



## Psikoedukasi Pada Karyawan Coffee Shop Ruang Publik Dalam Upaya Pemberian Pelayanan Prima Pada Konsumen

### *Psychoeducation For Coffee Shop Employees Ruang Publik In An Effort To Provide Excellent Service To Consumers*

Rodia Afriza<sup>1</sup>; Rahmat Syaibani<sup>2</sup>; Fenty Zahara Nasution<sup>3</sup>

Fakultas Psikologi Universitas Potensi Utama

E-mail : [rodiaafriza@gmail.com](mailto:rodiaafriza@gmail.com)<sup>1</sup>; [rahmatsyaibani14@gmail.com](mailto:rahmatsyaibani14@gmail.com)<sup>2</sup>;  
[fentynasution19@gmail.com](mailto:fentynasution19@gmail.com)<sup>3</sup>

#### Article History:

Received:

January 31, 2024

Accepted:

February 29, 2024

Published:

February 29, 2024

**Keywords:** Psychoeducation, Coffee Shop Employees, Public Spaces, Excellent Service

**Abstract:** This One way for a company to survive in the midst of increasingly fierce competition is to provide satisfactory service to consumers. Consumers who feel their needs are being met will not move to another place. Therefore, the company must have employees who are ready to provide excellent service or what is commonly referred to as excellent service to consumers. In providing excellent service as an effort to achieve customer satisfaction and loyalty, the company that provides services can be guided by the service excellence variables, namely: Ability, Attitude, Appearance, Attention. ), Action (Action), Responsibility (Accountability). The application of the principles of excellent service aims to improve service to customers or consumers so that they are more optimal and able to achieve company goals.

**Abstrak:** Salah satu cara agar sebuah perusahaan tetap bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat adalah dengan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Konsumen yang merasa kebutuhannya terpenuhi tidak akan berpindah ke lain tempat. Oleh karena itu perusahaan harus memiliki karyawan yang siap memberikan pelayanan yang prima atau yang biasa disebut dengan service excellent kepada konsumen. Dalam memberikan pelayanan yang prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan, pihak perusahaan yang menyediakan jasa dapat berpedoman pada variabel pelayanan prima (service excellence), yakni: Kemampuan (Ability), Sikap (Attitude), Penampilan (Appearance), Perhatian (Attention), Tindakan (Action), Tanggung Jawab (Accountability). Penerapan prinsip-prinsip pelayanan prima bertujuan untuk meningkatkan pelayanan pada pelanggan atau konsumen agar lebih maksimal dan mampu mencapai tujuan perusahaan.

**Kata kunci :** Psikoedukasi, Karyawan Coffee Shop, Ruang Publik, Pelayanan Prima

## PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan dunia bisnis semakin pesat, hal ini ditandai dengan banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang tumbuh dan memasuki pasar jasa. Banyak perusahaan baru yang menghasilkan produk jasa yang hampir sejenis, dampaknya adalah semakin banyak produk jasa yang ditawarkan dalam bentuk pelayanan yang beragam. Kondisi tersebut membuat pelanggan/konsumen dihadapkan kepada alternatif pilihan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya. Sementara pada pihak perusahaan dihadapkan dengan persaingan yang semakin ketat dalam mendapatkan pelanggan.

Kepuasan menurut Kotler (2008) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil)

\* Rodia Afriza, [rodiaafriza@gmail.com](mailto:rodiaafriza@gmail.com)

suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan tergantung kepada kesesuaian antara harapan yang ada dibenak pelanggan dengan kinerja yang mereka terima, apabila kinerja yang dirasakan tidak sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan kecewa. Sebaliknya, apabila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan tersebut.

Persaingan dalam mendapatkan pelanggan semakin ketat, sehingga banyak perusahaan yang mengevaluasi pelayanan yang diberikan kepada pelanggan/konsumen. Berbagai usaha dilakukan untuk tetap aksis dan mampu bersaing dengan perusahaan lain, salah satunya adalah dengan meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Perusahaan-perusahaan yang dulunya hanya memberikan pelayanan yang biasa-biasa saja, kini harus meningkatkan pelayanannya untuk memikat konsumen. Perusahaan-perusahaan yang ingin tetap aksis dan mampu bersaing, saat ini sangat memperhatikan unin pelayanannya. Perusahaan yang memiliki unit layanan yang mampu memberikan pelayanan prima kepada konsumen sehingga konsumen merasa bahwa perusahaan tersebut mampu memenuhi keinginannya, sehingga perusahaan tersebut dianggap mampu untuk bersaing dan mendapatkan pelanngan.

