

PELATIHAN SERVICE EXCELLENCE DAN DIGITAL SELLING PENGURUS MINI BANK FAKULTAS EKONOMI

Agus Prasetyono¹, Septa Ksatria Nagari², M. Erwin Dwi Listyanto³, Wahyu Dwi Yuli Hapsari⁴,
Bambang Nurdiansyah⁵

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bsnis, Universitas Pancasakti Tegal

³ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bsnis, Universitas Muhadi Setiabudi Brebes

^{4,5} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bsnis, Universitas Muhammadiyah Tegal

e-mail korespondensi: agus_prasetyono@upstegal.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan mahasiswa yang aktif sebagai pengurus Mini Bank Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal dalam bidang pelayanan prima (service excellence) dan pemasaran digital (digital selling). Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 17 Januari bertempat di KHAS Hotel Tegal dengan metode pelaksanaan berupa ceramah, diskusi interaktif, dan praktik langsung. Materi disampaikan oleh narasumber yang kompeten di bidang Human Resource, dengan penekanan pada praktik pelayanan sebagai bentuk implementasi nyata. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman, keterampilan komunikasi, serta kepercayaan diri peserta dalam memberikan pelayanan. Selain itu, peserta juga memperoleh wawasan baru dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran. Umpan balik peserta yang diperoleh melalui observasi, wawancara singkat, dan refleksi menunjukkan bahwa kegiatan ini berjalan efektif dan memberikan manfaat nyata. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta memperkuat kebersamaan dalam pengelolaan Mini Bank.

Kata kunci: service excellence, digital selling, mini bank, pelatihan, pengabdian masyarakat

Abstract

This community service activity aims to enhance the capacity and skills of students actively involved as Mini Bank administrators at the Faculty of Economics and Business, Universitas Pancasakti Tegal, particularly in-service excellence and digital selling. The activity was conducted on January 17 at KHAS Hotel Tegal using lecture, interactive discussion, and hands-on practice methods. The training was delivered by a Human Resource expert, with a strong emphasis on practical implementation of service skills. The results indicate an improvement in participants' understanding, communication skills, and confidence in delivering services. In addition, participants gained new insights into utilizing digital media for marketing purposes. Feedback obtained through observation, brief interviews, and reflection sessions shows that the activity was effective and provided tangible benefits. Therefore, this program contributes to improving human resource quality and strengthening collaboration in Mini Bank management.

Keywords: service excellence, digital selling, mini bank, training, community service

PENDAHULUAN

Pelayanan prima (service excellence) merupakan salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya saing organisasi, baik di sektor bisnis maupun layanan publik. Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, kualitas pelayanan tidak hanya menjadi pembeda, tetapi juga menjadi penentu keberhasilan dalam mempertahankan pelanggan dan membangun loyalitas. Pelayanan yang baik mampu menciptakan pengalaman positif bagi pengguna jasa sehingga meningkatkan kepuasan dan kepercayaan terhadap organisasi. Pelayanan prima merupakan strategi penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan karena kualitas layanan yang baik akan membentuk persepsi positif terhadap organisasi serta mendorong keberlanjutan hubungan dengan pelanggan (Fandy Tjiptono, 2019).

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, tuntutan terhadap pelayanan juga mengalami transformasi. Pelanggan tidak hanya mengharapkan pelayanan yang cepat dan ramah, tetapi juga

terintegrasi dengan sistem digital yang memudahkan akses informasi dan transaksi. Integrasi antara service excellence dan digital marketing menjadi strategi penting dalam menghadapi persaingan di era digital. Konsep kualitas pelayanan juga dapat diukur melalui dimensi seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang secara langsung memengaruhi persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan (A. Parasuraman et al., 1988). Di era digital, pemasaran mengalami perubahan signifikan dengan adanya teknologi yang memungkinkan interaksi lebih cepat dan luas antara pelaku usaha dan konsumen (Dave Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Dalam konteks organisasi berbasis komunitas atau unit usaha seperti mini bank, peningkatan kapasitas sumber daya manusia menjadi hal yang sangat penting. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh kompetensi, keterampilan komunikasi, serta sikap profesional dari pengelola atau pengurus. Pelatihan service excellence terbukti mampu meningkatkan kemampuan komunikasi, keramahan, serta profesionalisme dalam melayani pelanggan. Dalam konteks pemasaran modern, pelayanan tidak dapat dipisahkan dari strategi pemasaran karena keduanya berperan dalam menciptakan nilai bagi pelanggan serta meningkatkan keunggulan kompetitif organisasi (Philip Kotler & Keller, 2016).

