

**PENERAPAN *SERVICE EXCELLENT*  
PADA PT SUCOFINDO (PERSERO) CILEGON**

**Laporan Magang**



**Disusun oleh :**

**CITRA ISNAENI DAMAR PUTRI**

**18211080**

**Program Studi Manajemen  
Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia**

**2021**

**PENERAPAN *SERVICE EXCELLENT*  
PADA PT SUCOFINDO (PERSERO) CILEGON**

**Laporan Magang**

**Laporan magang ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat  
menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia**

**Disusun Oleh:**

**CITRA ISNAENI DAMAR PUTRI**

**18211080**



**Program Studi Manajemen  
Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia  
2021**

**HALAMAN PENGESAHAN  
LAPORAN MAGANG**

**PENERAPAN *SERVICE EXCELLENT*  
PADA PT SUCOFINDO (PERSERO) CILEGON**



**Disusun Oleh :**

Nama : Citra Isnaeni Damar Putri  
No. Mahasiswa : 18211080  
Jurusan : Manajemen

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing  
Pada tanggal 26 Juli 2021



Dosen Pembimbing

(Khoirina Noor Anindya, S.E., M.Sc)

## PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan magang ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 26 Mei 2021

Penulis



**Citra Isnaeni Damar Putri**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT. Sholawat serta salam yang senantiasa tercurah kepada junjungan kita yaitu Nabi Muhammad SAW, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan judul “Penerapan *Service Excellent* pada PT Sucofindo Cilegon”.

Terselesaikannya laporan magang ini tentunya tidak lepas dari bantuan banyak pihak, sehingga dalam kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya bagi seluruh pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil sehingga dapat terselesaikannya laporan magang ini. Terutama kepada :

1. Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan karunianya.
2. Kepada orang tua dan saudara yang telah banyak memberikan dukungan dan semangat.
3. Ibu Dra. Sri Mulyati, M.Si., CFP., QWP selaku ketua Program Studi Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Khoirina Noor Anindya, S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing penulisan laporan magang yang telah bersedia menyediakan waktu serta tenaga untuk memberikan bimbingan dan arahan hingga laporan magang diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

6. Ir. Ade Hermana sebagai kepala cabang PT Sucofindo (Persero) Cilegon yang telah mengizinkan penulis untuk magang di Kantor Sucofindo Cilegon.
7. Bapak Ryandafi Gery Suhardi dan Ibu Evi Roniyanti yang telah membimbing serta mendukung penulis selama magang di Kantor Sucofindo Cilegon.
8. Seluruh karyawan yang bekerja di Kantor Sucofindo Cilegon yang telah banyak membantu dalam kegiatan magang.
9. Teddy Firmansyah, Ahmad Yusuf Suprayogi, Alfian Diro Samodro, Sabiha Harun Mokoagow, Nadia Rizki Amalia yang telah mendukung, membantu serta menemani penulis dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
10. Agustina Wulandari, Alya Ramadhanti, Nurkholifah, Annisa Nuramalia, Tarisha Sabila, Niken Millenia, Titania Shafiera dan teman-teman baik lainnya yang berada di lingkungan Serumah Kost Eksklusif yang selalu mendukung, memberikan semangat serta memotivasi, kasih sayang dan do'a yang luar biasa serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan pengalaman yang penulis miliki. Maka penulis memohon untuk diberikan kritik dan saran yang membangun bagi penulis. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu. Penulis berharap laporan magang ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia Pendidikan.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN MAGANG.....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	13
I.1 Dasar Pemikiran Magang .....	13
I.2 Tujuan Magang.....	14
I.3 Target Magang .....	14
I.4 Bidang Magang .....	14
I.5 Lokasi Magang .....	15
I.1 Jadwal Magang.....	15
I.2 Sistematika Penulisan Laporan Magang .....	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Perusahaan Jasa .....	17
2.1.1 Pengertian Perusahaan Jasa.....	17
2.1.2 Karakteristik Perusahaan Jasa .....	17

2.2	SERVICE EXCELLENT .....	19
2.2.1	Pengertian <i>Service Excellent</i> .....	19
2.2.2	Konsep <i>Service Excellent</i> .....	20
2.2.3	Dimensi Service Excellent .....	21
2.2.4	Proses dan Tahapan <i>Service Excellent</i> .....	22
2.2.5	Arti Penting <i>Service Excellent</i> .....	23
BAB III ANALISIS DESKRIPTIF .....		26
3.1	Data Umum .....	26
3.1.1	Sejarah Singkat Sucofindo .....	26
3.1.2	Visi dan Misi Sucofindo .....	27
3.1.3	Arti Logo .....	27
3.1.4	Struktur Organisasi .....	28
3.2.1	Penerapan Pelayanan Prima ( <i>Service Excellent</i> ) pada PT. Sucofindo (Persero) Cilegon .....	29
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....		35
DAFTAR PUSTAKA .....		37
DAFTAR LAMPIRAN .....		39
.....		39



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jadwal Kegiatan Magang.....	13
-------------------------------------	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lokasi Magang	14
Gambar 2.1 Logo Sucofindo	26
Gambar 3.1 Struktur Organisasi	28



## DAFTAR LAMPIRAN

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN MAGANG	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>13</b>
1.1 Dasar Pemikiran Magang	13
1.2 Tujuan Magang	14
1.3 Target Magang	14
1.4 Bidang Magang	14
1.5 Lokasi Magang	15
1.6 Jadwal Magang	15
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang	16
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	<b>17</b>
2.1 Perusahaan Jasa	17
2.1.1 Pengertian Perusahaan Jasa	17
2.1.2 Karakteristik Perusahaan Jasa	17
2.2 SERVICE EXCELLENT	19
2.2.1 Pengertian <i>Service Excellent</i>	19

2.2.2	Konsep <i>Service Excellent</i>	20
2.2.3	Dimensi <i>Service Excellent</i>	21
2.2.4	Proses dan Tahapan <i>Service Excellent</i>	22
2.2.5	Arti Penting <i>Service Excellent</i>	23
BAB III ANALISIS DESKRIPTIF		26
3.1	Data Umum	26
3.1.1	Sejarah Singkat Sucofindo	26
3.1.2	Visi dan Misi Sucofindo	27
3.1.3	Arti Logo	27
3.1.4	Struktur Organisasi	28
3.2.1	Penerapan Pelayanan Prima ( <i>Service Excellent</i> ) pada PT. Sucofindo (Persero) Cilegon	29
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		35
DAFTAR PUSTAKA		37
DAFTAR LAMPIRAN		39

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Dasar Pemikiran Magang

Perusahaan jasa adalah perusahaan yang didirikan dengan tujuan kegiatan utamanya yaitu bergerak dalam bidang pelayanan jasa atau menjual jasa. Menurut Kotler (2008) tentang Pelayanan ialah kegiatan atau tindakan yang bisa ditawarkan oleh suatu pihak terhadap pihak lain, namun pada dasarnya tidak berwujud dan tidak bertanda kepemilikan apapun. Menurut AS. Moenir (2005), pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Kebutuhan-kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan fisik, kebutuhan sosial, dan kebutuhan psikologis (Agus Sulastiyono, 2002).