Hal tersebut juga terjadi kepada perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang kuliner, salah satunya adalah coffee shop. Seiring dengan perkembangan bisnis dalam sektor kuliner, khususnya kopi, membuat pertumbuhan coffee shop baru menjadi semakin pesat. Pasar dan pelanggannya tidak hanya lelaki dewasa saja, namun sudah merambah ke semua kalangan. Pelanggan akan memilih coffe shop yang akan dikunjungi yang menurutnya memberikan pelayanan yang prima. Dalam perkembangan dunia jasa dewasa ini dikenal istilah pelayanan prima (*service excellence*). Definisi pelayanan prima mengandung tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan yang terbaik dan ada tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu (Swastika 2005 : 3).

Secara etimologi, pelayanan berasal dari kata layan yang berarti membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang. Menurut Wibowo (2010:8) “layanan adalah cara memberikan manfaat (nilai) bagi pelanggan dengan usaha untuk menyediakan (memfasilitasi) hasil yang diinginkan pelanggan tanpa harus mengemban biaya dan resiko tertentu”. Sedangkan pelayanan diartikan sebagai kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014), pelayanan prima adalah “pelayanan yang terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi

harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan”.

Pelayanan prima (*excellent service*) secara harfiah berarti pelayanan yang terbaik. Menurut Rahmayanty (2010) pelayanan prima adalah :

- a. Pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan.
- b. Pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*).
- c. Pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal).
- d. Pelayanan yang memenuhi kebutuhan praktis (*practical needs*) dan kebutuhan emosional (*emotional needs*) pelanggan.

Untuk mencapai pelayanan yang prima pihak perusahaan harus memiliki ide dan keterampilan tertentu serta kreatif, beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mencapai pelayanan prima adalah berpenampilan baik, rapi, ramah, sopan, memperlihatkan gairah kerja dan sikap yang selalu siap untuk melayani, tidak tingg hati karena merasa dibutuhkan, tenang dalam bekerja, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, memiliki tutur kata lembut dan baik, mampu mengerti dan memahami bahasa isyarat (*gesture*) pelanggan, serta memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional.

Dalam memberikan pelayanan yang prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan, pihak perusahaan yang menyediakan jasa dapat berpedoman pada variabel pelayanan prima (*service excellence*) yang dijelaskan oleh beberapa penulis. Menurut Barata (2004 : 31) pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 6 unsur pokok, antara lain:

- (1) Kemampuan (*Ability*)
- (2) Sikap (*Attitude*)
- (3) Penampilan (*Appearance*)
- (4) Perhatian (*Attention*)
- (5) Tindakan (*Action*)
- (6) Tanggung Jawab (*Accounttability*)

Sedangkan menurut Tjiptono (2002 : 58) pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 4 unsur pokok, antara lain: (1)Kecepatan, (2)Ketepatan, (3)Keramahan, (4)Kenyamanan.

Berdasarkan pendapat kedua peneliti di atas dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai sebuah pelayanan prima, maka pihak produsen jasa harus menyediakan dan memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen, baik dari segi keterampilan yang dimiliki karyawan,

seperti penampilan yang baik dan rapi, ketanggapan dan kecekatan dalam melayani, tutur bahasa, sopan santun, gestur tubuh, dan kemampuan karyawan dalam menangani keluhan konsumen. Maupun dengan memaksimalkan fasilitas-fasilitas penunjang (gedung, desain interior dan eksterior serta peralatan atau perlengkapan) yang mampu menimbulkan kenyamanan bagi konsumen. Atau dengan kata lain dapat dikatakan bahwa titik tumpu pelayanan prima terletak pada kemampuan produsen jasa untuk memberikan pelayanan secara optimal kepada konsumennya dengan menggabungkan kemampuan dari para staf dan memaksimalkan fasilitas-fasilitas penunjang.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan analisis situasi permasalahan di atas maka dapat diperoleh rumusan masalah yang dihadapi peserta psikoedukasi adalah: Bagaimana cara meningkatkan pelayanan prima kepada konsumen?

