



Contents lists available at openscie.com

Open Community Service Journal

Journal homepage: <https://opencomserv.com>



Pelatihan Service Excellent Kepada Siswa/Siswi Smk Negeri 3 Depok

Yayu Sriwartini¹, Djudjur Luciana Radjagukguk¹, Andhika Pratama¹

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Nasional, Indonesia

*Correspondence E-mail: yayu.sriwartini@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Disubmit 19 Jan 2023

Diperbaiki 27 Jan 2023

Diterima 28 Jan 2023

Diterbitkan 04 Feb 2023

Kata Kunci:

Komunikasi,

Performa,

Service Excellence.

ABSTRACT

Kurangnya optimalnya pelajaran keterampilan berkomunikasi di SMKN 3 Depok, membuat tim PKM dan mitra sepakat untuk menyelenggarakan pelatihan *service excellence* kepada pelajar jurusan Otorisasi Perkantoran dengan jumlah 36 peserta. Kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 15 Agustus 2022 ini bertujuan (1) memberi wawasan mengenai komponen *service excellent* yang harus diketahui, dipahami dan dikuasai oleh pada siswa/siswi; (2) secara praktis mewujudkan kemampuan para siswa dalam memberikan pelayanan yang prima (*service excellent*). Ada empat (4) tahap yang dilalui dalam serangkaian kegiatan pelatihan ini. Pertama, observasi lapangan yang dilakukan dalam rangka menjajagi dan menganalisis kebutuhan mitra (SMKN 3 Depok). Kedua, *Training of Trainer* dilakukan untuk mempersiapkan kematangan tim PKM sebagai trainer *service excellence*. Ketiga pelaksanaan pelatihan yang diawali dengan *pre-test*. Adapun metode pelaksanaan pelatihannya menggunakan metode *direct instruction* dan *role playing*. Tahap keempat adalah evaluasi ketercapaian tujuan program yang dilakukan dengan cara memberikan *post-test* baik secara materi maupun praktek. Adapun hasil dari pelatihan menunjukkan adanya penambahan pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai *service excellence* secara signifikan. Sedangkan secara keterampilan, perubahan kompetensi berkomunikasi peserta tidak bisa sekaligus langsung meningkat tajam, *service excellence* tidak hanya dari segi berkomunikasi saja, tetapi juga mencakup aspek sikap, perilaku dan produk atau fasilitas fisik yang menjadi obyek layanannya. Tetapi secara umum tujuan pelatihan tercapai sesuai harapan, dan ke depannya diharapkan terjalin Kerjasama yang berkelanjutan antara Prodi Ilmu Komunikasi Unas dengan SMKN 3 untuk mempersiapkan para pelajar memiliki kemampuan yang mumpuni dalam hal *service excellence*.

1. Introduction

Pelayanan merupakan proses interaksi antara seseorang, sekelompok orang, lembaga, organisasi atau perusahaan kepada individu, masyarakat atau Lembaga, organisasi dan perusahaan dalam memberikan sesuatu yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan yang dilayani. Dengan kata lain model pelayanan bisa bermacam-macam. Menurut **Paat (2014)**, pelayanan pada dasarnya adalah cara melayani, membantu, menyikapi, mengurus, menyelesaikan keperluan kebutuhan seseorang atau sekelompok orang. Dan kegiatan pelayanan pada dasarnya menyangkut pemenuhan suatu hak. Setiap jenis usaha yang bergerak dalam bidang jasa maupun barang pastinya membutuhkan konsumen agar terciptanya perputaran uang atas digunakannya produk dari usaha tersebut dari berbagai macam industri. Dalam melayani pelanggan, perusahaan harus memberikan pelayanan terbaik agar konsumen tetap setia dan puas dalam menggunakan, mengonsumsi dan mempercayai produk yang dipakainya. Upaya dalam memberikan pelayanan terbaik dapat diwujudkan dengan menerapkan *service excellent* yang menonjolkan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab yang baik dan terkoordinasi.

