

# SERVICE EXCELLENCE

## DENGAN KOMUNIKASI EFEKTIF

Mencapai Kepuasan Pelanggan dengan  
Pelayanan Prima berbasis Komunikasi Efektif

by: **davidpranata**  
Training 





# DAVID PRANATA

*Trainer & writer*

- ✓ 2<sup>nd</sup> Runner Up International Speech & Evaluation Contest, District 87 Toastmasters International
- ✓ Training Coordinator (2012 - 2013) in Toastmasters International for Indonesia, Malaysia & Brunei
- ✓ Dosen Luar Biasa di Univ. Ciputra & IBMT Surabaya
- ✓ Aktif memberikan training di perusahaan, instansi pemerintah dan institusi pendidikan



david.fanpage



David Pranata



davidpranataofficial

# LIST OF CLIENTS

## Perusahaan Nasional & Multinasional

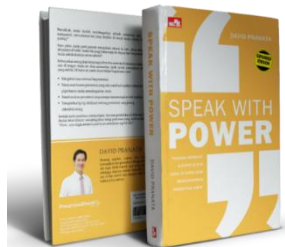
1. PT. Medco Energi Internasional Tbk
2. PT. Petrosea Tbk
3. Premier Oil Natuna Sea B.V
4. PT. Astra International Tbk
5. PT. Ajinomoto Indonesia
6. PT. Bogasari Flour Mills
7. PT. Schneider Electric Indonesia
8. PT. YKK AP Indonesia
9. PT. Johnson & Johnson Indonesia
10. PT. Central Proteina Prima Tbk
11. PT. Unilever Oleochemical Indonesia
12. PT. Bumitama Gunajaya Agro
13. PT. Kutai Refinery Nusantara
14. PT. United Chemicals Inter Aneka
15. PT. Omya Indonesia
16. PT. HM Sampoerna Tbk
17. PT. BFI Finance Tbk
18. PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk
19. PT. BRI Multifinance Indonesia
20. PT. Bank Danamon Indonesia Tbk
21. PT. Bank Jtrust Indonesia Tbk
22. PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia
23. PT. Asuransi Tokio Marine Indonesia
24. PT. Sunlife Indonesia
25. Adidas Indonesia
26. PT. Ariston Thermo Indonesia
27. PT. Terumo Indonesia
28. PT. Kartika Bina Medikatama
29. PT. Shamparindo Retroviral Indonesia
30. PT. Senayan Trikarya Sempana
31. PT. Dompot Anak Bangsa (Go-Pay)
32. PT. Unza Vitalis (Wipro Group)
33. PT. Bintang Indokarya Gemilang
34. PT. CPSSOFT (Accurate Acct Software)
35. PT. Hutchison Ports Indonesia
36. PT. Amazon Colours Indonesia
37. PT. Bima Sakti Alterra
38. PT. Dover Chemical
39. PT. Himalaya Drug Company
40. PT. Berca Hardaya Perkasa
41. PT. Tempurejo Jember
42. PT. Gema Graha Sarana (VIVERE)
43. EnerCoss
44. Matsushita Gobel Group

## Instansi Pemerintah

1. Bank Indonesia
2. PT. Bank Mandiri Tbk
3. PT. Bank Tabungan Negara (BTN)
4. Indonesia Power (PLN Group)
5. Pertamina E & P Cepu
6. Kementrian Luar Negeri (Kemlu)
7. Kementrian Pendidikan & Kebudayaan
8. Kantor Pusat Ditjen Pajak
9. Badan Pusat Statistik
10. BPPOM Manado & Ambon
11. Kanwil Pajak Jatim II
12. Badan Penanaman Modal Jatim
13. Kantor Imigrasi Surabaya
14. Kantor Bea Cukai Juanda
15. Kantor Bea Cukai Belawan
16. Otoritas Jasa Keuangan (OJK)
17. Bappenas Subdit PKPM
18. Balitbang Hukum & HAM
19. PPATK & IFII
20. LPPI (Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia)
21. Jasa Raharja
22. BPKAD Blitar
23. RSUD dr Slamet Garut
24. RSI Siti Hajar Sidoarjo

