang ada dalam budaya pada umumnya. Fungsi referensial ini yang melahirkan paham tradisional bahwa bahasa itu adalah alat untuk menyatakan pikiran, untuk menyatakan bagaimana si penutur tentang dunia disekelilingnya.

f). Fungsi Metalingual atau Metalinguistik

Dilihat dari segi kode yang digunakan, bahasa berfungsi metalingual atau metalinguistik. Artinya, bahasa itu digunakan untuk membicarakan bahasa itu sendiri.Biasanya bahasa dingunakan untuk membicarakan masalah lain seperti ekonomi, pengetahuan dan lain-lain. Tetapi dalam fungsinya disini bahasa itu digunakan untuk membicarakan atau menjelaskan bahasa. Hal ini dapat dilihat dalam proses pembelajaran bahasa dimana kaidah-kaidah bahasa dijelaskan.

g). Fungsi Imajinatif

Jika dilihat dari segi amanat (*message*) yang disampaikan maka bahasa itu berfungsi imajinatif. Bahasa itu dapat digunakan untuk menyampaikan pikiran, gagasan dan perasaan ; baik yang sebenarnya maupun yang hanya imajinasi (khayalan) saja. Fungsi imajinasi ini biasanya berupa karya seni (puisi, cerita, dongeng, dan sebagainya) yang digunakan untuk kesenangan penutur maupun para pendengarnya.

2). Sikap berbahasa

a). Pengertian Sikap Berbahasa

Sikap merupakan tingkah laku atau respon dari hasil suatu tindakan atau tutran seseorang. Dalam kegiatan berbahasa juga menghasilkan berbagai sikap yang bisa disebut sikap berbahasa. Sikap ini akan memengaruhi bagaimana bahasa itu digunakan, baik dari segi variasinya, tuturannya, maupun bentuknya. Berbahasa adalah salah satu wujud kepribadian dan intelektualitas.

Sikap bahasa adalah posisi mental atau perasaan terhadap bahasa sendiri atau bahasa orang lain (Kridalaksana, 2001:197) dan Rusyana (1989, 31-32) menyatakan bahwa sikap bahasa dari seorang pemakai bahasa atau masyarakat bahasa baik yang dwibahasawan maupun multibahasawan akan berwujud berupa perasaan bangga atau mengejek, menolak atau sekaligus menerima suatu bahasa tertentu atau masyarakat pemakai bahasa tertentu, baik terhadap

bahasa yang dikuasai oleh setiap individu maupun oleh anggota masyarakat.

b). Ciri-ciri Sikap Bahasa

Sikap merupakan kontributor utama bagi keberhasilan belajar bahasa. Garvin dan Mathiot (1968) mengemukakan sikap bahasa itu setidak-tidaknya mengandung tiga ciri pokok, yaitu :

- Kesetiaan bahasa (*language loyality*). Kesetiaan bahasa adalah keinginan mesyarakat mendukung bahasa itu untuk memelihara dan mempertahankan bahasa itu bahkan perlu mencengahnya dari pengaruh bahasa lain.
- Kebanggan bahasa (*language pride*). Kebanggan bahasa mendorong seseorang atau masyarakat pendukung bahasa itu untuk menjadikan sebagai penanda jati, lambang identitas dan kesatuan masyarakat.
- Kesadaran adanya norma bahasa (*awareness of the norm*). Cenderung untuk mendorong orang menggunakan bahasanya dengan cermat dan santun.

c). Jenis-jenis Sikap Bahasa

Seperti ‘Sikap’ pada umumnya bahwa selalu memiliki dua sisi. Sisi jelek dan sisi baik. Begitu juga dengan sikap bahasa. Sikap bahasa ada dua yaitu sikap positif dan sikap negatif.

- Sikap positif

  Sikap positif bahasa adalah penggunaan bahasa sesuai dengan kaidah bahasa dan sesuai dengan situasi kebahasaan.

  Hal-hal yang menunjukkan sikap positif seorang terhadap bahasanya antara lain :

  - Memakai bahasa sesuai dengan kaidah dan situasi kebahasaan.
  - Memakai bahasa sendiri (Indonesia) tanpa dicampur dengan bahasa asing, walaupun lawan bicara mengerti maksud pembicaraan tersebut, alangkah lebih baik menggunakan basa sesuai dengan bahasa Indonesia yang baik dan benar.
  - Memakai bahasa sesuai dengan keperluan.

