

IMPLEMENTASI KECERDASAN EMOSIONAL DALAM PELAYANAN PRIMA (SERVICE EXCELLENT)

Oleh:

Yuli Azmi Rozali

Fakultas Psikologi Universitas INDONUSA Esa Unggul, Jakarta

Jl. Arjuna Utara Tol Tomang Kebun Jeruk, Jakarta 11510

yuli.azmi@indonusa.ac.id

ABSTRAK

Tingginya tingkat persaingan dalam dunia bisnis, membuat para pelaku bisnis berusaha untuk selalu menyajikan pelayanan yang terbaik. Apabila suatu perusahaan memiliki produk yang sama dengan kualitas produk yang standar atau kurang lebih sama dan dengan harga produk yang kompetitif, maka aspek yang dapat membedakan adalah kualitas pelayanan yang diberikan. Pelayanan pada Pelanggan merupakan dasar dari pendirian sebuah bisnis. Pelayanan sepenuh hati pada pelanggan juga merupakan titik pembeda antara sebuah perusahaan pemenang dan perusahaan lainnya. Tidak terkecuali pelayanan pada perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan seperti universitas atau lembaga pendidikan lainnya. Mereka yang bertugas dibidang pelayanan biasanya dapat memiliki tingkat stress yang tinggi. Mereka dituntut untuk memberikan pelayanan yang optimal bagi semua pemakai jasa tanpa membedakan kualitas pelayanan yang akan diberikan. Individu yang memiliki beban tugas yang berlebih atau mengalami stres, peran kecerdasan emosional sangat dibutuhkan. Mereka yang memiliki kecerdasan emosional yang tinggi dapat mengelola stres dan menemukan cara yang tepat dalam menghadapi stres tersebut namun akan terjadi sebaliknya jika seseorang memiliki kecerdasan emosional yang rendah, mereka akan sulit menemukan cara menghadapi stres tersebut. Agar peluang pasar menjadi besar, pelayanan yang fokus kepada pelanggan sebagai salah satu nilai utama yang harus dimiliki dan diterapkan kepada seluruh karyawan yang terlibat dalam setiap melakukan interaksi kepada pelanggan. Saat ini pelanggan makin kritis dalam memilih produk atau jasa oleh karena itu dengan kepuasan pelanggan mereka akan kembali dan mereka akan mudah memberikan refrensi.

Kata Kunci:

Emosi, Kecerdasan Emosional, Stres, Pelayanan Prima, Pelanggan

Pendahuluan

Secara praktis kecerdasan emosional menggambarkan kemampuan seseorang dalam mengendalikan, menggunakan, atau mengekspresikan emosi dengan suatu cara yang akan menghasilkan sesuatu yang baik (Salovey & Mayer dikutip Davis, 2006). Individu yang memiliki

beban tugas yang berlebih atau mengalami stres, peran kecerdasan emosional sangat dibutuhkan. Mereka yang memiliki kecerdasan emosional yang tinggi dapat mengelola stres dan menemukan cara yang tepat dalam menghadapi stres tersebut namun akan terjadi sebaliknya jika seseorang memiliki kecerdasan emosional yang rendah, mereka akan sulit menemukan cara menghadapi stres tersebut.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, memiliki tolak ukur keberhasilan dari mutu pelayanan yang diberikan kepada pemakai jasanya. Mereka yang bertugas dibidang pelayanan biasanya dapat memiliki tingkat stress yang tinggi. Hal ini dapat disebabkan oleh banyaknya pelanggan yang datang dengan tingkat permasalahan dan karakter kepribadian yang berbeda-beda membuat petugas pelayanan harus menghadapi dengan cara yang berbeda-beda pula. Mereka dituntut untuk memberikan pelayanan yang optimal bagi semua pemakai jasa tanpa membedakan kualitas pelayanan yang akan diberikan. Seperti halnya sebuah Perguruan Tinggi, yang memberikan jasa berupa pendidikan, Perguruan Tinggi tersebut akan memiliki market yang baik, selain dari tingkat akreditasi yang dicapai, ia juga dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang prima dan memuaskan kepada para pelanggan dalam hal ini adalah mahasiswa dan dosen pengajar.