Di dalam perusahaan jasa tentunya terdapat banyak pelayanan. Salah satunya yaitu pelayanan prima. Pelayanan prima (*excellent service*) ialah suatu pemberian pelayanan terbaik yang dapat memenuhi kebutuhan serta kepuasan pelanggan. Menurut Firmansyah (2016) *service excellent* atau prima adalah pelayanan yang diterapkan dengan sebaik mungkin sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan ataupun masyarakat. Dengan melakukan upaya yang dapat memenuhi suatu kebutuhan atau suatu permintaan yaitu seperti mempersiapkan dan mengurus yang diperlukan, sehingga pelanggan merasa mendapatkan sesuatu lebih dari harapannya.

Menurut Suwithi dalam Firmansyah & Administrasi (2017) *service excellent* atau pelayanan prima adalah pelayanan yang diterapkan dengan baik kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun eksternal berdasarkan standard dan

prosedur pelayanan. Menurut Daryanto dan Ismanto Setyabudi (2014) salah satu tujuan pelayanan prima ialah dapat memberikan suatu pelayanan yang bisa memuaskan pelanggan atau masyarakat. Dari kutipan-kutipan tersebut, PT Sucofindo Cilegon adalah salah satu perusahaan jasa yang menyediakan berbagai macam pelayanan jasa seperti Sertifikasi, Inspeksi dan Audit, Konsultasi, Pelatihan, serta Pengujian dan Analisis. PT Sucofindo Cilegon juga tentunya akan menerapkan sistem pelayanan prima karena sangat berpengaruh untuk rating pelayanan jasa yang telah tersedia.

Berdasarkan dasar pemikiran yang tertera, penulis tertarik untuk menulis laporan magang ini dengan judul “ **Penerapan *Service Excellent* pada PT SUCOFINDO CILEGON** “.

### **1.2 Tujuan Magang**

Tujuan pada pelaksanaan kegiatan magang ini adalah :

1. Mempelajari penerapan *service excellent* pada PT Sucofindo Cilegon
2. Mengidentifikasi kendala penerapan *service excellent* pada PT Sucofindo Cilegon

### **1.3 Target Magang**

1. Mampu menguasai penerapan *service excellent* pada PT Sucofindo Cilegon
2. Mampu mengidentifikasi kendala penerapan *service excellent* pada PT Sucofindo Cilegon

### **1.4 Bidang Magang**

Pelaksanaan magang akan dilakukan pada bidang penerapan *Service Excellent* pada PT Sucofindo Cilegon.

### 1.5 Lokasi Magang

Lokasi magang dilaksanakan di Kantor Sucofindo Cilegon yang beralamat di Jalan Raya Serang No.16, Sukmajaya, Kec. Jombang, Kota Cilegon, Banten 424111.



**Gambar 1.1 Lokasi Magang**

*Sumber : Google Maps*

### 1.6 Jadwal Magang

Waktu pelaksanaan magang akan dimulai pada tanggal 1 April 2021 sampai 31 Mei 2021.

**Tabel 1 Jadwal Kegiatan Magang**

Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Survei Lokasi magang																
Penulisan <i>Term Of Reference</i>																
Pelaksanaan kegiatan magang																
Bimbingan Laporan Magang																
Menyusun Laporan Magang																

### **1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang**

Pada sistematika dalam penulisan laporan magang terdapat penyusunan dalam empat bab, yaitu sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab satu berisi dasar tujuan magang, pemikiran magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal magang, dan sistematika dalam penulisan laporan magang.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab dua berisi tentang teori – teori permasalahan pada topik dalam penulisan.

#### **BAB III : ANALISIS DESKRIPTIF**

Pada bab tiga berisi seputar perusahaan, contohnya seperti sejarah singkat perusahaan, arti logo perusahaan, visi dan misi dari perusahaan, struktur dalam organisasi pada perusahaan, serta data – data dari hasil laporan pelaksanaan magang.

#### **BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab empat merupakan bab terakhir atau sebagai penutup yang berisikan tentang kesimpulan dan saran untuk PT Sucofindo (Persero) Cilegon.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Perusahaan Jasa**

##### **2.1.1 Pengertian Perusahaan Jasa**

Secara umum perusahaan jasa adalah perusahaan yang dapat memberikan kepuasan atau manfaat serta dapat menghasilkan bentuk fisik pada produk dalam aktivitasnya. Ahli ekonomi mendefinisikan bahwa perusahaan jasa merupakan perusahaan yang dalam proses manfaat atau produksi yang telah ditawarkan ke pihak lain pada dasarnya tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu atau tidak berwujud fisik (Kotler P. , 2014).

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan jasa adalah perusahaan yang dapat menghasilkan atau memproduksi output yang telah ditawarkan kepada pihak lain namun tidak dapat diproduksi saat bersamaan, tidak berbentuk fisik, dan ataupun yang dapat memberi nilai tambah bagi pembeli dalam aktivitasnya.

##### **2.1.2 Karakteristik Perusahaan Jasa**

Perusahaan jasa tentunya melakukan suatu aktivitas. Contoh dari aktivitasnya yaitu mampu menerapkan sesuai dengan bidang jasa yang dijalani untuk memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggan, memberikan sesuatu yang bermanfaat walau tidak terlihat atau produk yang ditawarkan tidak berwujud (*intangible*) (Lovelock, 2011). Salah satu contoh dari perusahaan ini adalah jasa perhotelan, akuntansi, notaris, transportasi, dan lain sebagainya.