Menurut **Tjiptono & Chandra (2016)**, *service excellent* merupakan suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani konsumen atau pelanggan secara memuaskan. *Service excellent* merupakan pelayanan terbaik yang diberikan pihak penyedia jasa sebagai usaha mewujudkan kepuasan. Sejalan dengan pengertian tersebut, faktanya *excellent* yang terdiri dari komponen kemampuan, penampilan, tindakan, ketepatan, perhatian, tanggungjawab, sikap, kenyamanan dan perhatian, dapat menimbulkan kepuasan konsumen, pelanggan kepada perusahaan (**Kurniadi et al., 2018**). Selain itu *service excellent* dapat mempengaruhi citra perusahaan dan loyalitas konsumen atau pelanggan kepada perusahaan (**Fatimah et al., 2022**).

Saat ini pengetahuan dan keterampilan mengelola komunikasi dan informasi belumlah banyak diberikan di sekolah, tidak terkecuali di sekolah kejuruan dan itupun disesuaikan dengan jurusannya seperti salah satunya di SMKN 3 Depok Jl. Merdeka No.128, Abadijaya, Kec. Sukmajaya, Kota Depok, terlebih di sekolah ini terdapat jurusan Administrasi Perkantoran. Adapun salah satu kebutuhan yang perlu dikuasai oleh para siswa/siswi ini adalah kemampuan memberikan pelayanan yang memuaskan (*service excellent*) melalui performa komunikasi verbal dan non-verbal. Komunikasi yang dimaksud adalah bukan komunikasi biasa, tetapi komunikasi yang profesional dengan memperhatikan etika. Etika komunikasi adalah norma, nilai atau ukuran tingkah laku baik dalam kegiatan komunikasi suatu masyarakat.

Etika dan komunikasi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Dimanapun dan dengan siapapun orang berkomunikasi, pertimbangan etis harus selalu diperhatikan agar lawan bicara dapat menerima dengan baik. Etika dalam suatu pembicaraan harus digunakan untuk menghargai dan menghormati publik eksternalnya (pelanggan, nasabah, pengunjung dan lainnya). Dalam memberikan pelayanan kepada publik, aspek etika komunikasi merupakan hal penting yang harus menjadi prinsip dalam melayani. Etika komunikasi merefleksikan standar etis yang memandu komunikator dan komunikan. Dalam etika komunikasi terdapat berbagai macam perspektif dan salah satunya adalah perspektif dialogis. Hal ini bermakna bahwa komunikasi merupakan proses dialogal dua arah (**Mufid, 2009**).

Etika komunikasi pun diperlukan dalam berkegiatan di kantor. Hal itu tercermin di dalam sikap dan Tindakan. Selain etika komunikasi, komponen layanan prima lainnya adalah performa fisik dari perusahaan itu sendiri, yang meliputi fasilitas fisik. Mengapa hal seperti itu harus diperhatikan? sebab dunia kerja di perkantoran tentunya berhubungan dengan banyak orang yang nantinya akan memberi penilaian terhadap citra perusahaan tempat bekerja. Citra tersebut harus dijaga, dan salah satunya yang sangat penting adalah dari performa komunikasi mengingat performa komunikasi sangat penting dalam melayani publik, perlu kiranya diberikan pelatihan “*Service Excellent*”.

Kelompok sasaran yang akan menjadi mitra Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) penulis adalah SMKN 3 Depok. Saat ini di SMKN 3 Depok terdapat jurusan Administrasi Perkantoran dan salah satu pelajaran yang sangat dibutuhkan adalah tata kelola komunikasi untuk menciptakan *service excellence* kepada publik eksternalnya.