- Sikap *negative*

  Sikap negatif bahasa akan menyebabkan orang acuh terhadap pembinaan dan pelestarian bangsa. Mereka menjadi tidak bangga lagi memakai bahasa sendiri sebagai penanda jati diri bahkan mereka merasa malu memakai bahasa itu.

  Fenomena negatif yang masih terjadi di tengah-tengah masyarakat Indonesia antara lain :

  - Banyak orang Indonesia memperlihatkan dengan bangga kemahirannya menggunakan bahasa

inggris, walaupun mereka tidak menguasai bahasa Indonesia dengan baik.

- Banyak orang Indonesia merasa malu apabila tidak menguasai bahasa asing (Inggris) tetapi tidak pernah merasa malu apabila tidak menguasai bahasa Indonesia.

- Banyak orang Indonesia menganggap remeh bahasa Indonesia dan tidak mau mempelajarinya karena merasa dirinya telah menguasai bahasa Indonesia dengan baik.

c. Rangkuman

Saudara telah menyelesaikan aktivitas pada bab ini. Saudara dapat menerapkan Pelayanan Prima untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan yang memenuhi standar kualitas. Saudara juga bisa memahami bagaimana memuaskan pelanggan, tidak ada keluhan pelanggan dan jika ada keluhan atau permasalahan dapat ditangani secara cepat dan baik. Saudara juga dapat menerapkan unsur-unsur kualitas prima untuk memberikan rasa kesederhanaan, kejelasan/kepastian, keamanan dan keterbukaan, efisiensi, ekonomis, adil dan tepat waktu. Kualitas pelayanan tidak dipandang berdasarkan sudut pandang produsen melainkan persepsi orang yang menerima pelayanan sehingga konsumen merasakan dan mengkonsumsi pelayanan yang diberikan tersebut. Jadi tergantung kemampuan produsen dalam memenuhi harapan para konsumennya. Dan ekarang Saudara sudah memahami bagaimana memberikan pelayanan dengan baik, cara mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggan dengan cara mengumpulkan

data-data hasil survei Saudara kepada pelanggan sehingga dapat diketahui apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas perusahaan Saudara.

4. Penilaian

Bagian 1: Tes Tertulis Pilihan Ganda
Pilih jawaban yang paling tepat.

1. Pelayanan terbaik yang diberikan oleh perusahaan agar kebutuhan pelanggan terpenuhi disebut pelayanan ….

   A. Ekstra
   B. Prima
   C. Special
   D. memuaskan

2. Siapa yang bertanggung jawab memberikan pelayanan prima kepada pelanggan……..

   A. Para direktur
   B. Para manager
   C. Para karyawan
   D. Seluruh karyawan beserta seluruh pimpinannya

3. Yang dimaksud dengan empati adalah …..

   A. Tingkat kepuasan.
   B. Tingkat kemarahan.
   C. Tingkat kepedulian.
   D. Tingkat keramahan.

4. Beberapa solusi saat pelanggan marah (komplain) kepada kita tentang pelayanan atau produk yang kita miliki, kecuali ?

   A. Meminta maaf.
   B. Tetap teguh pada alasan kita dan memposisikan pelanggan yang salah.
   C. Menghibur pelanggan.
   D. Memberikan penjelasan tentang kesalahan dari pihak kita.

5. Berikut ini adalah penerapan pelayanan prima berdasarkan konsep 3A ketiga, yakni *action* (tindakan) ?

   A. pelayanan dengan pikiran positif.
   B. Mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para kolega dan pelanggan.
   C. Mencurahkan perhatian penuh pada kolega dan pelanggan.
   D. Mencatat pesanan pelanggan.

6. Dibawah ini adalah unsur kualitas pelayanan, kecuali :

   A. kesederhanaan.
   B. keterbukaan.
   C. Kesabaran.
   D. efisiensi.

7. Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli / konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, di kemukakan oleh ?