# AS A WRITER

Website: <https://david-pranata.com/>



## Speak with Power

Buku topik presentasi / public speaking



## Communication Made Easy

Buku topik komunikasi / interpersonal communication



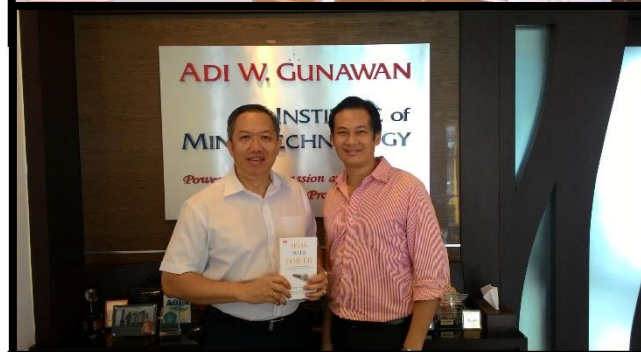
david.fanpage



davidpranataofficial



David Pranata



# ROADMAP MATERI



## Service Communication

Bagaimana Menciptakan Kepuasan Pelanggan Melalui Pelayanan Prima

1

## Service Excellence Foundation

Dasar dan pemahaman konsep pelayanan prima & kepuasan pelanggan

## Effective Service Communication

Memberikan pelayanan prima dengan basis komunikasi efektif

2

# PARTISIPASI AKTIF

Apa yang dimaksud dengan partisipasi aktif?

- **Fokus** dalam mengikuti materi
- **Interaktif** - Merespon pertanyaan baik secara verbal maupun nonverbal, aktif bertanya





1

# **SERVICE EXCELLENCE: MINDSET & FOUNDATION**

Melayani dengan Hati – Lebih dari Sekedar SOP

# OUTLINE MATERI



## TUJUAN PEMBELAJARAN

- Mengetahui definisi service excellence, kepuasan pelanggan, faktor - faktor penentunya dan mindset omotenashi
- Menumbuhkan kesadaran bahwa pelayanan sejati datang dari hati, bukan hanya menjalankan prosedur



## POIN PEMBELAJARAN

- Konsep service excellence dan kepuasan pelanggan
- Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan
- Peran komunikasi efektif dalam service excellence
- Mindset omotenashi

## Definisi Service

# APA ITU PELAYANAN?

Segala aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan *sehingga pelanggan merasa bahwa barang / jasa yg mereka terima telah memenuhi kebutuhan dan harapan mereka*



**SERVICE EXCELLENCE**

# Definisi Service Excellence

## APA ITU PELAYANAN PRIMA?

Pelayanan yang tidak hanya memenuhi permintaan pelanggan, tetapi juga menciptakan pengalaman yang positif, menyenangkan, dan berkesan

Ciri khas pelayanan prima:



Memberikan lebih dari sekadar “selesai”



