

**Agus Fitri Yanto - Desi Arifiana Purnami - Wit Widaryani
Mustakhifaturrokhmah - Muhamad Fajar Efrizal - Budiarto
Risna Handayani - Salammatul Nur Fauza - Astrianingsih
Sanda Andiko Putra - Alif Damayanti - Trisa Sumarningsih
Mahaning Prayudati - Pristia Eka Kurniasari**

Manajemen Pelayanan Bisnis Online (Teori & Implementasi)



Manajemen Pelayanan Bisnis Online (Teori & Implementasi)

Copyright © 2022, Galih Pena

Penulis:

Agus Fitri Yanto - Desi Arifiana Purnami - Wit Widaryani
Mustakhifaturrokhmah - Muhamad Fajar Efrizal - Budiarto
Risna Handayani - Salammatul Nur Fauza - Astrianingsih
Sanda Andiko Putra - Alif Damayanti - Trisa Sumarningsih
Mahaning Prayudati - Pristia Eka Kurniasari

ISBN :

Penyunting:

Danis Imam Bachtiar, Pratika Ayuningtyas

Desain Sampul:

Agus Fitri Yanto

Layouter:

Galih Pena Creative

Penerbit:

Galih Pena Publisher

Redaksi:

Politeknik Sawunggalih Aji

Jl. Wismoaji 08 Kutoarjo, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah.

Kode Pos: 54212.

Web : galihpena.polsa.ac.id

E-mail : galihpena@polsa.ac.id

Instagram : Galih Pena Publisher

Facebook : Galih Pena Publisher

Whatsapp : (+62) 811 250 3131

Cetakan Pertama, Oktober 2022

168 halaman; 14.8 x 21 cm

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit maupun penulis.

Kado spesial untuk
Kampus Tercinta
POLITEKNIK SAWUNGGALIH AJI

Dari
Tim YODOTUKU.COM

Agus Fitri Yanto - Desi Arifiana Purnami - Wit Widaryani
Mustakhifaturrokhmah - Muhamad Fajar Efrizal - Budiarto
Risna Handayani - Salammatul Nur Fauza - Astrianingsih
Sanda Andiko Putra - Alif Damayanti - Trisa Sumarningsih
Mahaning Prayudati - Pristia Eka Kurniasari

*Agus Fitri Yanto, Desi Arifiana P., Mustakhifaturrokhmah
Wit Widaryani, Muhamad Fajar E., Risna Handayani, dkk.*

Kata Pengantar

Pelayanan pelanggan merupakan hal lazim yang dilakukan oleh setiap entitas bisnis. Dengan pelayanan yang optimal, entitas bisnis berusaha untuk menjaga loyalitas pelanggan terhadap produk yang mereka pasarkan. Apalagi di tengah persaingan bisnis yang semakin kompleks, pelayanan pelanggan menjadi unsur penting yang harus dilakukan untuk memenangkan pasar. Tidak jarang pelaku bisnis, termasuk bisnis online, harus melakukan berbagai cara untuk mempertahankan pelanggan. Harga, kualitas produk, dan nilai guna yang maksimal tidak lagi cukup untuk menarik pelanggan karena mereka paham betul dengan berbagai informasi dari beragam produk yang ada di pasaran.

Hal ini semakin mudah dilakukan oleh pelanggan karena pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini. Hampir tanpa dibatasi ruang dan waktu, pelanggan dengan cepat dapat memperoleh informasi mengenai berbagai produk yang mereka butuhkan dan inginkan. Oleh karenanya pelaku bisnis online harus memiliki standarisasi pelayanan yang baik dan diikuti dengan pelaksanaan pelayanan yang baik pula.

Di sisi lain, kompleksitas keinginan pelanggan saat ini juga semakin tinggi dan menuntut pelaku bisnis untuk merespon hal tersebut dengan strategi-strategi pelayanan prima atau yang lebih dikenal dengan sebutan “*service excellent*”. Harus dipahami bahwa pelayanan prima kepada pelanggan pada

*Agus Fitri Yanto, Desi Arifiana P., Mustakhifaturrokhmah
Wit Widaryani, Muhamad Fajar E., Risna Handayani, dkk.*

dasarnya bukanlah hal yang sulit untuk dilakukan. Hal yang harus dilakukan adalah bagaimana komitmen pelaku bisnis untuk melaksanakannya sebaik mungkin.

Oleh karenanya kehadiran buku ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan keilmuan mengenai bisnis online, khususnya dalam aspek pengelolaan pelayanan kepada pelanggan. Tidak hanya bersifat teori, buku berjudul “Manajemen Pelayanan Bisnis Online” ini juga membahas bagaimana implementasi aspek-aspek pelayanan prima dalam bisnis online dengan contoh-contoh yang mudah untuk dipahami dan diterapkan.

Kami mengucapkan banyak terima kasih kepada segenap Pimpinan dan civitas akademika Politeknik Sawunggali Aji (POLSA) - Kutoarjo yang telah memberikan berbagai dukungan sehingga buku ini dapat terbit sebagaimana yang direncanakan. Semoga kehadiran buku ini menjadi berkah untuk semuanya. Aamiin..

Salam SUPERSUKSES!

Kutoarjo, Oktober 2022

Agus Fitri Yanto - Desi Arifiana Purnami - Wit Widaryani
Mustakhifaturrokhmah - Muhamad Fajar Efrizal - Budiarto
Risna Handayani - Salammatul Nur Fauza - Astrianingsih
Sanda Andiko Putra - Alif Damayanti - Trisa Sumarningsih
Mahaning Prayudati - Pristia Eka Kurniasari

Daftar Isi

Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar gambar	xi
Bagian 1	
KONSEP DASAR PELAYANAN PELANGGAN DALAM BISNIS ONLINE	1
1.1 Pengertian Pelayanan Pelanggan (<i>Customer Service</i>)	3
1.2 Kualitas layanan	8
1.3 Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	16
Bagian 2	
PELAYANAN PRIMA DALAM BISNIS ONLINE	21
2.1 Hakikat Pelayanan Prima	23
2.2 Arti Penting Pelayanan Prima	29
2.3 Harapan Pelanggan	37
2.4 Studi Kasus: Efektivitas Pelayanan Customer Yodotuku.Com Melalui Media Sosial Online	42

Bagian 3

PROSEDUR OPERASIONAL DALAM PELAYANAN PELANGGAN 45

- 3.1 Prinsip Dasar SOP 46
- 3.2 Tujuan dan Manfaat SOP 49

Bagian 4

IMPLEMENTASI PELAYANAN PADA DIVISI PENGIRIMAN 55

- 4.1 Pelayanan Konsumen Pada Divisi Pengiriman 55
- 4.2 Prinsip-Prinsip Pelayanan 63
- 4.3 Dimensi Kualitas Pelayanan 70
- 4.4 Pelayanan Prima 81

