

SURAT KETERANGAN
MELAKUKAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
No. 088/C.02.01/LPPM/II/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Iwan Juwana, S.T., M.EM., Ph.D.
Jabatan : Kepala
Unit Kerja : LPPM-Itenas
JL. P.K.H. Mustafa No.23 Bandung

Menerangkan bahwa,

No	Nama	NPP/NRP	Jabatan
1	Ir. Abu Bakar, M.T.	910701	Tenaga Ahli
2	Asterina Febrianti, S.T., M.T.	20130706	Tenaga Ahli
3	Ir. Yanti Helianty, M.T.	920602	Tenaga Ahli
4	Ailsa Salwa Ri Cahya	13-2018-182	Tenaga Ahli
5	Salsabila Sofie	13-2018-239	Tenaga Ahli
6	Husni Kamil Z	13-2018-256	Tenaga Ahli

Telah melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat sebagai berikut :

Nama Kegiatan : Sosialisasi Pelayanan Prima Bagi Pengelola Destinasi
Wisata Lawang Saketeng Kabupaten Majalengka
Tempat : Jalan Sukasari Kaler-Panyaweungan Kampung Dongkol,
Desa Sukasari Kaler, Argapura, Kabupaten Majalengka
Waktu : 14 Desember 2020
Sumber Dana : RKAT Prodi Teknik Industri Tahun 2020

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 10 Februari 2021

Lembaga Penelitian dan Pengabdian
kepada Masyarakat (LPPM) Itenas
Kepala,

Iwan Juwana, S.T., M.EM., Ph.D.
NPP. 20010601



SURAT TUGAS
No. 602/J.16.01/LPPM-Itenas/XII/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Iwan Juwana, S.T., M.EM., Ph.D.
Jabatan : Kepala
Unit Kerja : LPPM-ITENAS
JL. PHH Mustafa No. 23 Bandung

Menerangkan bahwa :

Nama	NPP	Jabatan
Abu Bakar, Ir., M.M.	910701	Dosen
Asterina Febrianti, S.T., M.T.	20130706	Dosen
Yanti Helianty, Ir., M.T.	920602	Dosen

Ditugaskan untuk melakukan,

Kegiatan : Pengenalan Learning Management System dalam Pembelajaran
Sosialisasi Pelayanan Prima Bagi Pengelola Destinasi Wisata Lawang
Saketeng, Kabupaten Majalengka
Sebagai : Tenaga Ahli
Tempat : Jalan Sukasari Kaler - Panyaweungan Kampung Dongkol, Kab.
Majalengka
Hari/Tanggal : Senin/14 Desember 2020

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 10 Desember 2020

Lembaga Penelitian dan Pengabdian
kepada Masyarakat (LPPM) Itenas
Kepala,

Iwan Juwana, S.T., M.EM., Ph.D.
NPP. 20010601

HALAMAN PENGESAHAN

Judul

: Sevaluasi Budaya Pelayanan Prima Bagi Pengelola Destinasi Wisata Lawang Sakteng Kabupaten Majalengka

Ketua Tim Pengantar

Nama

: Ir. Agus Bakar, MT

NIP

: 19610731

Jabatan/Carangan

: Asisten Ahli/STB

Instansi/Pusat

: Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri

Bidang Keahlian

: Teknik Industri

Alamat Kantor

: Jl. PKH. Hutan Mangrove No. 23 Bandung

Alamat Rumah

: Jl. Cibiru No. 15 Arjasari Bandung

Lokasi Penelitian

Nama Mitra

: Pengelola Destinasi Wisata Lawang Sakteng

Wilayah Mitra

: Jalan Sekeloa Kaler-Pemerintahan Karang Durgati

Desa/Kecamatan

: Sekeloa Kaler

Kota/Kabupaten

: Kabupaten Majalengka

Provinsi

: Jawa Barat

Jarak PT ke Mitra

: 204 km

Mahasiswa yang terlibat

: 1 orang

Lama

: Studi Samudra dan Publikasi di media cetak

Waktu Pelaksanaan

: 14 Desember 2021 (1 hari)

Total Biaya

: Rp 700.000,00

Bandung, 16 Desember 2021

Mengesah:

Ketua Prodi Teknik Industri



Sugih Ariesta, ST., MM

NIDN: 0420037205

Dibekahi oleh:

Ketua Tim Pengantar



Ir. Agus Bakar, MT

NIDN: 0415016701

Dekan Fakultas Teknologi Industri Jember

Ketua LP2M Jember



Irena Sukartono, ST., MT., PhD

NIDN: 0405017605

Irena Ariesta, ST., MM., PhD

NIDN: 0402017201

SOSIALISASI BUDAYA PELAYANAN PRIMA BAGI PENGELOLA DESTINASI WISATA LAWANG SAKETENG KABUPATEN MAJALENGKA

1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan dalam perekonomian di suatu wilayah. Kontribusi sektor pariwisata antara lain sebagai penyumbang pendapatan wilayah dan penciptaan lapangan kerja. Pariwisata dapat menjadi salah satu sektor untuk menghasilkan tingkat perekonomian di suatu wilayah karena rentan terhadap krisis. Tentunya hal ini akan berhasil jika sektor pariwisata di suatu wilayah dikelola dengan baik dan benar.