Selain itu, tim PKM pun melakukan wawancara dengan kepala sekolah yang didampingi oleh kepala humas, Nurhayati, S.Pd. Ada beberapa harapan yang diutarakan oleh pihak sekolah sekaligus menjadi bagian dari problem yang ada pada diri siswa, di antaranya: 1). Kebutuhan untuk meningkatkan kepercayaan diri siswa dalam berbicara di depan orang banyak. Dampak dari pandemik selama 2 tahun, mengakibatkan para siswa menjadi “asyik” belajar di rumah, kurang bersosialisasi dan minim kemampuan berbicara di depan forum, sebab dengan alasan kuota terbatas, para siswa sangat jarang membukakan kamera pada saat belajar virtual. Siswa lebih senang *off camera*, sehingga para guru pun tidak mengetahui apa yang sedang dilakukan oleh para siswa, 2). Keterbatasan dalam pengajaran *service excellence*. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan sebaran mata pelajaran dalam kurikulum, sehingga pembelajaran mengenai *service excellence* tidak menjadi fokus, hanya bagian dari mata pelajaran tertentu saja.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, tim PKM sepakat dengan pihak sekolah untuk memberikan pelatihan *service excellence* kepada para siswa/siswi kelas 12 (3 SMK). Dan juga sangatlah logis jika materi tersebut menjadi salah satu mata pelajaran penting dan utama bagi para siswa/siswi, sebab etika dan tata kelola komunikasi sangat mendasar yang harus diketahui, dimiliki serta diaplikasikan oleh para pegawai di kantor untuk menjalin hubungan yang baik dengan publik internal maupun publik eksternal, bahkan oleh kita dalam kehidupan sehari-hari. Pembekalan materi *service excellent* ini akan melekat dan menjadi pembiasaan diri jika terus menerus diaplikasikan dalam keseharian, sehingga nantinya ketika para siswa bekerja pada suatu perusahaan/instansi tertentu sudah terbiasa dengan *service excellent*. Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah (a) memberi wawasan mengenai komponen *service excellent* yang harus diketahui, dipahami dan dikuasai oleh para siswa/siswi, dan (b) secara praktis mewujudkan kemampuan para siswa dalam memberikan pelayanan yang prima (*service excellent*).

2. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan melakukan observasi ke Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 3 Depok dalam rangka penjajagan untuk mengidentifikasi permasalahan atau hal-hal yang menjadi harapan namun belum terwujud. Penjajagan dilakukan pada Bulan Maret tahun 2022 dan hasilnya adalah tim PKM sepakat dengan pihak sekolah untuk memberikan pelatihan *service excellence* kepada para siswa/siswi kelas 12 (3 SMK). Lalu dalam pelaksanaan, kegiatan diselenggarakan pada tanggal 15 Agustus 2022 pukul 08.00-12.00 (selama 4 jam) di gedung SMKN 3 Depok, Jl. Thabroni, Cilodong, Kalimulya. Adapun peserta yang turut mengikuti kegiatan sebanyak 36 orang siswa kelas 12 (3 SMK) jurusan otorisasi perkantoran. Dan Tim PKM terdiri dari 2 orang dosen dan 1 orang mahasiswa berikut ini; Yuyu Sriwartini, Djudjur Luciana Radjaguguk, dan Andika Setya Pratama.

Perlengkapan yang digunakan dalam pelatihan ini adalah (1) kuisisioner yang berisi beberapa pertanyaan mengenai pengetahuan tentang *service excellent*. Kuisisioner ini diberikan sebelum pelatihan dan sesudah pelatihan; (2) infokus dan perangkat laptop; (3) materi pelatihan dan (4) perlengkapan dokumentasi. Adapun serangkaian tahapan kegiatan dari persiapan sampai pelaksanaan dilakukan dengan metode yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan PKM

Tahap	Tujuan	Metode
Pertama	Mengidentifikasi masalah dan menyepakati kegiatan	Observasi/Survey lokasi & diskusi dengan kepala sekolah
Kedua	Mempersiapkan tim PKM	<i>Training of trainer</i>
Ketiga	Melaksanakan pelatihan <i>service excellence</i>	<i>Pret-test</i> , Penyampaian materi secara langsung yang memberi ruang peserta untuk bertanya (<i>Direct instruction</i>), simulasi (praktek)
Keempat	Evaluasi ketercapaian tujuan PKM	Post Test

Dari Tabel 1. terlihat ada beberapa metode yang dilakukan oleh tim PKM sebelum dan pada saat pelatihan. Dalam hal pelaksanaan pelatihan kepada peserta, tim PKM menggunakan beberapa cara 2 cara yaitu *Direct Instruction* (penyampaian materi secara langsung) dan *Role Playing* pelaksanaan *service excellence*.