Pelanggan yang merasa puas akan memberikan banyak keuntungan bagi pihak perusahaan. Jika mereka puas dengan jasa yang diberikan, mereka cenderung akan kembali dan loyal jika mereka membutuhkan produk jasa yang lain dari perusahaan yang sama, karena mereka sudah percaya pada perusahaan tersebut. Jika mereka mendengar berita buruk mengenai perusahaan, mereka akan tampil untuk membela perusahaan tersebut, dengan menjadi saksi hidup kebaikan perusahaan. Mereka juga menjadi sarana promosi ampuh bagi produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan. Pelanggan yang puas akan bercerita tentang kepuasan mereka mengkonsumsi produk dan jasa kita pada kenalan, teman, sahabat dan

sanak keluarga mereka. Ucapan mereka merupakan sarana pemasaran yang ampuh, karena mereka merupakan nara sumber yang dapat dipercaya oleh orang-orang yang berhubungan dengan mereka atau sering disebut dengan *MLM* (Marketing Lewat Mulut).

Agar peluang pasar menjadi besar, pelayanan yang fokus kepada pelanggan sebagai salah satu nilai utama yang harus dimiliki dan diterapkan kepada seluruh karyawan yang terlibat dalam setiap melakukan interaksi kepada pelanggan. Sebagai upaya memelihara agar layanan tetap prima, Nuraharto (2007) menyarankan kepada perusahaan untuk menekankan pertimbangan *service excellent* pada setiap unit yang ada di perusahaan. Secara singkat *service excellent* adalah pelayanan terbaik kepada pelanggan sehingga pelanggan tersebut merasa puas dan loyal kepada perusahaan.

Pelayanan prima menjadi penting karena kepuasan pelanggan merupakan sasaran untuk menghadapi kompetensi di masa yang akan datang dan merupakan promosi terbaik. Selain itu sebagai aset terpenting yang menjamin pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Saat ini pelanggan makin kritis dalam memilih produk atau jasa oleh karena itu dengan kepuasan pelanggan mereka akan kembali dan mereka akan mudah memberikan refrensi. Kunci untuk dapat memberikan layanan prima adalah pihak pemberi jasa harus bisa mencintai dan menikmati tugas yang menjadi tanggung jawab kita. (Sembel, Suara Pembaharuan, 2003)

Tinjauan Teori

Sejumlah teroritikus mengelompokkan emosi dalam delapan golongan besar, yaitu: 1) amarah: beringas, mengamuk, benci, marah besar, jengkel, kesal hati, terganggu, rasa pahit, berang, tersinggung, bermusuhan, dan barang kali yang paling hebat, tindak kekerasan dan kebencian patologis; 2) kesedihan: pedih, sedih, muram, suram, melankolis, mengasihani diri, kesepian, ditolak, putus asa, clan kalau menjadi patologis, depresi berat; 3) rasa takut: cemas, takut, gugup, khawatir, waswas, perasaan takut sekali, khawatir, waspada, sedih, tidak tenang, ngeri, takut sekali, kecut; sebagai patologi, fobia dan panik; 4) kenikmatan: bahagia, gembira, ringan, puas, riang, senang, terhibur, bangga, kenikmatan indrawi, takjub, rasa terpesona, rasa puas, rasa terpenuhi, kegirangan luar biasa, senang, senang sekali, clan batas ujungnya, mania; 5) cinta: penerimaan, persahabatan, kepercayaan, kebaikan hati, rasa dekat, bakti, hormat, kasmaran, kasih; 6) terkejut: terkejut, terkesiap, tak-

jub, terpana; 7) jengkel: hina, jijik, muak, mual, benci, tidak suka, mau muntah; 8) malu: rasa salah, malu hati, kesal hati, sesal, hina, aid, dan hati hancur lebur (Goleman, 2004).

