



PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN KEPADA PELANGGAN PADA SEMAYA ONE HOTEL

Erick Ivan Gian¹, Ni Nyoman Yulianthini², Putri Dwi Novrina³, Florentina Blandina Parapaga⁴, I Putu Ajie Windu Kertayoga⁵, Mira Veranita⁶

¹Universitas Pertamina

²Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja

³STIE Pembangunan Tanjungpinang

⁴Universitas Musamus

⁵Politeknik Negeri Lampung

⁶Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

¹erickivangian@gmail.com, ²ninymyulianthini@gmail.com, ³pdnovrina13@gmail.com

⁴flopaga@unmus.ac.id, ⁵Ajiewindu@polinela.ac.id, ⁶mirave2198@gmail.com

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima DDMMYY
Disetujui DDMMYY
Diterbitkan DDMMYY

Kata kunci:

Kualitas Produk; Produk;
Kepuasan konsumen;
Konsumen

Keywords :

Product Quality; Product;
Consumer Satisfaction;
Consumer

ABSTRAK(10 PT)

Pada era global masyarakat kita akan mengarah terhadap masyarakat digitalisasi, yaitu masyarakat yang menempatkan digital sebagai kekuatan untuk beraktivitas untuk menjalankan kegiatan sehari-hari. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana peran *customer service* pada Semaya One Hote? Penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak SOP terhadap pelayanan pelanggan. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan menggunakan jenis deskriptif-kualitatif, serta menggunakan data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. selanjutnya, teknik pengolahan data, analisis data dilakukan dalam tiga tahap, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian peran *customer service* dalam memberikan pelayanan ada dua kategori, diantaranya adalah dasar *service strategy* yang meliputi karyawan yang bertugas pada bagian *customer service* harus ramah dan komunikatif. Sedangkan kualitas pelayanan utama meliputi efikasi diri, jujur, terpercaya, sosial, peduli lingkungan dan berinovasi

ABSTRACT(10 PT)

In the global era, our society will lead to a digitalized society, namely a society that places digital as a force for activities to carry out daily activities. The problem in this research is: what is the role of customer service at Semaya One Hotel? This study aims to see the impact of SOP on customer service. This type of research uses a qualitative research approach, uses a descriptive-qualitative type, and uses primary and secondary data. Data collection methods in this study are observation, interviews, and documentation. Furthermore, data processing techniques and data analysis are carried out in three stages, namely: data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the research on the role of customer service in providing services There are two categories, one of which is the basic service strategy, which includes employees in charge of customer service who must be friendly and communicative. Meanwhile, the main service qualities include self-efficacy, honesty, trustworthiness, social care, environmental care, and innovation



PENDAHULUAN

Era sosial masyarakat di Negara Indonesia saat ini menuju kepada masyarakat informasi yaitu masyarakat yang menempatkan telekomunikasi dimana sebagai sumber kegiatan dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Perkembangan saat ini menjadi era digital yang merupakan istilah dalam kemunculan digital, jaringan internet khususnya teknologi informasi komputer. Era digital sendiri sering digunakan untuk menggambarkan teknologi digital. Internet sudah menjadi tidak asing lagi bagi orang-orang. Saat ini, internet sudah menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari kita, seakan tidak bisa hidup tanpa internet. Perkembangan era digital yang pesat saat ini, sangat membantu masyarakat dunia memberikan kemudahan layanan dan cakupan tanpa batas (Gunawan et al., 2023). Seiring pesatnya perkembangan teknologi, membuat pengguna internet di dunia sekarang pun ikut melambung tinggi. Selagi untuk generasi milenial dimana akannya tidak asing dari yang nama teknologi digital, baik itu untuk kehidupan sehari-harinya maupun pada kegiatan melakukan berbisnis. Kebutuhan ini mengakibatkan permintaan akan layanan Internet baik dari sisi jumlah maupun kualitas akan semakin meningkat.

