

## PELAYANAN PRIMA PADA PENERIMAAN MAHASISWA BARU DI UNIVERSITAS PARAMADINA

### *EXCELLENT SERVICE ON ADMISSION OF NEW STUDENTS AT PARAMADINA UNIVERSITY*

**Kurniawaty Yusuf, Lina Anggraeni**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Falsafah dan Peradaban, Universitas Paramadina  
[kurniawaty.yusuf@paramadina.ac.id](mailto:kurniawaty.yusuf@paramadina.ac.id); [lina.anggraeni@paramadina.ac.id](mailto:lina.anggraeni@paramadina.ac.id);

#### **ABSTRACT**

*It is important for every company to provide the best service for customers, because it can produce a loyal attitude for customers towards the company. Paramadina University as a company engaged in education also feels the importance of excellent service for customers, in this case students. Hoping that students will be impressed, loyal, and finally provide recommendations for prospective students. Research results from the Directorate of Public Relations and Marketing, show that most prospective new students choose to study at Paramadina University, because of the recommendations of Paramadina students and alumni. Because of this, it is important to know the extent of excellent service at Paramadina University. The election of the directorate to see the excellent service carried out is adjusted to the role of the four directorates as the frontline in serving prospective new students and students who have been accepted at Paramadina University. The four directorates are Public Relations and Marketing, Academics, Finance, and IT. This study uses a quantitative methodology using a descriptive survey method. Using 44 respondents, namely Communication Studies students in two different classes. Using 10 questionnaires taken from the competence of excellent service by prioritizing: ability, attitude, appearance, attention, action, speed, accuracy, friendliness, comfort. The results of the overall assessment show that the Directorate of Public Relations and Marketing occupies the first position, followed by the Academic Directorate, then the IT Directorate, and the last is the Finance Directorate. The assessment shows that excellent service has been carried out well, but must be improved again so that maximum student satisfaction can be achieved. In the future, competency training is needed to improve knowledge and skills in providing excellent service for each directorate.*

**Keywords:** *Excellent Service, New Students, Paramadina University*

#### **ABSTRAK**

Setiap perusahaan penting untuk memberikan pelayanan terbaik bagi para pelanggan, karena itu dapat menghasilkan sikap loyal bagi pelanggan terhadap perusahaan. Universitas Paramadina sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pendidikan ikut merasakan pentingnya pelayanan prima untuk pelanggan, dalam hal ini mahasiswa. Berharap mahasiswa akan terkesan, loyal, akhirnya memberikan rekomendasi bagi calon mahasiswa. Hasil riset Direktorat Humas dan Pemasaran, menunjukkan bahwa sebagian besar calon mahasiswa baru memilih studi di Universitas Paramadina, karena rekomendasi mahasiswa maupun alumni Paramadina. Karena hal itu, penting untuk mengetahui sudah sejauhmana pelayanan prima di Universitas Paramadina. Pemilihan direktorat untuk melihat pelayanan prima yang dilakukan disesuaikan dengan peranan empat direktorat sebagai garda terdepan dalam melayani calon mahasiswa baru dan mahasiswa yang telah diterima di Universitas Paramadina. Keempat direktorat tersebut adalah Humas dan Pemasaran, Akademik, Keuangan, dan IT. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan menggunakan metode survei deskriptif. Menggunakan 44 responden yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi di dua kelas yang berbeda. Menggunakan 10 kuestioner yang diambil dari kompetensi pelayanan prima dengan mengedepankan : kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, kecepatan, ketepatan, keramahan, kenyamanan. Hasilnya penilaian secara keseluruhan, menunjukkan Direktorat Humas dan Pemasaran menempati posisi pertama, diikuti Direktorat Akademik, kemudian Direktorat IT, terakhir adalah Direktorat Keuangan. Penilaian menunjukkan bahwa pelayanan prima sudah dilakukan dengan baik, tetapi harus ditingkatkan lagi supaya kepuasan maksimal mahasiswa dapat tercapai. Ke depan diperlukan pelatihan kompetensi untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan dalam memberikan pelayanan prima untuk setiap direktorat.

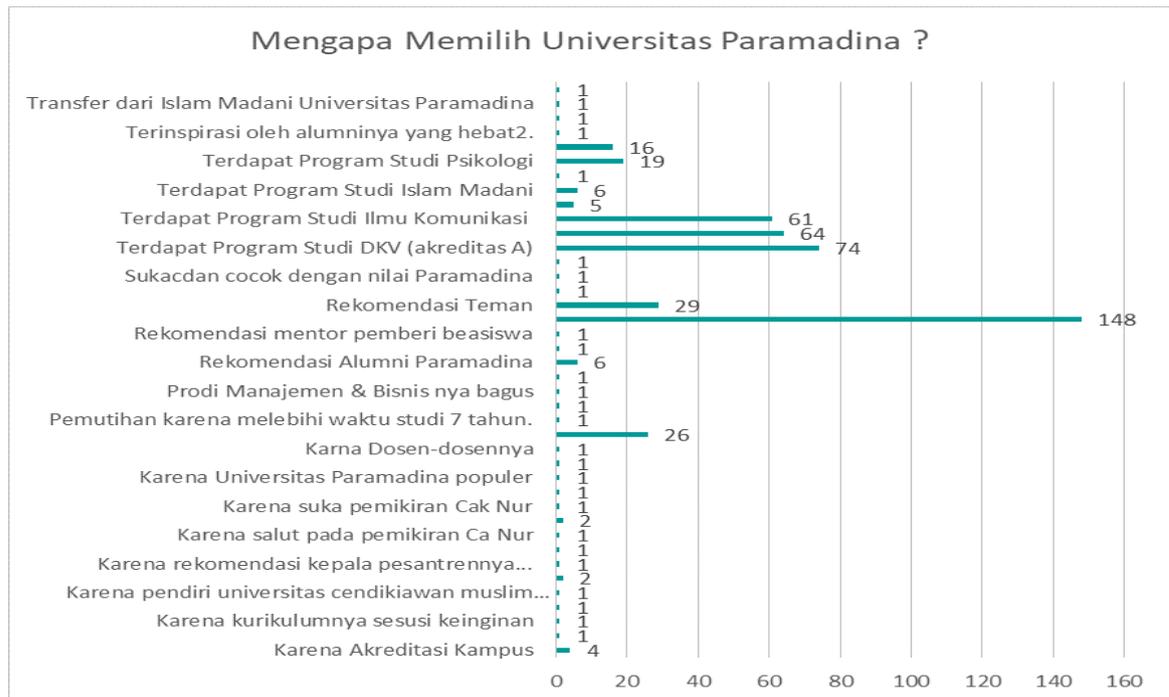
**Kata Kunci:** Pelayanan Prima, Mahasiswa Baru, Universitas Paramadina

## PENDAHULUAN

Persaingan di dunia pendidikan khususnya perguruan tinggi, tidak lepas dari pertimbangan kualitas pendidikan, kuantitas peminat dan program studi yang tersedia, sarana serta prasarana yang disediakan. Perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta berusaha berbenah diri untuk memberikan penawaran yang terbaik bagi calon mahasiswa. Mulai dari nilai akreditasi perguruan tinggi, nilai akreditasi program studi, letak kampus yang strategis, sarana prasarana yang memadai, proses penerimaan mahasiswa dengan berbagai jalur penerimaan, diskon untuk biaya pendidikan, beasiswa penuh, serta pelayanan prima yang membuat mahasiswa merasa nyaman.

