



PT. SEKALA BIRU AMERTA

Kawasan Industri dan Pergudangan Safe n Lock Blok AE 5502
Jl Veteran Lingkar Timur KM 5.5, Pucanganom Sidoarjo 61217
Phone: +62 31 9971945, +62 82110007316 Fax. +62 31 3554845

Nomor : 251/SBA/XI/2024

Sidoarjo, 02 November 2024

Perihal : Permohonan Pemateri

**Kepada Yth.
Rektor Universitas IPWIJA
Di Tempat**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Salam sejahtera kami sampaikan, semoga Bapak Rektor dan Keluarga Besar IPWIJA selalu dalam lindungan Allah S.W.T, serta sukses menjalankan aktivitas sehari-hari di UNIVERSITAS IPWIJA.

PT. Sekala Bumi Amerta memiliki komitmen dalam mewujudkan Pasar Global dalam meningkatkan pelayanan. Untuk itulah kami menyelenggarakan **Workshop dengan tema "Mewujudkan Pelayanan Prima"**. Kami memohon kepada Bapak untuk mendelegasikan :

- 1. Ibu Siti Mahmudah, M.M.**
- 2. Ibu Esti Handayani, M.M.**
- 3. Bapak Muhamad Asari, M.M.**

Sebagai narasumber/ pembicara workshop tersebut, yaitu pada :

Hari, Tanggal : Rabu, 13 November 2024

Pukul : 09.00 – 17.00 wib

Tempat : Pergudangan Safe N Lock Blok AE 5502, Sidoarjo

Demikian undangan kami, semoga menjadi perhatian Bapak dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih. Wassalamualaikum wr wb.

Hormat Kami,


PT. SEKALA BIRU AMERTA
LUTFI ADI WIJAYA
Direktur



UNIVERSITAS IPWIJA

SK Kemendikbudristek RI No. 627/E/O/2022

Jl. H. Baping No.17 Kel. Susukan, Kec. Ciracas

Jakarta Timur. 13750 Telp. 021-22819921

E-mail : contact@ipwija.ac.id <https://ipwija.ac.id>

 UNIVERSITAS IPWIJA

SURAT TUGAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

No: 192/IPWIJA.LP2M/PkM-00/2024

Berdasarkan Surat Edaran Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Semester Ganjil 2024/2025 No.142/IPWIJA.LP2M/PkM-00/2024 tanggal 2 September 2024 dan surat permohonan dari PT. Sekala Bumi Amerta No. 251/SBA/XI/2024 tanggal 2 November 2024 perihal permohonan Narasumber, Pendamping dan Pemberi Materi, dengan ini Kepala LP2M Universitas IPWIJA menugaskan:

1. Dra. Siti Mahmudah, M.M. (NIDN: 0321076901)
2. Esti Handayani S.E., M.M. (NIDN: 0301087104)
3. Drs. Muhamad Asari, M.M. (NIDN: 0325126701)

Untuk menjadi Narasumber dalam kegiatan yang akan dilaksanakan pada:

Hari / tanggal : Rabu, 13 November 2024
Waktu : 09.00 – 17.00 wib
Tempat : Pergudangan Safe N Lock Blok AE 5502, Sidoarjo
Tema : “Mewujudkan Pelayanan Prima.”

Setelah pelaksanaan kegiatan Dosen yang ditugaskan diwajibkan membuat Laporan Pelaksanaan Kegiatan kepada pemberi tugas (LP2M Universitas IPWIJA). Mohon bantuan penanggungjawab kegiatan membantu menyediakan berkas yang diperlukan untuk pembuatan laporan pelaksanaan kegiatan.

Demikian Surat Tugas ini disampaikan untuk dapat dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Jakarta, 8 November 2024




Dr. Ir. Titing Widyastuti, M.M.
Kepala LP2M Universitas IPWIJA



PT. SEKALA BIRU AMERTA

Kawasan Industri dan Pergudangan Safe n Lock Blok AE 5502
Jl Veteran Lingkar Timur KM 5.5, Pucanganom Sidoarjo 61217
Phone: +62 31 9971945, +62 82110007316 Fax. +62 31 3554845

Nomor : 252/SBA/XI/2024

Sidoarjo, 13 November 2024

Perihal : Ucapan Terimakasih

**Kepada Yth.
Rektor Universitas IPWIJA
Di Tempat**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Salam sejahtera kami sampaikan, semoga Bapak dan keluarga senantiasa berada dalam lindungan Allah S.W.T, serta sukses menjalankan aktivitas sehari-hari.

Bersama ini kami mengucapkan terima kasih kepada **Rektor Universitas IPWIJA** yang telah mendelegasikan :

- 1. Ibu Siti Mahmudah, M.M.**
- 2. Ibu Esti Handayani, M.M.**
- 3. Bapak Muhamad Asari, M.M.**

Sebagai narasumber/ instruktur workshop tentang : "**Mewujudkan Pelayanan Prima**" pada :

Hari,Tanggal : Rabu, 13 November 2024

Pukul : 09.00 – 17.00 wib

Tempat : Pergudangan Safe N Lock Blok AE 5502, Sidoarjo

Semoga kebaikan dan amal baik Bapak diterima dan dibalas oleh Allah Swt. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

PT. SEKALA BIRU AMERTA
LUTFI ADI WIJAYA
Direktur

PELAYANAN PRIMA DI BIDANG JASA

ESTI HANDAYANI, SE., MM.