### **Tujuan Kegiatan**

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah :

1. Untuk meningkatkan pengetahuan karyawan dalam memberikan pelayanan prima kepada konsumen.
2. Untuk mengetahui bagaimana cara karyawan dalam upaya meningkatkan pelayanan prima kepada konsumen.

### **Manfaat Kegiatan**

Karyawan dapat memperoleh pengetahuan tentang cara meningkatkan pemberian pelayanan prima kepada konsumen

## **METODE PELAKSANAAN**

Alternatif pemecahan masalah dilakukan adalah dengan memberikan psikoedukasi kepada karyawan Coffee Shop Ruang Publik. Psikoedukasi adalah pemberian materi dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan peserta. Pemberiaan psikoedukasi ini dilakukan di Coffee Shop Ruang Publik Medan Baru, Medan, dengan melibatkan seluruh karyawan. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 27 Maret 2019.

Sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat maka dilakukan beberapa persiapan antara lain :

- a. Melakukan *preliminary study*. Tindakan ini dilakukan sebagai bentuk analisis kebutuhan terkait dengan bantuan psikologis yang diperlukan di tempat yang dituju. Analisis kebutuhan ini dilakukan dengan mewawancarai beberapa karyawan dan pimpinan instansi.

- b. Melakukan studi pustaka dalam rangka menyiapkan materi psikoedukasi yang akan diberikan.
- c. Menentukan waktu pelaksanaan seminar dengan pihak Universitas Potensi Utama.

Tindakan dalam kegiatan ini berupa pemberian psikoedukasi, yaitu:

- a. Psikoedukasi tentang pengetahuan dan pemahaman kepada pimpinan instansi dan juga karyawan yang ada di Coffee Shop Ruang Publik tentang bagaimana menciptakan *pelayanan prima* pada karyawan di Coffee Shop Ruang Publik.
- b. Penyuluhan tentang mengenal dan memahami *pelayanan prima* yang positif dan *pelayanan prima* yang negatif.

Dalam kegiatan ini metode yang digunakan dalam penyampaian materi yaitu dengan cara metode penjelasan, sharing, tanya jawab dan diskusi. Pada metode penjelasan setiap nara sumber menyampaikan materi terkait dengan bagaimana menciptakan *pelayanan prima* yang positif pada karyawan dengan membuat tampilan *visual* berupa *slide power point* yang ditampilkan ke layar dengan alat *LCD proyektor*.

## HASIL DAN DAMPAK PELAKSANAAN

Peserta yang hadir sebanyak 11 orang yang terdiri 10 orang karyawan, dan 1 orang owner Coffee Shop Ruang Publik. Kegiatan ini dilakukan dengan tatap muka secara langsung yang disertai diskusi dan Tanya jawab mengenai materi yang disampaikan.

Adapun materi yang disampaikan mengenai dampak positif meningkatkan dan pemberian pelayanan prima kepada konsumen. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dimulai dengan mendengarkan pendapat owner dan karyawan Coffee Shop Ruang Publik yang merasa kesulitan dalam mendapatkan konsumen akibat ketatnya persaingan dampak dari semakin pesatnya pertumbuhan Coffee Shop khususnya di Kota Medan .

Setelah mendengarkan pendapat owner dan karyawan, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan inti yang meliputi penyampaian materi mengenai dampak negatif dari penggunaan *gadget* pada anak usia dini.

Kegiatan ini memberikan kontribusi yang positif pada karyawan dan owner, hal ini dibuktikan dengan adanya perubahan manajemen dan peraturan dalam melayani konsumen. Pelayanan yang awalnya diberikan kepada konsumen merupakan pelayanan yang biasa-biasa saja, namun owner sudah memberikan peraturan kepada seluruh karyawan agar memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen.

Owner dan karyawan mendapatkan pemahaman tentang dampak positif yang akan diterima perusahaan apabila meningkatkan pelayanan yang prima.

Dalam memberikan yang prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan, pihak produsen jasa dapat berpedoman pada pelayanan prima (*service excellent*) yang dijelaskan oleh beberapa penulis. Menurut Barata (2004 : 31) pelayanan prima (*service excellent*) terdiri dari enam unsur pokok, antara lain sebagai berikut: (1)Kemampuan (*Ability*); (2)Sikap (*Attitude*); (3)Penampilan (*Appearance*); (4)Perhatian (*Attention*); (5)Tindakan (*Action*); (6)Tanggung Jawab (*Accounttability*).