Universitas Paramadina sebagai salah satu kampus swasta di wilayah Jakarta Selatan, ikut merasakan betapa pentingnya menyiapkan diri untuk bersaing dalam proses penerimaan mahasiswa baru setiap tahun. Direktorat Humas dan Pemasaran sebagai garda terdepan dalam proses penerimaan mahasiswa, melibatkan Direktorat Akademik, Direktorat Keuangan, dan Direktorat IT, berkolaborasi untuk melakukan sosialisasi penerimaan mahasiswa baru, pendaftaran, pembelian formulir, ujian seleksi, pendaftaran ulang, pembayaran biaya studi, hingga mahasiswa menerima Nomor Induk Mahasiswa (NIM) dan siap mengikuti Masa Orientasi Kampus yang disebut GhraMahardika Paramadina.

Selama proses penerimaan mahasiswa baru, empat direktorat yang bergabung tersebut, berusaha memberikan pelayanan terbaik atau pelayanan prima atau *services excellent*, supaya calon mahasiswa baru terkesan dan tetap memilih Universitas Paramadina sebagai tempat studi, meskipun calon mahasiswa baru tersebut mendaftar di beberapa universitas negeri maupun swasta. Berdasarkan hasil riset Humas dan Pemasaran mengenai Penerimaan Mahasiswa Baru Angkatan 2020 – 2021, alasan terbanyak calon mahasiswa baru memilih Universitas Paramadina karena rekomendasi teman. Jika ditanyakan secara detail apa yang menjadi rekomendasi teman untuk studi di Universitas Paramadina, jawaban mereka “*karena merasa nyaman, pelayanannya baik, bikin betah, dosennya dekat dengan mahasiswa*”.



Sumber : Tim Humas dan Pemasaran (2021)  
 Gambar 1. Alasan Memilih Universitas Paramadina

Menurut Lovelock et.,al. (2005) Sebuah proses pelayanan yang baik dirancang dan disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, didasarkan atas sejumlah persyaratan yang menjadi tujuan penting bagi pelayanan organisasi. Proses pelayanan menjelaskan urutan dan metode yang dilakukan dalam sistem operasi pelayanan dimana pegawai bekerja dan terkoneksi dengan pegawai lainnya. Untuk secara bersama-sama menciptakan pengalaman pelayanan yang optimal sehingga pelanggan akan memberikan penghargaan. Sementara Schiffman dan Kanuk (2004), menyebutkan bahwa pelayanan merupakan suatu hal penting, sebab peningkatan dari pada pelayanan itu sendiri dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pentingnya pelayanan prima sebagai salah satu bentuk dari kepuasan pelanggan, membuat peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui penilaian mahasiswa terhadap pelayanan prima empat direktorat, Direktorat Humas dan Pemasaran, Direktorat Akademik, Direktorat Keuangan, dan Direktorat IT di Universitas Paramadina. Selama menjalankan fungsi pelayanan prima, setiap anggota dari empat direktorat menjalankan fungsi hubungan masyarakat yang disebut *method of communication*. Menurut Robert F Harlow, setiap karyawan pada hakikatnya merupakan bagian dari teknik kegiatan berkomunikasi, dimana dalam suatu perusahaan setiap karyawan dapat melaksanakan pekerjaan humas.

### 1.1. Empat Direktorat Berkolaborasi Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Paramadina

Setiap tahun, empat direktorat berkolaborasi dalam proses penerimaan mahasiswa baru di Universitas Paramadina. Humas dan Pemasaran adalah garda terdepan dalam penerimaan mahasiswa baru, karena sosialisasi, promosi, dan publikasi dilakukan oleh Tim Humas dan Pemasaran. Selanjutnya, pendaftaran, pembayaran formulir, dan tes seleksi masuk, dilakukan DKP berkolaborasi dengan Direktorat Keuangan, Direktorat Akademik, Direktorat IT. Direktorat IT (Teknologi) sangat besar perannya untuk menjembatani proses pendaftaran, pembayaran, pendaftaran ulang yang dapat dilakukan secara daring. Di sisi lain Direktorat IT ikut membantu mahasiswa baru yang telah mendaftar membuat akun @paramadina.ac.id untuk terhubung dengan aplikasi pembelajaran di Universitas Paramadina.

Karena kolaborasi di awal, empat direktorat ini lebih dahulu dikenal oleh calon mahasiswa baru. Sehingga penting bagi empat direktorat ini memberikan pelayanan prima untuk membuat calon mahasiswa baru merasa nyaman, dan akhirnya mendaftar menjadi mahasiswa Universitas Paramadina.

### *1.2. Pelayanan Prima (Services Excellent)*

Menurut Oliver (1997), pelayanan prima adalah sebuah harapan akan pemenuhan kepuasan yang sangat tinggi dari pelanggan serta kinerja terbaik yang ditampilkan oleh organisasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan organisasi tidak hanya berfokus pada kepuasan pelanggan semata, namun juga menyenangkan pelanggan. Hal ini sangat penting karena kesenangan pelanggan dipandang sebagai akibat dari pelayanan unggul yang melebihi harapan. Sementara Atep Adya Barata (2005) mendefinisikan pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar pelanggan selalu loyal pada organisasi. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima merupakan pelayanan yang mengutamakan pelanggan, dimana melalui pelayanan tersebut dapat terpenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan secara proporsional dan profesional. Pelayanan terhadap pelanggan ini, pada dasarnya ditujukan untuk membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan, dimana hubungan tersebut akan menciptakan keterikatan yang kuat antara perusahaan dan pelanggan. Hal ini kelak mampu menciptakan rekomendasi positif dari pelanggan terhadap perusahaan tersebut.