Kecerdasan Emosional

Salovey dan Mayer mempercayakan bahwa ada sejumlah kecil kemampuan khusus, yang semuanya berhubungan dengan ketelitian dan keefektifan. Ketelitian terhadap perasaan dan pengertian keadaan emosi pada diri sendiri dan orang lain. Keefektifan terhadap pengaturan, pengendalian, dan menggunakan emosi-emosi ini untuk mencapai sasaran seseorang.

Kecerdasan Emosional adalah (dalam Ernawati, 2007): "*Emotional intelligence is the ability to perceive emotions, to access and generate emotions so as to assist thought, to understand emotions and emotional knowledge, and to reflectively regulate emotions so as to promote emosional and intellectual growth*" (Mayer & Salovey dikutip Caruso, 1999)

Salovey & Mayer (dalam Salovey, Mayer, Caruso, 2000) mengemukakan empat aspek dasar kecerdasan emosional, yaitu persepsi dan ekspresi emosi, emosi sebagai fasilitas pemikiran, memahami emosi, dan manajemen emosi.

Persepsi dan ekspresi emosi (kemampuan untuk merasakan dan mengekspresikan emosi). Kemampuan ini meliputi kemampuan untuk mengidentifikasi emosi diri sendiri dan orang lain. Persepsi emosi melibatkan kemampuan untuk menangkap stimulus, memperhatikan, dan mendeskripsikan pesan dari emosi tersebut yang nampak pada wajah, nada suara, dan tingkah laku. seseorang yang dapat menangkap stimulus emosi di wajah orang lain, mereka akan lebih memahami emosi orang tersebut dibandingkan orang yang tidak dapat menangkap stimulus emosi tersebut..

Emosi sebagai fasilitas pemikiran. Kemampuan ini sering disebut juga sebagai kemampuan menggunakan emosi. Kemampuan ini terfokus pada bagaimana emosi mempengaruhi sistem kognitif, seperti: emosi digunakan untuk *problem solving* atau *decision making*, dll. Emosi dapat pula merubah pikiran, membuat pikiran seseorang positif ketika seseorang bahagia, dan negatif ketika seseorang bersedih. Seseorang yang cerdas secara emosi dapat menggunakan emosi untuk memfasilitasi aktivitas kognitif seperti *problem solving* dan *decision making* secara lebih kreatif.

Memahami emosi merupakan kemampuan untuk menganalisa emosi (memahami penyebab dari emosi yang terjadi), memahami transisi dari satu

emosi ke emosi lain, dan memahami perasaan/emosi yang kompleks. seseorang yang cerdas secara emosi dapat memahami emosi, mengerti artinya, memahami bagaimana emosi bercampur menjadi satu, memahami bagaimana emosi berkembang dari waktu ke waktu, dengan seperti ini maka seseorang memiliki kapasitas untuk memahami aspek penting dari sifat dasar manusia dan hubungan interpersonal.

Manajemen emosi sering di sebut dengan pengaturan/regulasi emosi. Kemampuan mengatur emosi merupakan kemampuan untuk mengatur emosi diri sendiri dan orang lain. Mengatur emosi bertujuan untuk menyeimbangkan emosi (tidak berlebihan atau kurang/tanpa emosi). Seseorang yang cerdas secara emosional berarti dapat mengatur emosinya, dan dapat menggunakan cara yang efektif dalam merubah suasana hati yang buruk menjadi lebih baik. Pengaturan suasana hati yang efektif seperti: mendengarkan musik, berinteraksi sosial, kognitif *self-management* (memberikan semangat pada diri sendiri), aktivitas yang menyenangkan (seperti: hobi, berbelanja, membaca, menulis, dll), manajemen stres, relaksasi, dll. Sedangkan pengaturan suasana hati yang kurang efektif seperti: manajemen suasana hati yang pasif (seperti: menonton televisi, makan tidur, kafein, drugs, dan sex), menghabiskan waktu sendirian, dan menghindari orang atau hal yang menyebabkan suasana hati menjadi buruk.