Menurut Kotler (2009) Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Bagi pelanggan, pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mengutamakan kualitas (Ria & Susilo, 2023). Mempertemukan kebutuhan dan harapan konsumen secara berkelanjutan atas harga yang telah mereka bayarkan. *Customer Service* tidak hanya menjaga pelanggan lama tetapi juga harus meningkatkan loyalitas dan integritas kepada semua pelanggan. Oleh karena itu, *customer service* dituntut untuk dapat melayani pelanggan dan memberikan informasi, serta menciptakan hubungan yang harmonis dengan pelanggan. Hubungan dan komunikasi yang baik dapat menarik minat dan perhatian masyarakat untuk menjadi pelanggan (Qadrina et al., 2023).

Semaya One Hotel terletak di Nusa Penida dan berjarak 100 meter dari Pantai Sun Sun Sun. Hotel ini menawarkan meja layanan wisata, kamar-kamar bebas rokok, kolam renang dengan pemandangan, WiFi gratis di seluruh areanya, dan taman. Akomodasi ini menyediakan layanan kamar, restoran, dan teras berjemur. Akomodasi ini menyediakan antar-jemput bandara dan layanan penyewaan sepeda. Semua kamar-kamar diguest house ini lengkap dengan meja, Televisi layar datar, kamar mandi pribadi, seprai, dan handuk. Unit-unit di Semaya One Beach Hotel memiliki AC dan perabotan outdoor. Dimana terdapat bahwa jumlah konsumen pasca covid-19 terbanyak terdapat di Kota Bandung yaitu sebesar 65% dari kota lainnya. Peringkat selanjutnya oleh kota Jakarta, Yogyakarta, dan Malang. Kualitas pelayanan demikian penting jika perusahaan ingin meningkatkan jumlah konsumennya. Hal ini menarik peneliti untuk menjawab peran *Customer Service* untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Standar pelayanan yang berkualitas merupakan kualitas pelayanan yang diharapkan sesuai keinginan pelanggan (Madani et al., 2023). Untuk meningkatkan citra perusahaan maka perusahaan perlu menyiapkan karyawan atau sumber daya manusia (SDM) yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Karyawan mampu dapat mengayomi keinginan-keinginan dan kebutuhan konsumen maupun pelanggan disebut *customer service (CS)*. masalah yang sereing dihadapi oleh *customer service* pada dasarnya yaitu menghadapi komunikasi satu arah, dimana pelanggan-pelanggan tidak dapat menjelaskan suatu masalah yang dialami atau tidak dapat menyimpulkan keluhan yang ingin disampaikan dan permintaan pelanggan yang tidak mungkin dilakukan karena bertentangan dengan prosedur perusahaan. Seorang *customer service* harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Pelayanan ini bukan berarti hanya mencangkup berbicara yang baik, tapi bagaimana cara mereka bekerja dengan sebaik-baiknya (Karina & Kusumawardhani, 2023). Hal ini menjadikan suatu tolak ukur untuk menaikkan suatu kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

Peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan secara terus-terusan ialah salah satu tindakan yang dapat menguntungkan suatu organisasi penyedia jasa atau barang dan pelanggannya. Sehingga dari hal-hal tersebut, diperlukam kemajuan teknik untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur perusahaan dalam meningkatkan dan mengetahui kepuasan pelanggannya berada pada level yang mana. Kualitas pelayanan yang akan disajikan oleh perusahaan penyedia layanan jasa atau barang, agar bisa menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan terhadap perusahaan penyedia jasa dan menghasilkan suatu kepuasan serta loyalitas dari pelanggan. Untuk memberikan kualitas

pelayanan yang baik kepada pelanggan, Semaya One Hotel tanggap akan setiap keluhan dan pengaduan dari pelanggan, selain itu juga perusahaan lebih memperhatikan dalam kecepatan, ketepatan, serta pemberian informasi yang lengkap dan akurat. Untuk itu Semaya One Hotel memberikan fasilitas-fasilitas yang lengkap dan inovatif memberikan kepuasan total bagi pelanggannya, pelayanan tersebut mampu memenuhi dan menjawab segala kebutuhan serta permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan. Dalam diberi informasi yang sangat akurat dan tepat sasaran diperlukan *customer service* yang juga berfungsi untuk memajukan kualitas pelayanan kepada konsumen.