Kabupaten Majalengka merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Barat. Diperkirakan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Majalengka akan meningkat pesat sebagai dampak dari adanya Bandara Internasional Jawa Barat (BIJB) Kertajati, Tol Cisumdawu dan Cipali, jalur kereta api Cirebon-Bandung serta akses terusan Majalengka-Ciamis. Keberadaan bandara dan kemudahan akses menuju Kabupaten Majalengka telah mempertegas bahwa Kabupaten Majalengka menjadi tempat persinggahan lalu lintas mobilitas antar wilayah. Ketika sebuah kota menjadi tempat persinggahan, maka sektor jasa akan menjadi primadona (Sulaksana, 2003).

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor jasa yang menjadi prioritas pembangunan di Kabupaten Majalengka. Sekarang ini pemerintah Kabupaten Majalengka sedang giat mengembangkan tempat-tempat wisata agar menjadi salah satu destinasi wisatawan dari daerah Majalengka sendiri maupun dari luar Kabupaten Majalengka. Salah satu tempat wisata yang sedang dikembangkan adalah Lawang Saketeng. Destinasi wisata Lawang Saketeng merupakan satu kawasan lembah bukit candi. Lokasinya berada Kecamatan Argapura. Destinasi Wisata Lawang Saketeng merupakan salah satu destinasi wisata favorit masyarakat di wilayah Ciayumajakuning (Cirebon, Indramayu, Majalengka, dan Kuningan). Agar pengunjung wisata yang pernah ke Lawang Saketeng mau berkunjung lagi maka pengelola destinasi wisata Lawang Saketeng harus menerapkan pelayanan prima kepada pengunjung wisata Lawang Saketeng. Pengunjung destinasi wisata

Lawang Saketeng yang puas terhadap pelayanan pengelola wisata akan mempromosikan destinasi wisata Lawang Saketeng dari mulut ke mulut kepada pihak lain. Dengan demikian pengunjung destinasi wisata Lawang Saketeng akan semakin meningkat.

Keinginan pengelola destinasi wisata Lawang Saketeng untuk menerapkan budaya pelayanan prima terkendala kemampuan SDM yang terlibat di dalamnya. Oleh karena itu pihak pengelola destinasi wisata Lawang Saketeng meminta kepada Program Studi Teknik Industri Itenas untuk mensosialisasikan budaya pelayanan prima yang harus dilakukan oleh pengelola destinasi wisata Lawang Saketeng. Hal tersebut didasarkan atas banyaknya riset yang dilakukan staf pengajar Teknik Industri Itenas terkait kualitas pelayanan di bidang jasa termasuk destinasi pariwisata.

2. Tujuan

Tujuan PKM ini adalah untuk memberikan “Sosialisasi Pelayanan Prima Bagi Pengelola Destinasi Wisata Lawang Saketeng Kabupaten Majalengka”.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan “Sosialisasi Pelayanan Prima Bagi Pengelola Destinasi Wisata Lawang Saketeng Kabupaten Majalengka” dilaksanakan di Jalan Sukasari Kaler-Panyaweungan Kampung Dongkol, Desa Sukasari Kaler, Argapura, Kabupaten Majalengka, Jawa Barat, 45462.

Waktu pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

Hari : Senin

Tanggal : 14 Desember 2020

Pukul : 08.00 WIB sampai dengan 15.00 WIB

Pelaksana kegiatan PKM dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pelaksana Kegiatan “Sosialisasi Pelayanan Prima Bagi Pengelola Destinasi Wisata Lawang Saketeng Kabupaten Majalengka”

Nama	Tugas
Abu Bakar,Ir., MM.	Koordinasi dengan pihak Pengelola Destinasi Wisata, persiapan dan monitoring kegiatan, serta membuat proposal dan laporan kegiatan PKM.
Asterina Febrianti, ST., MT Ailsa Salwa Ri Cahya (132018182)	Pembuatan Modul 1. Kepuasan pelanggan
Abu Bakar,Ir., MM. Salsabila Sofie (132018239)	Pembuatan Modul 2. Budaya pelayanan prima
Yanti Helianty, Ir., MT. Husni Kamil Z (132018256)	Pembuatan Modul 3. Penerapan budaya pelayanan prima pada destinasi wisata

4. Biaya

Biaya yang digunakan untuk kegiatan ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Biaya Kegiatan “Sosialisasi Pelayanan Prima Bagi Pengelola Destinasi Wisata Lawang Saketeng Kabupaten Majalengka”

No.	Item	Rincian	Total Biaya (Rp)
1	Transportasi		250.000
2	Makan siang	(6 peserta + 3 pelaksana) x Rp 20.000	180.000
3	Fotokopi modul peserta	6 peserta x Rp 5.000	30.000
4	Fotokopi dan jilid laporan	2 x @20.000	40.000
5	Publikasi hasil kegiatan		200.000
Total			700.000

5. Luaran

Luaran yang dihasilkan dari kegiatan ini berupa:

1. Modul sosialisasi.
2. Publikasi di media cetak.

LAMPIRAN 1

**Berita Acara dan Daftar Hadir
Kegiatan “Sosialisasi Pelayanan Prima
Bagi Pengelola Destinasi Wisata
Lawang Saketeng Kabupaten Majalengka”**

**SOSIALISASI BUDAYA PELAYANAN PRIMA BAGI PENGELOLA DESTINASI
WISATA LAWANG SAKETING KABUPATEN MAJALENGKA**

[illegible]

BERITA ACARA

TELAH DILAKSANAKAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

NAMA KEGIATAN : SOSIALISASI BUDAYA PELAYANAN
PRIMA BAGI PENGELMHA DESTINASI
WISATA LAWANG SAKETENG
KABUPATEN MAJALENGKA

HARI/TANGGAL : SENIN, 14 DESEMBER 2020

PENYELENGGARA : PRODI TEKNIK INDUSTRI
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
BANDUNG

TEMPAT : DESTINASI WISATA LAWANG SAKETENG
KABUPATEN MAJALENGKA

MAJALENGKA, 14 DESEMBER 2020



Iwan Solahudin

PIHAK WISATA LAWANG SAKETENG MAJALENGKA

SURAT PERNYATAAN KEMERDEKAAN KERJASAMA

Yang beranda tangan di bawah ini, saya

Nama : S A H U
Nama Lembaga : P S K A
Jabatan : Kepala Desa
Alamat : Desa Sukasari Kaler
Nomor Hp : 081 210 708 955

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya bersedia bekerjasama dengan TIM PKM Mandiri
Jenas.