Bagian 5

IMPLEMENTASI PELAYANAN TRANSAKSI BISNIS ONLINE 89

- 5.1 Konsep Dasar Penjualan 98
- 5.2 Arti Penting Konsumen 108

Bagian 6

IMPLEMENTASI PELAYANAN TRANSAKSI VIA PAYMENT GATEWAY 105

- 6.1 Registrasi *Payment Gateway* Midtrans 106
- 6.2 Uji Coba Transaksi Via Midtrans 120
- 6.3 Implikasi Manajerial *Payment Gateway* 129

Bagian 7

IMPLEMENTASI PELAYANAN KOMPLAIN	133
7.1 Alur Pelayanan Pelanggan	134
7.2 Penanganan Keluhan Pelanggan	138
7.3 Entitas Pelayanan Pada Bisnis Online	143
DAFTAR PUSTAKA	147
BIOGRAFI PENULIS	157

*Agus Fitri Yanto, Desi Arifiana P., Mustakhifaturrokhmah
Wit Widaryani, Muhamad Fajar E., Risna Handayani, dkk.*

Daftar Gambar

1.1 Model Segitiga Pelayanan	10
4.1 Produk yang akan dikirim	57
4.2 Bungkus pesanan	58
4.3 <i>Bubblewrap</i> pesanan	58
4.4 Membungkus pesanan secara lengkap	59
4.5 Pesanan siap dikirim	59
4.6 Contoh Bukti Pengiriman via Kantor Pos	60
4.7 Contoh Bukti Pengiriman via J&T	61
4.8 Bukti Pengiriman via Wahana Express	61
4.9 Produk yang dikirimkan melalui Wahana Express	62
4.10 <i>Cash Order Delivery</i>	63
4.11 Rapat koordinasi antar divisi Yodotuku.com	65
4.12 Presentasi hasil kerja antar divisi	66
4.13 Evaluasi kerja antar divisi	66
4.14 Perencanaan strategik via <i>Instagram</i>	67
4.15 Review produk Yodotuku.com	68
4.16 Kegiatan Wawancara	69
4.17 Promo Diskon <i>Time</i>	70

4.18 Promo Yodotuku.com	73
4.19 Story Yodotuku	74
4.20 Tentang Yodotuku.com	77
4.21 <i>Chat WhatsApp</i>	80
6.1 Alur Integrasi Midtrans dengan WooCommerce	108
6.2 Tampilan Halaman Pencarian	109
6.3 Tampilan Halaman Daftar Midtrans	109
6.4 Tampilan Halaman Pilihan Mendaftar	110
6.5 Tampilan Halaman Registrasi	111
6.6 Tampilan Halaman Login	112
6.7 Tampilan Halaman Penyelesaian Registrasi	112
6.8 Tampilan Halaman Registrasi Passport Midtrans	113
6.9 Tampilan Halaman Registrasi Passport Midtrans	113
6.10 Tampilan Halaman Registrasi Informasi Pemilik	114
6.11 Tampilan Halaman Registrasi Informasi Bisnis	114
6.12 Tampilan Halaman Registrasi Detail Bank	115
6.13 Tampilan Halaman Registrasi Syarat dan Ketentuan	115
6.14 Tampilan Halaman Registrasi Selesai	116
6.15 Tampilan Halaman Pencarian	116

6.16 Tampilan Halaman Login WordPress	117
6.17 Tampilan Halaman Dashboard WordPress	117
6.18 Tampilan Halaman Install Plugin	118
6.19 Tampilan Halaman Aktivitas Midtrans	118
6.20 Menu WooCommerce	119
6.21 Konfigurasi Midtrans dengan WooCommerce	119
6.22 Konfigurasi Lanjutan dengan WooCommerce	120
6.23 Konfigurasi Access Keys dengan WooCommerce	120
6.24 Tampilan Halaman Beranda Yodotuku.com	121
6.25 Tampilan Halaman Produk Yodotuku.com	122
6.26 Keranjang Yodotuku.com	122
6.27 Tampilan Halaman Checkout Yodotuku.com	123
6.28 Penyelesaian Checkout Yodotuku.com	124
6.29 Menu Pembayaran Midtrans	125
6.30 Tampilan Halaman Cara Bayar di Indomaret	126
6.31 Tampilan Halaman Penyelesaian Pesanan	127
6.32 Penyelesaian Pesanan via WhatsApp	127
6.33 Tampilan Halaman Notifikasi Pembayaran	128
6.34 Dashboard Midtrans	128
6.35 Laporan Transaksi di Midtrans	129
7.1 Bagan Alir Prosedur Transaksi Yodotuku.com	136

7.2	Flowchart Prosedur Penanganan Komplain	139
7.3	Form Pengajuan Komplain Pesanan	141
7.4	Lanjutan Form Pengajuan Komplain	142
7.5	Diagram Entitas Pelayanan Pada Yodotuku.com	143
7.6	Alur Pemesanan Produk di Yodotuku.com	144

dari kami,
sebuah karya kecil
untuk INDONESIA

*Agus Fitri Yanto, Desi Arifiana P., Mustakhifaturrokhmah
Wit Widaryani, Muhamad Fajar E., Risna Handayani, dkk.*

Bagian 1

KONSEP DASAR PELAYANAN PELANGGAN DALAM BISNIS ONLINE

Perkembangan globalisasi dengan semakin menguatnya teknologi informasi dan komunikasi telah mempengaruhi semua aspek penting kehidupan seperti perkembangan ekonomi, sosial, budaya dan aspek lainnya. Perkembangan ekonomi memunculkan berbagai peluang bisnis baru dan tantangan, apalagi dengan semakin pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi ke arah digital. Lalu lintas perdagangan barang dan jasa lintas negara menjadi lebih terbuka, salah satunya terjadi melalui *e-commerce*.

E-commerce merupakan suatu keadaan dimana proses jual beli produk dilakukan secara elektronik oleh konsumen serta dari perusahaan ke perusahaan dengan menggunakan komputer sebagai perantara dalam transaksi bisnis (Nursani, et al., 2019). Pertumbuhan *e-commerce* sendiri di Indonesia meningkat lebih dari 40% pada tahun 2021 (okezone.com, 8 April 2022). Peningkatan ini sejalan dengan pergeseran gaya hidup masyarakat ke arah digital dan berkembangnya digitalisasi.

Bisnis *e-commerce* menawarkan kelebihan dari sisi pelayanan yang lebih praktis dibandingkan dengan berbelanja secara konvensional pada toko retail. Kemudahan yang didapat konsumen dengan cepat dapat memperoleh informasi tentang produk yang dibutuhkan dan dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja, baik dari rumah, kantor, atau tempat lainnya secara online. Masyarakat kemudian lebih mengenalnya dengan sebutan bisnis online.