Service Excellent (Pelayanan Prima)

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau suatu urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung dengan manusia atau mesin secara fisik untuk menyediakan kepuasan konsumen. (Lehtinen 1983). Pelayanan adalah sesuatu yang dapat diperjualbelikan dan bahkan tidak dapat dihilangkan (Gumehsoson, 1987, dalam Simanjuntak, 2008). *Service excellent* adalah kepedulian pada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi/perusahaan. Melalui *service excellent* pelanggan merasa dipentingkan, diperhatikan. Menurut teori dari *service excellent*, pelanggan adalah bos perusahaan. Oleh sebab itu melayani pelanggan bukan merupakan satu kewajiban, tetapi merupakan 'kesenangan'.

Menurut Suseno (2007) *service excellent* atau yang biasa disebut dengan layanan prima, bahwa layanan prima adalah memberikan kepada pengguna produk/jasa apa yang betul-betul mereka

butuhkan dan inginkan bukan memberikan apa yang kita pikirkan dibutuhkan oleh mereka. Ada tiga tingkatan layanan prima. **Pertama** adalah memenuhi kebutuhan dasar dari pengguna jasa, **kedua** adalah memenuhi harapan pengguna jasa, dan **ketiga** adalah melebihi harapan pengguna jasa dan mengerjakan lebih dari apa yang diharapkan sebelumnya oleh pengguna jasa.

Sama halnya dengan Barata di dalam bukunya Dasar-Dasar Pelayanan Prima, menyebutkan bahwa pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi/perusahaan.

Sedangkan menurut Gallagher dalam bukunya *the Three Secrets of excellent Customer Service* menyebutkan bahwa tiga kunci sukses dari pelayanan pelanggan adalah peduli kepada pelanggan, peduli kepada organisasi dan peduli kepada diri sendiri dan tim kita, artinya untuk suksesnya pelayanan kepada pelanggan kita harus memperhatikan **apa yang diinginkan oleh pelanggan**. Kita harus memperhatikan bagaimana cara kita dan tim dalam memberikan pelayanan dan kebijakan-kebijakan organisasi yang mendukung pelayanan yang kita berikan, ketiganya harus saling mendukung.

Dasar Hukum dalam pelayanan prima adalah:

1. Instruksi Presiden RI No. 1/1995 tentang Perbaikan dan Peningkatan Mutu Pelayanan Aparatur Pemerintah Kepada Masyarakat
2. UU No. 8 / 1974 tentang Pokok Kepegawaian RI
3. Peraturan Pemerintah No. 30/1980 tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil
4. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 81/1993 tentang Pedoman Tata Laksanaan Pelaksanaan Umum (http://www.geocities.com/guruvalah/pelayanan_prima.html)

Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan prima

Menurut Gallagher (2007) terdapat beberapa factor yang mempengaruhi pelayanan prima, yaitu :

1. Kemampuan (*ability*)

Yaitu pengetahuan dan keterampilan dalam bidang kerja yang ditekuni, komunikasi yang efektif (sehingga penyampaian informasi dapat dilaksanakan dengan sempurna).

2. **Sikap (*attitude*)**

Perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan. Sikap atau perilaku ini berkaitan erat dengan kondisi yang ada di dalam diri seseorang maka dapat diartikan sikap sebagai alur pengepresian perasaan (*mood*) dari seseorang kepada pihak lain. Maka untuk membantu sikap yang baik salah satunya adalah selalu berfikir positif dan selalu mencari jalan (*winwin solution*) dalam penanganan masalah. Dan selalu menghargai Pelanggan.

