

---

## **Pelatihan Komunikasi Dalam Memberikan Pelayanan Prima Bagi Pelanggan di Acclamare Coffee Sentul**

Dian Sari<sup>1\*</sup>, Halimatusha'diah<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup> Universitas Indraprasta PGRI  
\* E-mail: [dian.sari@unindra.ac.id](mailto:dian.sari@unindra.ac.id)

---

### **Abstrak**

#### **Sejarah Artikel**

Diterima : 23 Juni 2023  
Disetujui : 14 Juli 2023  
Dipublikasikan : 10 Agustus 2023

---

**Kata kunci:** pelayanan prima, komunikasi, pelanggan

Tujuan PKM ini adalah untuk memberikan pemahaman lebih mendalam tentang kemampuan komunikasi dalam meningkatkan pelayanan prima menggunakan 6 dimensi bentuk pelayanan. Mitra dalam kegiatan PKM ini adalah Acclamare Coffee yang bergerak di bidang usaha makanan dan minuman di wilayah Bogor, Jawa Barat. Metode yang digunakan dalam melaksanakan PKM ini yaitu dengan mengumpulkan informasi melalui wawancara, penyampaian materi, dan diskusi/tanya jawab. Kegiatan ini dilaksanakan secara virtual melalui aplikasi Zoom. Sasaran kegiatan ini yaitu para barista karyawan Acclamare Coffee. Permasalahan mitra adalah belum optimalnya pelayanan prima yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan, seperti masalah keramahan, penyampaian informasi, ketepatan pesanan, tidak percaya diri dan lain sebagainya. Oleh karenanya salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan meningkatkan pelayanan prima dan memaksimalkan kemampuan berkomunikasi sehingga pelanggan tetap puas dan dapat meningkatkan kembali animo pengunjung kedai kopi tersebut. Hasil pelaksanaan PKM ini adalah adanya peningkatan pemahaman karyawan tentang konsep pelayanan prima dan cara berkomunikasi yang baik dan percaya diri kepada pelanggan yang ditunjukkan dengan adanya perubahan sikap dan komunikasi karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Adapun saran yang diberikan adalah agar perubahan sikap ini terus dipantau perkembangannya serta dilakukan evaluasi berkala agar karyawan tetap konsisten dalam memberikan pelayanan prima.

---

### **Abstract**

**Keywords:** *service excellent, communication, customer*

*The purpose of this PKM is to provide a deeper understanding of communication skills in improving excellent service using the 6 dimensions of service forms. The partner in this PKM activity is Acclamare Coffee which is engaged in the food and beverage business in the Bogor area, West Java. The method used in carrying out this PKM is to collect information through interviews, delivery of material, and discussions/questions and answers. This activity was carried out virtually through the Zoom application. The target of this activity is Acclamare Coffee's employee baristas. The partner's problem is that the excellent service provided by employees to customers is not optimal, such as friendliness, information delivery, order accuracy, lack of confidence and so on. Therefore, one of the efforts made is to improve excellent service and maximize communication skills so that customers remain satisfied and can increase the interest of visitors to the coffee shop. The result of the implementation of this PKM is an increase in employee understanding of the concept of excellent service and how to communicate well and confidently to customers as indicated by changes in employee attitudes and communication in providing services to customers. The advice given is that this change in attitude continues to be monitored for progress and periodic evaluations are carried out so that employees remain consistent in providing excellent service.*

---

## PENDAHULUAN

Hasil riset independen oleh Toffin dan MIX MarcoMM SWA sebagaimana dijelaskan oleh Dahwilani (dalam Santoso dan Christian, 2021:118) bahwa bisnis kopi kian berkembang di Indonesia dan tidak hanya menjadi trend namun menjadi salah satu bisnis yang menguntungkan di mana *market value* bisa menghasilkan sampai Rp, 4,8 triliun. Berdasarkan nilai market tersebut, maka bisnis kopi termasuk salah satu bisnis makanan dan minuman yang sangat menjanjikan.