### *1.3. Ciri-Ciri Pelayanan Prima*

Tujuan dari pelayanan prima adalah memuaskan pelanggan tanpa membedakan. Hal tersebut ditandai dengan ciri-ciri sebagai berikut:

1) Efektif

Pelayanan yang diberikan mengutamakan pencapaian yang menjadi tujuan atau sasaran perusahaan. Jika terkait pelayanan kepada calon mahasiswa baru, setiap direktorat harus mampu efektif dalam memberikan pelayanan, sehingga calon mahasiswa baru merasa puas dan melanjutkan mendaftar sebagai mahasiswa Universitas Paramadina.

2) Efisiensi

Pelayanan yang diberikan harus efisien, tidak berulang, tidak merugikan perusahaan maupun calon mahasiswa baru. Jadi perlu diperhatikan persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon mahasiswa baru dalam proses pendaftaran dan pembayaran. Sisi pemberi layanan juga tidak menghabiskan waktu, tenaga, materi yang berlebih.

3) Sederhana

Mengandung arti prosedur maupun tata cara pelayanan penerimaan mahasiswa baru, dimulai dari pendaftaran, pembelian formulir, tes seleksi, pembayaran biaya studi, pembuatan akun mahasiswa, pemenuhan persyaratan sebagai mahasiswa baru Universitas Paramadina, dapat diselenggarakan secara mudah, cepat, tepat, tidak berbelit-belit, mudah dipahami, mudah dilaksanakan oleh calon mahasiswa baru.

4) Kejelasan dan kepastian

- a) Prosedur atau tata cara pelayanan;
- b) Persyaratan pelayanan, baik teknis maupun administratif;
- c) Unit kerja atau pihak berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan;
- d) Rincian biaya atau tarif pelayanan dan tata cara pelayanannya
- e) Jadwal waktu penyelesaian pelayanan

Poin (a) ke (e) untuk memberikan kejelasan dan kepastian pada pelayanan prima calon mahasiswa baru, telah dilakukan dengan baik. Penyelenggara setiap pelayanan telah ditentukan siapa yang bertanggung jawab, prosedur pelayanan, teknis dan administratif, biaya serta waktu pelayanan telah ditentukan dan disosialisasikan untuk memudahkan pelayanan dan calon mahasiswa baru yang dilayani.

5) Keterbukaan

Seluruh proses pelayanan harus disosialisasikan secara terbuka, baik diminta maupun tidak. Hal ini akan memudahkan calon mahasiswa baru untuk memahami proses penerimaan mahasiswa baru secara menyeluruh, diminta atau tidak.

6) Ketepatan Waktu

Diharapkan semua yang melakukan pelayanan dapat menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya sesuai jadwal yang telah ditentukan. Sehingga prosesnya tidak mengulur waktu.

7) Responsif

Pelayanan yang diberikan harus cepat dalam menanggapi apa yang menjadi masalah, kebutuhan, dan aspirasi calon mahasiswa baru yang dihadapi.

8) Adaptif

Pelayanan yang diberikan mampu menyesuaikan dengan tuntutan, keinginan, serta aspirasi calon mahasiswa baru yang dilayani atau senantiasa bersifat dinamis.

**1.4. Jenis-Jenis Pelayanan Prima**

Pelayanan prima dapat dilakukan melalui :

a) Pelayanan Prima Melalui Lisan.

Pelayanan ini dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Diharapkan setiap karyawan membiasakan diri untuk berbicara secara positif, inspiratif, dan saling memotivasi. Setiap karyawan harus memahami tugas dan tanggung jawabnya secara maksimal. Memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang sesuai untuk menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya. Setiap karyawan juga dituntut untuk mengembangkan sikap yang penuh empati antar karyawan dengan yang lainnya sehingga alur komunikasi lisan mampu tumbuh dan berkembang dengan baik.

b) Pelayanan Prima Melalui Tulisan

Telah banyak dikembangkan penggunaan sistem komputerisasi yang dikolaborasikan dengan internet, sehingga penting memanfaatkan pelayanan ini sebagai bagian dari memudahkan orang lain terhubung dengan perusahaan. Pemanfaatan waktu yang efisien dalam melayani calon mahasiswa baru, mempermudah penyelesaian masalah, meminimalisir penggunaan ruang, memberikan tuntutan penyelesaian masalah lebih tepat bagi pelanggan.

c) Pelayanan Prima Melalui Perbuatan

Pelayanan dalam bentuk perbuatan dilakukan karyawan di level teknis, bentuknya kolaborasi dari pelayanan lisan maupun tulisan.

**1.5. Kompetensi Pelayanan Prima**

Pelayanan prima jika mampu diimplementasikan dengan baik, akan mampu membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan. Kompetensi pelayanan prima menyangkut :

1) Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan terkait dengan pengetahuan dan ketrampilan tertentu yang mutlak diperlukan oleh karyawan untuk menunjang pelayanan prima.

2) Sikap (*Attitude*)

Sikap berkenaan dengan perangai yang harus ditampilkan karyawan ketika memberikan pelayanan prima kepada calon mahasiswa baru, yang meliputi penampilan yang sopan dan menarik, berpikiran positif, sehat dan logis, dan bersikap menghargai pelanggan.

3) Penampilan (*Appearance*)

Kondisi fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan diri, kredibilitas diri, dan perusahaan terhadap pelanggan.

4) Perhatian (*Attention*)

Kepedulian karyawan terhadap pelanggan, baik perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan, maupun pemahaman atas saran dan kritik yang disampaikan pelanggan.

5) Tindakan (*Action*)

Kegiatan nyata yang harus dilakukan karyawan dalam memberikan pelayanan prima, sehingga pelanggan menganggap perusahaan memprioritaskannya.

6) Tanggung jawab (*Accountability*)

Sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Selanjutnya Elhaitammy dalam Tjiptono (2011) menganggap pelayanan prima (pelayanan yang unggul) adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Dimana pelayanan prima memiliki empat unsur pokok, yaitu :

7) Kecepatan

Pelayanan prima yang diberikan karyawan kepada pelanggan segera, sehingga pelanggan tidak menunggu terlalu lama.

8) Ketepatan

Pelayanan prima yang diberikan sesuai permintaan dan harapan pelanggan, sehingga kesulitan yang dihadapi pelanggan dapat terselesaikan dengan baik.

9) Keramahan

Pelayanan prima yang diberikan menyenangkan bagi pelanggan.

#### 10) Kenyamanan

Pelayanan prima yang diberikan kepada pelanggan membuatnya nyaman, sehingga tidak ada penghalang untuk meminta pelayanan prima.