3. **Penampilan**

Penampilan fisik dan non fisik yang menunjukkan kepercayaan diri yang tinggi dan kredibilitas dari pihak lain. Penampilan Fisik disini adalah cara berpakaian atau berhias, dan ekspresi wajah. Sedangkan yang non fisik lebih kepada kepribadian dari yang memberikan pelayanan serta ketulusan hati dalam memberikan pelayanan yang nantinya akan terpancar pada ekspresi wajah.

4. **Perhatian (*attention*)**

Kepedulian yang penuh kepada pelanggan, baik pada masalah kebutuhan, pemahaman, saran dan kritiknya.

5. **Tindakan (*action*)**

Beberapa tindakan nyata yang diberikan dalam pelayanan kepada pelanggan

6. **Tanggung Jawab (*accountability*)**

Pertanggungjawaban kita kepada pelanggan untuk meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan (<http://www://sdm.bppt.go.id>)

Paradigma Pelayanan Prima Dengan Melibatkan Kecerdasan Emosional

Apa yang bisa membuat perhatian dan kualitas pelayanan yang kita berikan pada pelanggan selalu prima? Patricia Patton dalam bukunya *Service With Emotional Quotient* menyebutkan bahwa pelayanan dengan sepenuh hatilah yang bisa membedakan kualitas pelayanan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Menurut Dr. Patricia Patton diperlukan tiga paradigma pengikat yang bisa menjadikan pelayanan biasa yang kita lakukan menjadi istimewa atau prima.

Bagaimana kita memandang diri sendiri. Sebelum kita dapat menghargai orang lain, dalam hal ini adalah pelanggan, kita perlu memberikan perhatian dan penghargaan pada diri sendiri: pada kemampuan kita, pada pengetahuan kita, pada keterampilan kita, dan pada penampilan kita. Jika kita sudah bisa menghargai diri sendiri, sebagai

pribadi yang istimewa, maka kita akan membangun motivasi dan rasa percaya diri yang tinggi untuk menghasilkan yang terbaik bagi orang-orang di sekitar kita, termasuk pelanggan yang kita layani. Antusiasme kita yang tinggi akan memancarkan kepribadian yang positif sehingga banyak orang suka bekerja sama dengan kita. Harga diri tidak diukur dari apa yang kita miliki dan apa pekerjaan kita. Apa pun bisnis kita, apa pun pekerjaan kita, jika kita menghargai keberadaan kita sebagai bagian penting dalam bisnis tersebut, maka otomatis kita akan berusaha maksimal untuk selalu tampil prima, termasuk juga dalam memberikan pelayanan pada pelanggan.

Bagaimana kita memandang orang lain. Kita perlu melakukan hubungan yang emosional secara positif dengan orang-orang yang berhubungan dengan bisnis kita dan dengan apa pun yang kita kerjakan. Kita tidak boleh meremehkan ataupun menganggap mereka rendah. Sebaliknya, kita perlu menghargai keberadaan mereka. Kita perlu menyadari bahwa dalam hidup, kita harus saling membantu dan saling menolong sehingga kita menganggap orang lain itu juga penting. Untuk orang-orang yang kita anggap penting, pasti kita akan berusaha untuk melakukan sesuatu yang terbaik untuk mereka. Sehingga orang-orang akan merasa apa yang kita kerjakan istimewa karena memberi manfaat bagi mereka. Sebaliknya, mereka pun akan menghargai usaha kita, dan percaya bahwa apa yang kita lakukan pasti untuk tujuan kebaikan, bukan sebaliknya.

Bagaimana kita memandang pekerjaan. Selain menghargai diri sendiri, dan orang lain, kita juga perlu menghargai pekerjaan ataupun bisnis yang kita lakukan. Jadi, kita perlu memilih bisnis ataupun pekerjaan yang kita anggap penting dan khusus. Dengan cara pandang seperti ini kita dapat menambah nilai pekerjaan kita dengan melakukan pekerjaan tersebut dengan sepenuh hati dan penuh perhatian. Kita tidak ragu menganggap pekerjaan dan bisnis kita sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kita. Orang yang menganggap pekerjaannya penting dan bermanfaat akan memiliki motivasi yang tinggi dan antusiasme yang luar biasa untuk mempersembahkan yang terbaik dari pekerjaan dan bisnis yang ditekuni, termasuk memberikan pelayanan prima yang diberikan dengan sepenuh hati.