Persaingan bisnis kopi yang ketat menciptakan suatu kreativitas, di mana kedai kopi tidak hanya kedai biasa. Kedai kopi di zaman ini merubah stigma kedai kopi dahulu hanya untuk minum kopi. Seiring perubahan zaman, kedai kopi saat ini memiliki target pasar yang luas dan menciptakan gaya hidup baru di kalangan masyarakat modern. Tidak hanya menjual kopi namun kedai kopi menjadi salah satu daya tarik tempat bertemu, bekerja, bersosialisasi dan menjadi salah satu nilai budaya yang baru di Indonesia. Hal ini diperkuat dalam artikel Warung Kopi dan Gaya Hidup, di mana dikatakan bahwa kedai kopi menjadi pusat interaksi sosial (Said, 2017:34). Kedai kopi berlomba menciptakan berbagai macam inovasi produk serta tempat yang memiliki keunikan dan kenyamanannya untuk menjadi daya tarik pengunjung, juga yang tidak kalah penting adalah pelayanan prima.

Acclamare Coffee adalah kedai kopi kekinian yang sudah berdiri tiga tahun, namun dimasa awal berdirinya sudah mulai dikenal banyak orang dan memiliki pelanggan tetap. Namun, ditengah-tengah pandemic covid-19 yang sedang berlangsung Acclamare Coffee memiliki penurunan omset besar-besaran dan juga memiliki masalah penurunan kualitas pelayanan. Hasil wawancara dengan pemilik yaitu Bapak Yulinda Dian Praditya bahwa karyawan kerap kali tidak cepat tanggap pada saat pelanggan datang. Hal tersebut dikarenakan jumlah pengunjung yang sepi yang juga disebabkan pandemi Covid-19, sehingga pada saat ada yang data terkadang karyawan kerap bermalas-malasan atau terkesan santai dan cuek. Pelayanan barista mulai dari hal keramahan, ketepatan pesanan, penampilan kerap kali juga menjadi keluhan pelanggan. Selain itu, kesulitan lain yang dihadapi yaitu karyawan memiliki tugas yang *multi-tasking*, di mana barista selain membuat kopi juga bertugas menghidangkan dan menjadi kasir, sehingga, situasi tersebut membuat mereka tidak maksimal dalam melayani pengunjung. Berdasarkan kondisi tersebut, pemilik Acclamare Coffee berupaya untuk mengatasi masalah tersebut dengan berbagai cara, salah satunya yaitu ingin memberikan pembekalan kepada para karyawannya untuk meningkatkan pelayanan prima dan memperbaiki kemampuan berkomunikasi mereka bekerjasama dengan tim PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) Universitas Indraprasta PGRI dengan fokus pembekalan yaitu terkait materi pelayanan prima dan komunikasi.

Pelayanan prima merupakan salah satu kunci kepuasan pelanggan. Menurut Rangkuti (dalam Kurniawan, 2020:64), pelayanan prima adalah suatu pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sudah ditentukan. Wati (2022:4) menjelaskan kepuasan pelanggan dapat dilihat dari 5 dimensi, yaitu 1) harga produk, 2) kualitas layanan sistem, teknologi, dan

manusia, terutama mengenai sikap dan perilaku, 3) kualitas produk yang baik, 4) faktor emosional yang ditunjukkan dengan adanya rasa bangga dan percaya diri dari pelanggan setelah menggunakan suatu produk atau jasa, dan 5) kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa. Pelayanan prima menurut Simamora, (2014:30) dikembangkan berdasarkan 3 prinsip, yaitu 1) *attitude* (sikap), 2) *attention* (perhatian), dan 3) *action* (tindakan).

