

## Coaching Kualitas Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Pada Jasa Service Handphone”Ricky Cellindo”

Retno Budi Lestari<sup>1</sup>, Yulizar Kasih<sup>2</sup>, Herry Widagdo<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen, Universitas MDP

E-mail: [retno@mdp.ac.id](mailto:retno@mdp.ac.id)<sup>1</sup>, [yulizar@mdp.ac.id](mailto:yulizar@mdp.ac.id)<sup>2</sup>, [herry@mdp.ac.id](mailto:herry@mdp.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah untuk memberikan pemahaman, serta wawasan kepada peserta pelatihan tentang pentingnya kualitas pelayanan untuk sebuah usaha serta strategi kualitas layanan yang efektif bagi mitra sebagai strategi untuk pertumbuhan usaha. Dalam upaya agar tujuan dan manfaat/target dapat tercapai maka mekanisme pelaksanaan kegiatan pengabdian dibagi menjadi empat tahap yaitu tahap persiapan, tahap analisis situasi dan permasalahan, tahap solusi permasalahan dan tahap implementasi kegiatan. Pendekatan yang digunakan untuk setiap tahap adalah partisipatif yang dilaksanakan dengan observasi, wawancara dan FGD. Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah Inovasi pada jasa perbaikan handphone berupa prosedur layanan, membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan serta meningkatkan pendapatan dari pemilik usaha.

**Kata kunci:** *coaching*; kualitas pelayanan, strategi pemasaran

### 1. PENDAHULUAN

Jasa atau biasa disebut pelayanan (*service*) adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat atau tidak terkait dengan produk fisik (Kotler & Armstrong, 2015).

Peneliti *Institute for Development of Economics and Finance* (Indef), Andry Satrio Nugroho, mengatakan, saat ini ekonomi Indonesia sudah mengarah pada sektor jasa. Bahkan sejak lima tahun terakhir, pertumbuhan sektor jasa jauh lebih tinggi dibandingkan sektor Industri. Konsekuensinya, struktur lapangan usaha terhadap PDB di sektor *tradable* semakin menurun (Herman).

Dengan meningkatkan pertumbuhan teknologi digital menyebabkan penggunaan smartphone semakin besar, tercatat Indonesia menempati posisi keempat negara di dunia dengan 160,23 juta pengguna smartphone. Penetrasi

smartphone di dalam negeri telah mencapai 58,6% dari total populasi ([databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)).

Terlebih lagi dengan adanya pandemi Covid 19 mendorong penggunaan Smartphone meningkat dikarenakan adanya kebijakan social distancing yang berimbas pada kebijakan *Work From Home* (WFH) serta pembelajaran daring/online. Fenomena di atas mendorong munculnya jasa komplementer yaitu service /perbaikan smartphone yang bertambah banyak. Salah satu jasa perbaikan smartphone adalah “Ricky Cellindo”, di Kota Palembang.

Jasa yang disediakan adalah service smartphone, dan menjual asesorisnya seperti tempered glass, baterai dan layar anti gores. Pemilik usaha adalah Ricky Estrada menjelaskan sejarah berdirinya usaha yaitu sekitar awal tahun 2018. Dengan menempati toko yang disewa luas 4 x 7 meter. Ricky memiliki 2 orang karyawan sebagai teknisi. Dalam masa pandemi Covid 19 omset usaha mengalami kenaikan. Ricky sebagai pemilik usaha berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk memuaskan pelanggan.

## Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat

Ricky juga berencana untuk memperbesar usaha. Maka Kami dari tim Pengabdian masyarakat Program Studi Manajemen berencana untuk mengadakan sesi berbagi atau coaching bagaimana membangun service excellence atau pelayanan yang prima untuk usaha Ricky Cellindo dengan tujuan untuk mengembangkan usaha.

### 2. METODE PELAKSANAAN

Penerapan kualitas pelayanan prima sangat penting dilakukan pada usaha jasa seperti jasa service Handphone dimana nilai (*value*) utama yang ditawarkan kepada pelanggan adalah kualitas hasil service handphone. Solusi untuk permasalahan mitra akan coba dilakukan dengan coaching yaitu proses membuka kunci potensi seseorang untuk memaksimalkan kinerjanya. Ia lebih merupakan proses membantu seseorang belajar alih alih mengajarnya (Yuliawan, 2016).