PKM 2024.1 - 13 November 2024

UNIVERSITAS IPWIJA

Proses Manajemen Layanan Jasa

- Proses manajemen merupakan seperangkat kegiatan-kegiatan yang digunakan oleh manajemen untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang meliputi, planning, organizing, actuating dan evaluation. Adapun fungsi-fungsi manajemen dalam menerapkan layanan jasa:



- **1. Perencanaan Layanan Jasa**

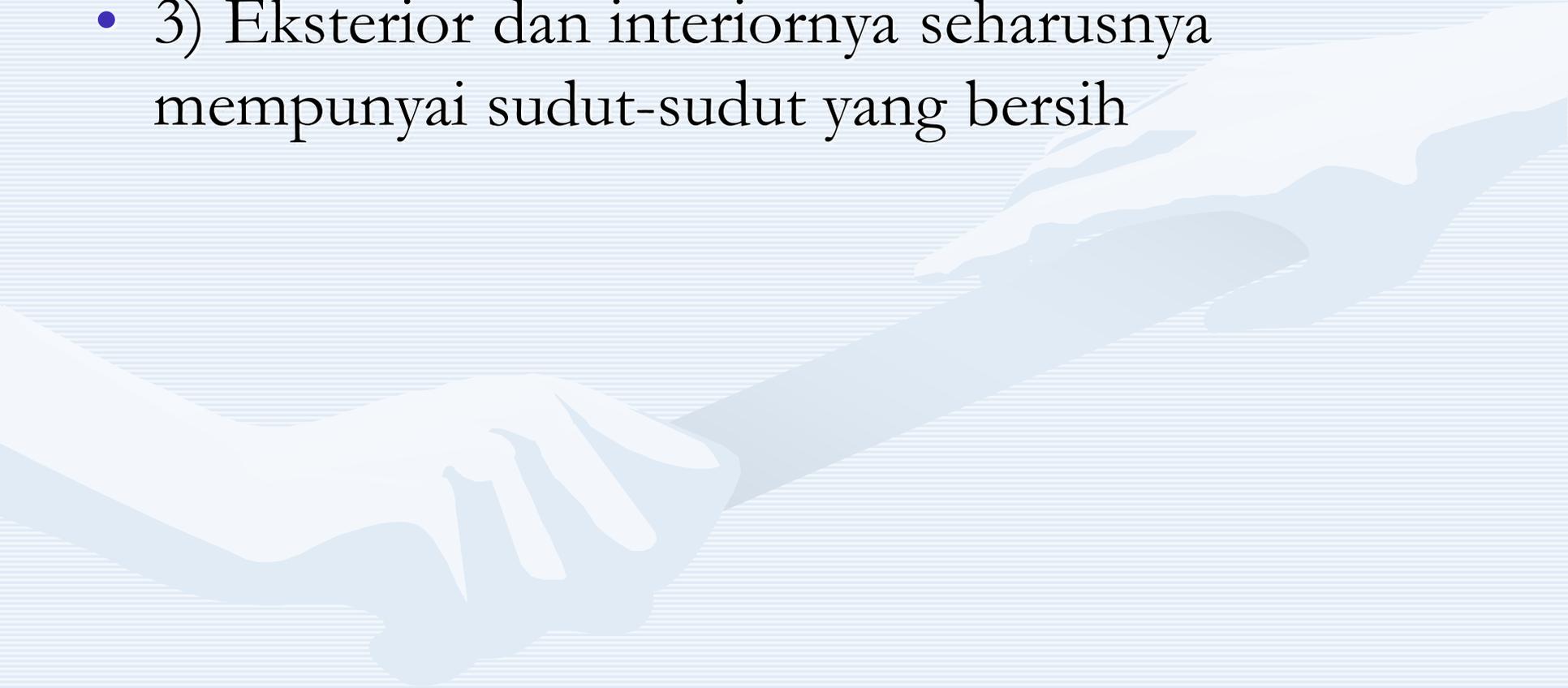
- Bagi konsumen, ketidakpastian dalam pembelian jasa relatif tinggi, dikarenakan terbatasnya karakteristik fisik yang tidak dapat dievaluasi oleh para konsumen (*search qualities*). Untuk mengurangi ketidakpastian ini, maka para konsumen akan mencari bukti mutu dari layanan jasa yang diberikan oleh penyedia jasa, di antaranya mereka akan menarik kesimpulan mengenai jasa yang ditawarkan (produk), tempat (*place*), harga (*price*), promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) dan proses (*process*) atau yang biasa disebut dengan 7P.