Perusahaan jasa memiliki beberapa karakteristik di antaranya terdapat lima karakteristik utama jasa bagi pembeli pertama, yaitu (Lupiyoadi, 2011) :

a. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa sudah pasti berbeda dengan barang, jasa ialah tindakan, proses, pengalaman, kinerja, atau suatu usaha sedangkan barang merupakan benda, alat, atau suatu objek. Maka dari itu itu sebelum jasa dibeli dan dikonsumsi tidak bisa dirasa, diraba, dilihat, didengar, ataupun dicium.

b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Pada umumnya, jasa akan dijual terlebih dahulu, kemudian diproduksi dan dikonsumsi dengan secara bersamaan, sedangkan barang biasa di produksi, dijual, kemudian dikonsumsi.

c. *Variability/Heterogeneity* (berubah-ubah)

Jasa yang bersifat variabel karena *non-standardized output*, yaitu banyak variasi yg berasal dari kualitas, jenis, serta bentuk di mana dan kapan saja jasa tersebut diproduksi dengan tergantung kepada siapa. Terjadinya hal seperti ini karena jasa dalam proses produksi serta konsumsinya melibatkan unsur manusia maka cenderung tidak konsisten dalam hal perilaku dan sikap, dan tidak terprediksi.

d. *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa tidak dapat disimpan dan tidak tahan lama. Contohnya seperti kamar – kamar di dalam hotel yang sudah lama tidak ditempati, kapasitas telepon yang tidak digunakan/dimanfaatkan dan sudah tidak dapat disimpan atau bahkan hilang.

e. *Lack of Ownership Lack of Ownership*

Adalah perbedaan barang dan jasa. Untuk melakukan pembelian jasa, konsumen hanya memiliki peluang personel terhadap suatu jasa pada waktu

terbatas misalnya seperti layanan penerbangan, bioskop, kamar hotel, serta pendidikan. Sementara itu untuk melakukan pembelian suatu barang atau produk, konsumen dapat memiliki hak yang maksimal terhadap penggunaan dan pemanfaatan produk yang telah dibeli, mereka dapat menyimpan, mengonsumsi atau bisa menjualnya.

## **2.2 SERVICE EXCELLENT**

### **2.2.1 Pengertian *Service Excellent***

Pelayanan adalah suatu urutan kegiatan yang terjadi antara satu orang dengan orang lain pada saat berinteraksi langsung dalam menyediakan kepuasan pelanggan (Ismanto, 2014). Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia pelayanan yaitu suatu proses dalam jual beli barang atau jasa yang diberikan. *Service excellent* juga sangat berkaitan dengan jasa pelayanan, dalam upaya untuk memberi rasa kepuasan dan menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan sampai pelanggan tersebut merasa dirinya diperhatikan dengan baik dan dipentingkan.

Hakikat berdasarkan *customer service* atau layanan nasabah sendiri yaitu jika dapat memberikan kepuasan melalui pelayanan dan tercapainya memenuhi keinginan serta kebutuhan pelanggan, maka telah dinyatakan berhasil dalam memberikan kepuasan pelanggan. (Wahjono, Perilaku Organisasi, 2010). *Service excellent* adalah kemampuan maksimal seseorang dalam pelayanan ketika berhubungan dengan orang lain. Pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik berdasarkan standard serta prosedur pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan eksternal maupun pelanggan internal.

Menurut (Judiari, 2010) mengatakan bahwa *Service Excellence* adalah :

- a. Mengatasi suatu barang yang sudah rusak atau usang
- b. Memberikan pelayanan yang baik dan sopan

*Service Excellent* bisa dipahami karena pelayanan dari yang bisa diharapkan, dengan cara memberikan perhatian dan pengertian untuk pelanggan, serta kenyamanan kepada pelanggan, tepat waktu dalam menangani pelanggan, seluruh kualitas termasuk biaya, proses, dan kepuasannya. Namun ada pendapat lain yang menyatakan bahwa pelayanan prima merupakan pelayanan yang tetap mengikuti perkembangan dari kebutuhan, dan dengan standar kualitas yang tinggi. (Rahmayanty, 2013).

### **2.2.2 Konsep *Service Excellent***

Merupakan konsep pelayanan prima berdasarkan A6 menurut Barata dalam (Laurena, 2015), ialah memperluas dalam layanan prima dengan menerapkan konsep Sikap (*Attitude*), Tindakan (*Action*), Perhatian (*Attention*), Penampilan (*Appearance*), Kemampuan (*Ability*), serta Tanggung Jawab (*Accountability*).

#### **a. Sikap (*Attitude*)**

Merupakan perilaku yang wajib diterapkan atau diperlihatkan ketika menghadapi pelanggan, contohnya seperti dari penampilan yang sopan, menarik dan serasi, bersikap menghargai pelanggan, sehat serta logis serta tidak lupa untuk berpikir positif.

#### **b. Perhatian (*Attention*)**

Merupakan kepedulian terhadap konsumen, mulai dari memahami keinginan pelanggan, memahami kritik dan sarannya, mengamati dan menghargai perilaku oleh konsumen, memahami dan mendengarkan seluruh kebutuhan konsumen, dan mencurahkan dari perhatian penuh kepada konsumen.

#### **c. Tindakan (*Action*)**

Merupakan suatu kegiatan secara nyata yang wajib dilakukan untuk melayani konsumen, memahami kebutuhan pelanggan dengan cara mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan konsumen, serta menggapai kebutuhan para pelanggan, serta menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali.

d. Kemampuan (*Ability*)

Merupakan keterampilan serta pengetahuan sangat dibutuhkan dalam layanan prima, salah satu contohnya adalah mampu membina hubungan baik ke dalam maupun keluar dari organisasi atau perusahaan, memiliki kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, serta mampu berkomunikasi dengan efektif.

e. Penampilan (*Appearance*)

Merupakan bentuk citra diri manusia melalui non fisik atau fisik. Berpenampilan dengan baik akan menambahkan citra dan dapat merefleksikan kepercayaan diri dari sudut pandang pihak lain.

f. Tanggung Jawab (*Accountability*)

Merupakan penerapan sikap terhadap pelanggan sebagai bentuk atau wujud kepedulian dan untuk meminimalisir atau menghindari kerugian ataupun ketidakpuasan pelanggan.

### 2.2.3 Dimensi Service Excellent

Ada beberapa dimensi dalam kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut (Gaspersz, 2011):

- a. Ketepatan waktu dalam pelayanan termasuk dalam waktu proses dan tunggu
- b. Kualitas dalam pelayanan termasuk dalam ketepatan pelayanan atau akurasi
- c. Kualitas pelayanan termasuk dalam keramahan dan kesopanan pelaku berdasarkan bisnis

- d. Kualitas dalam pelayanan termasuk dalam kewajiban saat melayani keluhan konsumen.
- e. Kualitas pelayanan termasuk dalam banyak atau sedikitnya petugas pelayanan dan fasilitas dalam pendukung lainnya
- f. Kualitas dalam pelayanan termasuk dalam ketersediaan informasi, lokasi, , ruangan tempat pelayanan, tempat parkir, serta petunjuk/panduan lainnya.
- g. Kualitas pelayanan termasuk dalam keadaan lingkungan yaitu seperti AC, kebersihan, komunikasi, ruang tunggu, dan fasilitas lainnya.

#### **2.2.4 Proses dan Tahapan *Service Excellent***

Berikut adalah beberapa tahapan serta proses layanan prima (Judiari, 2010) :

- a. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan

Langkahnya adalah mampu mengidentifikasi berdasarkan kebutuhan dasar dari manusia dengan cara pengertian dalam pelayanan, dapat membaca kebutuhan pelanggan dengan cara perhatian, dapat mengatur waktu pada saat pelayanan dengan tepat waktu, faham dalam situasi serta kondisi, kepekaan dan empati dengan cara mampu mendengar dengan baik.

