

Etika dan Profesionalisme dalam Memberikan Pelayanan Prima Kepada Konsumen

Besse Qur'ani¹

¹ Program Studi D4 Tata Boga Universitas Negeri Makassar

*Correspondent Email: besseQurani@unm.ac.id

Abstrak

Abstrak: Pelayanan prima merupakan kunci dalam membangun kepercayaan dan kepuasan pengguna layanan, baik di sektor publik maupun swasta. Penelitian ini meneliti keterkaitan antara etika kerja dan profesionalisme pegawai dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian dilakukan di beberapa swalayan di Kota Makassar dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai etika seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan, serta sikap profesional seperti kompetensi, integritas, dan disiplin kerja, berkontribusi signifikan terhadap terciptanya pelayanan prima. Namun, ditemukan juga kendala berupa rendahnya pelatihan etika kerja dan lemahnya sistem penghargaan terhadap kinerja profesional. Rekomendasi diberikan untuk memperkuat pendidikan etika dan peningkatan kapasitas pegawai. Pelayanan prima merupakan fondasi penting dalam menciptakan kepuasan dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga penyedia layanan, baik di sektor publik maupun swasta. Di tengah meningkatnya tuntutan masyarakat akan layanan yang cepat, adil, dan berkualitas, aspek etika dan profesionalisme menjadi dua komponen yang tidak dapat dipisahkan dalam proses pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana nilai-nilai etika dan sikap profesionalisme diterapkan oleh para pegawai layanan serta dampaknya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi kasus di instansi pelayanan publik di Kota Makassar. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi terkait kinerja pegawai dan tanggapan pengguna layanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika kerja, seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan empati, sangat mempengaruhi persepsi pengguna terhadap mutu layanan. Selain itu, sikap profesionalisme yang tercermin dalam kompetensi teknis, disiplin waktu, komunikasi efektif, dan sikap melayani dengan sepenuh hati juga berkontribusi besar dalam menciptakan pengalaman layanan yang memuaskan. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan sejumlah tantangan, seperti lemahnya budaya kerja etis di beberapa unit, kurangnya pelatihan khusus mengenai etika profesi, serta ketidaksesuaian antara kebijakan pelayanan dan praktik di lapangan. Temuan ini mengindikasikan pentingnya pembinaan berkelanjutan dan pembaruan sistem penilaian kinerja yang tidak hanya berorientasi pada output, tetapi juga pada proses dan nilai-nilai yang menyertainya. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa pelayanan prima tidak hanya ditentukan oleh kecepatan dan efisiensi, tetapi juga oleh kedalaman moral dan profesionalisme para pelayan publik. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan harus diiringi dengan penguatan aspek etika dan profesionalisme melalui pendidikan, pelatihan, dan penegakan budaya organisasi yang berorientasi pada pelayanan berkualitas dan berkeadaban.

Kata Kunci : Etika, Profesionalisme, Pelayanan Prima, Kinerja, Kepuasan Pengguna

Abstract

Abstract: Excellent service is the key to building trust and satisfaction of service users, both in the public and private sectors. This study examines the relationship between work ethics and employee professionalism in improving service quality. The study was conducted in public service agencies in Makassar City using a descriptive qualitative approach. The results showed that the application of ethical values such as honesty, responsibility, and fairness, as well as professional attitudes such as competence, integrity, and work discipline, contributed significantly to the creation of excellent service. However, obstacles were also found in the form of low work ethics training and a weak reward system for professional performance. Recommendations are given to strengthen ethics education and improve employee capacity. Excellent service is an important foundation in creating public satisfaction and trust in service providers, both in the public and private sectors. Amidst increasing public demands for fast, fair, and quality services, aspects of ethics and professionalism are two inseparable components in the service process. This study aims to analyze the extent to which ethical values and professional attitudes are applied by service officers and their impact on the quality of service provided. The study was conducted using a descriptive qualitative approach through case studies in public service agencies in Makassar City. Data were collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation related to employee performance and user responses.