Kesepuluh kompetensi pelayanan prima akan dijadikan indikator dalam membuat pertanyaan untuk mengetahui pelayanan prima di Universitas Paramadina.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif, menurut Marzuki (2003:7) “Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dan prosedur statistik.” Peneliti memilih menggunakan pendekatan kuantitatif, karena meneliti Pelayanan Prima pada 4 Direktorat, yaitu Direktorat Humas dan Pemasaran, Direktorat Akademik, Direktorat Keuangan dan Direktorat IT di Universitas Paramadina, menggunakan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai responden.

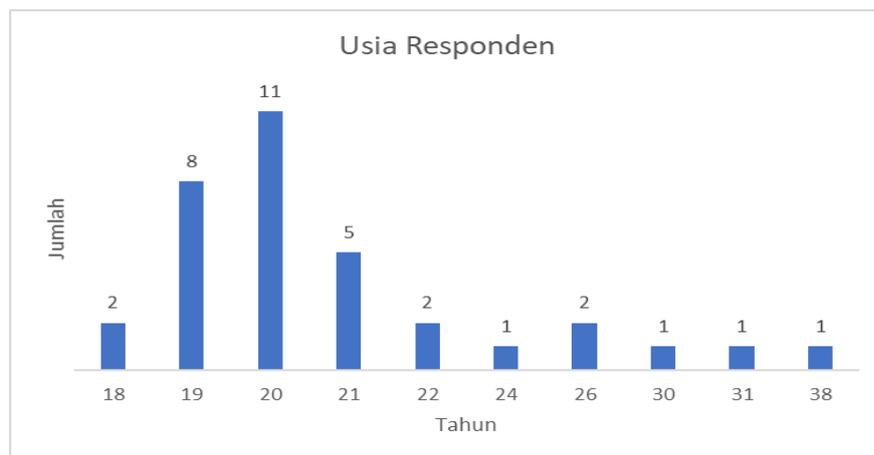
Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei, menurut Singarimbun dan Effendy (1995:3), “Penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok.” Cara mendapatkan informasi dengan menggunakan metode survei menurut Marzuki (2003:58) adalah “Melalui permintaan keterangan terhadap pihak-pihak yang bersangkutan dan dapat memberikan keterangan (responden). Bentuknya berupa pertanyaan-pertanyaan yang nantinya jawaban-jawaban dari pertanyaan tersebut-lah yang akan digunakan sebagai data.” Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa metode penelitian survei merupakan suatu metode riset yang pengumpulan datanya menggunakan kuesioner yang bertujuan untuk memperoleh informasi.

Penelitian ini bersifat deskriptif karena menggambarkan Pelayanan Prima di Direktorat Humas dan Pemasaran, Direktorat Akademik, Direktorat Keuangan dan Direktorat IT terhadap Mahasiswa. Teknik pengumpulan sampel yang peneliti gunakan adalah studi sensus. Sampel yang digunakan adalah seluruh populasi yaitu seluruh mahasiswa Universitas Paramadina Program Ilmu Komunikasi kelas Media Humas dan Teknik Publisitas yaitu 44 mahasiswa. Menggunakan spss dan selanjutnya dilakukan perhitungan skor total dan

menetapkan interval untuk setiap kriteria. Berdasarkan skor total akan didapatkan kriteria pelayanan setiap divisi. Terdapat 10 kuesioner yang diberikan untuk diterapkan pada 4 direktorat yang akan dinilai pelayanan primanya.

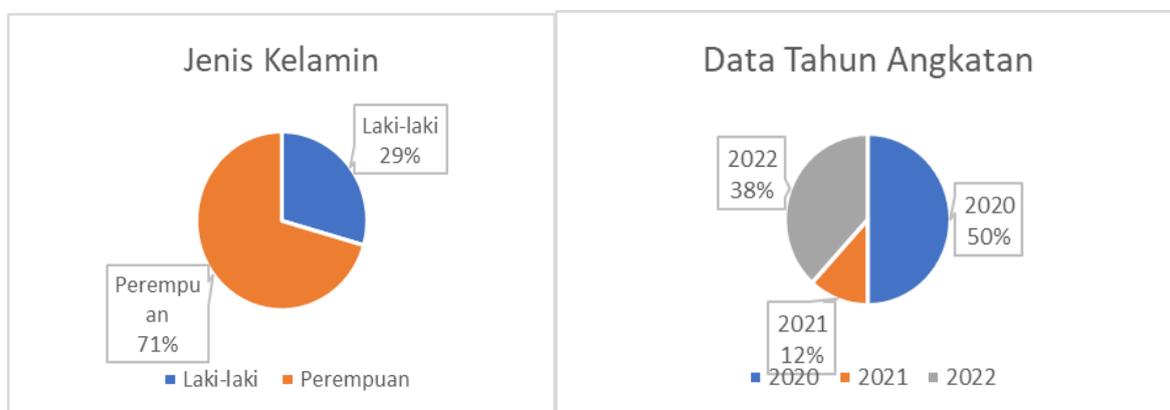
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 44 mahasiswa yang mengisi kuesioner dengan deskripsi usia sebagai berikut:



Tabel 1. Usia Responden

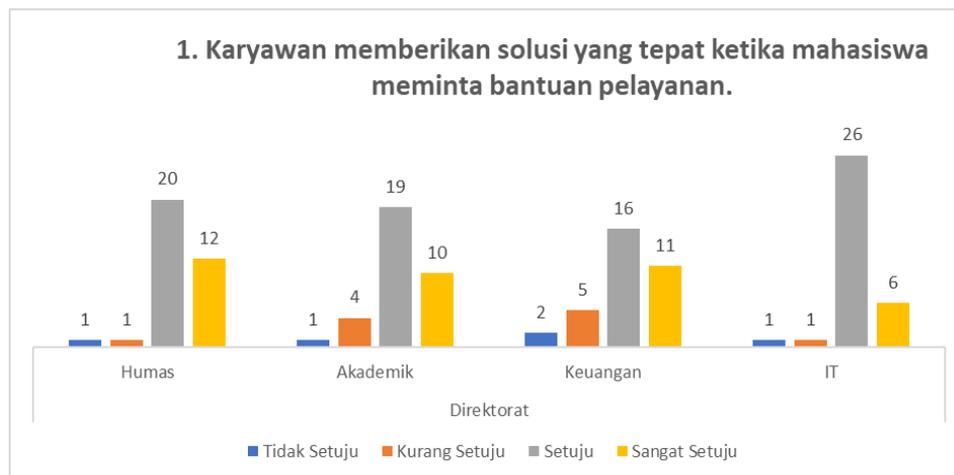
Berdasarkan Tabel 1 Usia Responden yang mengisi kuesioner mayoritas pada usia 20 tahun, maknanya mereka adalah mahasiswa yang sudah menjalani studi di Universitas Paramadina beberapa tahun, sehingga mampu menilai pelayanan prima yang dilakukan empat direktorat yang menilai.