- b. Aplikasi diri pengidentifikasian kebutuhan pelanggan

Langkahnya adalah pengertian, mampu menyambut pelanggan dengan baik, mampu berkomunikasi dengan baik dan jelas, membantu pelanggan merasa penting, berusaha untuk inisiatif dalam bertanggung jawab, serta dapat memberikan lingkungan yang menyenangkan.

- c. Pengakuan kepuasan dari pelanggan

Langkahnya adalah beri sikap yang menjadikan pelanggan berada di pihak anda, kemudian beri ekstra pelayanan, lalu tuntaskan semua kebutuhannya.

### 2.2.5 Arti Penting *Service Excellent*

Pelayanan prima sangat penting bagi suatu perusahaan, alasannya adalah (Rahmayanty, 2013):

a. Pelayanan prima memiliki makna ekonomi

Untuk mencapai keuntungan yaitu pelanggan. Adanya suatu tujuan guna bisa menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, memaksimalkan laba dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, mampu mengatasi persaingan serta melaksanakan atas hak serta tanggung jawab sosial.

b. Pelayanan adalah tempat berkumpulnya uang dan pekerjaan

Alasan mengapa perusahaan sangat bergantung dengan konsumen serta untuk konsumen maka mereka dapat bekerja, karena konsumen merupakan sumber dari uang dan pekerjaan. Mampu menarik perhatian terhadap segala kebutuhan konsumen melalui cara memadukan semua kegiatan yang dapat memengaruhi pelanggan serta dapat menghasilkan laba dalam kegiatan pada saat pelayanan atas kepuasan konsumen.

c. Persaingan yang semakin maju

Membesarnya dalam perbisnisan yang terus-menerus, maka akan semakin berkompetisi serta turun atau rendahnya pasar karena semakin banyak produsen yang terlibat dalam memenuhi keinginan serta kebutuhan pelanggan. Memberi kepuasan serta nilai kepada pelanggan dengan cara menyampaikan produk dan jasa yang berkualitas dengan harga saing adalah kunci utama untuk memenangkan persaingan.

d. Pemahaman yang semakin baik terhadap pelanggan

Memberi perhatian pada kepentingan pelanggan dengan cara melihat serta memahami kebutuhan dan kepuasan atas pelayanan di tengah iklim persaingan yang semakin ketat juga bisa menjadi faktor kunci untuk keberhasilan usaha. Mampu memahami sudut pandang pelanggan dari mulai menyadari kepuasan pelanggan bahwa tak hanya sekedar membeli produk, melainkan untuk memenuhi berbagai unsur emosi dan afeksi pelanggan, seperti gaya hidup, jati diri, dan lain sebagainya.

Kemudian dalam (Majid, 2011) menjelaskan lebih spesifik kepada pelanggan dikarenakan oleh beberapa alasan betapa pentingnya *service excellence*, yaitu :

- a. Pelanggan akan mengetahui dari efisiensi sebuah perusahaan dari karyawan yang telah ditemui.
- b. Kesan dari pertama (*positive first impression*) sangatlah utama dan termasuk susah dalam mengatasi dari kesan awal yang berunsur negative.
- c. Dalam perusahaan terlalu mengharapkan standar yang sangat tinggi dari pekerja.
- d. Pelanggan akan bisa percaya oleh perusahaan serta akan tetap di sukai dan dilayani jika ia merasa diperlakukan dengan baik.
- e. *Word of Mouth* (promosi dari mulut ke mulut) merupakan salah satu bentuk dari sebuah pengembangan yang paling berpengaruh/efektif dari periklanan. Saat konsumen merasa puas, maka akan memberitahu dan merekomendasikan kepada konsumen lain.
- f. Kita tentu akan merasa puas serta bangga dalam diri kita sendiri jika kita mampu memberikan dalam layanan yang terbaik terhadap konsumen.



- g. Pelanggan akan mempercayakan perusahaan dalam hal sumber informasi serta akan menjadikan kita sebagai bantuan utamanya.



## **BAB III**

### **ANALISIS DESKRIPTIF**

#### **3.1 Data Umum**

##### **3.1.1 Sejarah Singkat Sucofindo**

PT Sucofindo Cilegon adalah singkatan dari PT Superintending Company of Indonesia (Persero), PT Sucofindo (Persero) Cilegon adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang telah dibangun antara Pemerintah Republik Indonesia dengan SGS. SGS merupakan perusahaan inspeksi terbesar di dunia yang berpusat di Jenewa, Swiss.

PT SUCOFINDO berdiri pada tanggal 22 Oktober 1956 berdasarkan Akta Notaris Johan Arifin Lumban Tobing Sutan Arifin Nomor 42, PT SUCOFINDO awalnya hanya terfokus pada pelayanan jasa untuk pengawasan serta pemeriksaan dalam bidang perdagangan, terutama pada bidang pertanian, serta membantu pemerintah dalam penjaminan kelancaran arus barang dan juga pengamanan devisa negara dalam sistem perdagangan ekspor impor. Seiring dengan berjalannya perkembangan kebutuhan dunia usaha, SUCOFINDO akhirnya melakukan perkembangan yaitu melakukan langkah kreatif dan inovatif serta menawarkan jasa-jasa lainnya.

SUCOFINDO juga telah mampu meningkatkan jasa dalam bidang usaha pengujian beserta analisis, konsultasi, sertifikasi, inspeksi serta audit, dan pelatihan pada bidang pertanian, konstruksi, industri pengolahan, transportasi, kehutanan, kelautan, perikanan, pertambangan (migas dan nonmigas), pemerintah, serta Sistem Informatika dan Energi Terbarukan.

Pada tahun 2017, PT SUCOFINDO didukung oleh penerapan kerja yang tinggi, juga menerapkan peningkatan dalam keterampilan melalui pengetahuan yang luas serta peningkatan jasa yang kreatif, PT SUCOFINDO mengharapkan mampu berbisnis kelas dunia. Dari pengalaman yang telah dilewati, SUCOFINDO menerapkan visi serta misi tetap berkeinginan untuk tetap dan menjadi perusahaan pengamatan terdepan serta terbesar di Indonesia. Maka dari itu, pengalaman serta kapasitas PT SUCOFINDO tidak harus diragukan kembali.

### **3.1.2 Visi dan Misi Sucofindo**

#### **Visi**

Menjadi Perusahaan Kelas Dunia yang unggul, dapat diandalkan dan terpercaya dalam bidang pengamatan, sertifikasi, pengujian, pelatihan serta konsultasi.

#### **Misi**

Mewujudkan nilai ekonomi kepada penanggung jawab kepentingan terutama pelanggan, pemegang saham serta pegawai melalui pelayanan jasa pengamatan, konsultasi, sertifikasi, pengujian, serta jasa yang terkait lainnya untuk penjaminan kepastian dalam berusaha.