Semaya One Hotel selalu berusaha layanan yang diberikan kepada konsumen dapat berjalan dengan lancar. Sehingga perusahaan dituntut untuk memberikan layanan secara prima tanpa ada gangguan dalam pelayanan dan jangkauannya. Tetapi layanan yang diberikan oleh Semaya One Hotel belum mampu berjalan sesuai dengan target. Hal ini dapat diakibatkan oleh berbagai hal yang dilakukan oleh perusahaan belum optimal. Permasalahannya adalah bagaimanakah peran pelayanan *customer service* dalam peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan agar mampu memberikan pelayanan yang terbaik karena fungsi dari *customer service* adalah memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen. Maka dari itu, peneliti lebih lanjut yang akan dituangkan dalam sebuah karya ilmiah yang berjudul “PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN KEPADA PELANGGAN PADA SEMAYA ONE HOTEL”

KAJIAN TEORITIS

Dalam Bahasa Indonesia pelayanan adalah kemudahan yang diberikan sehubungan dengan proses jual beli barang dan jasa. Pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Kotler(2022), Pelayanan-pelayanan (*service*) adalah selaku kegiatan atau perbuatan yang dapat berikan oleh suatu pihak lain, yang pada pokoknya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu.

Service excellent merupakan suatu kaitan dengan jasa-jasa pelayanan yang dilakukan terhadap perusahaan/organisasi dalam upaya untuk menyampaikan rasa-rasa kepuasan sampai menumbuhkan kepercayaan terhadap pihak pelanggannya (*customer*), sedangkan *customer* tersebut merasa dirinya dipentingkan/di berikan perhatian dengan sangat baik dan wajar, Ruslan (2001). Menurut Elhaitammy (2015) *service excellent* ialah suatu sikap-sikap atau tatanan cara pihak *customer service* (pelayanan pelanggan) dapat melayani pelanggan secara memuaskan. Dalam konsep *service excellent* terdapat empat unsur pokok, yaitu : Kecepatan, Ketepatan, Keramahan, Kenyamanan. Menurut Gondroos (2018) pelayanan merupakan suatu proses. Proses merupakan mengeluarkan suatu hasil yang berupa pelayanan-pelayanan dikemudian diberikan kepada konsumen/pelanggan. Pelayanan dapat dibedakan menjadi 3 group yaitu:

1. *Core Service* adalah pelayanan-pelayanan yang dikasi terhadap pelanggan sebagai produk utamanya. Misalnya untuk hotel berupa penyediaan kamar. Perusahaan dapat memiliki beberapa *core service*, misalnya perusahaan penerbangan menawarkan penerbangan dalam negeri dan luar negeri.
2. *Facilitating Service* adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan. Misalnya pelayanan “*check in*” dalam penerbangan *facilitating service* merupakan fasilitas pelayanan tambah-tambahan yang wajib.
3. *Supporting Service* adalah pelayanan yang ditambah untuk meningkat nilai-nilai pelayanan/membedakan dengan pelayanan pesaing. Contohnya restoran disuatu hotel.

Menurut Zeithaml,dkk dalam (2017) Tolak ukur kinerja pelayanan didapat lakukan dengan cara-cara menggunakan instrument-instrumen pengukuran kinerja pelayanan yang telah dikembangkan oleh Zeithaml (2019), Parasuraman & Berry dalam buku mereka yang diberi judul *Delivering Quality Service*. Ada 10 indikator kinerja pelayanan, yaitu: 1. Kenampakan fisik (*Tangible*), 2. Reliabilitas (*Reability*), 3 Responsivitas, 4 (*Responsiveness*), 5 Kompetensi (*Competence*), 6 Kesopanan (*Courtesy*), 7 Kredibilitas (*Credibility*), 8 Keamanan (*Security*), 9 Akses (*Access*), 10 Komunikasi (*Communication*), 11 Pengertian (*Understanding the customer*). Menurut Suyono (2019) mengemukakan karakteristik pelayanan jasa atau layanan dapat dibedakan menjadi 4 bagian, yaitu :