Nama Ketua : Ir. Abu Bakar, MT.
Nama Lembaga : Program Studi Teknik Industri Jenas Bandung
Alamat : Jl. Guek No. 35 Arjopuri Bandung
Nomor Hp : 08112396777

untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Mandiri Jenas dengan judul :

**SOSIALISASI BUDAYA PELAYANAN PRIMA BAGI PENGELOLA DESTINASI
WISATA LAWANG SAKETENG KABUPATEN MAJALENGA**

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari pihak
manapun.

Bandung, 5 Desember 2020

Yang membuat pernyataan


(.....S A H U.....)

LAMPIRAN 2

**Foto Kegiatan “Sosialisasi Pelayanan
Prima Bagi Pengelola Destinasi Wisata
Lawang Saketeng Kabupaten Majalengka”**



LAMPIRAN 3

**Modul Kegiatan “Sosialisasi Pelayanan
Prima Bagi Pengelola Destinasi Wisata
Lawang Saketeng Kabupaten Majalengka”**



*Sosialisasi Prima bagi Pengelola Wisata
Lawang Saketeng Majalengka
Tim Dosen TI Itenas*



Pengantar

Wisata bukit candi lawang saketeng merupakan salah satu destinasi wisata di wilayah Jawa Barat yaitu kota Majalengka. Guna meningkatkan daya kunjung maka pihak pengelola perlu menerapkan pelayanan prima kepada pengunjung Lawang Saketeng dengan melihat aspek **Kepuasan Pelanggan, Budaya Pelayanan Prima, dan penerapan budaya pelayanan prima** pada destinasi wisata tersebut



Outline

01

Apa itu Kepuasan Pelanggan?

02

Kenapa diperlukan Mengukur Kepuasan Pelanggan?

03

Bagaiman Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan?

04

Bagaimana Cara Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan?