### **3.1.3 Arti Logo**



## Gambar 2 Logo PT. Sucofindo (Persero)

Sumber : [www.seeklogo.com](http://www.seeklogo.com)

PT. Sucofindo (Persero) Cilegon mempunyai logo TIGA BOLA DUNIA yang berarti bahwa PT Sucofindo Cilegon mempunyai ruang dalam lingkup Internasional dalam menyatukan tiga kawasan usaha di antaranya kawasan darat, kawasan laut dan kawasan udara.

Bola dunia yang berwarna biru gelap memiliki arti kestabilan sifat, terpercaya dan aman, serta melambangkan ini adalah suatu usaha yang diandalkan dan dipercaya.

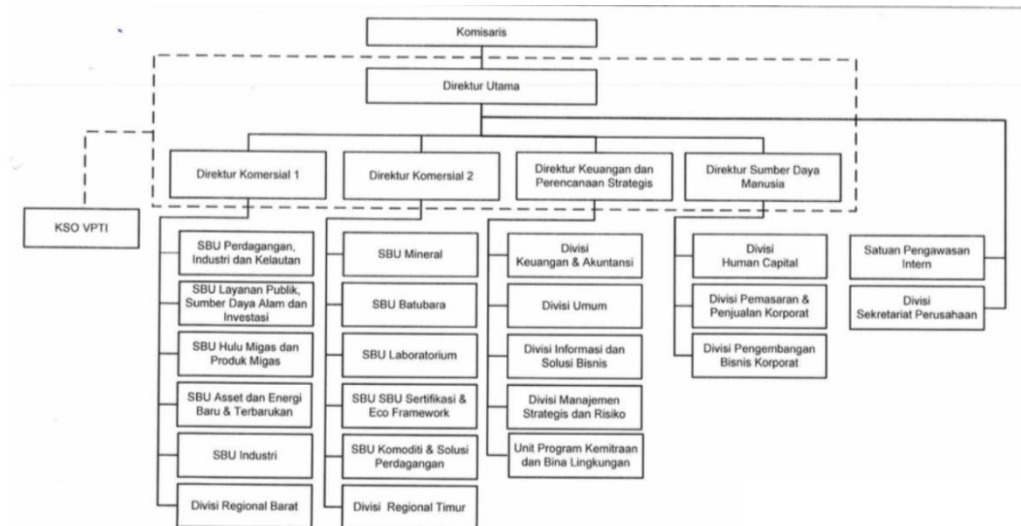
Bola dunia yang berwarna biru terang, memiliki arti luas, tertib, bersih, serta keluasan jangkauan dalam usahanya.

Bola dunia yang berwarna biru gradasi memiliki arti bahwa usaha ini bergerak dan berorientasi dalam kemajuan dan perkembangan masyarakat serta memiliki keragaman jenis usaha.

Logo dari PT. Sucofindo (Persero) Cilegon menggunakan aero style atau biasa disebut dengan huruf microgramma yang mempunyai arti luas, kuat, stabil dan terkesan tegas. Sehingga memiliki citra bahwa usaha ini akan berkomitmen dengan sungguh – sungguh kepada semua pihak.

### 3.1.4 Struktur Organisasi

Lampiran di bawah adalah struktur organisasi perusahaan Sucofindo.



**Gambar 3 Struktur Organisasi**

Sumber : [www.sucofindo.co.id](http://www.sucofindo.co.id)

## 3.2 Data Khusus

### 3.2.1 Penerapan Pelayanan Prima (*Service Excellent*) pada PT. Sucofindo (Persero) Cilegon

Pelayanan prima sangatlah penting dalam suatu perusahaan jasa. Jika pelayanan di dalam suatu perusahaan ternilai baik dan benar, maka akan meningkatkan nama perusahaan. Dalam penerapan pelayanan prima (*service excellent*), PT. Sucofindo Cilegon memiliki tujuan dan ruang lingkup. Tujuannya adalah untuk digunakan sebagai acuan dalam memberikan pelayanan pelanggan, menerima, mengevaluasi, dan membuat keputusan tentang pengaduan Laboratorium Cabang Cilegon PT. Sucofindo (Persero). Sedangkan ruang lingkungnya disusun sebagai acuan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan menangani keluhan untuk memuaskan pelanggan. Pada kategori pelayanan prima (*service excellent*), PT. Sucofindo (Persero) Cilegon sudah termasuk ke dalam kategori yang baik dan

benar, berikut adalah beberapa pelayanan prima (*service excellent*) yang diterapkan di PT. Sucofindo (Persero) Cilegon :

### 1. Sikap (*Attitude*)

Pelayanan dalam sikap yang diterapkan di PT. Sucofindo (Persero) Cilegon adalah dengan sikap yang sopan santun, ramah, dan sabar. Contoh sikap sopan serta santun yang diterapkan di PT. Sucofindo (Persero) Cilegon dalam melayani dan menghadapi tamu/pelanggan tentu saja dengan sikap yang profesional yaitu dengan menyambut atau menyapa tamu/pelanggan yang datang dengan cara menganggukkan kepala serta posisi tangan kanan mengepal tangan kiri, tidak lupa juga disertakan dengan memberikan senyuman saat menyapa dan mengucapkan selamat datang sebagai salah satu bentuk contoh keramahan yang diterapkan, juga selalu berpikir positif pada saat menghadapi keluhan/komplain dari tamu/pelanggan dengan cara mendengarkan dan tetap melayani tentang apa yang dikeluhkan sehingga sikap profesional dalam penerapan pelayanan tidak hilang, tetap menghargai sikap atau perilaku pelanggan sebagai contoh dalam bentuk kesabaran.

### 2. Perhatian (*Attention*)

Penerapan sikap perhatian oleh seluruh petugas di PT. Sucofindo (Persero) Cilegon kepada tamu/pelanggan dengan cara bertanya lebih dahulu kepada tamu/pelanggan apa yang diperlukan dan apa yang dibutuhkan datang ke PT. Sucofindo (Persero) Cilegon, setelah tahu apa maksud dan tujuan tamu/pelanggan datang kemudian petugas akan mengambilkan kemudian mengambilkan suguhan air putih dalam bentuk

botolan yang sudah disediakan untuk tamu yang datang dan dilakukan tetap dengan perilaku yang sopan santun dan ramah. Tidak lupa juga, petugas PT. Sucofindo (Persero) Cilegon selalu memberitahu tamu/pelanggan yang datang untuk langsung bertanya atau meminta bantuan jika ada hal lain yang diperlukan.