1. Pelayanan/jasa memiliki sifat-sifat tak berwujud karena tidak bisa di lihat, diraba, didengar atau dicium sebelum ada interaksi pembelian, agar kepercayaan konsumen dapat ditingkatkan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu: meningkatkan visualisai pelayanan, melakukan pelayanan tidak hanya menggambarkan cirinya sesuatu pelayanan tetapi lebih meningkatkan manfaat dari jasa tersebut, penataan fisik pelayanan yang cepat dan tepat sehingga menimbulkan kesan yang bersih, rapih dan wangi, penataan dokumentasi harus baik juga, 2. Tidak Dapat Dipisahkan, Pelayanan tidak bisa dipisah dari sumber, apabila sumbernya tersebut merupakan orang-orang/mesin sehingga produk fisik yang berwujud tetap selalu ada. 3. Cepat Hilang dan Peminatan yang Fluktuasi, Pelayanan yang cepat-cepat hilang tidak bisa disimpan, berubah-ubah menurut musim, jam, dan hari.

Dimensi pelayanan menurut Parasuraman, et al (2019) mengidentifikasi 10 dimensi pokok pelayanan yaitu: Realibilitas mencakup dua aspek utama kinerja dan sifat terpercaya, Responsivitas atau daya tanggap, Kompetensi, Akses, Kesopanan, Komunikasi, Kredibilitas, Keamanan, Bukti Fisik, Kemampuan memahami pelanggan. Menurut Parasuraman (1998) memberi pendapat bahwa kualitas pelayanan sebagai dasar-dasar bagi pemasaran perusahaan, karena suatu inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (berkualitas), dan kinerja juga yang akan dibeli oleh konsumen/pelanggan. Oleh karena itu, kinerja kualitas pelayanan merupakan dasar-dasar bagi pemasaran jasa. Tjiptono dan Chandra (2012:74) kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Lehtinen & Lehtinen (1982), Gronroos, (1984), Caruana, (2002) dalam Kheng (2010) mengatakan kualitas pelayanan adalah hasil perbandingan oleh pelanggan antara harapan mereka tentang layanan dan persepsi mereka tentang cara layanan dilakukan. Kesimpulan di atas, kualitas pelayanan merupakan suatu perbandingan-perbandingan diantara suatu harapan konsumen/pelanggan kepada perusahaan dalam pencapaian kebutuhan dan keinginan dengan pendapat pelanggan terhadap kinerja layanan yang diterimanya seperti ketepatan pencapaiannya. Kualitas produk jasa sulit untuk didefinisikan, dijabarkan dan diukur bila dibandingkan dengan kualitas barang. Menurut Wyckof (1998) mengatakan bahwa suatu kualitas jasa-jasa merupakan tingkat pencapaian keunggulan (excellence) yang diinginkan serta pengendalian atas peningkatan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Kotler (2005:371) pelayanan bersifat sebagai berikut : a. Suatu yang tidak boleh berwujud, dalam artian servis tidak boleh dapat dilihat, dicium, dirasa, dan didengar sebelum pelanggan membelinya b. Tidak boleh dipisahkan, dengan maksud arti dari interaksi pemberi jasa-jasa dengan pelanggan saling membutuhkan servis tadi, c. Berubah-ubah, dalam arti bahwa servis sangat mudah berubah-ubah, karena sangat tergantung pada siapa yang menjanjikan kapan dan dimana. Pada inti suatu pengukuran kualitas jasa/produk dapat diperoleh melalui pengukuran atas kepuasan pelanggannya yang ditunjukkan melalui variabel harapan dan kinerja yang dirasakan pelanggan atau perceived performance (Fandy Tjiptono, 2001:46). Pelanggan adalah salah satu penunjang hidup perusahaan, jika tidak ada pelanggan maka perusahaan tidak akan bisa bertahan hidup, oleh karena itulah perusahaan hendaknya tetap selalu berusaha memberikan pelayanan yang maksimal untuk menarik pelanggan baru ataupun mencoba untuk mempertahankan pelanggan. Menurut Nasution (2001) dalam Majid (2009:12) menjelaskan pelanggan adalah semua seseorang yang menginginkan kita/perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan maka dari itu akan memberikan dampak pada kekuatan kita/perusahaan. Menurut Nasution dalam Majid (2009) kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana, yaitu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan harapan mereka, maka kita sebagai produsen atau pihak yang memberikan pelayanan perlu mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi hal tersebut (Nur et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrument kunci. Oleh karena itu peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan terikat nilai. Metode kualitatif ini merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa kata-kata tertulis, lisan, serta perilaku yang dapat diamati (Hardini & Pratiwi, 2022). Penelitian kualitatif ini bertujuan menjelaskan kondisi serta fenomena sedalam-dalamnya dengan pengumpulan data. Penelitian tidak

mengutamakan besarnya populasi ataupun sampel, bahkan bisa dibilang sangat terbatas. Jika data sudah terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan kondisi serta fenomena yang diteliti, maka tidak perlumencari sampling lainnya. Karena yang ditekankan ialah kualitas data.