Perkembangan yang signifikan tentu membuat para pelaku usaha bisnis online dihadapkan pada ketatnya persaingan. Mereka saling berusaha untuk memiliki daya tarik bagi konsumen untuk menjaga eksistensinya. Persaingan yang semakin kompleks ini menempatkan orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Oleh karena itu dalam operasionalnya, pelaku bisnis online harus memiliki kemampuan yang unggul dalam memberikan pelayanan yang dapat diterima secara cepat oleh konsumen sehingga segala pelayanan yang diinginkan oleh konsumen. Kebutuhan dan keinginan konsumen sesegera mungkin dapat segera ditindak lanjuti dengan memberikan pelayanan yang terbaik serta

berkualitas. Perhatian terhadap kepentingan pelanggan dengan cara melihat kebutuhan serta kepuasan atas pelayanan menjadi kunci keberhasilan di tengah persaingan ketat.

1.1 PENGERTIAN PELAYANAN PELANGGAN (CUSTOMER SERVICE)

Customer service merupakan salah satu ujung tombak terpenting bagi perusahaan dalam membangun kepuasan pelanggan. Melalui tangan *customer service*, perusahaan dapat memberikan kesan yang positif kepada pelanggan. Melalui *customer service* pula perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi harapan pelanggan dengan pendekatan komunikasi antar pribadi. Pelayanan pelanggan adalah segala aktivitas kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan produk atau sejenisnya tetapi kegiatan ini secara langsung atau tidak langsung berhubungan erat dengan produk itu sendiri (Philip Kotler dan Gary Armstrong dalam Victor Marulitua Lumbantobing, 2015:17).

Pelayanan adalah suatu hal yang paling utama dalam setiap organisasi perusahaan karena dengan adanya pelayanan yang baik maka setiap perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Pelayanan dapat dimaknai sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler dalam Shandy Widjoyo Putro dan Hatane Samuel, 2014:2). Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan

pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen.

Sedangkan pelanggan diartikan orang yang membeli dan menggunakan produk. Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pelanggan adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Pandangan tradisional ini menyimpulkan bahwa pelanggan adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk (Zulian Yamit dalam Melfa Yola dan Duwi Budianto, 2013:302).

Helien dalam Ade Syarif Maulana (2016:117) mengemukakan pelayanan pelanggan adalah kegiatan yang berorientasi kepada pelanggan yang terdiri dari elemen-elemen nyata berupa faktor yang bisa diraba, didengar dan dirasakan seperti ukuran, berat, warna dan sebagainya. Kemudian adanya elemen tidak nyata yaitu lebih sulit diukur dan sering kali subyektif karena tergantung pada sikap-sikap yang bisa dipengaruhi namun tidak diajarkan, sebagai contoh rasa nyaman, rileks, percaya dan lain sebagainya.

Customer service juga dimaknai sebagai suatu pelayanan untuk menangani bentuk informasi, keluhan, saran dan kritik yang datang dari pihak ekstern perusahaan Oka A Yoeti dalam Victor Marulitua Lumbantobing (2015:17). Dalam hal ini *Customer service* memiliki peran strategis antara lain:

1. Penguasaan informasi
 - a. Penguasaan terhadap informasi produk yang ditawarkan terhadap pelanggan (*product knowledge*).

- b. Penguasaan terhadap keluhan yang mungkin timbul.
 - c. Penguasaan sistem atau cara memberikan solusi.
2. Komunikasi yang dilakukan kepada pelanggan
- a. Kesopanan dalam berbicara
 - b. Penggunaan bahasa
 - c. Tata cara menghormati pendapat pelanggan.

Kepuasan konsumen tidak hanya diperoleh pada saat mendapatkan barang yang dibelinya, tetapi pelayanan yang diberikan juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Pelayanan pelanggan bila dilakukan secara efektif dapat menimbulkan perubahan yang signifikan dalam menciptakan permintaan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan. Pelayanan pelanggan juga dapat dispesifikasikan sebagai bahan dari aktivitas penjualan yang dimulai saat order masuk sampai berakhirnya pengiriman barang kepada pelanggan. Maka, pelayanan pelanggan atau konsumen dapat disebut sebagai proses pemenuhan kebutuhan, yaitu proses untuk memenuhi permintaan konsumen secara keseluruhan.

Pelayanan yang baik tidak hanya diberikan dan dilakukan oleh *customer service* saja, namun seluruh perangkat yang berada di perusahaan baik itu pimpinan maupun karyawan, karena pelangganlah yang sangat peka dengan kondisi perusahaan yang dikunjungi. *Service of excellence* merupakan bagian dari *customer service* yang lebih di titik beratkan pada kesan pertama, karena kesan pertama yang muncul pertama kali sulit dihilangkan. *Service of excellence* merupakan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh

perusahaan dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan dan menimbulkan kepercayaan terhadap pihak pelanggannya, sedangkan pelanggan tersebut merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan wajar (Puji Hariyanti dan Rahmi Utari, 2013:67).

Pelayanan prima tidak hanya suatu proses penjualan atau pelayanan dengan cepat, tetapi lebih kepada bagaimana memperlakukan pelanggan yang sedemikian rupa, hingga menimbulkan kesan atau persepsi yang positif dari pelanggan. Tujuan *excellence service* adalah (Ruslan dalam Puji Hariyanti dan Rahmi Utari, 2013:67):

1. Memberikan rasa puas dan percaya kepada pelanggan.
2. Tetap menjaga agar konsumen merasa diperhatikan dan dipentingkan segala keinginan dan kebutuhannya.
3. Upaya mempertahankan pelanggan agar tetap loyal untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.
4. Mendorong konsumen untuk kembali serta menciptakan hubungan saling percaya.

Melihat dari apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan maka para personil *customer service* harus memiliki kemampuan untuk bersikap hormat pada pelanggan dan memberikan salam selamat datang kepada pelanggan apabila perusahaan tersebut memiliki ciri khas salam sebagai budaya perusahaan. Suasana akrab dengan pelanggan dapat dilakukan dengan mendengarkan apa yang diinginkan pelanggan, mengucapkan terima kasih dengan senyum tulus, memberikan pelayanan yang baik dengan memberikan

informasi yang jelas dan ramah tentang produk, menerima dengan sepenuh hati apa yang dikeluhkan oleh pelanggan.

Keluhan merupakan ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Organisasi bisnis dapat mengumpulkan keluhan pelanggan melalui sejumlah cara, seperti kotak saran, formulir keluhan pelanggan, saluran telepon khusus, website, kartu komentar, survei kepuasan pelanggan dan *customer exit surveys*. Situasi ini dikenal dengan istilah "*Recovery Paradox*" (Tjiptono dalam Susi Indriyani dan Selvy Mardiana, 2016:4).

Berdasarkan berbagai riset psikologi konsumen, keluhan bisa dibedakan menjadi dua tipe *instrumental complaints* dan *non-instrumental complaints*. *Instrumental complaints* merupakan keluhan yang diungkapkan dengan tujuan mengubah situasi atau keadaan yang tidak diinginkan. Pelanggan yang mengeluh bisa merupakan tambang emas keberhasilan tapi juga sebagai awal dari malapetaka dimasa mendatang. Hal ini sangat tergantung dari bagaimana perusahaan menghargai saat kontak dengan pelanggan.