Agar metode coaching dapat efektif, maka pendekatan yang diterapkan melalui partisipatif dan *Focus Group Discussion* (FGD) diikuti dengan wawancara dimana tim akan lebih banyak menggali informasi dan permasalahan serta berdiskusi dengan mitra sasaran tentang permasalahan dan solusi yang dapat diambil.

Sasaran atau subyek dalam kegiatan pengabdian kali ini adalah pelaku UMKM Jasa Service handphone Ricky Cellindo dan karyawannya. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pada gerai Ricky Cellindo, dengan rincian waktu dan tempat sebagai berikut:

Hari/Tanggal: Sabtu, 27 November 2022

Tempat/Lokasi: Gerai Ricky Cellindo  
Jalan R.A Abusamah Simpang  
lima Lebong Siarang

Waktu: Pukul 09.00 s/d 12.00

Peserta: Pemilik dan Karyawan

Rincian kegiatan pengabdian masyarakat terbagi menjadi empat tahap, yaitu :

- Tahap persiapan  
Pada tahap persiapan beberapa kegiatan yang dilakukan oleh tim pelaksana kegiatan adalah meliputi sosialisasi dan survey ke lokasi dan pemilik usaha Ricky Cellindo yaitu sdr. Ricky Estrada beserta dua orang karyawan. Sosialisasi bertujuan untuk menjelaskan tentang maksud, tujuan, manfaat serta teknis pelaksanaan kegiatan pengabdian. Kemudian dilanjutkan dengan penyusunan proposal kegiatan serta berbagai kelengkapan administratif lainnya seperti surat tugas.

Hal lain yang sangat penting untuk dipersiapkan adalah materi pelatihan yang terdiri dari dua topik.

- Tahap analisis situasi dan permasalahan  
Subyek atau sasaran dalam kegiatan pengabdian adalah para pemilik gerai Ricky Cellindo dan dua orang karyawan. Dari tahap survey yang telah dilakukan dapat dianalisis permasalahan/kelemahan pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Usaha yang masih baru didirikan sekitar 3 tahun memerlukan tahap pengembangan strategi pemasaran.
2. Gerai yang kecil dan lay out yang belum rapi.
3. Dorongan kebutuhan akan teknologi digital beserta turunannya akan sangat memerlukan prosedur pada layanan.

- Tahap Solusi Permasalahan  
Dari identifikasi permasalahan pada tahap sebelumnya, maka didapatkan beberapa alternative solusi, yaitu :

1. Usaha Ricky Cellindo perlu melakukan strategi pengembangan usaha untuk misal dengan melakukan perluasan lini pada penyediaan kebutuhan assecories /

## Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat

perlengkapan handphone disamping jasa service yang utama.

2. Merapikan atau melakukan penataan ulang pada layout
3. Jasa layanan yang utama sangat memerlukan prosedur dalam pelayanan serta responsivitas, kepedulian dari personel karyawan.

### - Tahap Implementasi Kegiatan

Implementasi kegiatan dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah disepakati bersama yaitu pada hari Sabtu, 27 November 2022, pukul : 09.00 – 12.00.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