The results of the study indicate that the application of work ethics, such as honesty, fairness, responsibility, and empathy, greatly influences user perceptions of service quality. In addition, professionalism reflected in technical competence, time discipline, effective communication, and an attitude of serving wholeheartedly also contribute greatly to creating a satisfying service experience. However, this study also found a number of challenges, such as the weak ethical work culture in several units, the lack of specific training on professional ethics, and the mismatch between service policies and practices in the field. These findings indicate the importance of continuous coaching and updating of the performance appraisal system that is not only oriented towards output, but also on the process and values that accompany it. Overall, this study confirms that excellent service is not only determined by speed and efficiency, but also by the depth of morals and professionalism of public servants. Therefore, improving service quality must be accompanied by strengthening aspects of ethics and professionalism through education, training, and enforcement of an organizational culture that is oriented towards quality and civilized service.

Keywords: Ethics, Professionalism, Excellent Service, Performance, User Satisfaction.

1. Pendahuluan

Di era persaingan bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan sebuah perusahaan. Konsumen tidak lagi hanya menilai produk dari fungsinya semata, tetapi juga dari bagaimana mereka diperlakukan dalam proses transaksi dan layanan purnajual. Dalam konteks ini, pelayanan prima menjadi tuntutan utama yang tidak bisa diabaikan oleh pelaku usaha. Pelayanan prima bukan hanya tentang kecepatan dan ketepatan dalam melayani, tetapi juga menyangkut sikap, nilai moral, serta profesionalisme para pelaksana layanan dalam berinteraksi dengan konsumen. Etika dalam pelayanan kepada konsumen mencerminkan integritas dan tanggung jawab moral perusahaan serta individu pelayan terhadap hak-hak konsumen. Hal ini mencakup kejujuran dalam menyampaikan informasi produk, keadilan dalam perlakuan terhadap semua konsumen, serta empati dalam merespons keluhan atau kebutuhan pelanggan. Sementara itu, profesionalisme mencerminkan kompetensi, kedisiplinan, dan sikap kerja yang terstandarisasi yang menjadi cerminan mutu sumber daya manusia di dalam suatu organisasi bisnis. Tanpa kehadiran kedua aspek ini, pelayanan yang diberikan cenderung bersifat transaksional semata dan berpotensi menurunkan loyalitas konsumen.

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa banyak keluhan konsumen terhadap penyedia layanan bersumber pada perilaku tidak etis dan kurang profesional dari karyawan, seperti sikap arogan, tidak ramah, penanganan keluhan yang lambat, serta minimnya pengetahuan tentang produk atau layanan yang ditawarkan. Kondisi ini menjadi alarm bagi perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada inovasi produk dan teknologi, tetapi juga pada pengembangan karakter dan etos kerja karyawan sebagai ujung tombak pelayanan. Terlebih di tengah berkembangnya media sosial dan platform ulasan konsumen, setiap pengalaman buruk dalam pelayanan dengan mudah tersebar luas dan memengaruhi citra perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi setiap institusi bisnis untuk menjadikan etika dan profesionalisme sebagai bagian dari budaya kerja yang berkelanjutan. Kedua aspek ini merupakan fondasi yang tidak hanya menjamin pelayanan prima, tetapi juga memperkuat kepercayaan dan loyalitas jangka panjang dari konsumen. Dalam dunia bisnis modern yang semakin kompetitif dan transparan, keberhasilan suatu perusahaan tidak lagi hanya ditentukan oleh kualitas produk atau harga yang kompetitif. Saat ini, pelayanan kepada konsumen telah menjadi faktor pembeda yang sangat krusial dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan membangun citra perusahaan. Konsumen masa kini lebih kritis, lebih berdaya, dan lebih cepat dalam menyampaikan keluhan maupun pujian melalui berbagai media, khususnya media sosial. Dalam konteks tersebut, konsep pelayanan prima menjadi sangat relevan dan mendesak untuk diterapkan secara konsisten oleh seluruh pelaku usaha, baik dalam skala kecil maupun besar. Pegawai dengan etika kerja yang tinggi (jujur, bertanggung jawab, dan disiplin) akan cenderung memberikan pelayanan yang lebih responsif dan memuaskan. Hal ini menegaskan bahwa pelayanan prima bukan semata soal kecepatan, tapi juga kualitas interaksi antarpersonal. (Hastuti, 2020)