### 3. Tindakan (*Action*)

Petugas di PT. Sucofindo (Persero) Cilegon dalam tindakan termasuk kecepatan serta tanggap dalam melayani kebutuhan ataupun keluhan/komplain pelanggan sudah termasuk dalam kategori baik. Petugas di PT. Sucofindo (Persero) Cilegon selalu sigap (*stand by*) sehingga ketika ada tamu/pelanggan membutuhkan sesuatu atau membutuhkan bantuan, petugas dapat membantu dan menanganinya dengan cepat. Salah satu contohnya adalah ketika tamu/pelanggan menjelaskan keluhannya, petugas tidak hanya mendengarkan dan memberi solusi tetapi langsung membantu sampai keluhannya dapat terselesaikan dengan baik dan benar.

### 4. Kemampuan (*Ability*)

Dalam pengetahuan serta keterampilan, kemampuan yang dimiliki oleh petugas di PT. Sucofindo (Persero) Cilegon sudah termasuk dalam kategori yang sangat baik, petugas di PT. Sucofindo (Persero) Cilegon mampu berkomunikasi dengan baik dan benar kepada tamu/pelanggan serta dapat melakukan tugas/pekerjaannya dengan tepat. Contohnya seperti ketika ada tamu/pelanggan mengalami kesalahan dalam cara pengorderan untuk uji coba di Laboratorium PT. Sucofindo (Persero) Cilegon, petugas

langsung membantu dengan cara memberikan penjelasan yang seharusnya dan memberikan pengarahan dari tahap awal sampai dengan selesai.

#### 5. Penampilan (*Appearance*)

Seluruh petugas beserta karyawan – karyawan yang bekerja di PT. Sucofindo (Persero) Cilegon juga sudah menerapkan penampilannya dengan tertata dan teratur. Mulai dari seragam yang digunakan sesuai dengan aturan hari kerja, aturan seragam yang dipakai juga harus rapi, tertata dan tentunya sopan. Dalam penampilan untuk wanita boleh berjilbab ataupun tidak. Jika berjilbab, maka jilbab akan dipakai dengan rapi dan sama rata, untuk yang tidak berjilbab dipastikan rambut tidak berwarna terlalu terang, serta mengenakan pantofel hitam. Dan dalam penampilan untuk pria pun harus rapi. Mengenakan celana kain atau bahan yang tidak ketat, kemeja polos dilengkapi dengan dasi, dan menggunakan sepatu pantofel hitam.

#### 6. Tanggung Jawab (*Accountability*)

Dalam sikap tanggung jawab, di PT. Sucofindo (Persero) Cilegon menerapkan sikap tanggung jawab dengan tepat. Sikap tanggung jawab ini diterapkan sebaik mungkin untuk mengurangi atau menghindari kerugian termasuk ketidakpuasan pelanggan dalam pelayanan. Contohnya ketika tamu/pelanggan merasakan atau mengomplain kurang ataupun tidak puas, pertanggungjawaban yang diberikan adalah dengan menuruti permintaan tamu/pelanggan dengan seharusnya serta tidak lupa untuk meminta maaf terlebih dahulu.

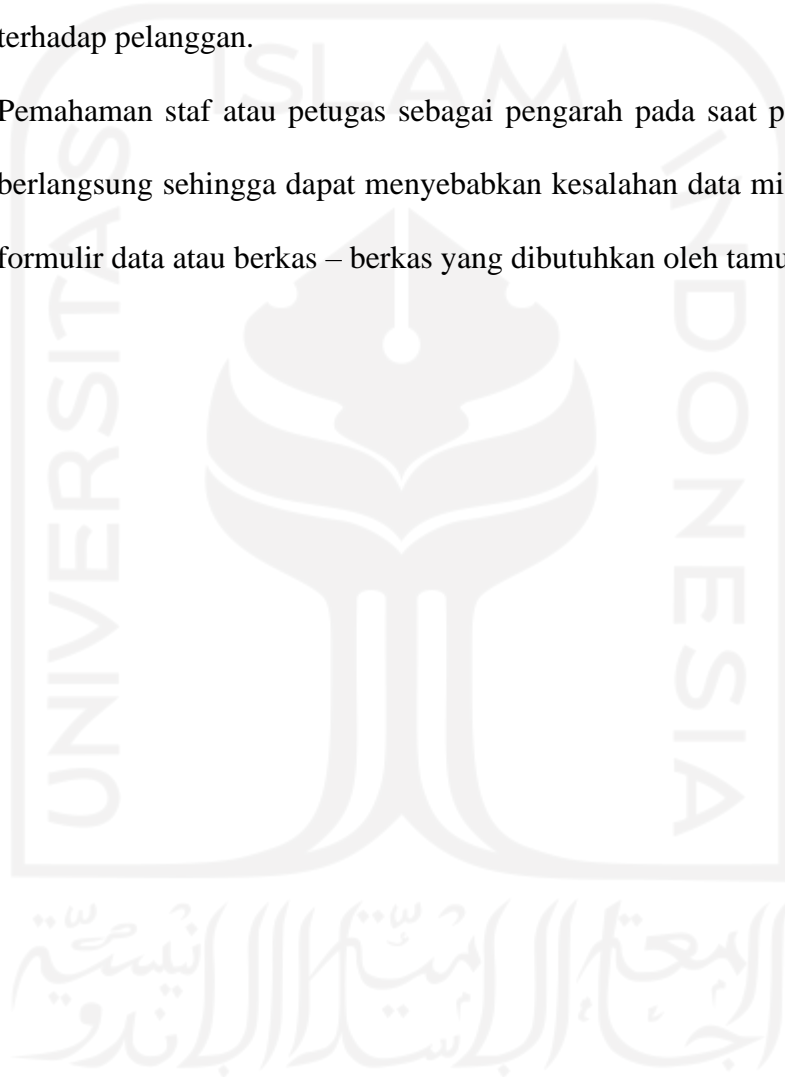


Kemudian dalam proses-proses penerapan pelayanan prima (*service excellent*) di PT. Sucofindo (Persero) Cilegon juga terdapat beberapa dimensi dalam pelayanan prima (*service excellent*) di dalamnya, yaitu seperti sebagai berikut :

1. PT. Sucofindo (Persero) Cilegon mampu menerapkan pelayanan dalam ketepatan waktu dengan baik. Misalnya seperti ketepatan di waktu proses uji coba objek di Laboratorium, sudah ditentukan dengan waktu tersendiri agar petugas dapat menginformasikan kepada tamu/pelanggan berapa lama mereka harus menunggu.
2. PT. Sucofindo (Persero) Cilegon mampu menerapkan pelayanan dalam sikap sopan santun, ramah, dan sabar sebagai pekerja yang profesional dengan baik dan benar.
3. PT. Sucofindo (Persero) Cilegon mampu menerapkan pelayanan dalam sikap tanggung jawab dengan baik dan tepat saat melayani keluhan atau komplain dari pelanggan.
4. PT. Sucofindo (Persero) Cilegon mampu memberikan pelayanan terkait informasi dengan sangat lengkap, ruangan sebagai tempat untuk pelayanan, lokasi yang jelas, tempat parkir yang luas, serta petunjuk-petunjuk dan panduan-panduan lainnya.
5. PT. Sucofindo (Persero) Cilegon sudah mampu memberikan pelayanan kondisi lingkungan dengan sangat baik dan bagus mengenai kebersihan di seluruh lingkungan, fasilitas-fasilitas seperti AC yang terdapat di setiap ruangan, serta komunikasi yang baik dan jelas.