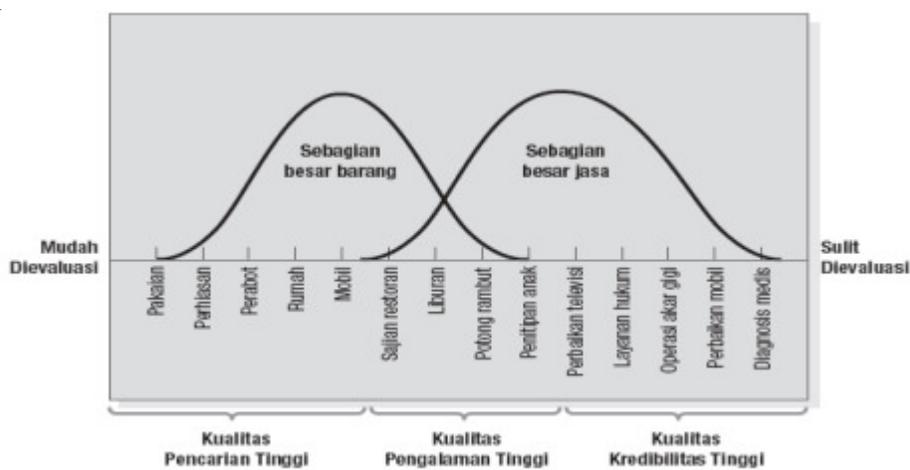
1. Retno Budi Lestari, S.E, M.Si: Menyampaikan materi tentang strategi bauran pemasaran jasa
2. Dr. Yulizar Kasih, SE, M.Si dan: Menyampaikan materi tentang inovasi pada proses jasa /layanan
3. Herry Widagdo, ST, M.Si: Menyampaikan materi tentang pentingnya inovasi jasa pada keunggulan sebuah bisnis.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan *Coaching* diawali dengan pemahaman tentang Jasa yang membedakan dengan produk. Materi pertama disampaikan oleh Retno Budi Lestari. Jasa dapat didefinisikan sebagai semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat atau tidak terkait dengan produk fisik (Kotler dan Armstrong, 2015).

Pada jasa service “Ricky Cellindo” usaha utama adalah service berbagai jenis handphone dengan disertai penjualan sparepart dan aksesori Handphone. Karakteristik Jasa adalah:

1. Tak Berwujud (*intangible*) : Jasa bersifat tidak berwujud, sehingga Perusahaan jasa dapat mendemonstrasikan kualitas jasa mereka melalui bukti fisik dan sarana yang digunakan
2. Tak terpisahkan (*inseparable*), jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi sekaligus.
3. Bervariasi (*Variability*), Kualitas jasa tergantung pada penyedia, lokasi, waktu dan konsumen sehingga sangat bervariasi.
4. Dapat musnah (*perishable*), Jasa tidak dapat disimpan sehingga musnahnya jasa dapat menjadi masalah ketika permintaan berfluktuasi.



Gambar 1. Skala Evaluasi Berbagai Jenis Produk

## Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat

Kategori bauran pemasaran jasa dapat digambarkan sebagai sebuah kontinum dimana satu ujung adalah Barang berwujud murni dan di ujung yang berlawanan adalah jasa murni.

1. Barang berwujud murni (*pure tangible goods*) seperti sabun atau pasta gigi.
2. Barang berwujud yang disertai jasa (*tangible goods with accompanying services*), seperti industri mobil & komputer
3. Hibrida (*hybrid*), seperti restoran
4. Jasa utama disertai barang dan jasa kecil (*major service with accompanying minor goods and services*) seperti transportasi
5. Jasa murni (*pure service*) seperti psikoterapi

Materi kedua adalah inovasi pada jasa dan keunggulan sebuah bisnis disampaikan oleh Herry Widagdo dan Dr. Yulizar Kasih.

Sebuah usaha jasa dikatakan memiliki pelayanan prima (*Service excellence*) jika memenuhi beberapa karakteristik:

1. Tangible Segala sesuatu yang ada meliputi penampilan fisik, perlengkapan, penampilan pegawai dan sarana komunikasi. Dalam penerapannya walaupun gerai Ricky Cellindo berukuran kecil, namun penting tetap memperhatikan kerapian dari lay out fasilitas dan display barang dagangan. Selain itu karyawan harus menjaga kerapian dalam berpakaian termasuk penggunaan alas kaki.
2. Reliability, Meliputi pemenuhan janji pelayanan dengan segera, akurat dan memuaskan dari perusahaan. Dalam pelayanan service handphone sangat penting dan paling krusial adalah menepati janji penyelesaian jasa beserta jenis kerusakan. Bisnis jasa mendasarkan pada kepercayaan, sehingga jika pelanggan Ricky Cell merasa sudah dikecewakan, maka akan sulit untuk menjaga kepuasan pelanggan.