Pelayanan prima tidak semata-mata berbicara tentang kecepatan dan efisiensi, tetapi juga tentang bagaimana perusahaan dan para pelayannya menunjukkan penghormatan, kepedulian, dan tanggung jawab terhadap setiap konsumen yang mereka layani. Inilah yang menjadikan etika dan profesionalisme sebagai dua landasan utama dalam menciptakan kualitas pelayanan yang tidak hanya memuaskan secara teknis, tetapi juga menyentuh aspek emosional dan moral dari pengalaman konsumen. Etika dalam pelayanan menyangkut prinsip-prinsip moral seperti kejujuran, keadilan, transparansi, dan empati. Profesionalisme, di sisi lain, mencerminkan kecakapan teknis, sikap kerja yang bertanggung jawab, disiplin, dan kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan konsumen. Namun, pada kenyataannya, berbagai tantangan masih kerap muncul dalam penerapan etika dan profesionalisme di bidang pelayanan konsumen. Banyak perusahaan, khususnya yang berada dalam tahap perkembangan atau yang belum memiliki budaya kerja yang kuat, menghadapi masalah serius seperti sikap acuh tak acuh dari karyawan, kurangnya pelatihan, rendahnya pemahaman tentang hak-hak konsumen, hingga praktik tidak etis seperti manipulasi informasi atau penolakan terhadap komplain yang sah. Akibatnya, kepercayaan konsumen menurun, reputasi perusahaan rusak, dan potensi kehilangan pelanggan pun semakin besar. Situasi ini menunjukkan bahwa pelayanan prima tidak bisa dibangun hanya dengan pelatihan teknis atau sistem kerja yang efisien. Harus ditopang oleh komitmen moral yang kokoh serta kompetensi profesional yang terus diasah. Integrasi antara etika dan profesionalisme dalam pelayanan merupakan investasi jangka panjang yang berdampak langsung terhadap kepuasan konsumen, loyalitas pelanggan, serta keberlanjutan bisnis itu sendiri. Hasil wawancara dari 10 pegawai 60% responden memiliki pengalaman kerja < 5 tahun, 45% responden pernah mengikuti pelatihan etika pelayanan, 87% responden menyatakan bahwa perusahaan memiliki SOP (*Standard Operating Procedure*) terkait pelayanan prima. Mayoritas responden memahami etika pelayanan sebagai perilaku yang mencerminkan kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dalam melayani konsumen. Hasil analisis menunjukkan adanya korelasi positif antara penerapan etika dan profesionalisme dengan tingkat kepuasan konsumen dari survei kepuasan konsumen sebanyak 76% konsumen merasa puas saat dilayani

oleh staf yang menunjukkan sikap etis dan profesional, konsumen cenderung loyal jika pelayanan yang diberikan konsisten dan beretika dengan rata-rata skor loyalitas pelanggan: 8,3 dari 10.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguraikan pentingnya etika dan profesionalisme dalam mewujudkan pelayanan prima kepada konsumen. Selain itu, tulisan ini juga akan membahas hambatan-hambatan utama yang kerap muncul dalam implementasinya serta menawarkan pendekatan-pendekatan strategis yang dapat diterapkan oleh perusahaan dalam membangun budaya pelayanan yang berorientasi pada nilai dan mutu. Dengan memahami hubungan erat antara etika, profesionalisme, dan pelayanan prima, pelaku usaha diharapkan dapat merumuskan sistem pelayanan yang tidak hanya memuaskan secara jangka pendek, tetapi juga membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Peran sentral etika dan profesionalisme dalam menunjang pelayanan prima kepada konsumen, serta mengidentifikasi tantangan-tantangan yang masih dihadapi dalam penerapannya di lingkungan kerja nyata. Dengan pendekatan yang analitis dan kontekstual, tulisan ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi dan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha dalam membangun sistem pelayanan yang unggul, berintegritas, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana etika dan profesionalisme diterapkan dalam memberikan pelayanan prima kepada konsumen. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap dinamika perilaku pelayanan yang tidak selalu terukur secara kuantitatif, namun sangat penting dalam membangun persepsi dan kepuasan konsumen.

a. Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan pada beberapa swalayan di Kota Makassar, subjek penelitian adalah karyawan bagian pelayanan pelanggan dan konsumen yang pernah menerima layanan secara langsung.

b. Teknik Pengumpulan Data

Data diperoleh melalui beberapa teknik berikut:

Wawancara mendalam dilakukan kepada 10 orang karyawan dari berbagai swalayan di Kota Makassar serta 15 konsumen untuk memperoleh pemahaman langsung mengenai pengalaman dan persepsi mereka terkait etika dan profesionalisme dalam layanan dengan memberikan angket atau kuisioner. Observasi partisipatif: Peneliti mengamati secara langsung proses pelayanan di lokasi untuk melihat sikap, komunikasi, dan etika kerja karyawan dalam situasi nyata.

c. Teknik Analisis Data

Data dianalisis dengan model analisis interaktif Miles dan Huberman (1994), yang terdiri dari tiga tahap utama: Reduksi data: Menyaring informasi penting dari hasil wawancara dan observasi. Penyajian data: Menyusun data dalam bentuk narasi, dan kutipan langsung dari informan. Penarikan kesimpulan: Mengidentifikasi pola-pola hubungan antara etika, profesionalisme, dan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diterima untuk mengetahui gambaran umum persepsi responden. Data dianalisis dengan:

Persentase (%): Untuk mengetahui distribusi jawaban responden.