Selain itu, kegiatan pelatihan dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat memiliki peran strategis dalam meningkatkan kualitas layanan. Melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan praktik langsung, peserta dapat memahami konsep pelayanan prima secara lebih aplikatif. Pendekatan ini dinilai efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menerapkan service excellence di lapangan. Peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan menjadi faktor krusial dalam menciptakan pelayanan yang efektif, karena kompetensi individu akan menentukan keberhasilan interaksi dengan pelanggan (Wibowo & Susanti, 2021).

Pelatihan service excellence tidak hanya berfokus pada aspek teori, tetapi juga menekankan pada praktik langsung agar peserta dapat mengimplementasikan keterampilan tersebut secara nyata. Praktik langsung dalam pelatihan memberikan pengalaman yang lebih mendalam sehingga peserta mampu menginternalisasi nilai-nilai pelayanan prima secara optimal. Pelatihan service excellence terbukti mampu meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal serta sikap profesional dalam memberikan layanan kepada konsumen (Sari & Setiawan, 2021).

Di sisi lain, digital selling menjadi aspek penting yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan bisnis modern. Penggunaan teknologi digital dalam pemasaran memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas serta meningkatkan efektivitas promosi. Namun, masih banyak pelaku usaha yang belum memiliki kemampuan optimal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Pemanfaatan digital marketing dapat membantu pelaku usaha dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efektivitas promosi dengan biaya yang relatif lebih efisien (Hidayat & Wijaya, 2020). Keterbatasan dalam pemahaman teknologi dan pemasaran digital sering menjadi kendala dalam pengembangan usaha, terutama pada unit usaha kecil dan komunitas. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pelatihan yang mampu mengintegrasikan antara kemampuan pelayanan dan pemasaran digital agar dapat meningkatkan daya saing secara menyeluruh. Implementasi digital selling juga menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing usaha, terutama bagi unit usaha kecil dan organisasi berbasis komunitas (Saputra & Rahmawati, 2022).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Pengembangan Kapasitas dan Kebersamaan Pengurus Mini Bank: Training Service Excellence and Digital Selling” menjadi sangat relevan untuk dilaksanakan. Kegiatan ini secara khusus ditujukan kepada mahasiswa yang aktif sebagai pengurus mini bank di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal, sebagai bagian dari upaya penguatan kompetensi praktis di bidang pelayanan dan pemasaran.

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 17 Januari 2026 di KHAS Hotel Tegal dengan melibatkan mahasiswa pengurus mini bank sebagai peserta utama. Materi disampaikan oleh narasumber yang kompeten di bidangnya, yaitu seorang pakar Human Resource (HR), yang memberikan pelatihan secara langsung disertai praktik service excellence guna meningkatkan pemahaman peserta secara aplikatif. Kegiatan ini dibuka oleh Agus Prasetyono selaku Pembina mini bank Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal yang dalam sambutannya menekankan perlunya Service Excellence dalam memberikan pelayanan mahasiswa khususnya di mini bank Fakultas serta memberikan ilmu khususnya pemasaran digital sebagai bentuk implementasi juga pada mata kuliah Manajemen Pemasaran.

Melalui kegiatan ini diharapkan terjadi peningkatan kapasitas sumber daya manusia, khususnya dalam hal pelayanan dan pemasaran digital, serta terbangunnya kebersamaan antar mahasiswa pengurus mini bank. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak pada peningkatan kualitas layanan, tetapi juga memperkuat sinergi dan kolaborasi dalam pengelolaan mini bank secara berkelanjutan.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena dinilai efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta melalui interaksi langsung antara pemateri dan peserta. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 17 Januari bertempat di KHAS Hotel Tegal, dengan sasaran utama mahasiswa yang aktif sebagai pengurus Mini Bank Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal. Pemilihan lokasi dilakukan dengan mempertimbangkan aspek kenyamanan dan kondusivitas dalam pelaksanaan pelatihan. Kegiatan pelatihan berbasis praktik memberikan pengalaman langsung kepada peserta sehingga mempermudah dalam memahami dan menerapkan konsep pelayanan prima secara nyata di lapangan (Pratama & Nugroho, 2022).

Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri dari beberapa langkah sistematis, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan dilakukan identifikasi kebutuhan peserta melalui observasi awal dan komunikasi dengan pengurus Mini Bank. Selain itu, dilakukan penyusunan materi pelatihan yang mencakup konsep service excellence dan digital selling, serta penyiapan sarana dan prasarana pendukung kegiatan. Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta dan dapat memberikan manfaat yang optimal.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap pelaksanaan, metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi interaktif, serta praktik langsung. Penyampaian materi dilakukan oleh narasumber yang kompeten di bidang Human Resource, yaitu Ibu Destri, yang memberikan pemahaman terkait pentingnya pelayanan prima dalam

meningkatkan kualitas layanan. Metode ceramah digunakan untuk memberikan landasan teori, sedangkan diskusi interaktif bertujuan untuk menggali pengalaman dan permasalahan yang dihadapi peserta dalam praktik pelayanan. Dengan demikian, peserta tidak hanya menerima materi secara pasif, tetapi juga terlibat aktif dalam proses pembelajaran.

Selanjutnya, praktik service excellence menjadi bagian penting dalam kegiatan ini, di mana peserta secara langsung mempraktikkan teknik pelayanan yang baik, seperti komunikasi efektif, sikap profesional, dan penanganan pelanggan. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai digital selling sebagai strategi pemasaran modern yang memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Kegiatan praktik ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan peserta secara aplikatif sehingga dapat diterapkan dalam pengelolaan Mini Bank.

Tahap akhir kegiatan adalah evaluasi yang dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui observasi selama kegiatan berlangsung serta umpan balik dari peserta terkait pemahaman dan manfaat yang diperoleh. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa metode pelatihan yang mengombinasikan teori dan praktik mampu meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta dalam bidang pelayanan dan pemasaran digital. Dengan demikian, metode yang digunakan dalam kegiatan ini dinilai efektif dalam mencapai tujuan pengabdian kepada masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada tanggal 17 Januari 2026 di KHAS Hotel Tegal berjalan dengan lancar dan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Peserta yang merupakan mahasiswa aktif pengurus Mini Bank Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung. Hal ini terlihat dari tingkat kehadiran yang optimal serta partisipasi aktif dalam setiap sesi pelatihan, baik pada saat penyampaian materi maupun pada sesi diskusi interaktif.



Gambar 2. Sambutan Oleh Pembina Mini Bank FEB UPS Tegal

Pelaksanaan pelatihan service excellence memberikan dampak positif terhadap pemahaman peserta terkait pentingnya kualitas pelayanan dalam operasional Mini Bank. Sebelum pelatihan, sebagian peserta masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai standar pelayanan yang baik. Namun, setelah mengikuti sesi materi dan praktik langsung, peserta mulai memahami aspek-aspek penting dalam pelayanan seperti komunikasi efektif, sikap profesional, serta kemampuan dalam menangani pelanggan. Praktik langsung yang dilakukan menjadi faktor utama dalam meningkatkan keterampilan peserta secara signifikan. Selain itu, materi digital selling yang disampaikan juga memberikan wawasan baru bagi peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana

pemasaran. Peserta mulai memahami pentingnya penggunaan media sosial dan platform digital dalam memperluas jangkauan layanan Mini Bank. Diskusi yang dilakukan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sebelumnya belum memanfaatkan media digital secara optimal, sehingga pelatihan ini memberikan nilai tambah dalam pengembangan strategi pemasaran berbasis digital.