Metode penelitian kualitatif ialah metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alami (sebagai lawannya ialah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisa data bersifat induktif, serta hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2009). Menurut Bogdan dalam bukunya Lexy. J Moleong. mendefenisikan metode penelitian kualitatif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian kualitatif seorang peneliti berbicara langsung dan mengobservasi beberapa orang, dan melakukan interaksi selama beberapa bulan untuk mempelajari latar, kebiasaan, perilaku dan ciri-ciri fisik dan mental orang yang diteliti (Meini & Istikharoh, 2022). Bogdan mengemukakan bahwa karakteristik dari penelitian kualitatif adalah: a. alami, b. Data-data bersifat deskriptif bukan angkaangka, c. menganalisis data-data dengan induktif, dan d. Arti penting di dalam penelitian kualitatif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang akan disampaikan berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Pembahasan didapat melalui hasil-hasil mengumpulkan data-data melalui studi dokumentasi, observasi, wawancara terhadap informasi yang dibutuhkan didalam suatu penelitian, serta diskusi yang terfokus terhadap masalah yang diteliti. Pada bab hasil penelitian dan pembahasan ini, akan menguraikan berbagai hal mengenai hasil wawancara pada bulan Juni 2021, yang dilakukan pada Semaya One Hotel di kabupaten klungkung, mengenai tugas suatu Custoemer Service dalam peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan pada Semaya One Hotel. selanjutnya tahap menganalisa yang dilakukan oleh seorang peneliti ialah membuat daftar-daftar pertanyaan untuk wawancara, pengumpulan data dan melakukan analisis data yang dilakukan sendiri oleh peneliti. Untuk dapat mengetahui peningkatan kualitas pelayanan yang diberikn oleh Customer Service pada Semaya One Hotel. Pertama, menyusun daftar untuk pertanyaan wawancara berdasarkan fokus penelitian mengenai peran pelayanan Customer Service pada Semaya One Hotel, kualitas pelayanan yang dihasilkan dalam peran Customer Service pada Semaya One Hotel, masalah-masalah apa saja yang dihadapi Customer Service dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan Semaya One Hotel, dan upaya apa yang dilakukan untuk menanggulangi masalah pelayanan Customer Service.

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dengan cara bertahap dalam rentang waktu bulan jumi–Agustus 2022. Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara yang mendalam dengan narasumber sebagai bentuk pencarian data dan observasi di lapangan yang kemudian peneliti analisis. Informan penelitian ini terdiri dari 5 informan, 2 informan utama yaitu Customer Service dan Manager Customer Service, dan 3 informan pendukung yaitu pelanggan Semaya One Hotel dari berbagai jenis layanan yang dipasarkan, yaitu layanan jasa.

Analisis ini sendiri terfokus kepada pelayanan customer service berupa kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, dikaitkan dengan beberapa unsur rumusan masalah. Tahap analisis yang digunakan adalah teknik pengumpulan data. sehiungga penelitian ini menjadi objectif dan data lebih akurat, peneliti mencari informan pendukung dengan cara melakukan wawancara mendalam, dimana wawancara tersebut dimaksudkan untuk memperoleh informasi secara akurat dari sumber data terpercaya. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan informan pendukung yang masih ada kaitannya dengan focus penelitian ini digunakan untuk memperoleh suatu data tambahan mengenai pelayanan customer service pada Semaya One Hotel.