Dalam meningkatkan pelayanan prima kepada pelanggan/konsumen, komunikasi yang efektif dan tepat sangat dibutuhkan dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Hal ini didukung dengan hasil penelitian dari Pitriani, Suprianto, dan Surajiyo (2023:29) yang menunjukkan bahwa pelayanan prima terhadap kepuasan pasien (dalam hal ini konsumen) dengan komunikasi sebagai variabel moderasi berpengaruh signifikan. Menurut Wiryanto (dalam Nurhadi dan Kurniawan, 2017:91) komunikasi dapat dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat menghasilkan efek-efek atau perubahan-perubahan sebagaimana yang diinginkan komunikator, seperti perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Selain itu, pendapat dari Cultip, Allen, & Brrom (dalam Ramadhana dan Sudrajat, 2020:694) juga menjelaskan komunikasi dapat berlangsung efektif dengan menerapkan Seven Communication (7C), yaitu 1) *completeness* (lengkap/komplit), 2) *concreteness* (konkret), 3) *courtesy* (sopan), 4) *correctness* (ketepatan), 5) *clarity* (jelas), 6) *consideration* (penuh pertimbangan), dan 7) *conciseness* (ringkas/padat). Dalam memberikan pelayanan prima komunikasi yang perlu dilakukan tidak semata-mata hanya menyampaikan informasi yang dibutuhkan pelanggan, tetapi juga mengekspresikan dalam bentuk perilaku dan sikap. Selain itu dibutuhkan pula komunikasi instrumental yang bersifat persuasif agar pelanggan yakin, percaya, dan terbujuk terhadap informasi yang disampaikan. Hal ini sebagaimana dijelaskan oleh Gorden (dalam Zuwirna, 2016:3) yang mengemukakan empat kategori fungsi komunikasi yaitu komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental. Kemampuan berkomunikasi perlu ditingkatkan oleh seorang pekerja, sebagaimana disampaikan oleh Gibson, et al. (dalam Ramadhana dan Sudrajat, 2020:694) bahwa untuk meningkatkan kemampuan interaksi dan komunikasi efektif di organisasi, maka seorang pekerja harus meningkatkan kapasitas diri untuk menguasai informasi yang akan disampaikan, serta mengembangkan kemampuan memahami informasi dari orang lain, dengan menggunakan media yang relevan dengan budaya organisasi.

Dengan demikian, berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, kegiatan PKM ini bertujuan untuk membantu Acclamare Coffee sebagai mitra dalam memberikan pembekalan kepada karyawan kedai kopi tersebut untuk meningkatkan kemampuan komunikasi dan pelayanan prima kepada pelanggan.

## METODE PELAKSANAAN

Acclamare Coffee berlokasi di Jl. Raya Baru Alternatif No. 354, Sentul, Kec. Babakan Madang, Bogor, Jawa Barat (16810), tepatnya di lingkungan The Cozy Djoglo Restaurant. Kegiatan PKM dengan mitra Acclamare Coffee dilaksanakan secara daring menggunakan aplikasi Zoom pada tanggal 24 November 2021. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan PKM meliputi ceramah (penyampaian materi), tanya jawab dan diskusi, serta praktek komunikasi. Persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan dilaksanakan kurang lebih selama 3 bulan, yaitu September-November 2021. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan ini secara garis besar adalah sebagai berikut.

**Tabel 1.** Tahapan Kegiatan PKM

<b>Tahapan</b>	<b>Kegiatan</b>
Persiapan	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Menggali informasi melalui observasi dan wawancara dengan pihak mitra tentang kondisi, dampak, dan kebutuhan yang diperlukan untuk memperbaiki kondisi pelayanan yang ada di Acclamare Coffee Sentul Bogor.</li><li>2. Menyusun konsep dan materi kegiatan PKM yang akan dilaksanakan di Acclamare Coffee Sentul Bogor berdasarkan informasi yang didapat dan beberapa referensi ilmiah.</li><li>3. Menentukan jadwal dan waktu pelaksanaan PKM dengan pihak mitra.</li></ol>
Pelaksanaan	Mengadakan kegiatan PKM secara virtual dalam bentuk penyampaian materi dari tim PKM kepada peserta dari Acclamare Coffee Sentul Bogor dan dilanjutkan dengan diskusi/tanya jawab dan mempraktekkan langsung cara berkomunikasi yang benar untuk memberikan pelayanan prima.
Evaluasi	Melakukan evaluasi kegiatan oleh Tim PKM bersama-sama dengan pihak mitra.