Program keluhan pelanggan memberikan keuntungan yang besar karena (Susi Indriyani & Selvy Mardiana, 2016:4):

1. Keluhan memperlihatkan bidang-bidang yang membutuhkan perbaikan.
2. Keluhan merupakan kesempatan kedua untuk memberikan pelayanan dan kepuasan kepada pelanggan yang kecewa.
3. Keluhan merupakan suatu peluang untuk memperkuat loyalitas pelanggan.

1.2 KUALITAS LAYANAN

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung kepada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas juga merupakan merupakan pertaruhan bagi reputasi perusahaan. Kata kualitas memiliki definisi atau arti yang berbeda-beda antara individu satu dengan individu lainnya.

Ada beberapa perpesktif umum terhadap kualitas (Farid Firmansyah dan Rudi Haryanto, 2019:11) yaitu:

1. Pandangan transenden mengenai kualitas bersinonim dengan keunggulan bawaan: tanda-tanda standar dan prestasi yang tinggi. Sudut pandang ini sering diterapkan pada seni peertunjukan visual. Pandangan ini berpendapat bahwa orang belajar untuk mengenali kualitas hanya melalui pengalaman yang diperoleh dari paparan berulang. Namun dalam sudut pandang praktis, manajer atau pelanggan menilai kualitas dari sesuatu menurut mereka tidak terlalu membantu.
2. Pendekatan berbasis manufaktur didasarkan pada persediaan dan terutama sangat memerhatikan praktek-praktek teknik dan manufaktur. (Dalam sektor jasa, kami menyatakan bahwa kualitas dipicu oleh operasi). Pendekatan ini berfokus pada kesesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang sering kali dipicu oleh tujuan produktivitas dan pengamanan biaya.
3. Definisi berbasis pengguna dimulai dengan premis bahwa kualitas terletak di mata orang yang melihatnya. Definisi ini menyamakan kualitas dengan kepuasan maksimum.

Perspektif yang subjektif dan berorientasi pada kebutuhan ini mengakui bahwa pelanggan yang berbeda memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda pula.

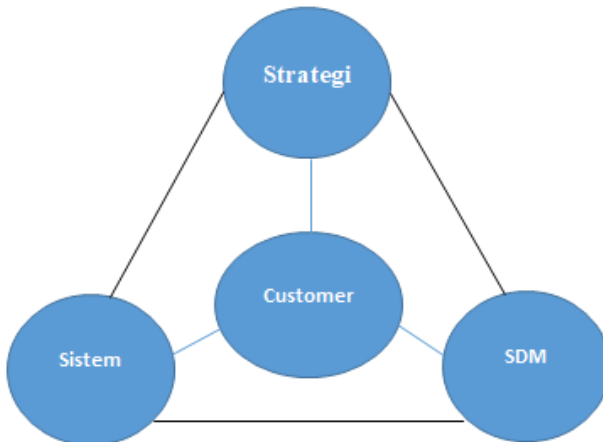
4. Definisi berbasis nilai mendefinisikan kualitas dalam hal nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan pertukaran antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai keunggulan yang terjangkau.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian penting yang harus diusahakan oleh perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan sekarang ini banyak konsumen semakin kritis sebelum dan sesudah membeli produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, yang dibarengi dengan kualitas pelayanan yang baik. Kualitas merupakan keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang meliputi *marketing, engineering, manufacture, dan maintenance*, dimana produk dan jasa tersebut dalam pemakaiannya akan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan (Feigenbaum dalam Ade Syarif Maulana, 2016;117).

Albert dan Zemke dalam Farid Firmansyah dan Rudi Haryanto, (2019:12) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat dilihat dari dua pendekatan:

1. *Service Triangle* (segitiga pelayanan) adalah suatu model interaktif manajemen layanan yang mencerminkan hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya, model ini memiliki tiga elemen, yakni sebagai berikut:

- a. *Service strategy* (strategi layanan) yakni suatu strategi untuk memberikan layanan dengan mutu yang sebaik mungkin kepada para pelanggan.
- b. *Service people* (sumber daya manusia yang memberikan layanan). Ada tiga elemen sumber daya yakni sumber daya manusia yang berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, sumber daya yang memberikan layanan kepada pelanggan tetapi tidak secara langsung berinteraksi dengan pelanggan dan sifatnya hanya incidental, serta sumber daya pendukung.
- c. *Service system* (sistem layanan) dengan pelanggan sebagai pusatnya, yaitu prosedur atau tata cara untuk memberikan layanan kepada para pelanggan yang melibatkan seluruh fasilitas fisik yang dimiliki dan seluruh sumber daya yang ada.



Gambar 1.1 Model Segitiga Pelayanan

Sumber : Farid Firmansyah dan Rudi Haryanto (2019:13)

2. *Total Quality Service (TQS)*. TQS pada dasarnya merupakan penjabaran dari segitiga pelayanan tetapi memiliki lima elemen yang terkait:
 - a. *Market and customer research* (riset pasar dan pelanggan). Riset pasar, yakni kegiatan penelitian terhadap struktur dan dinamika pasar tempat perusahaan berencana untuk berkiprah.
 - b. *Strategy formulation* (perumusan strategi) adalah proses perancangan strategi mempertahankan pelanggan-pelanggan yang ada dan meraih pelanggan baru.
 - c. *Educaton, training and communication* (pendidikan, pelatihan dan komunikasi). Pendidikan dan pelatihan menjadi penting bagi pengembangan dan peningkatan mutu sumber daya manusia agar mampu memberikan layanan yang bermutu sedangkan komunikasi berperan untuk mendistribusikan informasi.
 - d. *Process improvement* (penyempurnaan proses), yakni usaha diseluruh tingkatan secara berkesinambungan untuk menyempurnakan proses pemberian layanan secara aktif mencari cara terbaru untuk terus membuat perusahaan menjadi lebih baik.
 - e. *Assessment, measurement and feedback* (penilaian, pengukuran, dan umpan balik) seberapa jauh mampu memenuhi harapan para pelanggan.

Pendekatan itu penting untuk diterapkan berkesinambungan agar menjaga kualitas pelayanan. Pentingnya organisasi

dalam menjaga kualitas ini seiring dengan meningkatnya persaingan yang lebih hebat dari yang dibayangkan.

Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan

Setiap organisasi modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk aktualisasi kualitas layanan. Kualitas layanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan dari masyarakat yang meminta pelayanan dan yang meminta dipenuhi pelayanannya. Konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yaitu *responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *empathy* dan *reliability* (Kotler & Keller dalam Ajis Setiawan, Nurul Qomariah dan Haris Hermawan, 2019:117).