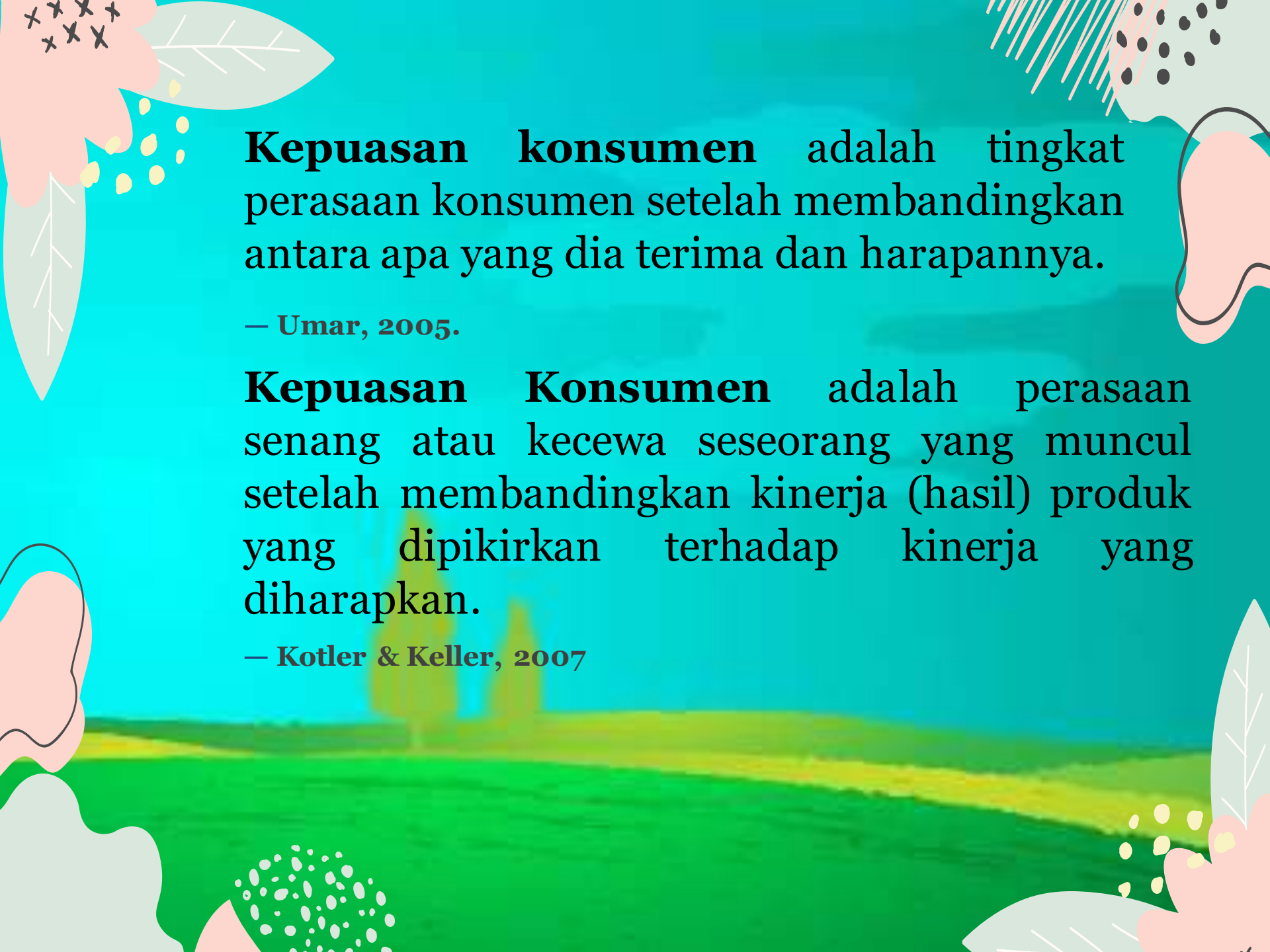
05

Alat dan Software Untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan



01

Apa itu
Kepuasan Pelanggan?

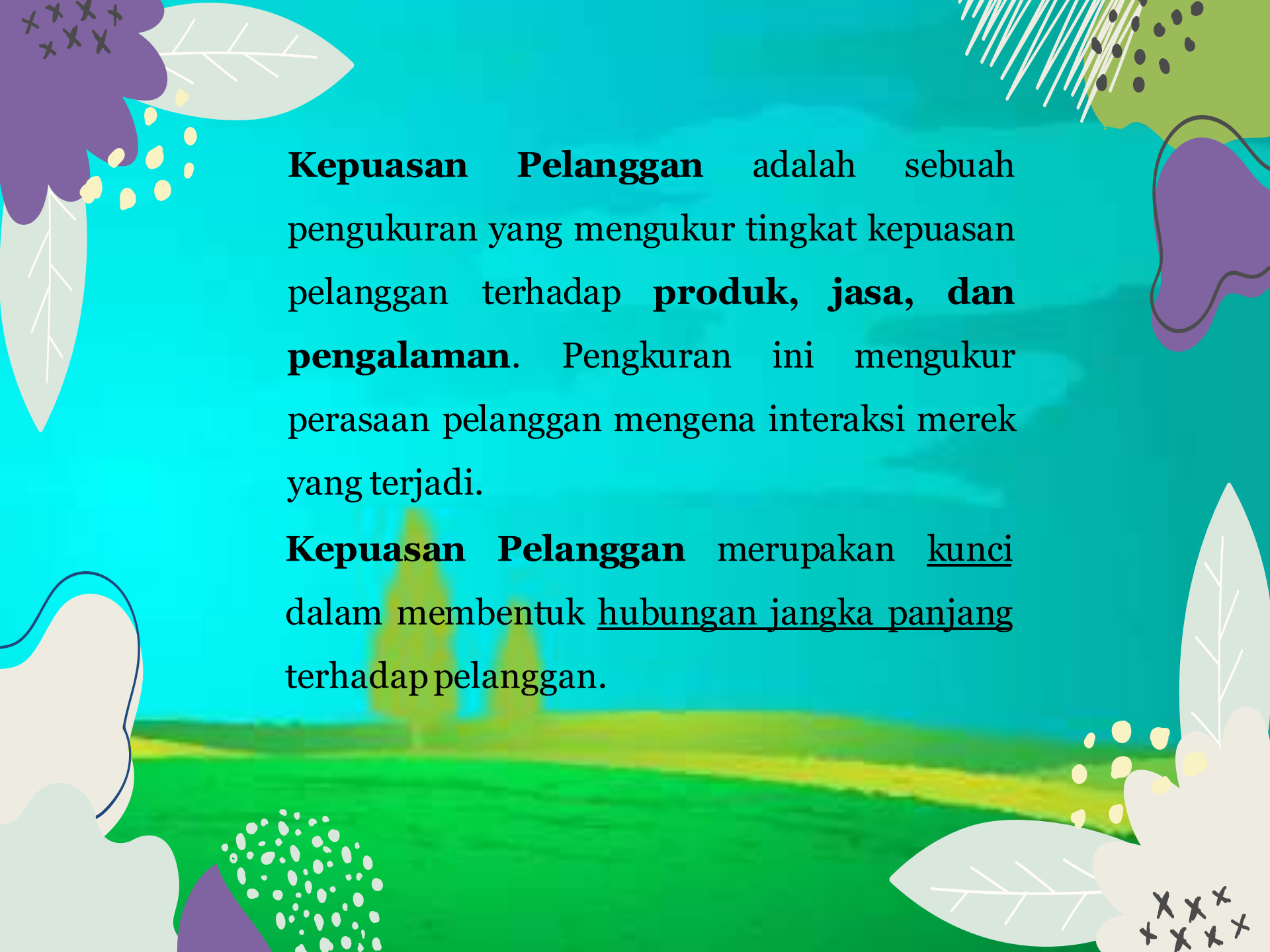


Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.

— Umar, 2005.

Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

— Kotler & Keller, 2007



Kepuasan Pelanggan adalah sebuah pengukuran yang mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap **produk, jasa, dan pengalaman**. Pengukuran ini mengukur perasaan pelanggan mengenai interaksi merek yang terjadi.

Kepuasan Pelanggan merupakan kunci dalam membentuk hubungan jangka panjang terhadap pelanggan.