### **3.2.2 Kendala dalam Penerapan Service Excellent Pada PT. Sucofindo (Persero) Cilegon**

1. Kurangnya staf atau petugas sebagai petunjuk arah ke ruangan atau tempat untuk pelayanan. Dikarenakan kantor cukup luas serta ruangan atau tempat untuk pelayanan cukup banyak, terkadang tamu/pelanggan yang datang kesulitan mencari ruangnya dan jika staf atau petugasnya kurang, maka tamu/pelanggan akan merasa kesulitan dan bisa menimbulkan keluhan terhadap pelanggan.
2. Pemahaman staf atau petugas sebagai pengarah pada saat pelayanan jasa berlangsung sehingga dapat menyebabkan kesalahan data misalnya seperti formulir data atau berkas – berkas yang dibutuhkan oleh tamu/pelanggan.



## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari pelaksanaan magang yang telah dilakukan dalam Penerapan Service Excellent pada PT. Sucofindo (Persero) Cilegon, dapat disimpulkan bahwa :

1. Pelayanan Prima (*service excellent*) yang telah diterapkan di PT. Sucofindo (Persero) Cilegon masuk di kategori sangat baik. Bukan hanya dari pelayanannya saja tapi juga mulai dari penampilan dan sikap terhadap pelanggan. Kelengkapan Pelayanan Prima (*Service Excellent*) di PT. Sucofindo (Persero) Cilegon juga termasuk kategori lengkap, hanya saja kurang memadai pada bagian lapangan/lahan parkir karna tamu atau pelanggan yang datang tidak ada pemandu atau pengarah untuk memarkir kendaraan.
2. Secara keseluruhan PT. Sucofindo (Persero) Cilegon sudah termasuk dalam kategori yang memadai dalam pelayanannya, namun sempat terdapat kendala tamu/pelanggan kebingungan sehingga salah masuk ruangan pelayanan yang dituju karena kurangnya staf atau petugas, dan juga sempat terjadi kesalahan pengisian formulir data serta berkas-berkas yang dibutuhkan tamu/pelanggan karena kurangnya pemahaman staf atau petugas.

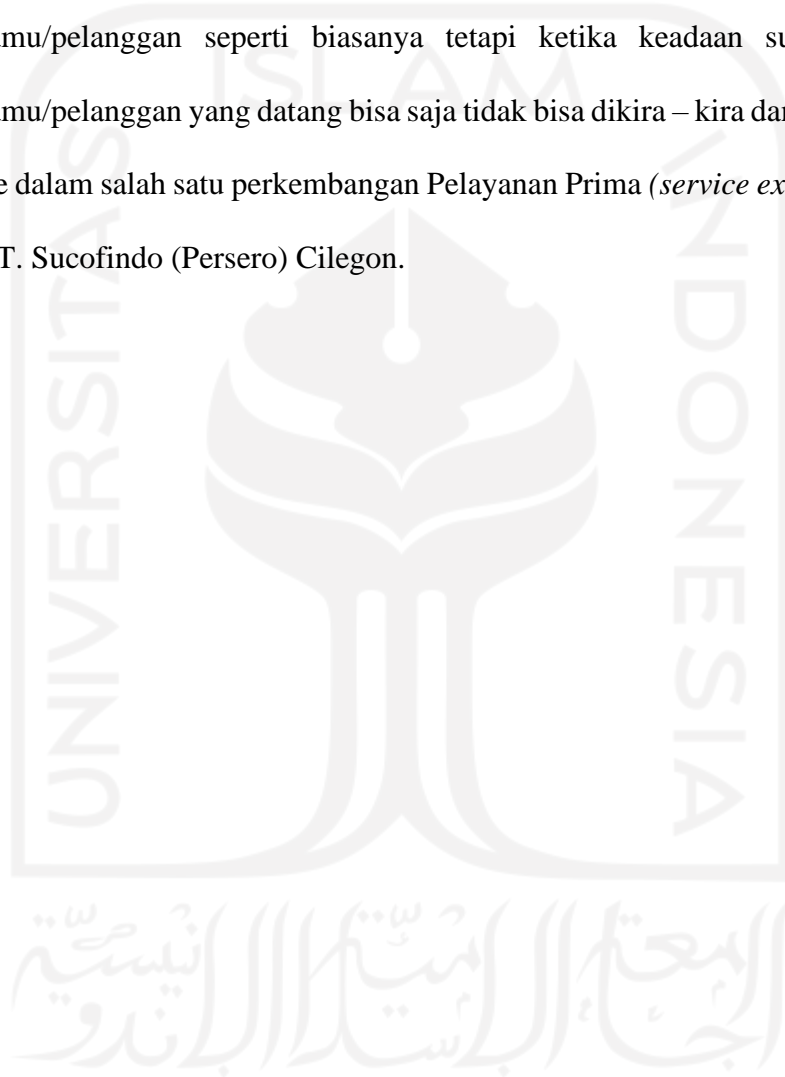
#### **4.2 Saran**

Saran yang dapat diberikan untuk PT. Sucofindo (Persero) Cilegon adalah :

1. Staf atau petugas bisa ditambahkan sesuai bidang dalam pekerjaannya, termasuk sebagai petunjuk arah untuk tamu/pelanggan menuju ruangan

pelayanan dan juga pemahaman lebih dalam lagi untuk staf dan petugas agar mengurangi atau menghindari kesalahan informasi untuk tamu/pelanggan.

2. Di Bagian lapangan/lahan parkir, dibutuhkan pemandu atau pengarah untuk memarkirkan kendaraan tamu/pelanggan agar lebih tertata. Saat keadaan sedang pandemi seperti ini mungkin kantor tidak banyak didatangi tamu/pelanggan seperti biasanya tetapi ketika keadaan sudah normal, tamu/pelanggan yang datang bisa saja tidak bisa dikira – kira dan itu termasuk ke dalam salah satu perkembangan Pelayanan Prima (*service excellent*) untuk PT. Sucofindo (Persero) Cilegon.