Konsep kualitas layanan intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima. Berikut lima unsur konsep kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan (Lupiyoadi dalam Ajis Setiawan, Nurul Qomariah dan Haris Hermawan, 2019:117):

1. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapat pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari

DAFTAR PUSTAKA

- Alfauzan, Misran. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Pada Kantor Camat Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Alfian, Petrus, S., & Lena Magdalena. (2020). Penerapan Payment Gateway pada Aplikasi Marketplace Waroeng Mahasiswa Menggunakan Midtrans. Jurnal Informatika Universitas Pamulang, 5(3), 387-393.
- Andamisari, Dessy. (2021). Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal. Jurnal Komunikasi Lugas, Vol. 5 No. 1.
- Anggraeni Dita Putri, Kumadji Srikandi, dan Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. Jurnal Administrasi Bisnis. Volume 37. Nomor 1.
- Apandy, Puteri. A. O., Melawati, & Panji Adam. (2021). Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 3(1), 12-18
- Aprilia, Enje. (2020). Desain dan Implementasi Sistem Pemesanan Makanan dan Program Promosi Penjualan pada Mie Pangsit Ayam Sudi 189. Project Report. Universitas Internasional Batam.

- Arafa, Nyoman. J. (2021). Perilaku Generasi X dan Y dalam Pemanfaatan Payment Gateway pada OVO Perspektif Masalah (Studi Kasus di Tenggarong Kalimantan Timur). STIE Perbanas Surabaya.
- Bekti Panji Sudono. (2019). Pengaruh globalisasi terhadap pertumbuhan ekonomi dan ketimpangan pendapatan di malaysia.
- Barata, Adya. (2020). Dasar- Dasar Pelayanan Prima. Jakarta: PT. ElexMedia Komputindo.
- Damanik, Erikson. (2012). Perancangan Sistem Informasi Pembayaran Online Menggunakan Payment Gateway. Jurnal SIFO Mikroskil, 13(1), 63–71
- Dewi, Ingrid. R., & Rini Malfiany. (2017). Perancangan Sistem Informasi Administrasi Pembayaran pada SDIT Lampu Iman Karawang Berbasis Visual Basic 6.0. Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 12(2), 4-12.
- Effendy, & Herry Mulyono. (2020). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Pemesanan Dan Penjualan Pakaian Muslim Berbasis Web Pada Toko Hidayatullah Jambi. Jurnal Manajemen Sistem Informasi, STIKOM Dinamika Bangsa, 5(4), 526-538
- Fitriani, Uci. (2016). Pengaruh Sistem Penjualan Kredit di PT. Surya Putra Sumatera Raya II Pasir Putih Pasir Pengairan Terhadap Penarikan Sepeda Motor Yamaha. Jurnal, Universitas Pasir Pengaraian

- Firmansyah Farid dan Haryanto Rudy. (2019). Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan.
- Fitriawati, Mia., & Damaiyanti. E. N. S. (2015). Sistem Informasi Pemesanan Wisata dan Ekspedisi berbasis Web pada kampung Batu Malasari. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 5(2), 15-28.
- Gabriele. (2018). Analisis Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) Di Departemen Marketing dan HRD PT. Cahaya Indo Persada. *Jurnal AGORA*. Volume 6. Nomor 1.
- Gulo, Setiawati. (2021). Transaksi E-commerce dengan Sistem Cash On Delivery Dalam Perspektif Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia. S1 thesis. Universitas Jambi
- Gusrizaldi, Rogi., & Eka Komalasari. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di Indrako Swalayan Teluk Kuantan. *Valuta*, 2(2), 286-303.
- Hariyanti Puji dan Utari Rahmi. (2013). Pengaruh Aktivitas Customer Service dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Capem Panam Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi*. Volume 8. Nomor 1.
- Hasanah Hasyim. (2017). Teknik-Teknik Observasi. *Jurnal at-Taqaddum*, Volume 8, Nomor 1.
- Himawan, Saefullah Asep dan Santosa Sugeng. (2014). Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) pada CV Selaras Batik Menggunakan

Analisis Deskriptif. Scientific Journal of Informatics.
Volume 1. Nomor 1.

Indriyani Susi dan Mardiana Selvy. (2016). Pengaruh Penanganan Keluhan (Complaint Handling) Terhadap Kepercayaan Dan Komitmen Mahasiswa. Jurnal Bisnis Darmajaya. Volume 2. Nomor 1.

Irawati Rusda dan Hardiastuti Enstien Basuki Woro. (2016). Perancangan Standard Operating Procedure (SOP) Proses Pembelian Bahan Baku , Proses Produksi dan Pengemasan pada Industri Jasa Boga. Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis. Volume 4. Nomor 2.

Nugraeni Victoria Diah, Haribowo Putut, Salsiyah Sri Marhaeni. (2017). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Arpeni Pratama Ocean Line Tbk. Cabang Semarang. Jurusan Administrasi Bisnis

Jannah, Mukhlisotul. (2018). Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Tingkat Penjualan Terhadap Laba Kotor. Banque Syar'i, 4(1), 87-112

Juanda. (2020). Selama Pandemi Covid-19, Transaksi e-Commerce Naik. <https://www.komite.id/2020/04/20/selama-pandemi-covid-19-transaksi-e-commerce-naik/>

Kadafi Muhammad dan Amirudin. (2017). Penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) Program Studi Di Politeknik Negeri Samarinda Yang Mengacu Pada Penilaian Standar Akreditasi Badan Akreditasi Nasional

Perguruan Tinggi (Ban-Pt) Menggunakan Program Mind Manager Dan Microsoft Visio Preparat.

Khaatimah Husnul dan Wibawa Restu. (2017). Efektivitas Model Pembelajaran Cooperative Integrated Reading And Composition Terhadap Hasil Belajar. Jurnal Teknologi Pendidikan. Volume 2. Nomor 2.

Kristiyanti Mariana dan Rahmasari Lisda. (2015). Website sebagai Media Pemasaran Produk-Produk Unggulan UMKM di Kota Semarang. Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM). Volume 13. Nomor 2.

Kusnadi Yadi dan Mutoharoh. (2016). Pengaruh Keterimaan Aplikasi Pendaftaran Online Terhadap Jumlah Pendaftar di Sekolah Dasar Negeri Jakarta. Jurnal Paradigma. Volume XVIII. Nomor 2.

Lumbantobing Victor Marulitua. (2015). Peranan komunikasi customer service terhadap kepuasan pelanggan Lintas Semesta Surabaya. Jurnal Komunikasi. Volume IX. Nomor 1.

Mahir Pradana. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce. Jurnal Neo-bis. Volume 9. Nomor 2.

Maulana Ade Syarif. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT TOI. Jurnal Ekonomi. Volume 7. Nomor 2.

Mulyawan Ali dan Sidharta Iwan. (2013). Analisis Deskriptif Pemasaran Jasa Di Stmik Mardira Indonesia Bandung. Jurnal Computech & Bisnis. Vol. 7. No. 1.