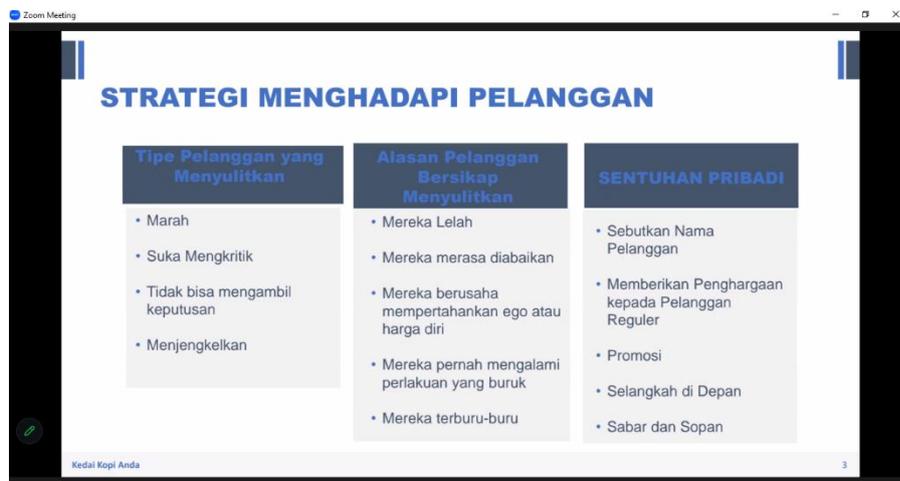
Sumber: Tim PKM, 2021

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, kegiatan ini dilaksanakan dalam 3 tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, tim PKM melakukan survey ke Acclamare Coffee di Sentul Bogor untuk melihat pelayanan dan komunikasi pegawai terhadap pelanggan, hal tersebut merupakan tahap observasi awal tim dalam memetakan permasalahan dalam pelayanan dan komunikasi pegawai. Berdasarkan pemetaan awal, didapatkan fakta bahwa pegawai kurang dapat menguasai pelayanan dengan baik, khususnya jika pelanggan dari kalangan pejabat dan berpenampilan “mahal”. Hal tersebut merupakan permasalahan yang harus segera ditangani dengan pembekalan strategi pelayanan prima dan komunikasi. Selanjutnya tim PKM berkoordinasi dengan tim lapangan Acclamare Coffee Sentul Bogor pada tanggal 30 September 2021 untuk berdiskusi mengenai permasalahan mitra yang terjadi di lapangan, kebutuhan keterampilan karyawan yang perlu ditingkatkan, teknis pelaksanaan kegiatan, jadwal, serta materi yang akan disampaikan kepada peserta. Hasil diskusi tersebut didapat poin-poin berikut: 1) permasalahan karyawan yaitu terkait masalah komunikasi, kepercayaan diri, serta kemampuan dalam memberikan pelayanan prima, 2) Kebutuhan keterampilan yang ingin dicapai difokuskan pada keterampilan komunikasi dan pelayanan prima, 3) teknis pelaksanaan kegiatan disepakati untuk dilaksanakan dengan model

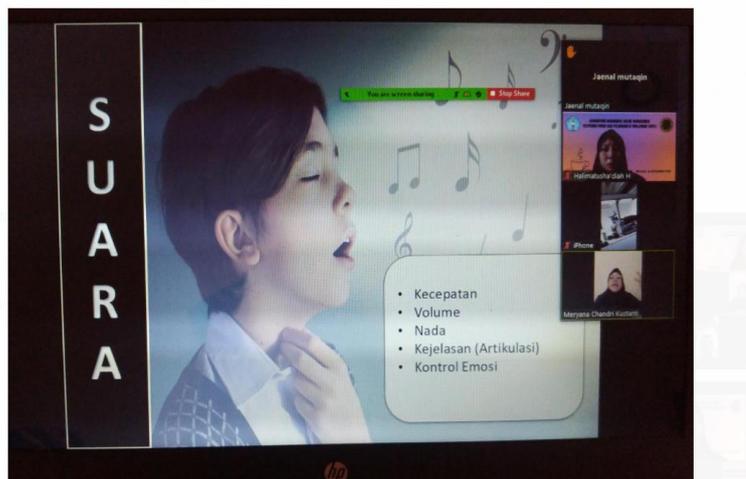
pembekalan melalui metode ceramah, tanya jawab/diskusi, dan praktek, 4) pelaksanaan kegiatan dilaksanakan secara daring melalui aplikasi Zoom dikarenakan masih dalam kondisi pandemi Covid-19, 5) Jadwal pelaksanaan ditetapkan pada tanggal 24 November 2021, 6) materi yang diberikan kepada peserta adalah tentang komunikasi dan pelayanan prima.

Pada tahap pelaksanaan, kegiatan dibagi ke dalam 3 sesi yaitu sesi materi pelayanan prima, sesi materi kemampuan komunikasi, dan tanya jawab beserta praktek terkait materi. Pada sesi materi pelayanan prima, materi yang dijelaskan kepada peserta diantaranya hakikat dari pelayanan prima, komponen-komponen pelayanan prima, tipe-tipe konsumen yang menyulitkan, alasan konsumen bersikap menyulitkan, strategi menghadapi konsumen tersebut, serta tentang atribut pelayanan prima. Berikut salah satu materi yang disampaikan pada saat kegiatan.