Tabel 2. Jenis Kelamin

Tabel 3. Data Tahun Angkatan

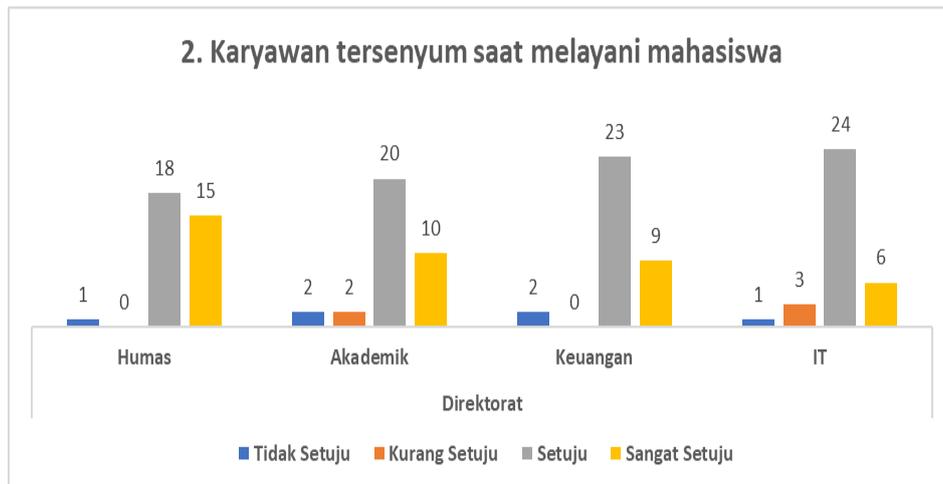
Jenis kelamin responden mayoritas adalah perempuan, menunjukkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi yang mengambil mata kuliah Media Humas dan Teknik Publisitas didominasi mahasiswa perempuan. Karena mahasiswa laki-laki hanya 29% dari keseluruhan jumlah mahasiswa. Angkatan mahasiswa pun berbeda-beda, ada angkatan 2020, 2021, dan 2022. Dimana mayoritas responden adalah angkatan 2020 sebesar 50%, sementara responden yang aling sedikit berasal dari Angkatan 2021 sebesar 12%.



Tabel 4.

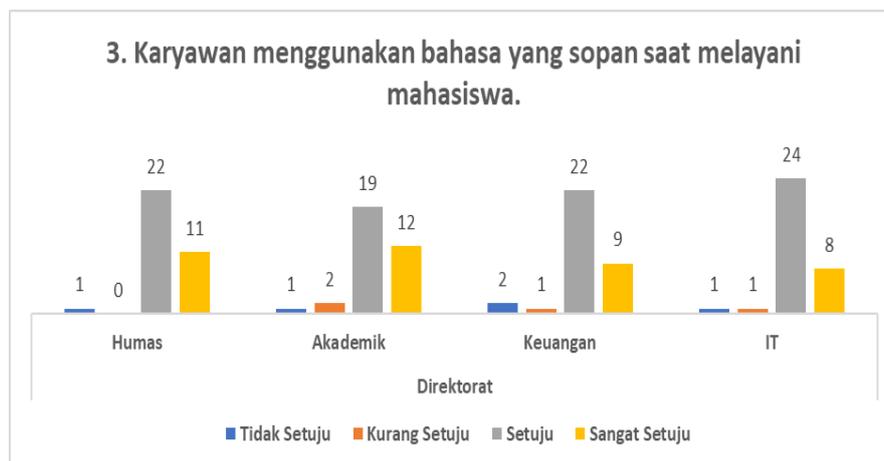
Karyawan memberikan solusi yang tepat ketika mahasiswa meminta bantuan pelayanan

Pada pertanyaan “Karyawan memberikan solusi yang tepat ketika meminta bantuan pelayanan”, Direktorat IT, Direktorat Humas dan Pemasaran mendapat nilai Setuju dan Sangat Setuju yang berimbang, posisi selanjutnya adalah Direktorat Akademik, dan terakhir adalah Direktorat Keuangan. Karena terdapat 5 responden yang menjawab Kurang Setuju dan 2 responden yang Tidak Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa direktorat yang mendapat nilai Setuju dan Sangat Setuju, karyawannya memiliki pengetahuan dan ketrampilan dalam menjawab pertanyaan mahasiswa yang meminta pelayanan.



Tabel 5.  
 Karyawan tersenyum saat melayani mahasiswa

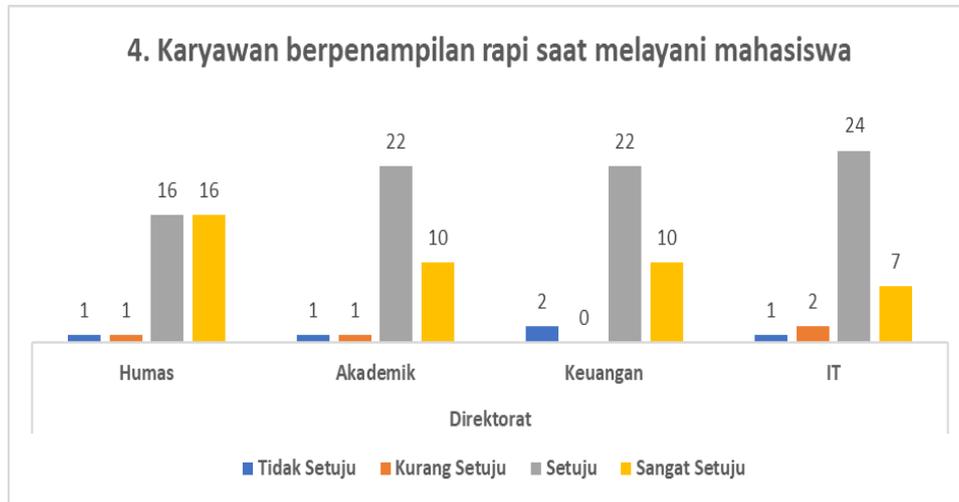
Pertanyaan “Karyawan tersenyum saat melayani mahasiswa”, Direktorat Humas dan Pemasaran menduduki posisi utama untuk pilihan responden Sangat Setuju, diikuti Direktorat Akademik, Keuangan, dan terakhir adalah IT. Tetapi pada jawaban Setuju, IT menduduki posisi pertama, lalu Keuangan, Akademik, dan terakhir adalah Humas dan Pemasaran. Mayoritas karyawan di 4 direktorat sudah menyadari betapa pentingnya melayani dengan senyum, walau masih ada direktorat yang penilaiannya buruk untuk pertanyaan ini, tetapi jumlahnya terbatas hanya 4 orang setiap direktorat.