Menurut **Budiyanto (2016)** pada metode *direct instruction*, narasumber (guru, tutor, instruktur) mengawali pelajaran dengan menjelaskan tentang tujuan dan latar belakang pembelajaran atau pelatihan, serta mempersiapkan siswa menerima penjelasan. Fase persiapan dan motivasi ini kemudian diikuti oleh presentasi materi ajar yang diajarkan atau demonstrasi tentang keterampilan tertentu. Menurut Triyanto sebagaimana dikutip **Budiyanto (2016)** *role playing* atau bermain peran menciptakan suasana aktif dan kreatif. Bermain peran mendorong Kerjasama antara anggota untuk menyajikan peranan yang tepat menggambarkan dan menceritakan gagasan serta scenario yang dibuat yang merepresentasikan materi yang disampaikan.

3. Hasil dan Pembahasan

Tujuan dari pelatihan *service excellent* kepada para siswa/siswi SMKN 3 Depok antara lain: (1) Memberi wawasan mengenai komponen *service excellent* yang harus diketahui, dipahami dan dikuasai oleh para siswa/siswi, (2) Secara praktis mewujudkan kemampuan para siswa dalam memberikan pelayanan yang prima (*service excellent*)

3.1 Pelaksanaan *Pre-Test*

Agar tujuan tercapai, maka sebelum pelatihan dimulai, tim PKM memastikan terlebih dahulu pengetahuan dan kemampuan para peserta dalam mempraktekkan *service excellent*. Untuk memperoleh gambarannya, maka diadakan *pre-test* dalam dua bentuk, yakni (1) test pengetahuan dengan cara mengisi kuisioner dan (2) tes kemampuan memberikan *service excellent*. Adapun ruang lingkup pertanyaan yang disampaikan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Ruang lingkup pertanyaan *pre test* & *post test*

No	Ruang lingkup Pertanyaan
1	Pengertian <i>service excellent</i>
2	Tujuan <i>service excellent</i>
3	Aspek penerapan <i>service excellent</i> secara umum
4	Penerapan <i>service excellent</i> pada konsumen/pengguna jasa
5	Teknik menangani keluhan konsumen/pengguna jasa

Dari 5 pertanyaan yang diujikan kepada 36 siswa, hanya pertanyaan ke-1 dan ke-2 yang sebagian besar mendekati kebenaran. Sementara 3 pertanyaan tentang substansi *service excellent* tidak terjawab dengan baik. Mengenai aspek penerapan *service excellent*, hanya 19,44 % siswa (7 orang) dari total 36 peserta yang mampu menyebutkan aspek-aspeknya hampir secara lengkap (ada 9 aspek, yakni penampilan, kesopanan & keramahan, kesediaan melayani, pengetahuan & keahlian, tepat waktu dan janji, kejujuran & kepercayaan, efisiensi, keterbukaan dan biaya). Lalu terkait penerapan *service excellent* kepada pelanggan, hanya 30,56 % (11 orang) yang mengetahui apa saja yang harus dilakukan. Secara teoritis setidaknya ada empat (4) cara dalam memberi pelayanan yang *excellent* kepada pelanggan, yakni menjadikan konsumen sebagai “raja”, memberikan respon yang cepat, berani meminta saran dan kritik kepada konsumen serta tetap memperlakukan baik konsumen yang marah dan kecewa kepada kita atau terhadap pelayanan tempat kerja kita. Terakhir, dari 36 peserta hanya 41,67% (15 orang) yang mengetahui cara penanganan keluhan yang baik. Dari jawaban *pre-test* para peserta terlihat dengan jelas bahwa hampir 75% para siswa belum memiliki pengetahuan yang benar mengenai *service excellent*. Selain itu dalam *pre-test* pun dilakukan praktek keterampilan berkomunikasi dalam menghadapi kemarahan konsumen. Praktek ini sifatnya random. Artinya hanya sebagian siswa yang dipilih untuk memperagakan penanganan kemarahan konsumen. Hal ini dilakukan untuk melihat kemampuan awal dari komunikasi pelayanan konsumen yang merupakan bagian *service excellent*.

3.2 Pelaksanaan Pelatihan

Tahap berikutnya setelah dilakukan *pre-test* adalah pelaksanaan pelatihannya. Ruang lingkup materi pelatihan tentunya sama persis dengan ruang lingkup materi yang diujikan dalam *pre-test* maupun *post-test*. Materi mengenai *service excellent* disampaikan oleh Yuyu Sriwartini dengan metode *direct instruction*. Diawali dengan penyampaian tujuan diberikannya pelatihan, substansi materi yang disampaikan dengan menggunakan contoh-contoh konkret dan kasus. Tidak hanya contoh tentang *service excellent* nya saja, tetapi juga memberikan contoh kasus negative sebuah pelayanan yang tidak menghiraukan tata cara dan etika sebagaimana mestinya pelayanan prima.