Dibangun dari kesadaran bahwa setiap interaksi berarti



Fokus pada emosi dan persepsi pelanggan, bukan sekadar prosedur

*“It’s not just about what we do, but how we make them feel.”*

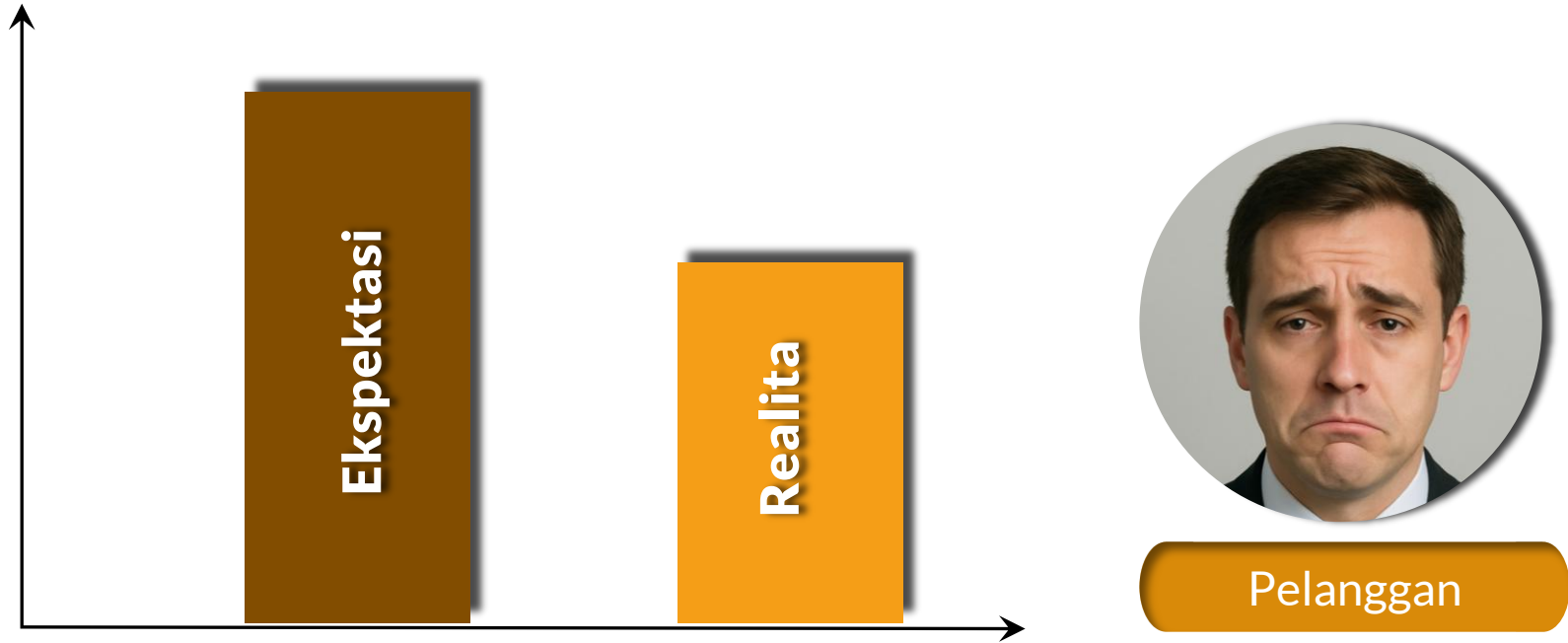
# Ringkasan beda pelayanan biasa vs prima

## APA ITU PELAYANAN PRIMA?

ASPEK	PELAYANAN BIASA	PELAYANAN PRIMA
Fokus	Menyelesaikan tugas	Menciptakan pengalaman berkesan
Sikap	Netral, prosedural	Ramah, penuh empati
Komunikasi	Datar, informatif	Personal, hangat, solutif
Konsistensi	Tergantung mood/petugas	Dijaga di setiap interaksi
Cara merespon	Menunggu	Antisipatif dan Proaktif
Sentuhan Personal	Hampir tidak ada / standar	Ada personalisasi / perhatian khusus
Contoh reaksi pelanggan	"Ya sudahlah."	"Wah, bagus banget pelayanannya!"