   A. J. Supranto.
   B. Fandy Tjiptono.
   C. Wyckof
   D. Philip Kotler

8. Mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan dan mampu menjual dirinya sendiri adalah tujuan …

   A. Pasar
   B. Pemasaran
   C. Perusahaan
   D. Konsumen

9. Yang bukan macam-macam jenis pasar adalah ……..

   A. Pasar kebutuhan
   B. Pasar produk
   C. Pasar demografis
   D. Pasar bebas

10. Bahasa berfungsi menjalin hubungan, memelihara, memperlihatkan perasaan bersahabat atau solidaritas social adalah fungsi .....

    A. Fungsi personal atau pribadi
    B. Fungsi fatik
    C. Fungsi direktif
    D. Fungsi imajinatif

A. Refleksi dan Tindak Lanjut

1. Apa yang telah Saudara pelajari dari proses pembelajaran ini?

2. Apa yang akan Saudara lakukan untuk mempertahankan dan memelihara kemampuan Saudara pada kompetensi ini di tempat Saudara bekerja ?

E. KETERAMPILAN DAN SIKAP KERJA

1. Tugas Praktik I

a. Judul Unit Kompetensi: Memberikan Layanan Prima Pelanggan

b. Kode Unit Kompetensi: N.821100.045.02

d. Elemen Kompetensi : Menerapkan konsep pelayanan prima dan prinsip-prinsip pelayanan.

e. Waktu Penyelesaian : 30 menit

f. Capaian Unjuk Kerja :

Setelah menyelesaikan tugas Menerapkan konsep pelayanan prima dan prinsip-prinsip pelayanan peserta mampu:

1) Mengimplemantasikan pelayanan prima atau *excellent service* dapat tercapai
2) Kecepatan dalam melayani
3) Ketepatan dalam mengambil Keputusan
4) Ramah kepada pelanggan
5) Nyaman

e. Daftar Alat/Mesin dan Bahan :

NO	NAMA BARANG	SPESIFIKASI	KETERANGAN
A.	ALAT		Setiap Peserta
1.	Alat tulis kantor	Pulpen, pensil dan penghapus	
2.	Mesin *Photo copy*		
3.	Telepon		

4.	Komputer		
B.	BAHAN		
1.	Block Note		

e. Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Keselamatan dan kesehatan kerja yang perlu dilakukan pada waktu melakukan praktik kerja ini adalah:

1) Bertindak berdasarkan sikap kerja yang sudah ditetapkan sehingga diperoleh hasil seperti yang diharapkan, jangan sampai terjadi kesalahan karena ketidak-telitian dan tidak taat asas.

2) Waktu menggunakan telepon dan alat lainnya mengikuti petunjuknya masing-masing yang sudah ditetapkan.

f. Standar Kinerja

1) Dikerjakan selesai tepat waktu, waktu yang digunakan tidak lebih dari yang ditetapkan.

2) Toleransi kesalahan 5% dari hasil yang harus dicapai, tetapi bukan pada kesalahan kegiatan kritis.

g. Tugas

Abstraksi **Tugas Praktik I**

Saudara adalah seorang pelayan di sebuah resto *Chinese-Food* yang terkenal karena kelezatan makanannya. Seorang pelanggan datang ke resto Saudara untuk memesam makanan. Tapi pesanan lama datannya, mulailah pelanggan protes dan marah-marah. Bagaimana cara Saudara menanganinya ?

i. Instruksi Kerja

Setelah membaca abstraksi nomor **h** selanjutnya ikuti instruksi kerja sebagai berikut:

Setelah membaca abstraksi nomor h selanjutnya ikuti instruksi kerja sebagai berikut:

1) Mengimplementasikan pelayanan prima atau *Excellent Service*
2) Kecepatan dalam melayani
3) Ketepatan dalam mengambil Keputusan
4) Keramahan kepada pelanggan
5) kenyamanan

j. Daftar Cek Unjuk Kerja Tugas I

NO	DAFTAR TUGAS/INSTRUKSI	POIN YANG DICEK	PENILAIAN	
			K	BK
1.	Mengimplematasikan pelayanan prima atau *Excellent Service* dapat tercapai.	- *Attitude* (sikap) - *ability* (kemampuan) - *attention* (perhatian) - *action* (Tindakan) - *Accountability* (tanggung jawab) - *Appearance* (penampilan) - *Sympathy* (simpati)		
2.	Kecepatan dalam melayani	- Ada kepastian waktu - Akurasi yang tepat		
3.	Ketepatan dalam mengambil keputusan	- Kejelasan - Tanggung jawab		
4.	Keramahan kepada pelanggan	- Kesederhanaan - Kesopanan		
5.	Kenyamanan	- Memuaskan pelanggan dengan pelayanan yang baik		