3.3 Post-Test Service Excellent untuk melihat capaian

Setelah pemberian materi, kegiatan selanjutnya adalah praktek *service excellent*. Peserta dibagi kelompok dengan masing-masing jumlah 2-3 orang per kelompok dan harus melakukan *role playing*, yakni setiap kelompok harus membuat cerita yang berkaitan dengan *service excellent* dan didramakan. Setiap kelompok diberikan kebebasan untuk menentukan tema serta peran masing-masing, tetapi inti dari *role playing* setiap kelompok harus merepresentasikan sebuah pelayanan prima.



Gambar 1. Pelaksanaan pelatihan

Role play dilakukan sekaligus untuk melihat perubahan kemampuan mempraktekkan *service excellent* para peserta setelah dibekali materinya. Meski jauh dari kata sempurna, tapi setidaknya ada perubahan keterampilan meskipun masih ditataran 50%. Hal ini wajar saja mengingat waktu pelatihan hanya setengah hari sehingga tidak bisa “menyulap” siswa menjadi sangat terampil dalam memberikan *service excellent*. Namun demikian secara kognitif pengetahuan para peserta berubah jauh lebih baik dari saat *pre-test*. Data perubahan kognitif pengetahuan para peserta disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Perbandingan pengetahuan *service excellent* sebelum dan sesudah pelatihan

No	Ruang lingkup	Pengetahuan awal	Pengetahuan setelah pelatihan
1	Pengertian <i>service excellent</i>	100%	100%
2	Tujuan <i>service excellent</i>	80%	100%
3	Aspek penerapan <i>service excellent</i> secara umum	19,44%	69,44%
4	Penerapan <i>service excellent</i> pada konsumen/pengguna jasa	30,56%	75%
5	Teknik menangani keluhan konsumen/pengguna jasa	41,67%	83,33%

3.3 Pembahasan

Dari hasil pelaksanaan pelatihan *service excellent* secara teori dan praktik menunjukkan adanya perubahan kognisi dan juga keterampilan. Sebagai bentuk apresiasi terhadap antusiasme, partisipasi aktif dan upaya mengubah diri dari minim menjadi memiliki kemampuan memberikan *service excellent*, tim PKM pun memberikan *reward* berupa cinderamata kepada 4 perwakilan kelompok.

Bagi para siswa/siswi SMKN 3, pelatihan *service excellent* merupakan hal penting untuk meningkatkan keterampilannya dalam berkomunikasi dan berelasi dengan orang banyak secara prima. Hal ini bukan tanpa alasan, mengingat peserta pelatihan merupakan siswa/siswi jurusan otorisasi perkantoran yang dipersiapkan untuk bisa menjadi pekerja kantor yang handal, tidak saja cakap dalam berkomunikasi tetapi juga mampu memberikan pelayanan terbaik bagi pengguna jasa kantor atau perusahaan tempat siswa bekerja kelak. Jika dilihat dari hasil kegiatan, target capaian pelatihan secara kognitif menunjukkan adanya perubahan yang signifikan.

Terdapat empat (4) komponen dari ruang lingkup *service excellence* yang memperlihatkan perubahan nyata secara kognitif, di antaranya pemahaman peserta akan tujuan *service excellence* meningkat 20% dari sebelumnya hanya 80% saja peserta yang paham. Pemahaman aspek penerapan *service excellence* di kalangan peserta bertambah 50%, sedangkan pemahaman peserta mengenai penerapan *service excellence* pada konsumen meningkat 44,44% dan pengetahuan peserta mengenai bagaimana mengenai teknik menangani keluhan konsumen bertambah 41,66%.

Secara keterampilan, para peserta menunjukkan ada sedikit perubahan dalam kompetensi komunikasinya, meski tidak bisa sekaligus langsung meningkat tajam penguasaan keterampilannya. Sebab berbicara kompetensi layanan prima tidak hanya dari segi berkomunikasi saja. Dalam prakteknya pelayanan prima mencakup aspek sikap, perilaku dan produk atau fasilitas fisik yang menjadi obyek layanannya.