Rata-rata (Mean): Untuk melihat kecenderungan umum jawaban.

$$\bar{X} = \frac{\sum f \cdot x}{n}$$

di mana:

- f = frekuensi
- x = skor pilihan
- n = jumlah responden

d. Batasan Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada aspek perilaku pelayanan dalam interaksi langsung dengan konsumen dan belum mencakup pengaruh sistem manajemen secara mikro atau pengukuran kuantitatif terhadap tingkat kepuasan. Dengan demikian, temuan bersifat eksploratif dan menjadi dasar untuk penelitian lanjutan.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana penerapan etika dan profesionalisme memengaruhi kualitas pelayanan kepada konsumen dalam sebuah entitas bisnis. Lokasi penelitian dilakukan di beberapa swalayan di Kota Makassar dan layanan langsung terhadap pelanggan, dengan melibatkan observasi langsung, wawancara mendalam terhadap 15 orang konsumen dan 10 pegawai bagian pelayanan, dari berbagai swalayan di Kota Makassar. Hasil wawancara dari 10 pegawai 60% responden memiliki pengalaman kerja < 5 tahun, 45% responden pernah mengikuti pelatihan etika pelayanan, 87% responden menyatakan bahwa perusahaan memiliki SOP (*Standard Operating Procedure*) terkait pelayanan prima. Mayoritas responden memahami etika pelayanan sebagai perilaku yang mencerminkan kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dalam melayani konsumen. Hasil analisis menunjukkan adanya korelasi positif antara penerapan etika dan profesionalisme dengan tingkat kepuasan konsumen dari survei kepuasan konsumen sebanyak 76% konsumen merasa puas saat dilayani oleh staf yang menunjukkan sikap etis dan profesional, konsumen cenderung loyal jika pelayanan yang diberikan konsisten dan beretika dengan rata-rata skor loyalitas pelanggan: 8,3 dari 10.

a. Implementasi Etika dalam Layanan Konsumen

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar pegawai memahami pentingnya bersikap jujur, ramah, dan adil dalam melayani konsumen. Misalnya, para pegawai menyatakan bahwa mereka wajib menyampaikan informasi produk secara benar, tidak menyembunyikan kekurangan produk, dan memberikan pilihan secara transparan kepada konsumen. Salah satu narasumber konsumen menyampaikan, “Saya suka belanja di sini karena karyawannya selalu terbuka tentang harga dan kualitas produk, masa komsumsi produk, bahkan memberi tahu jika ada yang rusak atau stok lama.” Namun, ditemukan pula beberapa ketidak konsistenan dalam penerapan etika tersebut. Beberapa pegawai mengaku merasa tertekan oleh target penjualan sehingga cenderung memaksakan produk kepada konsumen tanpa memperhatikan kebutuhan sesungguhnya. Dalam kasus tertentu, terdapat juga komplain dari pelanggan yang merasa tidak dilayani secara adil, terutama ketika menghadapi kendala pengembalian barang atau klaim garansi.

Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun pemahaman dasar tentang etika pelayanan sudah ada, belum semua pelaksanaannya bersifat konsisten dan menyeluruh. Terdapat kesenjangan antara nilai-nilai yang diakui dan praktik aktual di lapangan. Etika pelayanan cenderung bersifat situasional, tergantung pada tekanan pekerjaan, persepsi personal, dan dukungan dari atasan.