2. Tugas Praktik II

a. Judul Unit Kompetensi : Memberikan Layanan Prima Pelanggan

b. Kode Unit Kompetensi : N.821100.045.02

g. Elemen Kompetensi : Menerapkan unsur-unsur kualitas pelayanan prima.

h. Waktu Penyelesaian : 30 menit

i. Capaian Unjuk Kerja :

Setelah menyelesaikan tugas Menerapkan unsur-unsur kualitas pelayanan prima peserta mampu:

1) Menyingkapi saat menghadapi dan melayani konsumen
2) Kemampuan dalam menangani konsumen
3) Memberikan perhatian atas kepedulian terhadap pelanggan
4) Memberikan penampilan yang mencerminkan kualitas pelayanan
5) Memberikan tanggung jawab konsumen dalam mengatasi masalah.
6) Melakukan Tindakan nyata saat melayani konsumen

f. Daftar Alat/Mesin dan Bahan :

NO	NAMA BARANG	SPESIFIKASI	KETERANGAN
A.	ALAT		Setiap Peserta
1.	Alat tulis kantor	Pulpen, pensil dan penghapus	ma
2.	Mesin *Foto copy*		
3.	Telepon		
4.	Komputer		
B.	BAHAN		
1.	*Block Note*		

h. Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Keselamatan dan kesehatan kerja yang perlu dilakukan pada waktu melakukan praktik kerja ini adalah:

1) Bertindak berdasarkan sikap kerja yang sudah ditetapkan sehingga diperoleh hasil seperti yang diharapkan, jangan sampai terjadi kesalahan karena ketidak-telitian dan tidak taat asas.

2) Waktu menggunakan telepon dan alat lainnya mengikuti petunjuknya masing-masing yang sudah ditetapkan.

i. Standar Kinerja

1) Dikerjakan selesai tepat waktu, waktu yang digunakan tidak lebih dari yang ditetapkan.

2) Toleransi kesalahan 5% dari hasil yang harus dicapai, tetapi bukan pada kesalahan kegiatan kritis.

j. Tugas

Abstraksi **Tugas Praktik II**

Saudara adalah seorang Customer Service di suatu Bank ternama di Jakarta yaitu Bank “Surya Abadi”. Ada seorang pelanggan datang ke Bank karena ingin mencairkan deposito yang sudah jatuh tempo. Saat ini banyak sekali yang datang ke Bank. Sepertinya pelanggan tersebut tidak ingin terlalu lama menunggu. Apa Tindakan Saudara dalam menghadapi pelanggan tersebut.

k. Instruksi Kerjag

Setelah membaca abstraksi nomor **h** selanjutnya ikuti instruksi kerja sebagai berikut:

Setelah membaca abstraksi nomor h selanjutnya ikuti instruksi kerja sebagai berikut:

1) Menyingkapi saat menghadapi dan melayani konsumen
2) Kemampuan dalam menangani konsumen
3) Memberikan perhatian atas kepedulian terhadap pelanggan
4) Memberikan penampilan yang baik dalam mencerminkan kualitas pelayanan
5) Memberikan tanggungjawab konsumen dalam mengatasi masalah.
6) Melakukan Tindakan nyata saat melayani konsumen

I. Daftar Cek Unjuk Kerja Tugas II

NO	DAFTAR TUGAS/INSTRUKSI	POIN YANG DICEK	PENILAIAN	
			K	BK
1.	Menyingkapi saat menghadapi dan melayani konsumen	Memberikan pelayanan yang baik, ramah, simpatik dan profesional		
2.	Kemampuan dalam menangani konsumen	- Melakukan komunikasi yang baik - Memahami SOP dasar untuk menangani keluhan pelanggan		
3.	Memberikan perhatian atas kepedulian terhadap pelanggan	Memberikan perhatian dalam bentuk kepedulian terhadap kebutuhan, pertanyaan dan keluhan pelanggan		
4.	Memberikan penampilan yang baik dalam mencerminkan kualitas pelayanan.	- Memberikan penampilan yang mencerminkan kualitas serta kredibilitas pelayanan - Standar penampilan yang dibuat perusahaan		
5.	Memberikan tanggungjawab konsumen dalam mengatasi masalah	- Tanggungjawab yang diberikan kepada konsumen guna mengatasi keluhan, ketidakpuasan atau masalah lain - Dilakukan dengan sepenuh hati.		