- Muh Nur Rasyid, Hasniati dan Hijrah Hasim Yusuf. (2016). Analisis Pelayanan Customer Service Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Kios Grapari. Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Volume 12. Nomor 2.
- Mukti Tiara Cita. (2017). Pengaruh Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan. Volume 2. Nomor 1.
- Nugraeni Victoria Diah, Haribowo Putut, Salsiyah Sri Marhaeni. (2017). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Arpeni Pratama Ocean Line Tbk. Cabang Semarang. Jurusan Administrasi Bisnis.
- Nuraeni. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Volume 8 Nomor 1.
- Nursani, Rois Arifin, M. Hufron. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Melalui Shopee. Jurnal Ilmiah Riset manajemen, Vol. 8 No. 9.
- Orinaldi Mohammad. (2020). Peran E-commerce dalam Meningkatkan Resiliensi Bisnis di era Pandemi. Journal of Shariah Economic Research. Volume 5. Nomor 2.

- Prasanti Ditha. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *Jurnal Lontar*. Volume 6. Nomor 1.
- Prasetyo Budi dan Fazarriyawan Egys. (2020). Analisa Faktor - Faktor E-Commerce Dalam Membentuk Customer Satisfaction Millenial Bukalapak. *Jurnal Akuntansi*. Volume 4. Nomor 1.
- Pratiwi Nuning Indah. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*. Volume 1. Nomor 2.
- Putro Shandy Widjoyo dan Samuel Hatane. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Volume 2. Nomor 1.
- Putra, Handika Sandhi. (2018). Akibat Hukum Tidak Ddipenuhinya Hak dan Kewajiban Dalam Transaksi Ecommerce Produk Kosmetik Merek HN. Skripsi Universitas Jember
- Rahman, Fauzi., & Santoso. (2015). Aplikasi pemesanan undangan online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 1(2), 78-87.
- Rahmayanty, Nina. (2013). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: PT Graha Ilmu.
- Ramdhani Eka Chandra, Sapitri Juniarti Eka dan Rizkyansyah Muhammad. (2018). Sistem Informasi Penyewaan Peralatan Event Organizer Berbasis Web pada PT .

Adecon Jakarta. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.
Vol 1. Nomor 3.

Rangkuti, Freddy. (2017). Customer Care Excellent Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sanoto Herry. (2020). Penyusunan Standard Operating Procedures (SOP) Pada Dinas Pendidikan Kabupaten Bengkayang Dalam Rangka Peningkatan Mutu Manajemen Organisasi. Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan. Vol 10. No 3.

Sinaga, Kariaman. (2017). Penerapan Standar Operasional Prosedur Dalam Mewujudkan Pekerjaan Yang Efektif Danefisien Pada Bidang Kepemudaan Di Dinas Pemuda Dan Olahraga Provinsi Sumatera Utara. Jurnal Publik UNDHAR Medan. Volume II. Nomor 2.

Sarino, Alit. (2010). Upaya Menciptakan Kepuasan Pelanggan Dengan Pengelolaan Service Quality (Servqual). Manajerial - Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi, Vol 9, No 2.

Sasangka, Indra., & Rahmat Rusmayadi. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan pada Mini Market Minamart'90 Bandung. 2(1), 129-154.

Setiawan Ajis, Qomariah Nurul dan Hermawan Haris. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Popolo Coffee. Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia. Volume 9. Nomor 2.

- Shabur Miftah Maulana, Heru Susilo dan Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Volume 29. Nomor 1.
- Sinaga Kariaman. (2017). Penerapan Standar Operasional Prosedur Dalam Mewujudkan Pekerjaan Yang Efektif Danefisien Pada Bidang Kepemudaan Di Dinas Pemuda Dan Olahraga Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Publik UNDHAR Medan*. Volume II. Nomor 2.
- Sujarwo, Rahmad Anton., Mimin, F. R., & Yanuarini, N. S. (2019). Aplikasi Sistem Pembayaran Administrasi Kuliah di Universitas Islam Majapahit Mojokerto.
- Sulaksono, Juli., & Nizar Zakaria. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41-48.
- Suminar, Ratna dan Apriliawati, Mia. (2017). Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Di Sempoa SIP Tc Paramount Summarecon. *Jurnal Sekretari*, Vol. 4, No. 2, Universitas Pamulang.
- Supramono, Eddy. (2015). Analisis Pengaruh Price dan Promotion Terhadap Penjualan Rokok pada Swalayan Bintang di Sampit. *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 19-27Yazfinedi. (2018). Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Indonesia: Permasalahan Dan Solusinya. Volume XIV. Nomor 25.

*Agus Fitri Yanto, Desi Arifiana P., Mustakhifaturokhmah
Wit Widaryani, Muhamad Fajar E., Risna Handayani, dkk.*

Yola Melfa dan Budianto Duwi. (2016). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). Jurnal Optimasi Sistem Industri. Volume 12. Nomor 12.

Biografi Penulis



Agus Fitri Yanto lahir di Purworejo pada tanggal 20 Agustus 1979. Pendidikan dasar formal ditempuh di SD Negeri Wirotaman Kutoarjo pada tahun 1985. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 3 Purworejo (d/h SMP Negeri 1 Kutoarjo pada tahun 1991). Pada tahun 1994 melanjutkan studi ke SMU Negeri 2 Purworejo (d/h SMA Negeri 1 Kutoarjo). Pendidikan Strata-1 Manajemen ditempuh pada tahun 1997 di Universitas Terbuka selama satu tahun dan kemudian dilanjutkan di Fakultas Ekonomi Universitas Cokroaminoto Yogyakarta pada tahun 1998. Sedangkan pendidikan Strata-2 Magister Manajemen ditempuh pada tahun 2010 di STIE AUB Surakarta.

Bidang keilmuan dan ketrampilan yang diminati yaitu Bisnis, Manajemen, Pemasaran, Kewirausahaan, Desain Grafis, Desain Web, Jurnalistik, dan Public Relation. Sejak 2003 sudah berkecimpung di dunia kampus dan pada tahun 2004 memulai karir sebagai dosen tetap di Politeknik Sawunggalih Aji Kutoarjo hingga saat ini. Beberapa jabatan struktural yang pernah diemban yaitu Kepala Bagian Keuangan dan Personalia, Wakil Direktur III, dan saat ini sebagai Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Sawunggalih Aji.

Beberapa aktivitas di luar kampus antara lain sebagai : *Founder of ANARA Creative Solution, Founder of Yodotuku.com*, Tim Konsultan UMKM Dinas KUKMP Purworejo, Tim Griya UMKM Kabupaten Purworejo, Wakil Ketua Bengkel Bisnis Dinas KUKMP Purworejo, Ketua Gerakan Kewirausahaan Nasional (GKN) Indonesia Cabang Purworejo, Tim Panelis / Penyusun Materi KPU untuk Debat Publik / Debat Terbuka Pilbup Purworejo 2020, Narasumber dalam berbagai kegiatan pelatihan UMKM, Tim Seleksi Direktur Utama Perumda GHM Kabupaten Purworejo, Tim Seleksi Direktur LPPL Irama FM Purworejo, dan Fasilitator pendidikan dan pelatihan UMKM bersertifikat kompetensi nasional (BNSP).