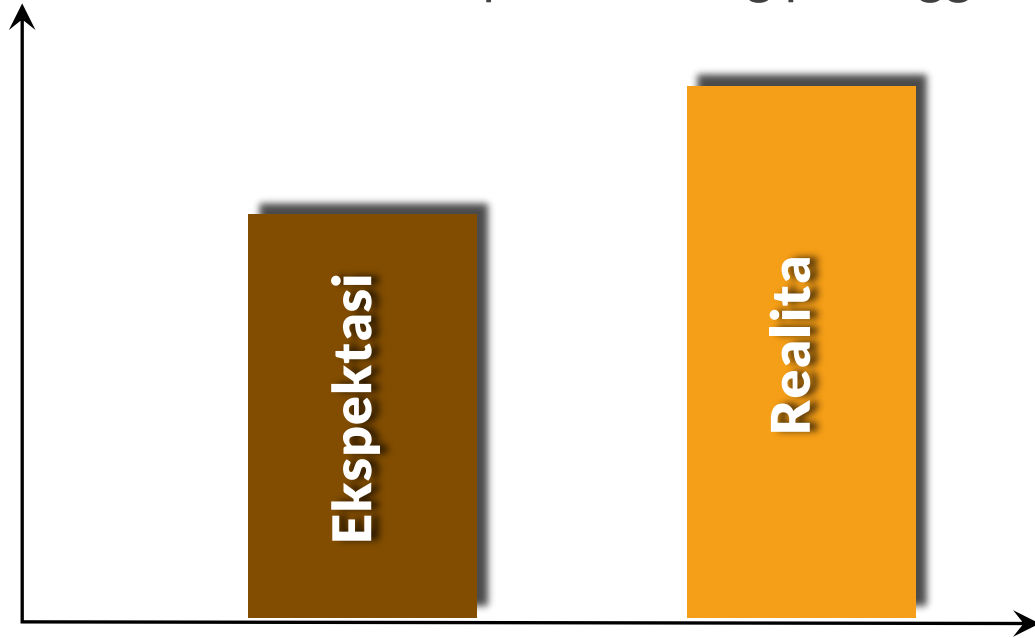
# APA ITU **KEPUASAN PELANGGAN**

Kapan seorang pelanggan merasa puas?



# APA ITU **KEPUASAN PELANGGAN**

Kapan seorang pelanggan merasa puas?



Pelanggan

# Summary Kepuasan Pelanggan

## KEPUASAN PELANGGAN

adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah **mempbandingkan** antara **harapan** terhadap layanan dengan **pengalaman nyata** yang diterima.



Pengalaman

Pengalaman di bawah harapan → kecewa



Pengalaman

Pengalaman sama dengan harapan → pelanggan ok (tidak kecewa, tidak istimewa)



Pengalaman

Pengalaman melebihi harapan → puas (bahkan bisa jadi loyal).

# Pertanyaan Diskusi

## FAKTOR APA YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN?



1. Kualitas produk / jasa



2. Infrastruktur  
(sarana prasarana)



3. Sistem / prosedur



4. Pelayanan (komunikasi)

## Definisi Komunikasi

# KOMUNIKASI

Sebuah proses memberi dan menerima pesan



# KOMUNIKASI VERBAL & NON VERBAL



## VERBAL

Komunikasi menggunakan kata – kata  
(berbicara, membaca, mendengar & menulis)  
Adalah **APA (WHAT)** yang kita komunikasikan



## NON VERBAL

Komunikasi tanpa kata – kata  
(kontak mata, gestur, postur, intonasi suara)  
adalah **BAGAIMANA (HOW)** kita berkomunikasi

# Mindset Pelayanan Prima

## OMOTENASHI

Omotenashi adalah filosofi layanan khas Jepang yang berarti melayani dengan sepenuh hati tanpa pamrih.

Fokusnya adalah menciptakan pengalaman pelanggan yang berkesan melalui perhatian pada hal-hal kecil dan kemampuan mengantisipasi kebutuhan pelanggan.



# TIGA PILAR OMOTENASHI



## Tulus tanpa pamrih

Layanan diberikan bukan demi imbalan, tapi karena niat tulus ingin membuat orang lain nyaman



## Perhatian pada detail

Memperhatikan hal kecil yang sering diabaikan, karena sering hal ini yg membuat kesan besar



## Antisipatif bukan reaktif

Mendeteksi kebutuhan sebelum pelanggan mengungkapkannya

# 2

## EFFECTIVE SERVICE COMMUNICATION

Mewujudkan Pelayanan Prima dengan  
Komunikasi Efektif

# OUTLINE MATERI



## TUJUAN PEMBELAJARAN

- Mampu menciptakan impresi (kesan pertama) dan karisma yang representatif
- Mampu membangun dan meningkatkan relasi dengan pelanggan



## POIN PEMBELAJARAN

- Membangun Impresi (Kesan Pertama) dan Karisma
- Mengenal Pelanggan dan building rapport (bangun hubungan baik)
- Meningkatkan Relasi dengan Listening Skill dan Asking Skill



## CHAPTER #1

# IMPRESI & KARISMA

**Impresi** adalah bagaimana kita membuat **kesan pertama** pada pelanggan. **Karisma** bukanlah sebuah bawaan (trait) akan tetapi sebuah skill yang bisa dipelajari

Impresi dan karisma yang baik akan memudahkan dalam langkah – langkah interaksi dan percakapan kita yang berikutnya

# #1A. IMPRESI / KESAN PERTAMA

## Mengapa Penting?

karena dalam hitungan menit atau bahkan detik orang akan menyusun sekian banyak asumsi dan persepsi tentang diri Anda.  
We judge the book by its cover.