6.	Melakukan tindakan nyata saat melayani konsumen	- Memberikan atensi terhadap kebutuhan atau keinginan pelanggan. - Dilanjutkan dengan Tindakan nyata untuk memastikan kebutuhan dan keinginan pelanggan		

3. Tugas Praktik III

a. Judul Unit Kompetensi : Memberikan Layanan Prima Pelanggan

b. Kode Unit Kompetensi : N.821100.045.02

j. Elemen Kompetensi : Memberikan pelayanan kepada pelanggan

k. Waktu Penyelesaian : 30 menit

l. Capaian Unjuk Kerja :

Setelah menyelesaikan tugas Memberikan pelayanan kepada pelanggan peserta mampu:

1) Memberikan fasilitas yang lebih extra
2) Pelayanan tidak bertele-tele
3) Membangun keakraban dengan pelanggan
4) Menerika kritik, saran dan keluhan
5) Meningkatkan kualita

g. Daftar Alat/Mesin dan Bahan :

NO	NAMA BARANG	SPESIFIKASI	KETERANGAN
A.	ALAT		Setiap Peserta
1.	Alat tulis kantor	Pulpen, pensil	

		dan penghapus	
2.	Mesin *Foto Copy*		
3.	Telepon		
4.	Komputer		
B.	BAHAN		
1.	Block Note		

k. Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Keselamatan dan kesehatan kerja yang perlu dilakukan pada waktu melakukan praktik kerja ini adalah:

1) Bertindak berdasarkan sikap kerja yang sudah ditetapkan sehingga diperoleh hasil seperti yang diharapkan, jangan sampai terjadi kesalahan karena ketidak-telitian dan tidak taat asas.

2) Waktu menggunakan telepon dan alat lainnya mengikuti petunjuknya masing-masing yang sudah ditetapkan.

l. Standar Kinerja

1) Dikerjakan selesai tepat waktu, waktu yang digunakan tidak lebih dari yang ditetapkan.

2) Toleransi kesalahan 5% dari hasil yang harus dicapai, tetapi bukan pada kesalahan kegiatan kritis.

m. Tugas

Abstraksi **Tugas Praktik III**

Saudara adalah seorang *receptionist* di Perusahaan asing yang bergerak di bidang Nikel. Saat ini banyak sekali telepon masuk dan tamu yang datang. Salah satu pelanggan tidak ingin menunggu lama karena beliau berkata ada urusan berikutnya. Dalam menghadapi masalah tersebut bagaimana Saudara menanganinya ?

m. Instruksi Kerja

Setelah membaca abstraksi nomor **h** selanjutnya ikuti instruksi kerja sebagai berikut:

Setelah membaca abstraksi nomor h selanjutnya ikuti instruksi kerja sebagai berikut:

1) Memberikan fasilitas yang lebih extra
2) Pelayanan tidak bertele-tele
3) Membangun keakraban dengan pelanggan

4) Menerika kritik, saran dan keluhan
5) Meningkatkan kualitas

n. Daftar Cek Unjuk Kerja Tugas I

NO	DAFTAR TUGAS/INSTRUKSI	POIN YANG DICEK	PENILAIAN	
			K	BK
1.	Memberikan fasilitas yang lebih exrtra	Pelanggan dapat diberikan jenis pelayanan yang ditawarkan		
2.	Pelayanan tidak bertele-tele	- Melayani secara jelas dan tepat - Berani menolak saat tidak dapat memenuhi permintaan pelanggan		
3.	Membangun keakraban dengan pelanggan	- Membangun tim yang bisa mendatangi pelanggan bisa lebih dekat - Sikap sopan dan ramah		
4.	Menerima kritik, saran dan keluhan	- Memberikan keterangan yang jujur -		
5.	Meningkatkan kualitas	- Tingkatkan kualitas produk dan jasa - Lakukan evaluasi		

1) Lembar Cek Hasil

No.	ASPEK YANG DINILAI	STANDAR KEBERTERIMAAN	CEKLIS	
			K	BK
1.				
2.				
3.				
4.				