Email: agusfitri2011@gmail.com / agusfy@polsa.ac.id



Desi Arifiana Purnami lahir di Purworejo pada tanggal 27 Desember 1999. Pendidikan dasar ditempuh di SD Negeri Guyangan pada tahun 2006. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 31 Purworejo pada tahun 2012. Pada tahun 2015 melanjutkan studi ke SMK Negeri 3 Purworejo jurusan Tata Boga. Pendidikan Diploma III (D3) ditempuh pada tahun 2019 di Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo selama tiga tahun dengan Program Studi Administrasi Bisnis.

Bidang keilmuan dan keterampilan yang diminati yaitu Manajemen, Bisnis dan Pemasaran. Sejak 2018 sudah

menekuni beberapa pekerjaan seperti Ahli Gizi di Rumah Sakit, *Customer Service* Online maupun kerja Part Time. Selain itu, Hobi yang dimiliki adalah Olahraga Basket, Drakor, Memasak.

Email: desiarifiana.48@gmail.com



Mustakhifaturrokhmah lahir di Purworejo pada tanggal 13 April 2001. Pendidikan dasar formal ditempuh di SD Negeri Wunut pada tahun 2007. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 30 Purworejo pada tahun 2013. Pada tahun 2016 melanjutkan studi ke SMA Negeri 9 Purworejo jurusan IPS.

Pendidikan Diploma III (D3) ditempuh pada tahun 2019 di Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo selama tiga tahun dengan Program Studi Administrasi Bisnis.

Bidang keilmuan dan keterampilan yang diminati yaitu Administrasi, Manajemen, Bisnis dan Pemasaran. Pada tahun 2020-2021 aktif mengikuti kegiatan kemahasiswaan dan kepanitiaan Badan Eksekutif Mahasiswa dan Korps Suka Rela Politeknik Sawunggalih Aji. Selain itu, hobi yang dimiliki adalah hiking, membaca dan travelling.

Email: mustakhifa@gmail.com



Wit Widaryani lahir di Purworejo pada tanggal 16 Maret 1996. Pendidikan dasar ditempuh di SD Negeri 3 Sidomulyo Purworejo lulus 2003. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Muhammadiyah Purworejo Pada tahun 2008. Pada Tahun 2011 memasuki jenjang studi di SMK TI Kartika Cendekia Purworejo. Pendidikan Diploma-3 Administrasi Bisnis ditempuh tahun 2019 di Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo.

Hobi yang dimiliki adalah memasak, traveling, dan olahraga. Bidang keilmuan dan keterampilan yang diminati yaitu Manajemen, Bisnis, Pemasaran, Kewirausahaan, Komputer, Design Grafis, Design Web, serta Edit Video

“Tidak ada yang tidak mungkin, jika ada usaha dan kerja keras.

Tetap semangat jangan lupa berdoa”

-Wit Widaryani-

Email: wiwid.widaryani915@gmail.com



Muhamad Fajar Efrizal lahir di Sumedang pada tanggal 06 Juli 1999. Pendidikan dasar ditempuh di SD Negeri 1 Sucenjurutengah pada tahun 2005. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 15 Purworejo Pada tahun 2012. Pada Tahun 2014 memasuki jenjang studi di Madrasah Aliyah Negeri Purworejo. Pendidikan Diploma-3

Administrasi Bisnis ditempuh pada tahun 2019 di Politeknik Sawunggalih Aji Kutoarjo.

Hobi yang dimiliki adalah Olahraga Sepak Bola, Jogging, Otomotif. Bidang keilmuan dan keterampilan yang diminati yaitu Manajemen, Bisnis, Pemasaran, Kewirausahaan, Komputer, IPS.

Email: fajarefrozal31@gmail.com



Risna Handayani lahir di Loa Sumbe pada tanggal 11 Mei 2000. Pendidikan dasar formal ditempuh di SD Negeri 018 2006. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 4 Loa Kulu tahun 2012. Pada 2015 melanjutkan studi ke SMA Negeri 01 Loa Kulu jurusan IPS. Pendidikan Diploma III ditempuh pada 2019 di Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo

Program Studi Administrasi Bisnis selama tiga tahun.

Bidang keilmuan dan ketrampilan yang diminati yaitu Bisnis, Manajemen, Pemasaran, Kewirausahaan. Sejak 2017 saya sudah memulai membuka usaha rumahan bersama orangtua.

Email: handayanirisna231@gmail.com



Allif Damayanti lahir pada tanggal 28 Juni 2000 di kota Purworejo. Allif lahir dari kedua orang tua yang bernama Mukh Jaril dan Soimatun. Allif merupakan anak tunggal. Sejak kecil Allif tinggal di Purworejo. Ia berhasil lulus dari Sekolah Dasar Negeri Kaliwader Bener pada tahun 2006. Kemudian melanjutkan pendidikan di Mts Negeri 2 Purworejo Pada tahun 2012.

Pada Tahun 2015 memasuki jenjang studi di SMK Muhammadiyah Purworejo. Pendidikan Diploma-3 Administrasi Bisnis ditempuh pada tahun 2019 di Politeknik Sawunggalih Aji Kutoarjo.

Hobi yang dimiliki adalah Olahraga Futsal, Bulu tangkis, Traveling. Bidang keilmuan dan keterampilan yang diminati yaitu Akuntansi, Manajemen, Bisnis, Pemasaran, Kewirausahaan, dan Matematika.

Email: alifdamayanti6@gmail.com



Salammatul Nur Fauza lahir di Purworejo pada tanggal 10 September 2000. Pendidikan dasar formal ditempuh di SD Negeri Jarakah pada tahun 2006. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 23 Purworejo pada 2012. Tahun 2015 melanjutkan studi ke SMAN 11 Purworejo. Pendidikan Diploma III

Administrasi Bisnis ditempuh tahun 2019 di Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo.

Bidang keilmuan dan keterampilan yang diminati yaitu Bisnis, Manajemen, Pemasaran, Kewirausahaan dan Pengelolaan Administrasi.

Email: salammatul10@gmail.com



Astrianingsih lahir di Purworejo pada tanggal 7 November 1998. Pendidikan dasar formal ditempuh di Sekolah Dasar Negeri Sepathi pada tahun 2005 Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 41 Kaliglagah tahun pada tahun 2011. Pada tahun 2015 melanjutkan studi ke SMA Negeri 10 Purworejo jurusan Bahasa. Pendidikan Diploma III ditempuh pada tahun 2019 di Politeknik Sawunggalih Aji dengan program studi D3 Administrasi Bisnis .