## Tips – Tips Membangun Kesan Pertama yang Tepat

1. Tips komunikasi non verbal impresi
2. Tips komunikasi verbal impresi / greeting



# KOMUNIKASI **NON VERBAL** IMPRESI

Berikut adalah **bahasa tubuh** yang bisa Anda tampilkan untuk menunjukkan **impresi** yang baik:



## **Bahasa Tubuh Terbuka**

Menunjukkan Anda terbuka terhadap lawan bicara. Jangan ada penghalang antara Anda & lawan bicara



## **Orientasi Badan**

Orientasi badan ke arah lawan bicara. 3T (toe, torso, top) menghadap lawan bicara



## **Senyum**

adalah tanda universal kita terbuka dan dalam mood yang baik.



## **Kontak Mata**

untuk menjalin koneksi dan kepercayaan dengan lawan bicara.

A photograph of two men in business suits shaking hands. The man on the left is wearing a dark blue suit, and the man on the right is wearing a grey suit. They are standing in a brightly lit, modern office environment. The background is slightly blurred, showing large windows and a wooden floor.

Ekstra Tips

# CARA BERJABAT TANGAN YANG TEPAT

# KOMUNIKASI VERBAL IMPRESI – GENUINE GREETINGS

adalah bagaimana menyapa dengan tulus pada lawan bicara.

Beberapa tips dalam genuine greeting:

- Pastikan bahasa tubuh Anda siap dan sesuai, plus miliki level energi dan antusiasme yang sesuai.
- Setelah menyapa Anda bisa menanyakan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan dari pelanggan (sesuai dengan SOP yang ada).
- Untuk pembicaraan berikutnya, pastikan Anda tidak berkomentar atau bertanya sesuatu yg konteksnya negatif.



# #1B. KARISMA

## Mengapa Penting?

Karisma akan membuat orang menyukai dan mempercayai Anda. Dalam konteks pelayanan hal ini akan membuat lawan bicara merasa nyaman serta merasa bisa mempercayai dan mengandalkan Anda

## Tiga Komponen Karisma



**#1 HEBAT  
(COMPETENCE)**



**#2 RAMAH  
(WARMTH)**



**#3 SIGAP  
(INITIATIVE)**

Komponen Karisma #1

# HEBAT / COMPETENCE

adalah jawaban dari pertanyaan  
"Apakah Anda bisa diandalkan?"

Pribadi yang hebat / kompeten berarti cakap, bisa diandalkan & kompetitif. Ketika dia diberi sebuah kepercayaan atau tugas, dia mampu menyelesaikannya dengan memuaskan



# RAMAH / WARMTH

adalah jawaban dari pertanyaan  
**"Apakah Anda bisa disukai dan  
dipercaya?"**

Pribadi yang hangat / ramah berarti  
peduli, positif & punya empati



# SIGAP / INITIATIVE

adalah jawaban dari pertanyaan  
"Apakah Anda memiliki inisiatif dan  
mampu memprediksi kebutuhan?"

Sigap berarti tidak menunggu pelanggan  
meminta, tapi aktif membaca situasi dan  
merespons sebelum diminta. Ini adalah  
wujud nyata dari pilar omotenashi



A man with a beard, wearing a dark blue suit and white shirt, is smiling and gesturing with his hands while talking to a woman. The woman has shoulder-length brown hair, is wearing a dark grey blazer over a white shirt, and is also smiling. They are standing in what appears to be a car dealership, with a silver car partially visible on the right. The background is a blurred interior of a modern building with large windows and recessed lighting.

## CHAPTER #2

# BUILDING RAPPORT

Cara **Cepat Klik** dan Membangun  
**Hubungan Baik** dengan pelanggan

Mengapa ini penting?