## DAFTAR PUSTAKA

- Gaspersz, V. (2011). *Total Quality Management (untuk Praktisi Bisnis dan Industri)*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Hamdani, L. d. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba.
- Ismanto, D. d. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Grava Media.
- Judiari, J. (2010). *Psikologi Konsumen*. Buku ajar (tidak dipublikasikan).
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallinda.
- Laurena, D. J. (2015). *Analisis Pelayanan Prima dengan konsep A6 Pada Perpustakaan Tinggi Negeri di Surabaya*.  
<http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-in810df14089full.pdf>.
- Lovelock, C. d. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Majid, S. A. (2011). *ustomer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Moenir. (2005). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Pasuraman., W. T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahmayanty, N. (2013). *Manajemen Pelayanan Prima : Mencegah Pembelotan dan Membangun Customer Loyalty*. Jakarta: Graha Ilmu.

Setyabudi, D. d. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.

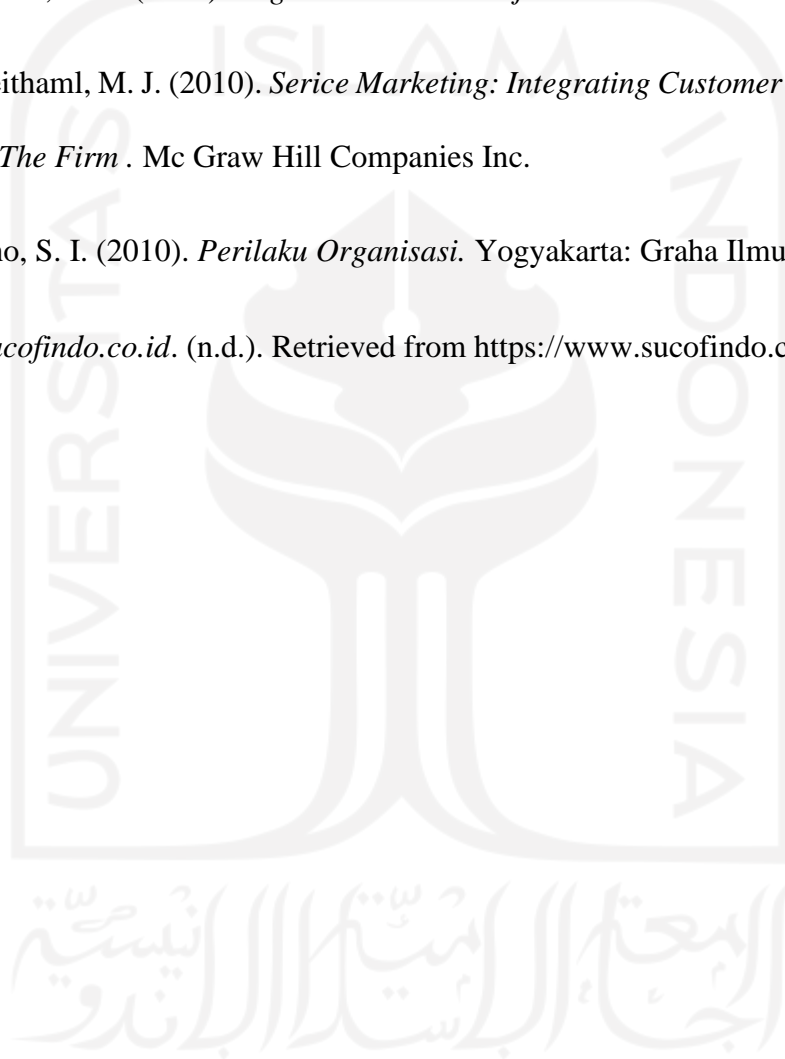
Sulastiyono, A. (2002). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: CV Alfabeta.

Syamsudin, H. F. (2016). *Organisasi dan Manajemen Bisnis*. Ombak, Yogyakarta.

V.E. Zeithaml, M. J. (2010). *Service Marketing: Integrating Customer Fokus Across The Firm*. Mc Graw Hill Companies Inc.

Wahjono, S. I. (2010). *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

[www.sucofindo.co.id](http://www.sucofindo.co.id). (n.d.). Retrieved from <https://www.sucofindo.co.id/>.



## DAFTAR LAMPIRAN

PT. (PERSERO) SUPERINTENDING COMPANY OF INDONESIA



### **SURAT KETERANGAN** Nomor : 2089/CLG-VII/DB-HC/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ade Hermana  
Jabatan : Kepala Cabang  
Alamat : Graha Sucofindo Cilegon  
Jl. Jend. A. Yani no. 106 Kota Cilegon, Banten

Menerangkan bahwa :

Nama : Citra Isnaeni Damar Putri  
NIM : 18211080  
Asal Universitas : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta  
Alamat Universitas : Condong Catur Depok Yogyakarta 55283

Mahasiswa/i yang bersangkutan telah melaksanakan kerja praktek di PT SUCOFINDO (Persero) pada periode tanggal 1 April 2021 - 31 Mei 2021 dengan metode online, dengan judul materi "Penerapan Service Excellent pada PT SUCOFINDO (Persero) Cilegon"

Demikian Surat Keterangan ini untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cilegon, 23 Juli 2021

PT SUCOFINDO (Persero)  
Cabang Cilegon



**SUCOFINDO**  
**Ade Hermana**  
Kepala Cabang

Member of IFIA  
AN INSPECTION, SUPERVISION,  
ASSESSMENT AND TESTING COMPANY  
CILEGON BRANCH :  
GRAHA SUCOFINDO CILEGON  
JL. AHMAD YANI NO. 106  
PHONE : (0254) 384444 (7 LINES)  
FAX : (0254) 374216, 386459  
BRANCH OFFICES/AGENTS  
IN ALL MAIN PORTS OF INDONESIA  
AND ALL OVER THE WORLD  
[www.sucofindo.co.id](http://www.sucofindo.co.id)

Scanned with CamScanner

Lampiran 1 Surat Keterangan Magang

### LEMBAR PENILAIAN MAGANG

NAMA INSTANSI: Perusahaan SUCOFINDO Cilegon

NAMA MHS: Citra Imani Damar Putri

NO MHS: 18211080

PRODI: D3 Manajemen

NO	KRITERIA PENILAIAN	RANGE SCORE	PENILAIAN
1	Kedisiplinan	0 - 25	23
2	Ketrampilan	0 - 25	22
3	Kerjasama	0 - 25	22
4	Komunikasi	0 - 25	21
Jumlah Skor yang Diperoleh			88

Cilegon, 10 Juni 2021

Counterpart/Supervisor

  
 (RYANDAFI GEM S.)

**Kriteria Penilaian:**

1. Kedisiplinan (patuh pada ketentuan, taat pada ToR dan waktu kehadiran)
2. Keterampilan (kreatif dan bertindak secara inovatif)
3. Kerjasama (sanggup menyelesaikan pekerjaan secara tim)
4. Komunikasi (kelancaran berkomunikasi baik dengan *counterpart* maupun rekan)