Bidang keilmuan dan ketrampilan yang diminati yaitu Bisnis, Manajemen, Pemasaran online, Public relation dan Jurnalistik. Sejak memasuki Sekolah Menengah Pertama ia menyukai jurnalistik. Ia belajar menulis diawali dengan menulis diary dan kemudian dikembangkan dalam bentuk cerita pendek.

Dengan melihat perkembangan dalam menulis ia tertarik mengambil jurusan Bahasa di SMA Negeri 10 Purworejo. Seiring dengan perkembangan zaman, mencoba menggunggah

beberapa karya seperti puisi dan cerita pendek pada sebuah aplikasi *Wattpad*. Beberapa karya yang sudah diunggah yaitu cerita pendek yang berjudul *Me dan Menikah*, Kemudian beberapa karya lain seperti puisi yang berjudul *Rinduku Tak Berujung Temu*, *Intuisi*, *Kamu adalah Pemeran*, dan yang paling populer adalah puisi yang berjudul *Senja Terakhir*. Saat ini ia sedang menggarap proyek novel yang dengan judul *Raina* dan ditargetkan akan *launching* pada tahun 2023 mendatang di *Wattpad*.

Aktivitas diluar kampus yang dilakukan yaitu menjadi seorang penyiar radio di Radio Fortuna 101.9 FM. Ketrampilan dalam menulis sajak-sajak puisi dan cerita pendek tersebut berkembang menjadi seorang yang aktif public speaking. Dalam menulis dan melakukan berbagai aktivitas hingga menemui beberapa masalah dan rintangan ia selalu memegang prinsip bahwa semua bisa karna terbiasa, dan ketika rasa ingin menyerah ia selalu menerapkan "*When You Feel Like Quitting, Think About Why You Started*"

Email : astrianingsih07@gmail.com



Sanda Andiko Putra lahir di Purworejo pada tanggal 15 Mei 2000. Pendidikan dasar formal yang ditempuh di SD Negeri Plaosan Purworejo pada tahun 2006. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 33 Purworejo Pada tahun 2012.

Pada Tahun 2015 memasuki jenjang studi

di SMA Negeri 3 Purworejo. Pendidikan Diploma-3 Administrasi Bisnis ditempuh pada tahun 2019 di Politeknik Sawunggalih Aji Kutoarjo.

Hobi yang dimiliki adalah Olahraga Basket, Game, Manga, Anime. Bidang keilmuan dan keterampilan yang diminati yaitu Manajemen, Bisnis, Pemasaran, Kewirausahaan, Komputer, Pasar Modal, Design Grafis, Design Web.

Email: sandaandikoputra@gmail.com



Trisa Sumarningsih lahir di Purworejo pada tanggal 27 Maret 2002. Pendidikan dasar formal ditempuh di SD Negeri Kemadulor 2007. Kemudian melanjutkan pendidikan di MTS Imam Puro Kutoarjo pada tahun 2013. Pada tahun 2016 melanjutkan studi ke SMK YPE

Sawunggalih Aji Kutoarjo mengambil jurusan Pemasaran. Pendidikan Diploma III ditempuh pada tahun 2019 di Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo selama tiga tahun dengan Program Studi Administrasi Bisnis.

Bidang keilmuan dan ketrampilan yang diminati yaitu Bisnis, Manajemen, Pemasaran, Kewirausahaan. Pada tahun 2020 berpartisipasi dalam organisasi kampus yaitu menjadi Sekretaris Badan Eksekutif Mahasiswa di Politeknik Sawunggalih Aji.

Email: trisasumarningsih12@gmail.com



Budiarto lahir di Purworejo pada tanggal 16 Juni 1984. Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SDN Noyosutan desa Ketawangrejo, Grabag, Purworejo lulus pada tahun 1997, dilanjutkan ke jenjang Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) Negeri 1 Grabag, Purworejo yang sekarang berubah nama menjadi SMP N 7 Purworejo, lulus pada tahun 2000. Selanjutnya melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 1 Purworejo mengambil jurusan Teknik Instalasi Listrik (1 phasa dan # phasa) lulus tahun 2003. Tahun 2004 awal mulai mengadu nasib di perantauan sampai tahun 2011 dan akhirnya memutuskan untuk “Bali Ndeso” pada tahun 2012 awal. Memutuskan untuk menjadi wiraswasta. Kemudian tahun 2019 melanjutkan pendidikan Diploma III (D3) di Politeknik Sawunggalih Aji Kutoarjo mengambil jurusan Administrasi Bisnis dan lulus tahun 2022.

Keahlian yang dimiliki yaitu sebagai teknisi instalasi listrik rumah tinggal dan industri (1 fasa dan 3 fasa), Tukang masak kue dan roti (Baking), designer kue tart karakter. Minat yang disukai adalah mengenai permesinan, kelistrikan rumah tinggal dan industri, bisnis dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Juga hal-hal yang bersifat sosial, tolong-menolong, dan membantu sesama untuk mengentaskan ekonomi yang di bawah. *Public Speaking* dan *Public Relation* adalah hal yang digemari selain kegiatan baking.

E-mail: buddycikakmen@gmail.com



Pristia Eka Kurniasari lahir di Semarang pada tanggal 16 Juni 2001. Pendidikan dasar formal ditempuh di SD Negeri Popongan 2006. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 26 Purworejo pada tahun 2012. Pada tahun 2015 melanjutkan studi ke SMK Batik Perbaik Purworejo mengambil jurusan Akuntansi. Pendidikan Diploma III ditempuh pada tahun 2019 di Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo selama tiga tahun dengan Program Studi Administrasi Bisnis.

Bidang keilmuan dan ketrampilan yang diminati yaitu Bisnis, Manajemen, Pemasaran, Kewirausahaan, dan Akuntansi. Hobi yang dimiliki adalah Traveling dan Memasak.

Email: pristiaekaajja@gmail.com



Mahaning Prayudati Lahir di Purworejo pada tanggal 12 November 2000. Pendidikan dasar formal ditempuh di Sekolah Dasar Negeri Semawung Daleman pada tahun 2006. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 35 Purworejo. Pada tahun 2015 melanjutkan pendidikan di SMK Sawunggalih Purworejo jurusan Perkantoran. Pendidikan Diploma III ditempuh pada tahun 2019 di Politeknik Sawunggalih Aji dengan program studi D3 Administrasi Bisnis .

Bidang keilmuan dan ketrampilan yang diminati yaitu Manajemen Bisnis dan Administrasi Perkantoran. Ilmu yang ia dapatkan pada masa kuliah bisa diterapkan dalam mengelola dan membantu mengembangkan bisnis orang tua dalam produksi Cathering. Kedepannya ia akan mengelola dalam marketing berbasis online melalui berbagai media sosial.

Aktivitas diluar kampus yang dilakukan yaitu saat ini bergabung menjadi tim sensus dalam program pemerintah regsostek. Lintas program studi bukan menjadi halangan untuk mendapatkan sebuah pengalaman.

Email : Mahaningprayudati@gmail.com