Berikut hasil wawancara yang dilakukan oleh Penulis terhadap narasumber, Penulis akan membahas tentang tugas customer service dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan pada Semaya One Hotel dengan narasumber yang bernama ibu Komang sebagai customer service dan bapak Gede MM sebagai Manager customer service pada Semaya One Hotel. Peneliti menyampaikan secara garis besar pada daftar pertanyaan wawancara dan menanyakan seputar pelayanan seperti bagaimana peran pelayanan customerservice pada Semaya One Hotel, bagaimana kualitas pelayanan yang dihasilkan dalam peran customer service pada Semaya One Hotel, masalah-masalah apa saja yang dihadapi customer service dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan Semaya One Hotel dan upaya apa yang dilakukan untuk menanggulangi masalah pelayanan customer service pada Semaya One Hotel.

Dalam memberikan pelayanan customer service menggambarkan kualitas pelayanan suatu perusahaan. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan bukanlah suatu hal yang mudah, mengingat banyak kendala yang dihadapi. Upaya memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan utama dilakukan dengan sungguh-sungguh dengan memperhatikan faktor-faktor dalam pendukungnya. Pelaksanaan kualitas pelayanan yang diberikan oleh customer service Semaya One Hotel, adalah: 1. Mengawasi layanan greeting awal Panggilan yang dibuat dengan standar akan membuat semua pelanggan tahu bahwa mereka menekan nomor yang tepat. Kata “Halo” harus singkat dan latih untuk menyebutkan perusahaan dan kemudian namanya sendiri. Contoh kalimat “Halo, Semaya One Hotel, dengan Ari ada yang bisa dibantu?” sudah cukup jelas. Pastikan customer service menjawab secara konsisten. 2. Nada berbicara kepada pelanggan. Pastikan bahwa nada berbicara customer service terdengar senang ketika berbicara dengan pelanggan, meski tidak bertemu langsung dengan pelanggan. Jika customer service berbicara ketidak ramahan, tentu bisa sangat tidak baik bagi pelanggan karena kata-kata dan perubahan nada suara melalui telekomunikasi jauh lebih penting. 3. Konsisten pelanggan mendapat informasi. Customer Service Semaya One Hotel, berkomitmen untuk selalu menjaga pelanggan mendapat informasi, baik menginformasikan melalui media whatsapp, melalui email pelanggan atau menghubungi pelanggan. 4. Pelayanan 24 jam. Semaya One Hotel menyediakan layanan pelanggan via telepon 24 jam. Pelanggan dapat menghubungi nomor telepon layanan pelanggan, ketika sangat membutuhkan bantuan. Dengan memiliki hotline support 24 jam mencirikan suatu kualitas pelayanan suatu organisasi. 5. Sarana dan Prasarana Pada ruang customer service disediakan antara lain laptop, LCD monitoring, dan voip phone. Untuk laporan atau koordinasi dengan divisi lain customer service diberikan akun email pribadi. Untuk jam operasional kerja customer service Semaya One Hotel yaitu Senin–Jumat Jam 07.00–17.00

KESIMPULAN

Kesimpulan diambil guna menjawab pertanyaan penelitian tentang Peran Customer Service dalam peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan Semaya One Hotel adalah ketika pelayanan yang dilakukan oleh customer service Semaya One Hotel telah termasuk dalam kategori yang baik dan telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan sehingga mendapatkan penilaian yang positif dari pelanggan. Berikut paparannya: 1. Tugas customer service pada Semaya One Hotel adalah konsistensi dalam greeting awal, nada customer service ketika berkomunikasi terhadap konsumen/pelanggan terdengar senang dan ramah, menjaga pelanggan tetap mendapatkan informasi terbaru, menyediakan pelayanan selama 24 jam dan operasional kerjanya sesuai Jam Kerja yaitu Senin–Jumat Jam 08.00–17.00, 2. Prosedur pelaksanaan pelayanan Semaya One Hotel adalah setiap-setiap pelanggan/konsumen yang akan menyampaikan keluhan tentang internet dapat menyebutkan identitas diri pelanggan untuk diproses. Setelah data pelanggan ditemukan diprogram, customer service akan meminta informasi keluhan pelanggan dengan memandu pelanggan sesuai standar operasional prosedur (SOP) perusahaan dan meminta nomor telepon pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmadjati, A. (2018). *Layanan Prima dalam Praktik Saat Ini*. Yogyakarta: Deepublish.
- Barata, A. A. (2003). Dasar-dasar pelayanan prima. In *PT. Elex Media Komputindo*.
- Citra, M., Lubis, N., & Nurseto, S. (2013). Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Blackberry Internet Service Provider Telkomsel (Studi Kasus Pada 100 Pengguna Blackberry Internet Service Provider Telkomsel di Kota Semarang). *Social And Politic*.
- Dulkhatif, Haryono, A. T., & Moh Mukeri Warso. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penyedia Jasa Internet Study Pt Noken Mulia Tama Semarang. *Jurnal of Management*.
- Dulkhatif, Haryono, A. T., & Moh Mukeri Warso. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penyedia Jasa Internet Study Pt Noken Mulia Tama Semarang. *Jurnal of Management*.
- Firmayasa, A., & Kamal, F. (2017). Penerapan Pelayanan Prima Untuk Memenuhi Harapan Masyarakat Terhadap Layanan Publik Pada Kelurahan Makasar, Jakarta Timur. *Cakrawala*, 17(2), 179–188. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/2428>
- Hutabalian, Y. H., & Kalangi, J. S. (2015). Peran Customer Service dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Politeknik. *E-Journal Acta*