- Untuk itu, penyedia jasa membuat perencanaan mengenai **7P** untuk meminimalisir ketidakpastian konsumen dalam membeli jasa yang ditawarkan, di antaranya:
 - **a. Produk jasa yang ditawarkan (*product*)**
 - Menurut Kotler, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, dicari, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

- Menurut Keegan produk adalah koleksi sifat-sifat fisik, jasa dan simbolik yang menghasilkan kepuasan, manfaat, bagi seorang konsumen atau pembeli.
- Produk dalam konteks jasa di lembaga bisnis pendidikan adalah layanan jasa yang ditawarkan oleh lembaga berupa layanan jasa yang variatif, sekiranya jasa yang ditawarkan merupakan kebutuhan atau keinginan dari para konsumen

- **b. Tempat (*place*)** *Place* adalah letak lokasi yang mempunyai peran yang sangat penting, karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang dipersepsikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan.
- Dalam hal ini penyedia jasa perlu mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut: 1) Akses yaitu kemudahan mencapai lokasi.

- 2) Visibilitas yaitu lembaga tersebut dapat terlihat dengan jelas keberadaannya fisiknya.
- 3) Eksterior dan interiornya seharusnya mempunyai sudut-sudut yang bersih



- **c. Harga (*price*)** Harga merupakan elemen yang sejajar dengan mutu produk, dimana apabila mutu dari suatu produk baik, maka harga yang ditetapkan akan lebih tinggi sepanjang dirasa dalam batas jangkauan konsumen. Akan tetapi ketika hendak menentukan harga maka harus mempertimbangkan terhadap sasaran yang hendak dicapai.

- **d. Promosi (*promotion*)** Promosi merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk atas lembaga dan produknya agar konsumen bersedia menerima, membeli, dan loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh lembaga tersebut. Aktivitas ini tentang bagaimana memberitahu kepada konsumen tentang keberadaan suatu produk jasa. Aspek yang harus dipertimbangkan dalam promosi ialah membuat iklan, promosi penjualan, publisitas.

- **e. Orang (*people*)** menurut Zeithaml and Bitner, *people* adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Elemen-elemen dari *people* ini adalah karyawan dan konsumen dalam lingkungan lain. Semua sikap atau tindakan karyawan, bahkan cara berpakaian dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa.

- **f. Bukti fisik (*physical evidence*)** Bukti fisik (*physical evidence*) merupakan sarana prasarana yang mendukung proses penyampaian jasa sehingga akan membantu tercapainya janji lembaga kepada para konsumennya. Sarana fisik ini merupakan suatu hal yang secara nyata akan mempengaruhi keputusan para konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang telah ditawarkan.

- **g. Proses (*process*)**, proses penyampaian jasa ini merupakan inti dari seluruh pelaksanaan pelayanan terhadap jasa yang ditawarkan oleh para konsumen. Kualitas dalam seluruh elemen diatas menjadi hal yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan proses pembelajaran sekaligus bahan evaluasi terhadap pengelolaan lembaga bisnis dan citra yang terbentuk akan membentuk sirkulasi dalam merekrut para konsumen.

- **2. Pengorganisasian Layanan Jasa**
- Pengorganisasian layanan jasa merupakan proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan didesain dalam sebuah struktur organisasi yang tepat dan tangguh, sistem dan lingkungan organisasi yang kondusif dan dapat memastikan bahwa semua pihak yang terlibat dalam organisasi dapat bekerja secara efektif dan efisien guna pencapaian tujuan organisasi tentang memberikan layanan jasa yang baik untuk pelanggan atau konsumen.

Berikut ini beberapa kegiatan yang dilakukan dalam pengorganisasian layanan jasa adalah sebagai berikut

- a. Menglokasikan sumber daya, merumuskan dan menetapkan tugas, dan menetapkan prosedur yang diperlukan.
- b. Menetapkan struktur organisasi yang menunjukkan adanya garis kewenangan dan tanggung jawab.
- c. Kegiatan penempatan sumber daya manusia pada posisi yang paling tepat, sesuai dengan bidangnya.

- **3. Pelaksanaan Layanan Jasa**

- Menurut Tjiptono, menyimpulkan bahwa ada lima dimensi ServQual (*Service Quality*) yang dipakai untuk mengukur kualitas dalam pelaksanaan pelayanan jasa, yaitu:
 - **a. *Tangibles*** merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi tangibles ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa.

- Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak image perusahaan. Jadi yang dimaksud dengan dimensi *tangibles* adalah suatu lingkungan fisik di mana jasa disampaikan dan di mana perusahaan dan konsumennya berinteraksi dan komponen-komponen *tangibles* akan memfasilitasi komunikasi jasa tersebut. Komponen-komponen dari dimensi *tangibles* meliputi penampilan fisik seperti gedung, ruangan *front-office*, tempat parkir, kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, dan penampilan karyawan.

- **b. *Reliability*** atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi reliability ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

- *c. Responsiveness* atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk di dalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera.

- Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

- **d. Assurance** atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap risiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa.



- e. Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (aces) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

- **4. Evaluasi Layanan Jasa**

- Dalam hal ini, evaluasi layanan jasa sangat erat kaitannya terhadap kualitas produk jasa yang telah ditawarkan kepada konsumen dan bagaimana tanggapan dari konsumen tentang kepuasan terhadap produk jasa yang telah ditawarkan. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan suatu perusahaan.