**Gambar 1.** Penyampaian Materi Pelayanan Prima

Sesi berikutnya dilanjutkan dengan penyampaian materi tentang komunikasi. Materi komunikasi yang disampaikan kepada peserta tidak hanya berupa konsep secara umum, tetapi lebih kepada bagaimana mengaplikasikannya ketika melayani konsumen di lapangan. Materi-materi yang disampaikan adalah terkait konsep komunikasi dan pelayanan prima, struktur komunikasi pelayanan, efektivitas unsur komunikasi, komunikasi dalam bentuk visual, komunikasi dalam bentuk suara, dan komunikasi dalam bentuk kata-kata. Berikut salah satu materi yang disajikan dalam kegiatan.



**Gambar 2.** Penyampaian Materi Komunikasi

Sesi terakhir yaitu tanya jawab/diskusi dan praktek komunikasi dalam pelayanan prima. Pada sesi ini peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan keluhannya, kesulitannya, serta pertanyaan-pertanyaan terkait pelayanan prima dan komunikasi. Pada sesi ini, peserta cukup antusias dalam memberikan pertanyaan serta menceritakan pengalamannya selama melayani pelanggan. Beberapa pertanyaan yang disampaikan peserta dan jawaban yang dijelaskan pemateri dirangkum dalam tabel berikut.

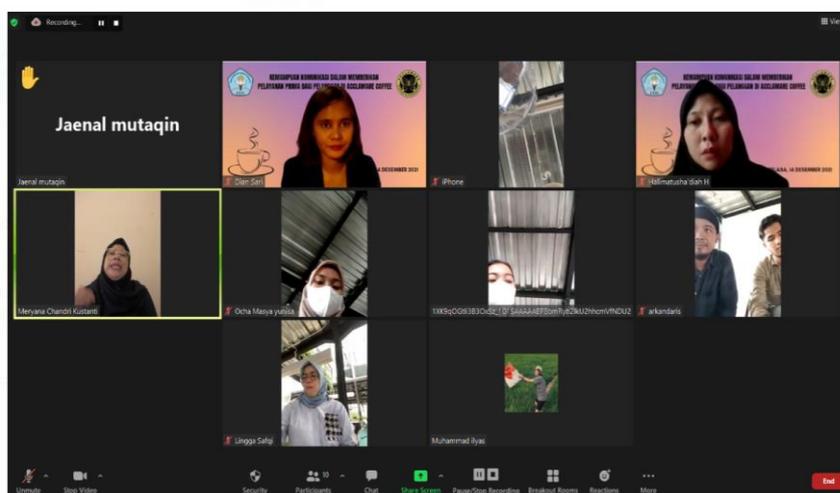
**Tabel 1.** Pertanyaan dan Jawaban Sesi Diskusi/Tanya Jawab

Pertanyaan Peserta	Jawaban
Bagaimana cara melakukan komunikasi yang menyenangkan kepada pelanggan namun di saat yang sama suasana hati atau pikiran kita sedang tidak baik/ <i>badmood</i> ?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyadari bahwa pada saat itu kita sedang berada dalam suasana hati/pikiran yang tidak baik.</li> <li>2. Meluangkan waktu untuk berdiam diri sejenak</li> <li>3. Berusaha menjaga sikap dan nada suara</li> <li>4. Menghindari berdebat dengan pelanggan</li> <li>5. Meminta bantuan teman untuk menggantikan sementara jika kondisi hati atau pikiran betul-betul tidak stabil.</li> </ol>
Apa yang harus dilakukan ketika berhadapan dengan pelanggan yang terlalu banyak tanya?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dengarkan dengan sabar sampai selesai.</li> <li>2. Beri jawaban yang jelas dan detail/komprehensif.</li> <li>3. Arahkan pertanyaan pada kebutuhan utama yang sebenarnya diinginkan pelanggan.</li> <li>4. Klarifikasi pertanyaan pelanggan jika pertanyaannya ambigu atau tidak jelas.</li> </ol>
Bagaimana baiknya merespon pelanggan yang memberikan keluhan dengan cara yang tidak menyenangkan kepada kita?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dengarkan semua keluhannya sampai selesai dan hindari memotong pembicaraan.</li> <li>2. Fokus pada masalah utama yang dikeluhkan dan pastikan kita memahami maksud dari yang diinginkan.</li> <li>3. Tetap berbicara dengan sopan dan turunkan nada suara.</li> <li>4. Tidak panik.</li> <li>5. Tawarkan solusi dan kompromi. Bila perlu, ajak pelanggan ke ruangan lain yang lebih kondusif untuk membahas solusinya.</li> <li>6. Jika kondisi semakin tidak baik, jangan ragu meminta bantuan teman kerja atau atasan.</li> </ol>
Bagaimana agar tetap percaya diri ketika berkomunikasi dan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Selalu persiapkan diri dengan baik setiap harinya, baik secara fisik maupun mental.</li> </ol>