- Diurna*, IV(3), 1–10. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/90521-ID-none.pdf>
- Karlina, E., Rosanto, O., & Saputra, N. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kedisiplin Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Lurah Klender Jakarta
- Hardiansyah. (2019). Kualitas Pelayanan Publik. Yogyakarta: Bina Media.
- Jackson dalam, Agustina, Ika, Hartati. 2014. Pelaksanaan Pendidikan Dan Pelatihan Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Produktivitas Kerja Karyawan, Skripsi. Brawijaya Malang
- I Wayan Widya Suryadharma dan I Ketut Nurcahya. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona Di Denpasar Timur, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 4
- Kasmir. (2018), Analisis Laporan Keuangan. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kanuk, Schiffman, Leon &, Leslie Lazar, “Consumer Behaviour” 7th Edition (Perilaku Konsumen), PT. Indeks, Jakarta, 2008
- Kasmir. (2017). Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Majid, Abdul, Suharto, “Costumer Service Dalam Bisnis Jasa Dan Tranportasi”, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2009
- Morissan. (2015). Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muhidin, Ali., & Somantri, Ating. (2011). Dasar-dasar Metode Statistika untuk Penelitian. Bandung: Pustaka Setia.
- Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratminto, Fidya Shabrina, Rima Ranintya Yusuf, Lutfi Untung Angga Laksana, Sri Wahyuni, & Susi Apriyanti. (2017). *Pelayanan Prima: Pedoman Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rusydi, M. (2017). *Customer Excellence*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Simanjuntak, P. J. (2005). Manajemen dan Evaluasi Kinerja. In *FE UI*.
- Gunawan, A., Ningsih, S., & Lantana, D. A. (2023). *Pengantar Basis Data*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Hardini, R., & Pratiwi, Y. (2022). The Effect of Product Quality, Brand Image, and Social Media Influencers on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Social Media Instagram in DKI Jakarta. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 11869–11878.
- Karina, A., & Kusumawardhani, F. (2023). Analysis of Solvability, Liquidity, and Company Size on Audit Delay with Audit Quality as Moderation. *JRAK*, 15(2), 209–218.
- Madani, A. U., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). The influence of product quality, brand image, and price perception on the purchase decision of Honda Vario Motorcycles in Depok. *International Journal of Economics, Management, Business, And Social Science (Ijembis)*, 3(1), 169–176.
- Meini, Z., & Istikharoh, I. (2022). Mekanisme Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba. *AkunNas*, 19(1), 28–42.
- Nur, M., Molina, M., Indriyanto, E., Digdowiseiso, K., & Hashim, H. A. (2023). Determinants of the Selection of Accounting Conservatism in Indonesia: A Systematic Literature Review Approach. *Global Journal of Business, Economics & Social Development*, 1(2), 64–77.
- Qadrina, S., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Boba Pada Usaha Aus di Bangka, Pela Mampang, Jakarta Selatan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 8996–9005.
- Ria, R., & Susilo, B. (2023). Intensi Penggunaan Teknologi Cloud Accounting Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 8(1), 261–271.