Tabel 6.  
 Karyawan menggunakan bahasa yang sopan saat melayani mahasiswa

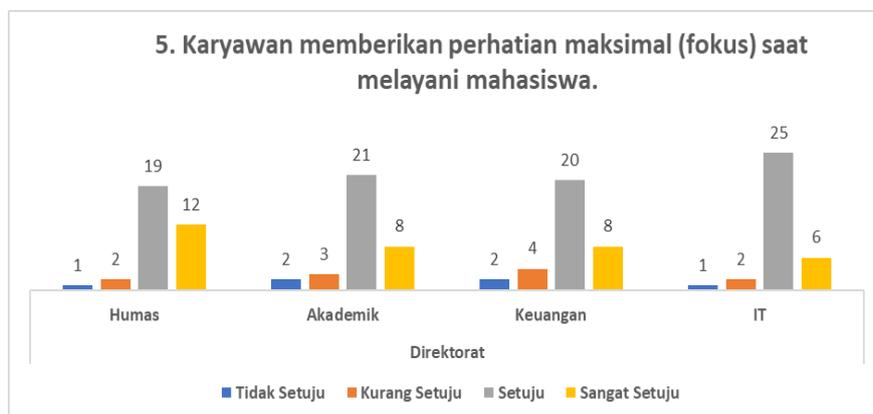
Untuk pertanyaan “Karyawan menggunakan bahasa yang sopan saat melayani mahasiswa” pada posisi pertama ditempati oleh Direktorat Akademik, lalu diikuti Direktorat Humas dan Pemasaran. Untuk pernyataan Setuju, Direktorat IT menduduki posisi tertinggi,

diikuti oleh Humas dan Pemasaran, serta Direktorat Keuangan. Di sini terlihat karyawan yang memberikan pelayanan telah menyadari betapa pentingnya menggunakan bahasa yang sopan saat melayani.



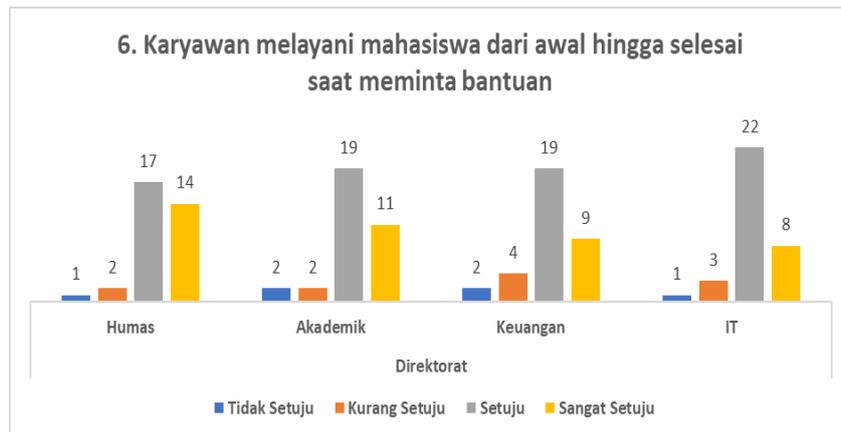
Tabel 7.  
 Karyawan berpenampilan rapi saat melayani mahasiswa

Direktorat Humas dan Pemasaran menduduki posisi tertinggi untuk penilaian Sangat Setuju bahwa “Karyawan berpenampilan rapi saat melayani mahasiswa”, diikuti direktorat Akademik dan Keuangan, terakhir adalah IT. Sementara untuk penilaian Setuju, Direktorat IT pada posisi pertama diikuti Akademik dan Keuangan, terakhir Humas. Pada pertanyaan ini, setidaknya responden mampu menilai mengenai penampilan rapi karyawan. Di sisi lain karyawan juga sudah memahami betapa pentingnya berpenampilan rapi saat melayani mahasiswa.



Tabel 8.  
 Karyawan memberikan perhatian maksimal (fokus) saat melayani mahasiswa

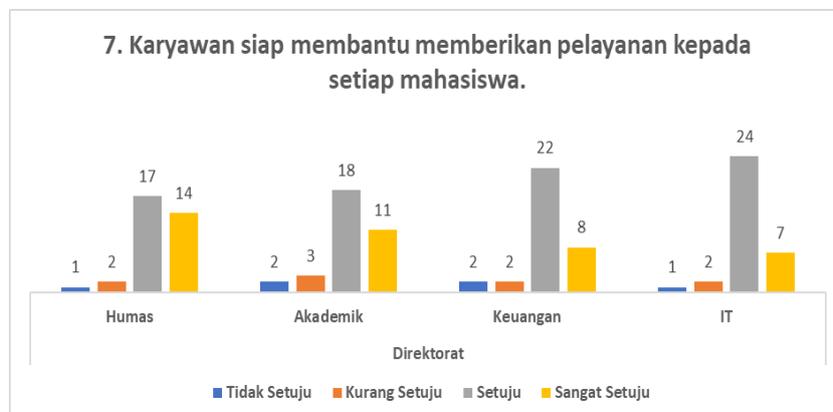
“Karyawan memberikan perhatian maksimal (fokus) saat melayani mahasiswa” didominasi oleh Direktorat Humas dan Pemasaran serta Direktorat IT, kemudian diikuti Akademik, terakhir Keuangan. Untuk penilaian Kurang Setuju dan Tidak Setuju, Direktorat Humas dan Pemasaran berimbang dengan Direktorat IT, sementara Direktorat Keuangan menempati posisi paling belakang.



Tabel 9.