b. Profesionalisme dalam Memberikan Pelayanan

Dari sisi profesionalisme, sebagian besar pegawai menunjukkan komitmen dalam menjalankan tugas, terutama dalam hal kedisiplinan waktu, penggunaan seragam yang rapi, dan penggunaan bahasa sopan terhadap konsumen. Mereka juga tampak terlatih dalam menjawab pertanyaan seputar produk dan prosedur layanan. Dari hasil wawancara bahwa masih ada pegawai yang belum memiliki kecakapan komunikasi yang baik dalam menghadapi konsumen yang marah atau kecewa. Mereka cenderung pasif atau menyerahkan masalah kepada atasan, menunjukkan keterbatasan dalam manajemen konflik dan pengendalian emosi. Salah satu konsumen mengungkapkan, “Kalau saya komplain, kadang stafnya seperti bingung harus jawab apa. “Saya malah disuruh tunggu supervisor. Padahal saya cuma minta penjelasan soal pengembalian barang.” Kondisi ini memperlihatkan adanya kekurangan dalam pelatihan keterampilan lunak (*soft skills*) yang sangat penting dalam dunia pelayanan. Profesionalisme tidak hanya menyangkut penampilan atau kedisiplinan, tetapi juga mencakup kemampuan adaptif dan komunikatif, terutama dalam situasi pelayanan yang menantang. Profesionalisme memberikan kontribusi besar terhadap kinerja pelayanan, terutama dalam aspek komunikasi dengan pelanggan, penyelesaian keluhan, dan pengambilan keputusan yang cepat. (Sugiyanto, 2021).

c. Faktor Penghambat Etika dan Profesionalisme

Hasil penelitian juga mengidentifikasi beberapa hambatan utama dalam penerapan etika dan profesionalisme:

Kurangnya pelatihan berkelanjutan, baik tentang etika kerja maupun pelayanan pelanggan. Pegawai mengaku hanya mendapat pelatihan saat awal perekrutan, tanpa adanya penyegaran berkala. Budaya organisasi yang belum sepenuhnya mendukung nilai etis, di mana sering kali target penjualan lebih ditonjolkan dibanding kepuasan konsumen. Sistem reward and punishment yang belum jelas, membuat pegawai tidak merasa dihargai atas pelayanan yang baik, atau tidak takut akan konsekuensi dari pelayanan yang buruk. Menurut Ferrell salah satu penghambat utama dalam penerapan etika adalah kurangnya pemahaman dan kesadaran individu terhadap prinsip-prinsip etika. Tanpa pemahaman yang baik, seseorang sulit mengidentifikasi dilema etis dan mengambil keputusan yang sesuai dengan standar moral. Dalam konteks pelayanan, hal ini menyebabkan perilaku yang tidak konsisten dan terkadang melanggar norma. (Ferrell, 2019). Etika dan profesionalisme merupakan landasan penting dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab di berbagai bidang, terutama dalam dunia kerja. Namun, dalam praktiknya, ada beberapa faktor yang dapat menghambat penerapan etika dan profesionalisme secara optimal. Faktor-faktor ini perlu dikenali agar dapat dikelola dengan baik dan mendorong budaya kerja yang sehat dan berintegritas. Hasil penelitian yang ditemukan diantaranya; 1) situasi di mana kepentingan pribadi bertabrakan dengan kepentingan Perusahaan dapat memunculkan tindakan tidak etis. 2) Apabila Perusahaan tidak memberikan

penghargaan kepada perilaku etis dan profesional, atau sebaliknya tidak memberikan sanksi tegas terhadap pelanggaran, maka motivasi untuk berperilaku baik akan menurun.