3. Responsiveness, Ketanggapan para karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan layanan secara cepat dan tanggap. Setiap berinteraksi dengan pelanggan adalah penting untuk memberikan respon dengan cepat ketika pelanggan datang untuk menunggu. Apa yang dibutuhkan oleh pelanggan harus diperhatikan dengan baik. Responsivitas dapat dioptimalkan dengan penggunaan
4. Assurance, jaminan kepada konsumen mencakup kemampuan, kesopansantunan dan sifat dapat dipercaya oleh para karyawan, bebas dari bahaya atau resiko keragu-raguan. Untuk membangun kredibilitas bisnis penting untuk membekali karyawan dengan keahlian dalam perbaikan segala jenis Handphone/gadget.
5. Emphaty, Ketetapan memperdulikan serta perhatian secara pribadi ke konsumen seperti jam kerja, perhatian dalam pelayanan, menjadikan konsumen tertarik kepada perusahaan dan kebutuhan konsumen. Bisnis jasa sangat membutuhkan kepedulian, maka baik dari pemilik gerai maupun karyawan harus memiliki kepedulian, keahlian berkomunikasi dan perhatian dalam pelayanan.



**Gambar 2. Kegiatan Coaching Dengan Peserta**

## Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat



**Gambar 3. Kegiatan Coaching Dengan Peserta**

Kualitas jasa tergantung pada penyedia, lokasi, waktu dan konsumen sehingga sangat bervariasi dalam penyampaian.

Maka solusi yang diberikan melalui pelatihan adalah sebagai berikut:

1. Menerapkan kualitas pelayanan yang prima (*service excellence*), seperti yang telah diuraikan di atas ada lima komponen untuk membangun kualitas layanan. Strategi ini sangat penting karena kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan.
2. Memuaskan karyawan dan pelanggan sekaligus. Pemilik usaha harus memperhatikan kesejahteraan karyawannya, memberikan minimal kompensasi, memberikan kesempatan bagi karyawan untuk menempuh pendidikan lanjut dengan tetap memperhatikan waktu kerja.
3. Mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk meningkatkan informasi melalui word of mouth, sekaligus sebagai media promosi. Selain itu media sosial dapat digunakan untuk memonitor kepuasan pelanggan.

4. Mendiferensiasikan jasa, strategi ini dapat dilakukan dengan memberikan layanan paket jasa. Misal menggabungkan layanan paket jasa dengan penjualan produk.

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### 4.1 Kesimpulan

Dalam upaya mengembangkan usahanya, maka pemilik Ricky Cellindo dapat mengimplementasikan beberapa alternative strategi yaitu pertama menerapkan kualitas pelayanan yang unggul yang dapat berdampak langsung pada kepuasan pelanggan. Maka pemilik usaha Ricky Cellindo dapat meningkatkan kualitas pelayanan melalui lima dimensi penentu kualitas layanan seperti *Tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *Assurance* dan *Empathy*. Kedua adalah memuaskan karyawan dan pelanggan, ketiga mengoptimalkan penggunaan media sosial dan mendiferensiasikan jasa.

### 4.2 Saran

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian, disarankan bagi mitra untuk dapat mengimplementasikan atau meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk kedepannya kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilanjutkan dengan lebih melibatkan akademisi, mahasiswa dan praktisi untuk memonitor perkembangan usaha dan tercapainya sasaran program pengabdian.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana dalam kesempatan ini mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam pelaksanaan kegiatan ini:

- 1) Rektor Universitas Multi Data Palembang yang telah memberikan izin dan dukungannya.

## Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat

- 2) Kepala LPPM Universitas Multi Data Palembang yang selalu memberikan dorongan dalam kegiatan pengabdian.
- 3) Pemilik Usaha Rangka Furniture Bapak Iwan dan seluruh karyawan untuk kesempatan yang telah diberikan.
- 4) Serta pihak lain, khususnya yang telah membantu dalam pengadaan peralatan yang dibutuhkan, yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Herman, 2020. Online <https://www.beritasatu.com/ekonomi/599075/indef-sebut-ekonomi-indonesia-mengarah-ke-sektor-jasa>
- [2] Kotler, Philip dan Gerry Armstrong. 2015. Principles of Marketing. Edisi 15. Global Edition, Pearson
- [3] Yuliawan, T. P. 2016. Coaching Psychology: Sebuah Pengantar. *Buletin Psikologi*, 19(2), 45-54.