Capaian optimal yang terlihat dari hasil pelatihan ini lebih nampak pada perubahan kognitif. Hal ini sejalan dengan teori kognitif yang dikemukakan oleh Jean Piaget, bahwa belajar dapat diartikan sebagai sebuah proses perubahan persepsi dan pemahaman. Dengan kata lain, belajar tidak harus berbicara tentang perubahan tingkah laku atau sikap (Pahliwandar, 2016).



Gambar 2. Pemberian cinderamata dan foto bersama

Sebagai bahan evaluasi bagi pelaksanaan pelatihan, tim PKM pun meminta kesan dan saran dari para peserta. Siswa menyampaikan ada perubahan pengetahuan sekalipun untuk praktek berkomunikasi dalam konteks memberikan pelayanan prima masih harus dilatih secara kontinyu. Kekurangan dari pelatihan adalah waktu yang singkat, sehingga praktek pelayanan prima hanya sebentar. Saran dari para peserta adalah dilaksanakan kegiatan workshop lanjutan dengan durasi yang cukup panjang, sehingga praktek *service excellent* bisa beragam. Kegiatan pelatihan pun berakhir di pukul 12.00 dengan ditutup oleh foto Bersama.

4. Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan pelatihan *service excellence* kepada siswa/siswi SMKN 3 Depok, dapat disimpulkan bahwa secara kognisi, terlihat perubahan pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai ruanglingkup *service excellence*. Artinya target capaian pelatihan secara kognisi terpenuhi sesuai dengan harapan. Secara keterampilan, perubahan pada peserta belum terlihat signifikan pada seluruh peserta, sebab selain harus dilatih secara berulang-ulang dan berkelanjutan, praktek *service excellence* hanya dilakukan oleh beberapa pasang siswa/siswi saja sehingga tidak dapat dikatakan representative mewakili seluruh peserta

5. Ucapan Terimakasih

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran pada kegiatan PKM yang telah dilakukan. Ucapan terima kasih kepada berbagai pihak di antaranya:

- a) Universitas Nasional yang telah memberikan hibah dana sehingga segala kebutuhan untuk pelaksanaan PKM terpenuhi dengan baik
- b) Kepala Sekolah, Humas dan para guru SMKN 3 Depok yang telah begitu baik memfasilitasi kegiatan di sekolah.
- c) Para siswa/siswi SMKN 3 Depok yang kooperatif dalam pelatihan. Menunjukkan sikap yang fokus, apresiatif dan antusias sehingga memudahkan proses pelatihan sesuai dengan tujuan yang diharapkan
- d) Dosen dan para mahasiswa yang tergabung dalam Tim PKM, yang saling bahu membantu membagi dan mengerjakan tugas baik pra, saat pelaksanaan maupun setelah pelaksanaan PKM

6. Authors Note

Dengan ini menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan mengenai publikasi artikel ini dan juga tulisan ini terbebas dari plagiarisme

7. References

- Budiyanto, M. A. K. (2016). *Sintaks 45 Metode Pembelajaran Dalam Student Centered Learning (SCL)*. Universitas Muhammadiyah. Malang Press.
- Fatimah, F., Drajat, D. Y., Angliawati, R. Y. & Sandrini, D. (2022). Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan: Theoretical Review. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1).
- Kurniadi, D. I., Bisri, S. & Istiatin. (2018). Excellent Sevice Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Bisnis Filateli. *Indonesia Economic Business and Management Research*, 1(1), 17-22.
- Mufid, M. (2009). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media.
- Paat, H. (2014). Kualitas Pelayanan Publik Di Kecamatan Motoling Kabupaten Minahasa Selatan (Studi Tentang Pelayanan Kesehatan Di Puskesmas Kecamatan Motoling). *Politico: Jurnal Ilmu Politik* 3(1).
- Pahliwandar, R. (2016). Penerapan Teori Pembelajaran Kognitif dalam Pembelajaran Pendidikan Jasmani dan Kesehatan. *Jurnal Pendidikan Olahraga*, 5(2).
- Tjiptono, F. & Chandra, G. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta. CV. Andi Offset