Karyawan melayani mahasiswa dari awal hingga selesai saat meminta bantuan

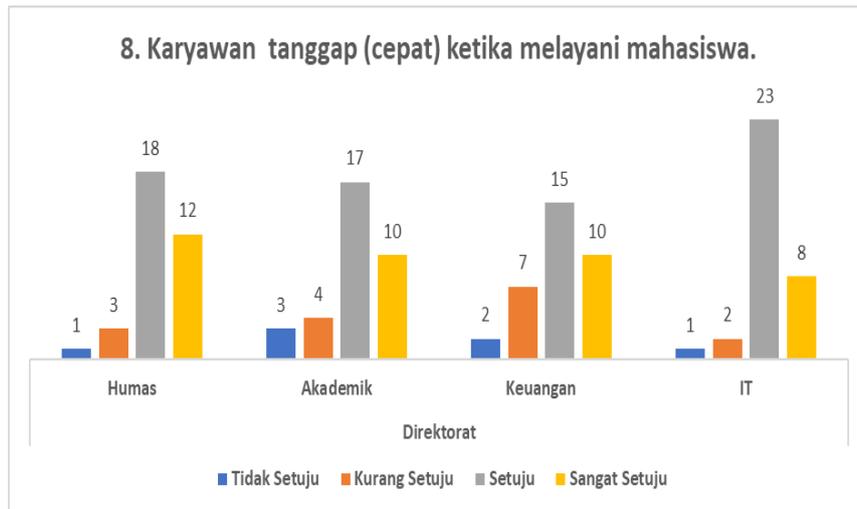
Pada tahapan ini, karyawan dinilai ketika melayani mahasiswa dilakukan secara tuntas atau tidak. Penilaian Sangat Setuju ada pada Direktorat Humas dan Pemasaran diikuti Direktorat Akademik, lalu Direktorat Keuangan dan terakhir adalah Direktorat IT. Ketika penilaian Setuju, diraih oleh Direktorat IT, lalu Keuangan dan Akademik, terakhir Humas dan Pemasaran. Untuk Humas dan Pemasaran paling sedikit penilaian Kurang Setuju dan Tidak Setuju, diikuti Direktorat IT, lalu Direktorat Akademik. Sementara Direktorat Keuangan masing terdapat 4 penilaian Kurang Setuju, sementara Tidak Setuju, terdapat 2 penilaian.



Tabel 10.

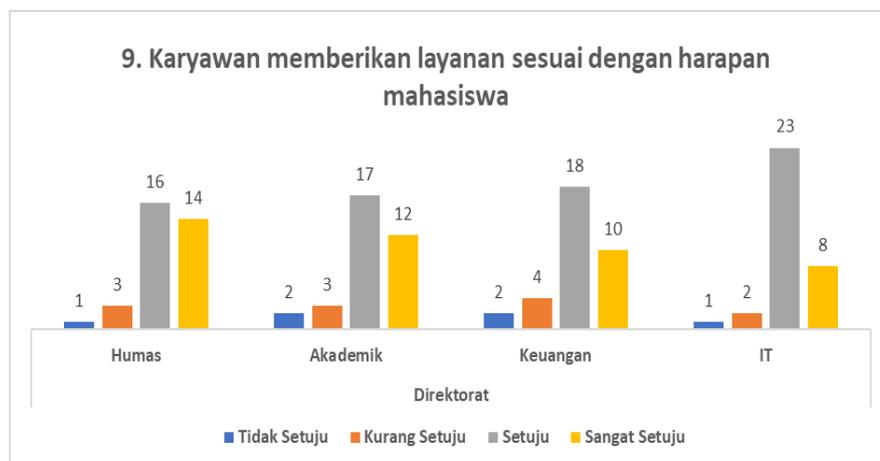
Karyawan siap membantu memberikan pelayanan kepada setiap mahasiswa

Kesiapan dalam memberikan pelayanan, penting bagi setiap direktorat. Direktorat Humas dan Pemasaran dinilai paling siap oleh mahasiswa dalam memberikan pelayanan. Diikuti Direktorat IT, Keuangan dan terakhir Direktorat Akademik. Jumlah yang menjawab Kurang Setuju dan Tidak Setuju, juga diraih oleh Akademik, diikuti oleh Keuangan. Sementara Direktorat Humas dan IT berimbang dalam penilaiannya.



Tabel 11.  
 Karyawan tanggap (cepat) ketika melayani mahasiswa

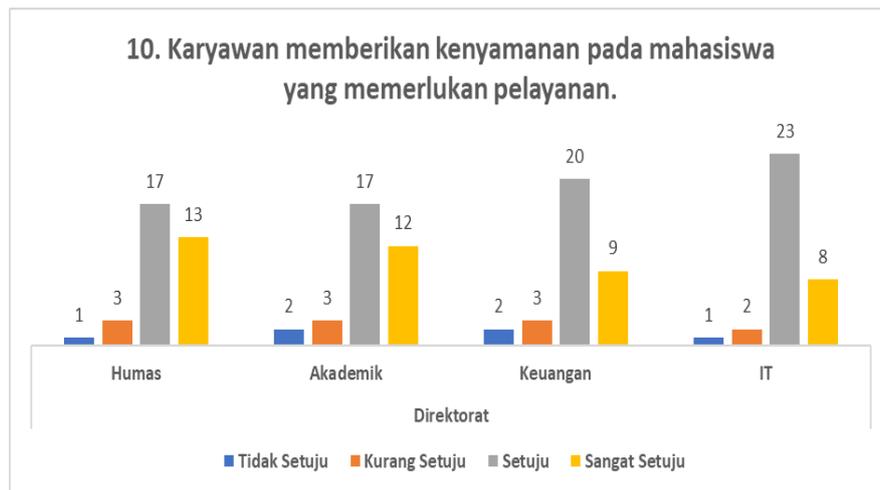
Untuk pertanyaan “Karyawan tanggap (cepat) ketika melayani mahasiswa”, jika digabungkan penilaian Setuju dan Sangat Setuju, Direktorat IT mendapat penilaian paling banyak, diikuti Direktorat Humas, lalu Akademik dan Keuangan. Terbanyak penilaian Kurang Setuju dan Tidak Setuju, diraih oleh Direktorat Keuangan, lalu Akademik, Humas dan Pemasaran, terakhir adalah IT.



Tabel 12.

Karyawan memberikan layanan sesuai dengan harapan mahasiswa

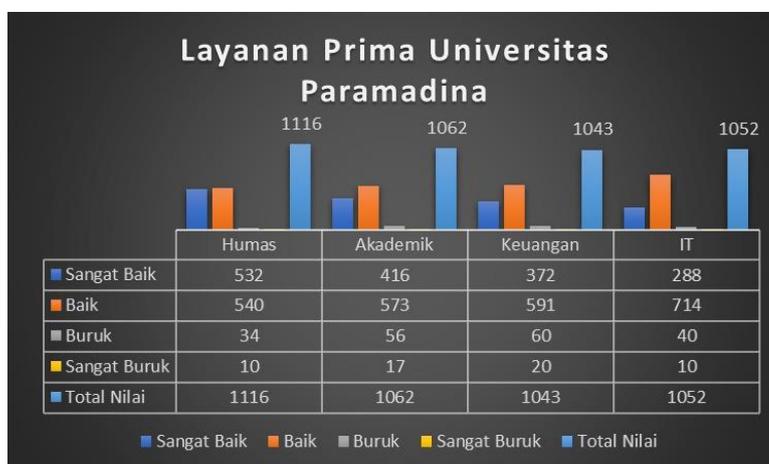
Layanan yang sesuai harapan mahasiswa dilakukan secara maksimal karena mendapat penilaian Sangat Setuju dan Setuju adalah Direktorat IT, diikuti Direktorat Humas dan Pemasaran, serta Direktorat Akademik, terakhir adalah Direktorat Keuangan.