F. LAMPIRAN

1. Kamus Istilah

B

Bahasa — Alat komunikasi ditempat kerja untuk menyampaikan atau menerima informasi dari orang lain, bahasa juga sebagai sarana informasi dalam pendidikan, dalam komunikasi dengan bahasa dan nada sebaiknya dilakukan dengan jelas, benar dan sopan.

Budaya — Segala hasil daya cipta rasa dan karya manusia yang dijadikan milik diri seseorang dalam masyarakat dengan cara belajar

K

Keinginan — Hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan tersebut.

Komunikasi — Suatu proses kegiatan penyampaian pesanatau informasi yang mengandung arti dari satu pihak kepada pihak lain dalam usaha untuk mendapatkan saling pengertian.

Komunikasi Tertulis

Komunikasi yang dilaksanakan dalam bentuk surat dan dipergunakan untuk menyampaikan berita yang sifatnya singkat, jelas tetapi

dipandang perlu untuk ditulis dengan maksud-maksud tertentu

Komunikasi Informatif
(*Informative communication)*

Suatu pesan yang disampaikan kepada seseorang atau sejumlah orang tentang hal-hal baru yang diketahuinya.

Komunikasi persuasif

Bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku komunikan yang lebih menekan sisi psikologis komunikan.

Konflik

Perjuangan mental yang disebabkan pikiran-pikiran, tindakan-tindakan, atau cita-cita yang berlawanan

Konsep bahasa

Alat untuk menyampaikan pikiran, Bahasa adalah alat untuk berinteraksi atau alat untuk berkomunikasi, dalam arti alat untuk menyampaikan pikiran, gagasan, konsep atau perasaan.

Konsultasi

Tindakan yang bersifat personal antara pihak yang memiliki masalah dengan pihak konsultan yang memberikan pendapat.

P

Pelanggan — Konsumen berupa pembeli ataupun pengguna jasa yang melakukan kegiatan pembelian ataupun penggunaan jasa secara berulang-ulang dikarenakan kepuasan yang diterimanya dari penjual ataupun penyedia jasa.

Pelanggan eksternal — Pelanggan yang secara aktif langsung mengonsumsi barang ataupun jasa yang mereka beli.

Pelanggan internal — Pelanggan yang tidak mengonsumsi suatu barang ataupun jasa secara langsung.

Permintaan pelanggan — Keinginan akan sesuatu yang didukung dengan kemampuan serta kesediaan membelinya.

Prosedur — Langkah-langkah suatu aktivitas atau kegiatan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan

2. Referensi

----------, Materi Pembelajaran, Diklat Instruktur Berbasis Kompetensi: Bidang Metodologi Pelatihan, *Unit Kompetensi Merancang Penyajian Materi Pembelajaran, Kode Unit: D1*, Buku Informasi, Depnakertrans, Ditjen Binalattas, Dit Intala, 2007.

----------,*Materi Pelatihan Tenaga Teknis Pengembangan BLIP: Lesson Plan*, VEDC/PPPGT 1999, Malang

The Essentials of Language Teaching, PLANNING A LESSON, *www.nclrc.org/essentials A project of the National Capital Language Resource Center ©2003-2007*

American Federation of Teachers, Teacher Resorces: Managing Your First Day of School, www.aft.org

http://apkexcellent.blogspot.co.id/2013/06/konsep-dasar-pelayanan-prima.html

http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/kualitas-pelayanan-dimensi-dan-cara-mengukurnya

https://studentpreneur.co/blog/5-cara-mudah-memahami-kebutuhan-pelanggan/

http://kenalmanajemen.blogspot.co.id/2013/02/membangun-hubungan-dengan-pelanggan.html)

https://teukumundasir.wordpress.com/2016/04/17/contoh-makalah-bahasa-dan-sikap-berbahasa/