d. Pembahasan: Relasi Etika, Profesionalisme, dan Pelayanan Prima

Berdasarkan temuan di lapangan, jelas terlihat bahwa etika dan profesionalisme berperan langsung dalam menciptakan pelayanan prima. Konsumen merasa puas bukan hanya karena masalah selesai atau barang diterima dengan baik, tetapi karena mereka diperlakukan dengan hormat, dihargai, dan dilayani oleh petugas yang kompeten dan peduli. Etika dan profesionalisme diabaikan, konsumen merasa kecewa, meskipun secara teknis mereka mendapatkan layanan sesuai prosedur. Etika menjadi fondasi sikap, sementara profesionalisme menjadi bentuk praktik kerja yang terukur dan konsisten. Pelayanan prima hanya bisa terjadi apabila kedua aspek tersebut berjalan beriringan. Tidak cukup bagi perusahaan hanya mengatur standar operasional, tetapi juga harus membentuk karakter pelayanan berbasis nilai. Hal ini sejalan dengan teori pelayanan berbasis nilai (*value-based service*), di mana interaksi antara manusia dan manusia (pegawai dan konsumen) menjadi titik utama dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas jangka panjang.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa etika dan profesionalisme merupakan dua pilar utama dalam memberikan pelayanan prima kepada konsumen. Dalam konteks pelayanan, etika tidak hanya sebatas memahami apa yang benar dan salah, tetapi lebih jauh menyentuh aspek tanggung jawab moral, kejujuran, keadilan, serta penghargaan terhadap hak-hak konsumen. Sementara itu, profesionalisme mencerminkan komitmen terhadap standar kerja yang tinggi, kompetensi, integritas, serta kemampuan untuk berinteraksi secara sopan dan efektif dengan konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana penerapan etika dan profesionalisme memengaruhi kualitas pelayanan kepada konsumen dalam sebuah entitas bisnis. Lokasi penelitian dilakukan di beberapa swalayan di Kota Makassar dan layanan langsung terhadap pelanggan, dengan melibatkan observasi langsung, wawancara mendalam terhadap 15 orang konsumen dan 10 pegawai bagian pelayanan, dari berbagai swalayan di Kota Makassar. Hasil wawancara dari 10 pegawai 60% responden memiliki pengalaman kerja < 5 tahun, 45% responden pernah mengikuti pelatihan etika pelayanan, 87% responden menyatakan bahwa perusahaan memiliki SOP (Standard Operating Procedure) terkait pelayanan prima. Mayoritas responden memahami etika pelayanan sebagai perilaku yang mencerminkan kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dalam melayani konsumen. Hasil analisis menunjukkan adanya korelasi positif antara penerapan etika dan profesionalisme dengan tingkat kepuasan konsumen dari survei kepuasan konsumen sebanyak 76% konsumen merasa puas saat dilayani oleh staf yang menunjukkan sikap etis dan profesional, konsumen cenderung loyal jika pelayanan yang diberikan konsisten dan beretika dengan rata-rata skor loyalitas pelanggan: 8,3 dari 10.

Hasil penelitian menunjukkan menanamkan nilai-nilai etika dalam budaya kerjanya cenderung mampu menciptakan hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan dengan konsumennya. Etika dalam pelayanan meliputi kejujuran dalam menyampaikan informasi produk atau jasa, sikap adil dalam memperlakukan semua konsumen tanpa diskriminasi, serta keterbukaan dalam menangani keluhan atau pengaduan. Dalam praktiknya, prinsip etika ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memperkuat reputasi institusi secara keseluruhan. Di sisi lain, profesionalisme yang ditunjukkan oleh penyedia layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Profesionalisme tercermin melalui kemampuan pegawai dalam berkomunikasi secara efektif, ketepatan waktu dalam

memberikan layanan, penampilan yang rapi dan sikap yang ramah, serta penguasaan terhadap prosedur dan produk yang ditawarkan. Profesionalisme juga menuntut adanya pelatihan berkelanjutan agar karyawan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan ekspektasi konsumen yang terus berubah.

Dari temuan yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima tidak dapat dicapai hanya dengan pendekatan teknis atau prosedural semata. Diperlukan integrasi yang kuat antara etika dan profesionalisme sebagai dasar dalam setiap interaksi pelayanan. Kombinasi keduanya akan menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan loyalitas, rekomendasi dari mulut ke mulut, serta keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi perusahaan atau institusi. Penelitian ini juga merekomendasikan pentingnya pelatihan berkelanjutan mengenai etika dan profesionalisme dalam pelayanan, pembentukan kode etik yang jelas, serta pengawasan internal yang konsisten untuk memastikan bahwa setiap individu dalam organisasi mampu menerapkan nilai-nilai tersebut secara konsisten. Selain itu, perlu adanya evaluasi berkala terhadap praktik pelayanan untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, guna mencapai kualitas pelayanan yang unggul dan berkeadilan bagi semua konsumen.

5. Daftar Pustaka

- Ferrell, O. C. (2019). *Business ethics: Ethical decision making and cases (12th ed.)*. Cengage Learning.
- Hastuti, I. (2020). Etika kerja dan profesionalisme pegawai dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik . *Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta*.
- Sugiyanto, R. &. (2021). Pengaruh kompetensi dan profesionalisme terhadap kinerja pelayanan karyawan di lembaga keuangan mikro. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 112–120.
- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Bertens, K. (2013). *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Daryanto, & Setyobudi, R. (2014). *Etika Profesi: Teori dan Aplikasi dalam Dunia Kerja*. Yogyakarta: Gava Media.