- ❑ Menjaga sebuah hubungan jangka Panjang terdapat pelanggan merupakan sebuah pekerjaan yang berat.
- ❑ Kita harus menjaga tersampainya **VALUE** kepada pelanggan
- ❑ *You need to keep your customer **SATISFIED***



- ❑ Satisfaction → Loyalty
- ❑ Kepercayaan Konsumen

02

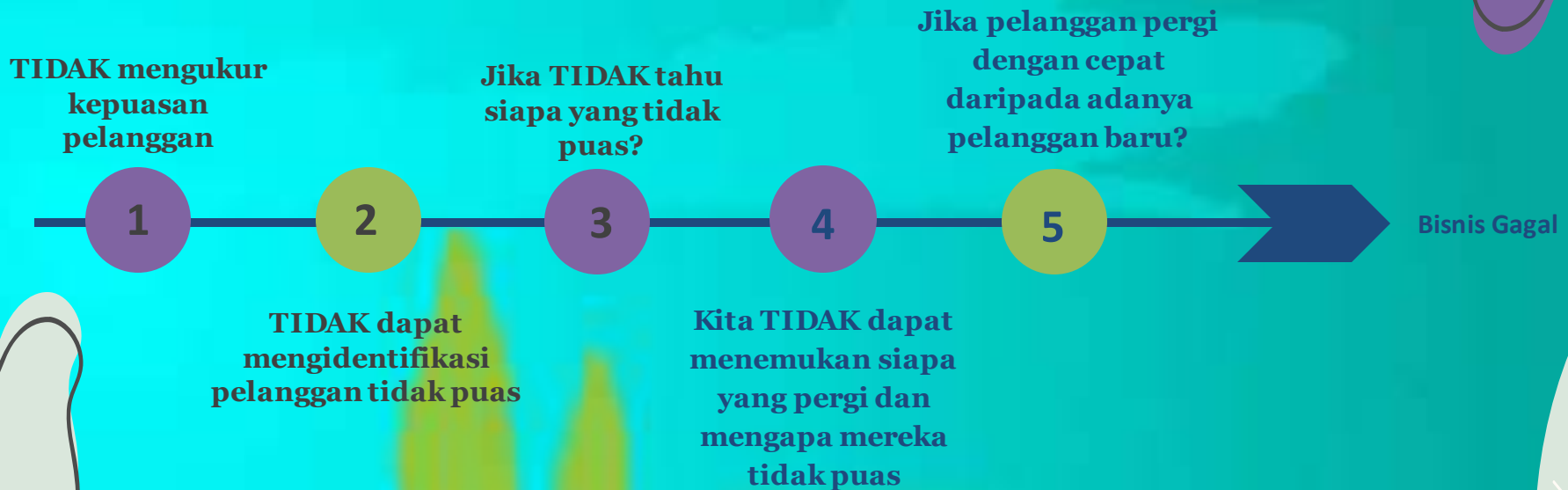
**Kenapa diperlukan
Mengukur Kepuasan
Pelanggan?**



“Measurement is the first step that leads to control and, eventually, to improvement. If you can’t measure something, you can’t understand it. If you can’t understand it, you can’t control it. If you can’t control it, you can’t improve it.”

— H. James Harrington

JIKA?



Pentingnya kepuasan pelanggan

- ❑ **Pelanggan yang Puas akan merekomendasikan pada lingkungannya atau jaringannya.** Bisnis kecil dan menengah memperkirakan sekitar 85% dari bisnisnya berasal dari Mulut ke Mulut.
- ❑ **Pelanggan yang Puas akan membeli kembali bisnis kita.**
Menjaga pelanggan yang loyal lebih murah biayanya dari pada mendapatkan konsumen yang baru. (Think about how much you've spent on first dates in your lifetime!)
- ❑ **Pelanggan yang Puas lebih baik untuk menjaga kesehatan kita.**
Mendengarkan keinginan pelanggan berarti kita dapat menghindari untuk berselisih dengan pelanggan kita. Seperti sebuah argumentasi yang akan membawa ke dalam lingkungan yang tidak sehat.

KONSUMEN YANG SANGAT PUAS AKAN :

SETIA LEBIH LAMA

MEMBELI LEBIH BANYAK

MEMBERIKAN ULASAN POSITIF KE ORANG LAIN

KURANG TERTARIK MERK DAN IKLAN PESAING, SERTA TIDAK TERLALU SENSITIF TERHADAP HARGA

MENAWARKAN IDE PRODUK ATAU *SERVICE* PADA PERUSAHAAN

BIAYA PELAYANAN LEBIH MURAH DIBANDINGKAN KONSUMEN BARU (TRANSAKSI RUTIN)



BAGAIMANA CARA MENGUKUR KEPUASAN PELANGGAN?



Sistem Keluhan dan Saran

- Perusahaan menyediakan sarana untuk kritik dan saran
- Ex : kotak saran, layanan pelanggan

Ghost Shopping

- mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk

Lost Customer Analysis

- Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi (perusahaan memiliki "database" pelanggan)

Survei kepuasan pelanggan

- penelitian survey, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung.

Tjiptono, 2003 dalam Kotler,



BAGAIMANA CARA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN? (1)

Ask for Customer Feedback

- Permudah pelanggan untuk menyampaikan keluhan secara langsung

Educate Customers and Provide Answers

- Pertanyaan setiap konsumen harus mudah dijawab baik secara tatap muka atau dalam bentuk dokumen

Social media

- Manfaatkan ulasan konsumen di *social media*
- Umpan balik dapat berupa hal positif atau negatif

Make things easy to accomplish

- *The easiest-to-use products are the most addicting*



BAGAIMANA CARA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN? (2)

**Wow your
customers**

- Ingat, senangkan pelanggan Anda

Use focus groups.