People Do Business with People  
They **Know, Like** and **Trust**. – *Bob Burg*



# BUILDING RAPPORT

Satu tips untuk bisa cepat membangun hubungan baik (building rapport) adalah dengan **MENCARI KESAMAAN**

Kita cenderung lebih mudah mempercayai dan menyukai orang yang “mirip” dengan kita, entah dari cara bicara, minat, atau pengalaman.

Dalam pelayanan, kesamaan kecil bisa menjadi “jembatan keakraban” yang membuka percakapan lebih dalam dan menciptakan koneksi emosional.

Contoh kesamaan sederhana:

- Sama –sama pecinta klub bola yang sama
- Sama – sama berasal dari kota yang sama
- Sama – sama menggunakan type mobil yang sama



## Langkah #1

Temukan kesamaan dalam tiga hal berikut ini:



Orang



Situasi



Hobi

Sesi Praktek

# MENCARI KESAMAAN

Setelah ini Anda akan dipasangkan dengan orang lain (yang belum atau kurang Anda kenal). Carilah kesamaan Anda dengan dia. Berikut adalah beberapa tips:

- Mulailah mencari di **tiga kategori kesamaan**
- Semakin **unik & spesifik** maka semakin kuatlah rapport yang Anda bangun

## TUJUAN PRAKTEK

Anda mampu **cepat klik dan menemukan topik pembicaraan yang sesuai** (bahkan dengan orang yang baru Anda kenal)



## EKTRA TIPS

Untuk **memperkuat rapport** temukan kesamaan sbb:



### UNIK & SPESIFIK

Semakin unik dan spesifik maka semakin kuatlah kesamaan yang Anda rasakan



### MUATAN EMOSI

Sama mengalami hal yang memiliki ikatan emosi kuat akan memperkuat kesamaan

## Langkah #2

Gali dan perdalam kesamaan tersebut



Langkah #3

Jika tidak menemukan kesamaan

**“Ajari Saya”**



Extra tips

**SINKRONKAN  
BAHASA TUBUH  
& GAYA BICARA**





## CHAPTER #3

# MENINGKATKAN RELASI

## MELALUI PERCAKAPAN

Menggunakan **listening** dan **asking skill** untuk meningkatkan dan memperdalam relasi dengan pelanggan

“

Don't try to be interesting.. But be **interested** in people”

~ Dale Carnegie



# Topik Pembicaraan yang Paling Menarik



Topik pembicaraan yang paling menarik adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan...

## LAWAN BICARA ANDA

*Akan tetapi faktanya sebagian besar pembicaraan kita adalah tentang diri kita sendiri. Kedua belah pihak seakan – akan saling berebut mikrofon untuk bicara.*

### ***Practical Tips:***

- *Ingatlah Nama Orang. Make effort. Anda akan bisa membuat orang lain merasa penting*
- *Ubahlah fokus menjadi menanyakan pada orang lain bagaimana kisah mereka.*

# Bagaimana supaya Tertarik pada Orang Lain?



## #1 MENDENGAR

Skill dasar komunikasi  
terpenting yang sering dilupakan



## #2 BERTANYA

Skill natural kita yang makin  
lama makin memudar



# **LISTENING & ASKING SKILL**

**SKILL TERPENTING YANG KERAP DILUPAKAN ORANG**

**TAPI... MENGAPA KITA  
SULIT MENDENGAR?**



## Kesalahan Mendengar #1

# Hanya Menanti Giliran Bicara

Mendengar hanya untuk mempersiapkan respon, bukan untuk mengerti maksud lawan bicara. Mengapa kita melakukan ini?

- Ingin tidak berhenti bicara dan jadi pusat perhatian (steal the show)
- Menunjukkan bahwa kita lebih pandai, lebih mengerti (atau bahkan lebih menderita)
- Memberi nasihat / saran yang tidak diminta



## Kesalahan Mendengar #2

# Terhalang oleh Asumsi, Persepsi, Bias

Sudah berasumsi dan men-judge maksud dari lawan bicara.

Sering dialami oleh orang dekat atau mereka yang punya posisi superior.