- melayani pelanggan yang berkelas, seperti pejabat atau pengusaha, dll.?
2. Berperilaku yang sopan namun tetap wajar, tidak berlebihan.
  3. Tidak terlalu banyak basa basi saat menyapa.
  4. Tidak membahas isu-isu terkait kehidupan atau pekerjaannya.
  5. Dengarkan dengan baik apa yang ditanyakan atau disampaikan, dan berikan respon yang relevan dan tidak berlebihan.
  6. Jangan malu untuk bertanya atau klarifikasi jika ada yang kurang jelas dari pesannya atau pertanyaannya.

Sumber: Dokumentasi Tim PKM, 2021

Pada sesi ini, peserta juga diminta untuk mempraktekkan cara berkomunikasi yang benar, contohnya mempraktekkan intonasi suara yang tepat saat menyapa dan bertanya kepada konsumen, dan juga mengekspresikan wajah ketika menghadapi konsumen yang menyulitkan. Hal ini bertujuan agar peserta memahami bahwa komunikasi dalam pelayanan prima tidak cukup dilakukan secara verbal saja, tetapi juga perlu disampaikan secara nonverbal, seperti halnya melalui ekspresi wajah tersebut. Sebagaimana dikutip dari Hadipoero dan Panuju (2018:15) bahwa komunikasi nonverbal terdiri dari kontak mata, ekspresi, senyum, gesture, jabat tangan, cara berdiri, cara berjalan, cara duduk, cara berbusana, tata rias wajah, tata rambut, bau-bau-an, nada suara, dan proksemik. Dengan demikian, praktek komunikasi yang dilakukan oleh peserta diharapkan dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang prima. Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian dari Setiawan dan Muafik (2023:32) yang menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal dalam pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berikut salah satu dokumentasi gambar pada sesi tanya jawab dan praktek.



**Gambar 3.** Sesi Tanya Jawab dan Praktek

Setelah rangkaian 3 sesi tersebut selesai, kegiatan diakhiri dengan penutupan yang diisi dengan penyampaian ucapan terima kasih dan juga pesan dan kesan dari mitra dan tim PKM. Selain itu dilakukan pula foto bersama sebagaimana pada dokumentasi gambar berikut ini.



**Gambar 4.** Penutupan kegiatan

Selanjutnya, tahap terakhir dari kegiatan ini yaitu evaluasi kegiatan yang dilaksanakan seminggu setelah kegiatan. Evaluasi yang dilakukan yaitu berupa monitoring oleh pemilik café kepada para karyawannya pada saat melayani pelanggan. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas dari kegiatan pembekalan ini. Setelah monitoring, evaluasi dilanjutkan dengan diskusi antara tim PKM dengan pemilik café untuk membahas hasil monitoring serta kemungkinan adanya keberlanjutan program serupa yang akan dilakukan oleh pemilik café dengan tim PKM. Berdasarkan hasil evaluasi diperoleh beberapa poin penting yang didapat dari hasil kegiatan ini, yaitu:

- 1) Hasil pengamatan pemilik café setelah dilakukannya pembekalan kepada karyawan terlihat adanya peningkatan pemahaman karyawan tentang konsep pelayanan prima dan cara berkomunikasi yang baik dan percaya diri kepada pelanggan. Hal tersebut ditunjukkan dengan mulai adanya perubahan sikap dan komunikasi karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- 2) Mitra berencana untuk mengadakan lebih sering lagi kegiatan-kegiatan pembekalan seperti ini untuk peningkatan kinerja karyawannya.
- 3) Mitra berharap agar kegiatan pembekalan selanjutnya dapat dilakukan secara tatap muka agar lebih mudah dalam interaksi dan praktek dengan peserta.
- 4) Tim PKM memberikan masukan kepada mitra agar perubahan sikap karyawan kepada pelanggan yang sudah muncul tersebut terus dipantau perkembangannya serta dilakukan evaluasi berkala agar karyawan tetap konsisten dalam memberikan pelayanan prima.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan PKM ini terlaksana dengan baik dan cukup membantu mitra dalam mengatasi masalahnya terkait pelayanan prima dan komunikasi kepada konsumen. Walaupun kegiatan dilaksanakan secara daring, para peserta kegiatan terlihat antusias dalam menyimak, berdiskusi, dan mempraktekkan beberapa contoh komunikasi pada saat kegiatan.

Adapun saran yang dapat diberikan kepada mitra adalah perlunya monitoring dan evaluasi secara berkala kepada karyawan secara berkelanjutan setelah mendapatkan pembekalan agar karyawan dapat secara konsisten memberikan pelayanan prima dan komunikasi yang tepat kepada para pelanggan dalam situasi dan kondisi apapun.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PKM Unindra berterima kasih kepada Bapak Yulinda Dian Praditya selaku pemilik Acclamare Coffee yang telah mempercayakan dan memberikan kesempatan kepada tim PKM Unindra untuk memberikan pembekalan kepada para karyawannya. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada karyawan Acclamare Coffee sebagai peserta kegiatan PKM yang telah antusias dalam mengikuti kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Santoso, G. G. & Michael C. (2021). Mengukur Determinan Kinerja Usaha Kedai Kopi Pantai Indah Kapuk (PIK) Jakarta di Masa Awal Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 5(2), 117-125. <http://dx.doi.org/10.30813/jpk.v5i2.2986>
- Kurniawan, D. (2020). *Service Excellent* Berdasarkan Prespektif Islam di Bank Syariah. *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, 3(1), 63-74.
- Wati, T. Y. (2022). Strategi Pelayanan Prima Guna Mewujudkan Kepuasan Pelanggan Anggota Primer Koperasi Kartika Daya Mandiri Detasemen Markas Besar Angkatan Darat (Denmabesad). *Jurnal Sumber Daya Aparatur*, 4(2), 1-10.
- Simamora, A. (2014). Dasar-dasar Pelayanan Instansi Pemerintah Menuju Pelayanan Prima (*Service Excellent*). *Jurnal Media Pustakawan*, 21(3&4), 27-33.
- Nurhadi, Z. F. & Achmad W. K. (2017). Kajian Tentang Efektivitas Pesan dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 3(1), 90-95.
- Zuwirna. (2016). Komunikasi yang Efektif. *Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*, 1(1), 1-8. <https://doi.org/10.24036/et.v2i1.10464>

- Ramadhana, M. R. & Ratih H. S. (2020). Pelatihan Komunikasi Efektif dalam Meningkatkan Pelayanan Prima di Instansi Pemerintahan Provinsi Jawa Barat, *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 693-700. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i4.4099>
- Hadipoero, M. M. & Redi P. (2018). Komunikasi Nonverbal dalam Pelayanan Prima di UPTSA (Unit Pelayanan Terpadu Satu Atap) Pemerintah Kota Surabaya. *Jurnal LISKI*, 4(1), 13-31.
- Setiawan, K. & Rahmat A. M. (2023). Komunikasi Interpersonal sebagai Inti Pelayanan Prima: Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan di Puskesmas Ciderum. *Prediksi Jurnal Administrasi & Kebijakan*, 22(1), 24-34. <https://doi.org/10.31293/pd.v22i1.6860>
- Pitriani, M., Supriyanto, & Surajiyo. (2023). Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pasien Dengan Komunikasi sebagai Variabel Moderasi di Puskesmas Simpang Periuk Kota Lubuklinggau, *Proceedings Economic, Social Science, Computer, Agriculture and Fisheries (ESCAF) 2<sup>nd</sup> 2023*. (P-ISSN: 2962-7710). <https://semnas.univbinainsan.ac.id/index.php/escaf/article/view/387>
- Said, I. (2017). Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern. *Jurnal Al-Khitabah*, 3(3), 33-47. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/15200>