3. **Unit Kompetensi**

Acuan Standar Kompetensi Kerja

Materi modul pelatihan ini mengacu pada unit kompetensi terkait yang disalin dari Standar Kompetensi Kerja Subgolongan Jasa Pendidikan Lainnya Pemerintah dengan uraian sebagai berikut:

KODE UNIT : **N.821100.045.02**

JUDUL UNI : **Memberikan Layanan kepada Pelanggan**

DESKRIPSI UNIT : Unit ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam memberikan jasa layanan kepada pelanggan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menerapkan konsep pelayanan prima dan prinsip-prinsip pelayanan.	1.1 Konsep pelayanan diindentifikasi sesuai kebutuhan. 1.2 Prinsip-prinsip pelayanan prima diterapkan sesuai dengan SOP organisasi.
2. Menerapkan unsur-unsur pelayanan prima.	2.1 Unsur-unsur kualitas pelayanan prima diterapkan. 2.2. Kualitas pelayanan ditingkatkan secara efektif dan efisien.

3. Memberikan pelayanan kepada pelanggan.	3.1 Kebutuhan Pelayanan diindentifikasi sesuai SOP 3.2 Keluhan pelanggan ditangani sesuai dengan prosedur organisasi. 3.3 Hubungan dengan pelanggan dibangun untuk memberikan pelayanan yang maksimal sesuai dengan kebutuhan pelanggan. 3.4 Bahasa dan sikap yang baik digunakan sesuai SOP.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

1.1 Unit ini berlaku untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan pada seluruh sektor industri.

1.2 Khususnya pelayanan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang berkaitan dalam mempromosikan hasil produksi atau pelayanan jasa unit secara rutin.

1.3 Keluhan pelanggan dapat berupa :

1.3.1 Kebutuhan informasi tentang organisasi

1.3.2 Janji temu

1.3.3 Respon terhadap surat

1.3.4 Keluhan

1.4. Kebutuhan pelanggan bisa termasuk tetapi tidak terbatas pada

1.4.1 Berbicara dengan pelanggan

1.4.2 mendapatkan umpan balik dari rekan kerja di bagian pengantaran.

1.4.3 Menganalisa persaingan di luar.

1.4.4 Menganalisa kecenderungan pasar dan industri.

2. Peralatan dan perlengkapan

1.1. Peralatan

2.1.1 Mesin *photo copy*

2.1.2 Telepon

2.1.3 Komputer

2.2 Perlengkapan

2.1.1 Alat tulis kantor

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

4.2.1 SOP organisasi

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

   1.1 Unit ini bisa dinilai pada saat bekerja di tempat kerja maupun secara simulasi.

   1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan kombinasi metode: demontrasi, lisan, tertulis dan atau portofolio

   1.3 Bagi pelatihan kejuruan sebaiknya memberikan pelatihan yang mempertimbangkan konteks industry secara menyeluruh tanpa bias pada sektor tertentu. Variasi situasi akan dapat membantu dalam hal ini. Pelatihan untuk sektor tertentu materinya dapat disesuaikan dengan kebutuhan sektor tersebut.

2. Persyaratan kompetensi

   (Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan

   3.1 Pengetahuan

      3.1.1 Konsep-konsep Pelayanan Prima dan Prinsip-prinsip Dasar Pelayanan.

      3.1.2 Unsur-unsur dari Pelayanan Prima

      3.1.3 Kualitas Pelayanan Prima

   3.2 Keterampilan

      3.2.1 Cara kerja dalam berkomunikasi dengan pelanggan dan penggunaan Bahasa dengan tata Bahasa yang baik dan benar, baik dalam Bahasa Indonesia maupun asing.

3.2.2 Cara menggunakan media komunikasi dengan pelanggan secara tepat dan efiesien.

4. Sikap kerja yang diperlukan

4.1 Komunikasif

4.2 Responsif

5. Aspek kritis

5.1 Kemampuan menerapkan prinsip-prinsip pelayanan prima sesuai dengan SOP organisasi.

5.2 Kemampuan membangun hubungan dengan pelanggan untuk memberikan pelayanan yang maksimal sesuai dengan kebutuhan pelanggan.