- Mengumpulkan sejumlah anggota yang merupakan target pelanggan untuk mengumpulkan saran dan kritik

**Check out your
competitors.**


- Lihat pesaing untuk memahami bagaimana mereka dapat membuat pelanggan lebih puas

SOFTWARE KEPUASAN PELANGGAN

BAGAIMANA CARA MENGUMPULAN DATA KEPUASAN PELANGGAN?



[SurveyMonkey](#)



[Google Forms](#) (and [G Suite](#))



[Nicereply](#)



[Typeform](#)



[HubSpot](#)

CONTOH SURVEY KEPUASAN PELANGGAN

(1)

ABC Printing Customer Satisfaction Survey										
Please circle the number that corresponds with your level of agreement Strongly Disagree = 1 Disagree = 5 Strongly Agree = 10										
Overall, I am satisfied as a customer of ABC printing.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I feel ABC printing values me as a customer.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
The products I purchase are delivered when promised.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
The products I purchase are free from defects.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
The employees at ABC printing are courteous.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
The employees of ABC printing care about my business.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
The ABC printing facilities are neat and organized.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ABC printing facilities are clean.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I have a good understanding of the ordering process.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ABC printing's website is helpful and informative.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ABC printing informs me of new and improved products.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I would recommend ABC printing to others.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Comments: _____										

CONTOH SURVEY KEPUASAN PELANGGAN (2)

How likely is it that you would recommend
Nicereplyhelp to a friend or colleague?



Not likely at all

Extremely likely

CONTOH SURVEY KEPUASAN PELANGGAN (3)

1+ How likely is it that you would recommend us to a friend or colleague?*

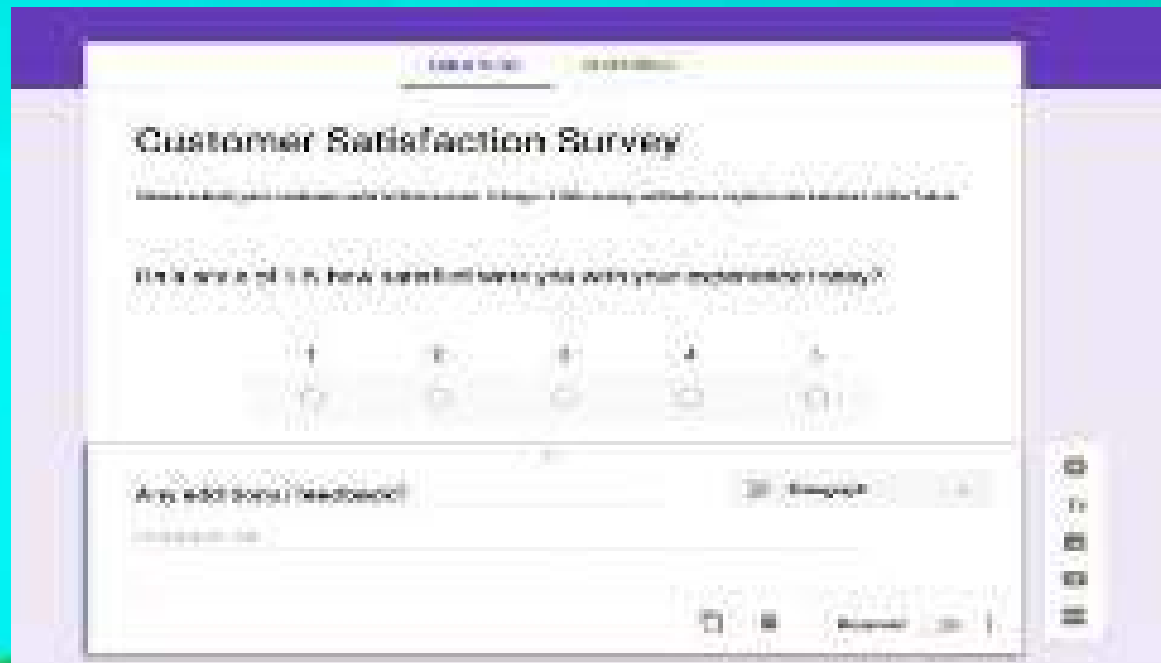
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Not likely at all

Neutral

Extremely likely

CONTOH SURVEY KEPUASAN PELANGGAN (4)



The image shows a screenshot of a web-based Customer Satisfaction Survey form. The form has a purple header bar with two tabs: "SURVEY" (active) and "RESULTS". The main title is "Customer Satisfaction Survey". Below the title is a subtitle: "Please indicate your satisfaction with the service. It helps if you reply without any hesitation to assist in the future." The main question is "On a scale of 1 to 5, how satisfied were you with your experience today?". Below the question is a horizontal scale with five radio buttons labeled 1, 2, 3, 4, and 5. Below the scale is a text input field labeled "Any additional feedback?". To the right of the input field is a "Submit" button. At the bottom of the form are icons for a printer, a document, and a "Cancel" button. On the right side of the form, there is a vertical sidebar with a "Close" button and a "Print" button.

Customer Satisfaction Survey

Please indicate your satisfaction with the service. It helps if you reply without any hesitation to assist in the future.

On a scale of 1 to 5, how satisfied were you with your experience today?

1 2 3 4 5

Any additional feedback?