Tabel 13.

Karyawan memberikan kenyamanan pada mahasiswa yang memerlukan pelayanan

Penilaian tertinggi pada pertanyaan “Karyawan memberikan kenyamanan pada mahasiswa yang memerlukan pelayanan” diraih oleh Direktorat IT yang mengumpulkan penilaian Setuju terbanyak, diikuti Direktorat Humas dan Pemasaran dengan penilaian Setuju dan Sangat Setuju yang hampir berimbang. Posisi terakhir adalah Direktorat Akademik dan Direktorat Keuangan yang penilaiannya berimbang untuk Setuju dan Sangat Setuju, serta Kurang Setuju dan Tidak Setuju.



Tabel 14.  
Layanan Prima Universitas Paramadina

Berdasarkan penilaian setiap kuestioner, beberapa direktorat kelihatan sangat menonjol dalam penilaian Setuju dan Sangat Setuju. Sementara berdasarkan tabel 14 mengenai keseluruhan pelayanan prima 4 direktorat di Universitas Paramadina dengan menggabungkan penilaian seluruh kuestioner. Penilaian tertinggi diperoleh oleh Direktorat Humas dan Pemasaran, diikuti Direktorat Akademik, Direktorat IT, dan terakhir adalah Direktorat Keuangan. Pada dasarnya pelayanan prima sudah mulai membaik di penilaian Setuju. Meskipun ada penilaian yang masih di tahapan Tidak Setuju dan Kurang Setuju, tetapi jumlahnya tidak pernah lebih dari 10. Jadi dapat dikatakan bahwa pelayanan prima di ke empat direktorat sudah masuk kategori baik, dengan penilaian Setuju, Akan lebih baik lagi jika dikembangkan menuju kategori pelayanan prima maksimal dengan penilaian Sangat Setuju. Perlu usaha maksimal untuk meningkatkan pelayanan prima di empat direktorat bersangkutan. Perlu diselenggarakan pelatihan untuk meningkatkan pelayanan dan ketrampilan dalam melayani secara prima untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Jika kualitas pelayanan semakin baik, mahasiswa akan merasakan kenyamanan dan loyal terhadap Universitas Paramadina. Terpenting dari semuanya, pelayanan prima memberikan kesan positif yang bisa memunculkan rekomendasi untuk calon mahasiswa baru yang akan masuk ke Universitas Paramadina.

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pelayanan prima merupakan usaha perusahaan untuk memberikan hal terbaik bagi pelanggan, sehingga pelanggan merasa loyal. Sehingga perlu bagi setiap karyawan pada suatu perusahaan untuk meningkatkan kompetensi terkait pengetahuan dan ketrampilannya dalam melayani pelanggan. Universitas Paramadina sebagai salah satu perusahaan di bidang pendidikan, perlu untuk meningkatkan kemampuan karyawannya dalam memberikan pelayanan pada mahasiswa, sebagai salah satu pelanggan. Dari hasil penelitian ini, empat direktorat di Universitas Paramadina, yaitu Humas, Akademik, IT, dan Keuangan terbukti telah melakukan pelayanan prima, tetapi harus ditingkatkan lagi untuk membuat pelayanan prima menjadi lebih maksimal, tidak hanya pada penilaian biasa saja. Karena penelitian ini terbatas hanya pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Paramadina, ada baiknya penelitian ini dilakukan untuk semua program studi yang ada di Paramadina. Di samping itu perlu pula diketahui secara kualitatif, alasan mahasiswa untuk penilaian yang diberikan secara detail.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi yang telah mengisi kuesionare untuk penelitian ini. Sekaligus terima kasih untuk Direktorat Humas & Pemasaran, Keuangan, Akademik dan Operasional, khususnya Tim Teknologi yang sudah memberikan pelayanan prima bagi calon mahasiswa baru dan mahasiswa. Semoga semangat untuk memberikan pelayanan prima bagi mahasiswa, membuka peluang sebesar-besarnya bagi Universitas Paramadina sebagai kampus pilihan untuk calon mahasiswa baru.

## REFERENSI

- Daryanto. Setyobudi, Ismanto. Editor : Bintoro. (2014) *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Gava Media.
- Juni, Donni Priansa. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima. Fokus Pada Organisasi Publik dan Peningkatan Kualitas Aparatur*. Bandung : Alfabeta.
- Yusuf, Kurniawaty & Anggraeni, Lina. (2021). Hasil Riset Strategi Komunikasi Pada Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Paramadina Tahun 2022. Diakses pada Jum'at, 4 November 2022, pukul 17.00 wib, pada link repository : <https://repository.paramadina.ac.id/id/480>.
- Suwatno. (2018). *Pengantar Public Relations Kontemporer*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Yudistira, Raditia, Sujanto. (2019). *Pengantar Public Relations Di Era 4.0. Teori, Konsep, Dan Praktik Kasus Terkini*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.

### **Kurniawaty Yusuf**

Dosen senior Ilmu Komunikasi Program Sarjana, saat ini menjabat sebagai Direktur Kerjasama, Pemasaran dan Hubungan Alumni Universitas Paramadina. Beliau meraih gelar Magister Ilmu Komunikasi dari Universitas Indonesia. Minat penelitiannya mengenai hubungan masyarakat, komunikasi organisasi, kepemimpinan, literasi budaya & media, komunikasi interpersonal, antikorupsi dan isu-isu sosial, agama dan perempuan. Hasil penelitiannya telah dipublikasikan di beberapa jurnal lokal, nasional dan internasional. Tulisan-tulisannya juga telah dimuat di beberapa media, buku ilmiah dan populer. Beliau dapat dihubungi di [kurniawaty.yusuf@paramadina.ac.id](mailto:kurniawaty.yusuf@paramadina.ac.id).

### **Lina Anggraeni**

Menyelesaikan program Sarjana dan Magisternya di Universitas Paramadina. Saat ini aktif sebagai Manajer Humas dan Pemasaran dan sebagai Dosen Home Base Ilmu Komunikasi program Sarjana di Universitas Paramadina. Minat penelitiannya mengenai hubungan masyarakat, komunikasi organisasi, kepemimpinan, literasi budaya dan media. Untuk menghubunginya dapat mengirimkan email ke [lina.anggraeni@paramadina.ac.id](mailto:lina.anggraeni@paramadina.ac.id).