## Kesalahan Mendengar #3

# Banyak Distraction

Perhatian kita teralihkan baik dari gangguan eksternal (HP & gadget) maupun internal (apa yang ada di pikiran)

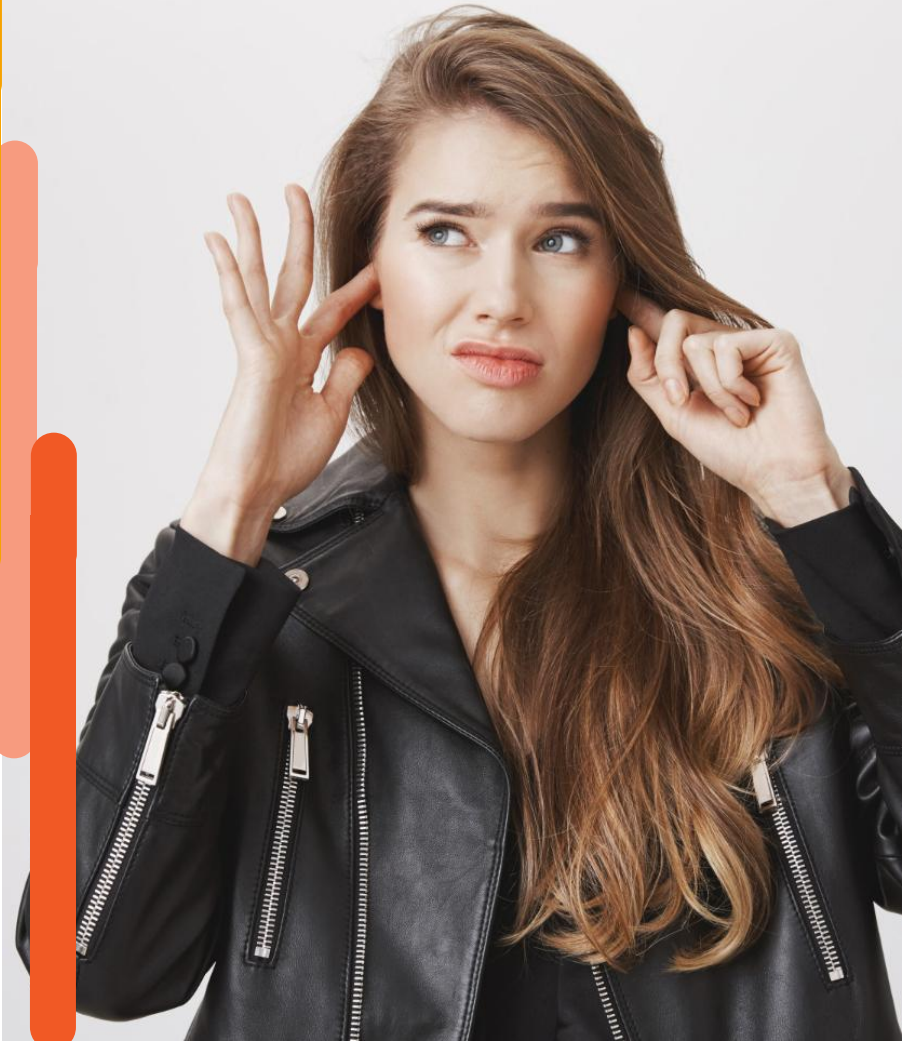


## Kesalahan Mendengar #4

# Selective Listening

Hanya mendengar apa yang ingin kita dengar saja.

Fenomena **motivated reasoning**, kita ingin lebih meyakini apa yang sudah kita yakini sebelumnya.



Sesi Praktek

# LISTENING & ASKING SKILL

Carilah satu orang sebagai partner untuk berlatih skill yang baru saja Anda pelajari. Trainer akan memberikan satu topik / pertanyaan untuk Anda tanyakan pada partner

- **Praktek-kan Active Listening** – fokus untuk memahami
- Tidak perlu memberi opini, saran atau ganti menceritakan kisah Anda
- Praktekkan respon mendengar yang sesuai dan bertanyalah (saran: gunakan open ended dan follow up question)