Submit

Print





TERIMA KASIH



- 01** Pelayanan Sebagai Komponen Produk Wisata
- 02** Pengertian Pelayanan Secara Umum
- 03** Pelayanan Pariwisata
- 04** Pelayanan Prima
- 05** Kebutuhan dan Ekpektasi Tamu/Pengunjung (Wisatawan) terhadap Produk Wisata
- 06** Beberapa Jenis Kebutuhan Pelayanan Oleh Wisatawan
- 07** Perilaku Dalam Pelayanan Wisata
- 08** Parameter dalam mengukur kualitas pelayanan
- 09** Kepuasan dan Profitabilitas
- 10** Langkah Peningkatan Pelayanan Wisata Yang Berkualitas



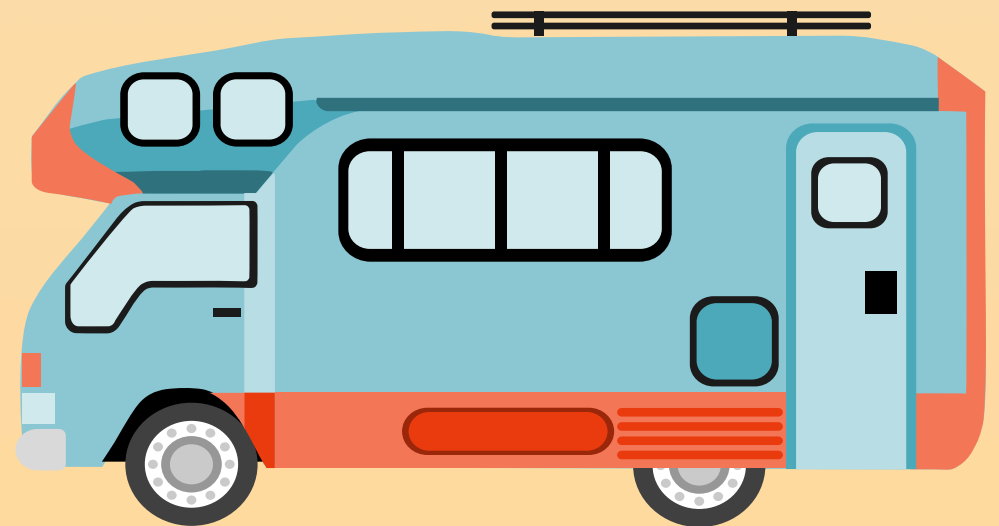
Sosialisasi Budaya Pelayanan Prima



Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan dalam perekonomian di suatu wilayah. Kontribusi sektor pariwisata antara lain sebagai penyumbang pendapatan wilayah dan penciptaan lapangan kerja.

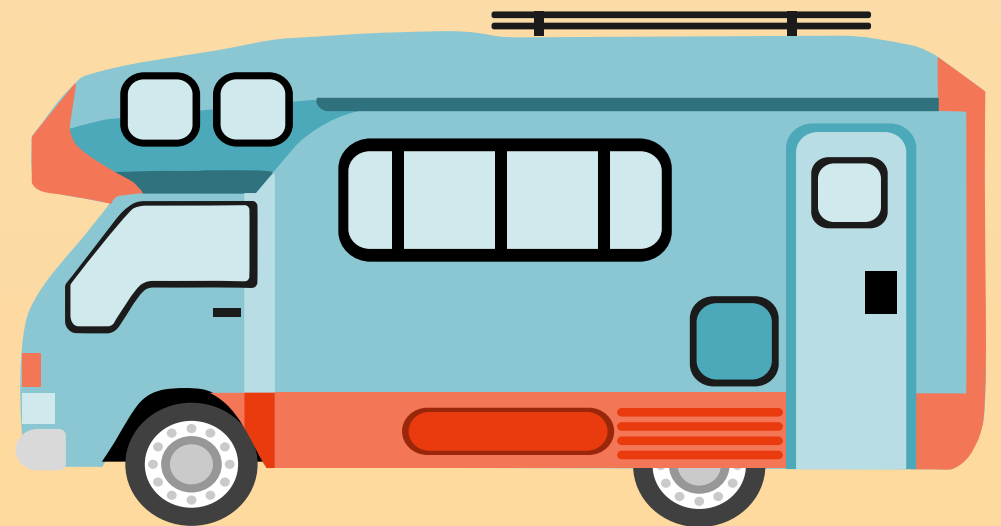
Pariwisata dapat menjadi salah satu sektor untuk menghasilkan tingkat perekonomian di suatu wilayah.

Pelayanan Sebagai Komponen Produk Wisata



Agar pengunjung wisata mau berkunjung lagi maka pengelola destinasi wisata harus/perlu menerapkan **pelayanan prima** kepada para pengunjung/Wisatawan.

Pelayanan Sebagai Komponen Produk Wisata



Pelayanan Sebagai Komponen Produk Wisata

Permasalahan utama dalam pembangunan kepariwisataan

1. Bagaimana pengunjung/wisatawan bisa datang ke objek wisata?
2. Bagaimana pengunjung/wisatawan yang telah datang merasa puas dan mau untuk datang lagi ke objek wisata tersebut?



Pelayanan Sebagai Komponen Produk Wisata

1. Apa yang disukai Wisatawan?
2. Apa perlakuan yang membuat Wisatawan bahagia?
3. Bagaimana seharusnya kita meningkatkan pelayanan?

Semua dilakukan karena :

**“WISATAWAN YANG MENENTUKAN
BISNIS PARIWISATA INI DAPAT TETAP
HIDUP BAHKAN TUMBUH”**



PELAYANAN adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan dan mengurus apa yang diperlukan oleh orang lain.