Gambar 3. Pemberian Materi oleh Nara Sumber

Dari hasil observasi selama kegiatan, terlihat adanya peningkatan kepercayaan diri peserta dalam melakukan simulasi pelayanan. Peserta mampu menerapkan teknik komunikasi yang lebih baik serta menunjukkan sikap yang lebih profesional dalam melayani pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa metode pelatihan yang menggabungkan ceramah, diskusi, dan praktik langsung terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi peserta secara menyeluruh. Pada kesempatan ini juga diberikan penghargaan kepada pengurus mini bank terbaik yang diserahkan oleh pembina mini bank.



Gambar 4. Pemberian Penghargaan Kepada Pengurus Terbaik Mini Bank

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas sumber daya manusia pengurus Mini Bank. Tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, kegiatan ini juga memperkuat kebersamaan antar peserta melalui interaksi yang intensif selama pelatihan. Dengan demikian, program pengabdian ini dinilai berhasil dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan kualitas pelayanan dan kemampuan pemasaran digital peserta.



Gambar 5. Peserta Pelatihan Service Excellence Dan Digital Selling

Umpan balik terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini diperoleh melalui observasi langsung, wawancara singkat, dan refleksi peserta selama kegiatan berlangsung. Berdasarkan hasil pengamatan, peserta menunjukkan antusiasme dan keterlibatan aktif, terutama pada sesi praktik service excellence. Peserta terlihat lebih percaya diri dalam melakukan simulasi pelayanan serta aktif berpartisipasi dalam diskusi dengan mengajukan pertanyaan dan berbagi pengalaman. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan peserta dan mampu mendorong interaksi yang konstruktif. Hasil wawancara dan refleksi peserta menunjukkan bahwa pelatihan ini memberikan pemahaman baru terkait pentingnya pelayanan prima dan pemanfaatan digital selling dalam mendukung operasional Mini Bank.

Peserta menilai praktik langsung sebagai bagian paling bermanfaat karena memberikan pengalaman nyata dalam penerapan materi. Secara keseluruhan, umpan balik yang diperoleh menunjukkan adanya peningkatan pemahaman, keterampilan, serta kepercayaan diri peserta, sehingga kegiatan ini dinilai efektif dan layak untuk dilanjutkan dalam program pengabdian berikutnya. Namun demikian, terdapat beberapa masukan dari peserta, di antaranya adalah perlunya penambahan durasi pelatihan agar materi dapat disampaikan lebih mendalam, khususnya pada bagian digital selling. Selain itu, peserta juga mengharapkan adanya kegiatan lanjutan berupa pendampingan atau pelatihan lanjutan untuk memperkuat implementasi materi yang telah diberikan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pengembangan Kapasitas dan Kebersamaan Pengurus Mini Bank: Training Service Excellence and Digital Selling yang dilaksanakan pada 17 Januari 2026 di KHAS Hotel Tegal telah berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan. Pelatihan ini terbukti mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan mahasiswa pengurus Mini Bank Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal, khususnya dalam aspek pelayanan prima dan pemanfaatan pemasaran digital. Metode pelatihan yang mengombinasikan ceramah, diskusi interaktif, dan praktik langsung dinilai efektif dalam mendorong keterlibatan aktif peserta serta meningkatkan kepercayaan diri dalam memberikan pelayanan. Selain itu, kegiatan ini juga

memberikan dampak positif dalam memperkuat kebersamaan dan kolaborasi antar pengurus Mini Bank. Dengan demikian, program ini layak untuk dikembangkan secara berkelanjutan dengan penambahan materi yang lebih mendalam, khususnya pada aspek digital selling, guna meningkatkan daya saing dan kualitas layanan secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Hidayat, R., & Wijaya, T. (2020). Pemanfaatan digital marketing bagi pelaku usaha mikro kecil menengah di era pandemi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(1), 1–9.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pratama, A. R., & Nugroho, S. (2022). Peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan pelayanan prima. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 2(1), 10–18.
- Sari, D. P., & Setiawan, H. (2021). Pelatihan service excellence dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada usaha kecil menengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 45–52.
- Saputra, D., & Rahmawati, I. (2022). Implementasi digital selling dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(2), 55–63.
- Tjiptono, F. (2019). *Service management: Mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibowo, A., & Susanti, E. (2021). Pengaruh pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia terhadap kinerja pelayanan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 23–30.