Setelah mengetahui paradigma pengikat untuk memberikan pelayanan sepenuh hati (yang bisa kita terapkan tidak hanya dalam konteks bisnis, tetapi juga dalam konteks lain dalam kehidupan kita), langkah berikutnya adalah menanamkan sikap

dan kemampuan yang diperlukan dalam memberikan pelayanan prima.

Bila kita coba menjabarkan dari pengertian kecerdasan emosional, kecerdasan emosional adalah kemampuan seseorang dalam mengendalikan, menggunakan, atau mengekspresikan emosi dengan suatu cara yang akan menghasilkan sesuatu yang baik (Salovey & Mayer dalam Ernawati, 2007). Kemampuan-kemampuan ini diharapkan dapat membentuk kualitas petugas pelayanan yang handal dengan kemampuan melayani, yang ditimbulkan oleh adanya kemauan untuk melihat, kemauan untuk mengatakan/membicarakan, kemauan untuk menyimpan dan kemauan untuk memecahkan masalah, serta kemauan untuk melayani.

Kemauan untuk melihat adalah kemauan untuk melihat dan mendengar apa yang dilakukan oleh orang lain dalam memberikan pelayanan untuk dijadikan referensi.

Kemauan untuk mengatakan adalah kemauan untuk mengkomunikasikan secara terbuka dan harmonis dengan pelanggan dalam membicarakan sesuatu yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan.

Kemauan untuk menyimpan adalah kemauan untuk menyimpan dan memelihara secara baik apa yang dihasilkan dari mendengar dan melihat serta hasil komunikasi.

Kemauan untuk memecahkan masalah dengan banyaknya pelanggan yang kita hadapi semakin banyak pula masalah yang harus dapat kita pecahkan. Tanpa kemauan untuk memecahkan masalah secara cermat, tepat dan bijaksana, maka permasalahan akan semakin menumpuk dan semakin sulit untuk mencari pemecahan masalahnya.

Kemauan untuk melayani, tanpa adanya kemauan untuk melayani maka pelayanan tidak berjalan efektif dan hasilnya tidak memuaskan dan optimal, bahkan mungkin akan menghasilkan pelayanan yang buruk sehingga disarankan jika seseorang sedang tidak menginginkan untuk memberikan pelayanan sebaiknya jangan dipaksakan untuk memberikan pelayanan.

Untuk menghasilkan suatu pelayanan prima, petugas di unit pelayanan dituntut untuk memiliki cara pandang, sikap dan tindakan (dalam budaya organisasi, hal ini disebut dengan istilah *artefak*), diantaranya adalah: (<http://www/sdm.bppt.go.id>)

➤ **Ramah :**

Komunikatif, dan selalu menjaga sikap dalam memperlakukan orang lain (melayani pelanggan) dengan penuh hormat dan senyum, tidak

menunjukkan muka masam, sinis dan kata-kata yang tidak enak didengar

➤ **Siap Membantu**

Mendengarkan keluhan pelanggan dengan teliti dan tulus mau memberikan pertolongan pada saat pelanggan membutuhkan informasi maupun hal-hal lain yang membantu pelanggan

➤ **Tepat Janji**

Memenuhi janji sesuai dengan waktu yang dijanjikan dan dengan tetap menjaga kualitas layanan.

➤ **Empati**

Bersikap peduli dan dapat merasakan, pada saat menghadapi pelanggan yang dalam keadaan marah, kesal dan juga dalam keadaan senang sehingga pelanggan merasa sangat dihargai dan dihormati.

➤ **Lugas**

Cepat tanggap dalam melakukan proses, tidak berbelit-belit dalam melayani kebutuhan pelanggan.