Sedangkan menurut Tjiptono (2002 : 58) pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 4 unsur pokok, antara lain: (1)Kecepatan; (2)Ketepatan; (3)Keramahan; (4)Kenyamanan.

Penerapan prinsip-prinsip pelayanan prima bertujuan untuk meningkatkan pelayanan pada pelanggan atau konsumen agar lebih maksimal dan mampu mencapai tujuan perusahaan. Pelayanan yang berkualitas terhadap masyarakat adalah sesuai dengan sendi-sendi sebagai berikut:

- a. Kesederhanaan dalam arti bahwa prosedur atau tata cara pelayanan diselenggarakan secara mudah, lancar, cepat dan tidak berbelit-belit serta mudah dipahami dan dilaksanakan.
- b. Kejelasan dan kepastian terdiri dari :
  1. Prosedur atau tata cara pelayanan umum.
  2. Persyaratan pelayanan umum, baik teknis maupun administratif.
  3. Unit kerja atau pejabat yang bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan umum.
  4. Rincian biaya atau tarif umum dan tata cara pembayarannya.
  5. Jadwal waktu penyelesaian umum.
  6. Hak dan kewajiban baik dari pemberi maupun penerima pelayanan umum berdasarkan bukti penerimaan permohonan atau perlengkapan sebagai alat untuk memastikan pemrosesan pelayanan umum.
  7. Pejabat yang menerima keluhan pelanggan (masyarakat).
- c. Kemanan dalam arti proses serta hasil pelayanan umum dapat memberikan keamanan dan kenyamanan.
- d. Keterbukaan dalam arti bahwa prosedur atau tata cara persyaratan, satuan kerja atau pejabat dan hal-hal lain, yang berkaitan dengan proses pelayanan umum wajib diinformasikan secara terbuka agar mudah diketahui dan dipahami masyarakat, baik diminta maupun tidak diminta.

- e. Efisien meliputi persyaratan umum hanya dibatasi pada hal-hal berkaitan langsung dengan pencapaian sasaran pelayanan dengan tetap memperhatikan keterpaduan antara persyaratan dengan produk pelayanan umum yang diberikan.
- f. Ekonomis
  - Berikut merupakan hal-hal yang diperhatikan dalam sendi ekonomi :
  - 1. Nilai barang atau jasa pelayanan umum dengan tidak menuntut biaya yang tinggi diluar kewajaran.
  - 2. Kondisi dan kemampuan pelanggan (masyarakat) membayar secara umum.
  - 3. Ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
  - 4. Keadilan yang merata dalam arti cakupan atau jangkauan pelayanan umum harus diusahakan seluas mungkin dengan pendistribusian yang merata dan diperlakukan secara adil
- g. Ketepatan waktu dalam arti pelaksanaan pelayanan umum dapat diselesaikan dalam periode waktu yang telah ditentukan.

## **KESIMPULAN**

Dengan pemberian psikoedukasi ,maka dapat disimpulkan bahwa :

- 1. Karyawan mendapatkan informasi dan pengetahuan tentang dampak positif dari peningkatan pemberian pelayan prima kepada konsumen.
- 2. Peran karyawan adalah ujung tombak yang utama dalam pencapaian target dan tujuan perusahaan sehingga karyawan diharapkan harus senantiasa memberikan pelayan yang prima kepada konsumen.
- 3. Pihak perusahaan diharapkan agar selalu memperhatikan kinerja karyawannya dalam melayani konsumen.
- 4. Pihak perusahaan diharapkan agar memperhatikan kepuasan karyawan agar karyawan tetap mampu bekerja secara profesional dan memberikan pelayanan prima kepada konsumen.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim PKM mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan PKM “Upaya Pemberian Pelayanan Prima Pada Konsumen – Karyawan Coffee Shop Ruang Publik”.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barata. 2004. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta, gamedia pustaka utama
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Swastika. (2005). Pengaruh Pelayanan Prima (Service Exellent) Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Skripsi Ekonomi*
- Tjiptono. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Wibowo. 2010. *Manajemen kinerja*. Rajawali pers. Jakarta