➤ **Rapi**

Berpakaian sopan dan tidak berantakan dalam penampilan, rapi dan teratur dalam bekerja sehingga membuat lingkungan kerja nyaman dan pelanggan merasa senang.

Selain hal di atas, Patricia Patton pelayanan prima terletak pada kesungguhan **4(empat) sikap P**, yaitu yaitu *Passionate* (gairah), *Progressive* (progesif), *Proactive* (proaktif), dan *Positive* (positif) dari orang-orang yang bertanggung jawab memberikan pelayanan tersebut.

Hal lain yang juga menjadi penunjang terwujud pelayanan prima adalah kita juga harus mengetahui bagaimana sistem dari pelayanan itu sendiri, seperti:

1. Fasilitas kerja dan layanan serta infrastruktur perusahaan
2. Sistem, Prosedur kerja untuk meningkatkan dan memberikan layanan, dan kemudahan akses demi tercapainya kualitas layanan yang optimal
3. Keahlian, Pengetahuan dan Sikap (*Skill, knowledge, and attitude*) karyawan pada seluruh jajaran; memiliki kesadaran dan rasa tanggung jawab untuk memberikan layanan prima kepada pemakai jasa (Zeithaml, 2003)

Setelah mengetahui apakah yang dimaksud dengan pelayanan (*services*) kemudian kita mengetahui posisi kita apakah sebagai yang dilayani atau yang melayani, dan kita mengetahui secara pasti siapakah pelanggan yang harus kita layani, kemudian bagaimana pelayanan yang harus kita berikan kepada

pelanggan serta sikap dan tindakan dalam pemberian pelayanan prima. Kombinasi yang harmonis antara cara pandang dan sikap ini, pelayanan sepenuh hati bisa kita pupuk, dan sukses pun bisa kita raih bersama.

Kesimpulan

Dari penjelasan komprehensif diatas dapat diambil intisari bahwa pelayanan prima dapat terwujud lebih baik, apabila segenap pihak terkait memiliki kesadaran dan tanggung jawab terhadap tugas yang diberikan oleh pihak perusahaan. Kesadaran dan tanggung jawab tersebut akan timbul bila dalam menjalankan tugas pelayanannya, petugas mampu mengendalikan, menggunakan, atau mengekspresikan emosi dengan suatu cara yang akan menghasilkan sesuatu yang baik sehingga mencapai kepuasan pelanggan. Pelayanan prima secara total akan terwujud bila didukung dengan:

1. Fasilitas kerja dan layanan serta infrastruktur perusahaan
2. Sistem & Prosedur kerja
3. Keahlian, Pengetahuan dan Sikap (*Skill, knowledge, and attitude*) karyawan pada seluruh jajaran;
4. Memiliki kesadaran dan rasa tanggung jawab untuk memberikan layanan prima kepada pemakai jasa (Zeithaml, 2003)

3 (tiga) kunci sukses dari pelayanan pelanggan adalah *peduli kepada pelanggan, peduli kepada organisasi dan peduli kepada diri sendiri dan tim kita.*

Daftar Pustaka

Apa Sih Kecerdasan Emosional Itu? <http://www.e-psikologi.com/remaja/250402..htm>.

Ernawati, "Gambaran Kecerdasan Emosional Siswa Berbakat di Kelas Akselerasi SMA di Jakarta." *Skripsi*. Tidak dipublikasikan. Fakultas Psikologi, UIEU, Jakarta, 2007.

Goleman, Daniel, "*Emotional Intelligence*", edisi ke-14, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2004.

Salovey, Peter., Mayer J.D., Caruso, David, "*Positive Psychology of Emotional Intelligence*", 2000.

Sembel, "Menang Dengan Pelayanan Sepenuh Hati", <http://www.sinarharapan.co.id/ekonomi/mandiri/2003/1028/man01.html>, 2003.

Simanjutak, "Strategi Pelayanan Prima", http://www.geocities.com/guruvalah/pelayanan_prima.html, 2008.