PELAYANAN PARIWISATA

Suatu cara yang dilakukan oleh individu/seseorang didalam memenuhi kebutuhan tamunya, dengan mencurahkan segenap **(1)kemampuan, (2)perasaan, dan (3)keterampilan yang dimilikinya** sehingga tercapai tujuan pelayanan, yaitu kepuasan yang dirasakan Wisatawan.





student-centred
reliable
discuss options
respectful
accessible
collaborate
welcoming
equitable
timely
friendly
empathetic
helpful
hands-on
respectful
procedure
pride
support identify solutions
service
excellence
knowledgeable
dependable
inclusive
determine needs
approachable
communication
native
thorough
close-knit
proud

Apa itu Prima (*Excellence*) ?

Melakukan sesuatu yang
biasa dengan cara yang luar
biasa

(“ PRIMA “ = *FIRST
SERVICE*)

Pelayanan Prima



Suatu Sikap Atau Cara
Karyawan Didalam
Melayani Wisatawan
Secara **Memuaskan**

Pelayanan Prima



Sektor pariwisata dengan karakteristik utama usahanya **bersifat jasa**, sangat memerlukan **peran Sumber Daya Manusia (SDM)**.

SDM merupakan faktor yang sangat strategis, karena melalui SDM yang kompeten akan tercipta suatu proses pelayanan yang berkualitas atau dengan kata lain mampu memberikan nilai (value) kepuasan bagi pihak yang menerima pelayanan jasanya (pelanggan).

Pelayanan Prima



Kebutuhan dan Ekpektasi Tamu/Pengunjung (Wisatawan) terhadap Produk Wisata

Tamu/wisatawan merasa bahwa kebutuhan dan kepuasannya tidak dapat dipenuhi secara optimal hanya dengan memperoleh produk-produk yang bersifat nyata, karena :

- ✓ Wisatawan sebagai tamu yang menginap di bumi perkemahan tidak hanya membutuhkan sebuah tenda untuk tidur dan beristirahat,
- ✓ Wisatawan yang makan di restoran mengharapkan lebih dari sekedar hidangan yang dapat mengenyangkan perutnya,
- ✓ Wisatawan yang membeli cenderamata mengharapkan lebih dari hanya sekedar mendapat cendera mata.



Kebutuhan dan Ekpektasi Tamu/Pengunjung (Wisatawan) terhadap Produk Wisata

- ✓ Wisatawan yang mengunjungi suatu objek dan daya tarik wisata tidak dapat dipuaskan hanya dengan menikmati/melihat keindahan pemandangan alam yang terbentang,
- ✓ Wisatawan menginginkan lebih dari sekedar informasi mengenai daya tarik wisata yang dimiliki suatu daerah tujuan wisata,
- ✓ Wisatawan yang memanfaatkan waktunya dengan menikmati hiburan di daerah tujuan wisata, menginginkan lebih dari hanya sekedar melihat panorama alam.



Beberapa Jenis Kebutuhan Pelayanan Oleh Wisatawan



- ☐ Kebutuhan untuk merasa disambut dengan baik,
- ☐ Kebutuhan akan pelayanan yang cepat dan tepat waktu,
- ☐ Kebutuhan untuk merasa nyaman dan aman,
- ☐ Kebutuhan untuk dimengerti,
- ☐ Kebutuhan untuk memperoleh bantuan atau pertolongan,
- ☐ Kebutuhan untuk dihargai dan dianggap penting.

Perilaku SDM dalam pelayanan wisata



- ☐ Jujur dan dapat dipercaya,
- ☐ Menjaga kesopansantunan dalam berkomunikasi dan bersikap,
- ☐ Selalu memperhatikan disiplin dan tepat waktu,
- ☐ Memperhatikan penampilan diri yang bersih, rapih dan menarik,
- ☐ Bersikal ramah, hangat, dan bersahabat,
- ☐ Berkomuniasi secara efektif (verbal dan non-verbal) dan memperlihatkan bahasa tubuh (body language) yang positif,
- ☐ Selalu tersenyum dan memberikan perhatian,
- ☐ Sigap/cekatan untuk memberikan bantuan atau pertolongan,
- ☐ Mengingat nama seseorang dengan baik,
- ☐ Menghilangkan kebiasaan-kebiasaan negatif yang dimiliki seperti menggigit kuku, berdehem, menggaruk- garuk kepala, dan sebagainya.

Ketersediaan dalam Pelayanan Wisata



- ❑ Fasilitas pendukung (*supporting facility*), yaitu sumber sumber fisik yang harus tersedia sebelum jasa ditawarkan,
- ❑ Barang-barang pembantu (*facilitating goods*), yaitu barang-barang yang dibeli atau dikonsumsi atau item yang disediakan oleh objek wisata,
- ❑ Jasa eksplisit (*explicit services*), yaitu keuntungan atau nilai tambah yang dapat dirasakan langsung oleh wisatawan dan terdiri dari nilai intrinsik dan essensial dari jasa,
- ❑ Jasa implisit (*implicit services*), yaitu keuntungan atau nilai tambah psikologis yang dirasakan wisatawan secara samar-samar (tidak langsung) dalam menerima jasa yang ditawarkan.

Parameter dalam mengukur kualitas pelayanan:



- ❑ **Tampilan yang nyata** (penampilan para pegawai, fasilitas, peralatan, dll),
- ❑ **Dapat dipercaya** (ketepatan waktu, bebas dari kesalahan, waktu pelayanan yang tepat, dll),
- ❑ **Ketanggapan** (berkomunikasi, bersedia membantu, memiliki sensitivitas, dll),
- ❑ **Kepastian /Jaminan** (rasa percaya, keamanan, keramahan, pengetahuan, dll),
- ❑ **Rasa kepedulian** (perhatian secara individual, menyenangkan, kebutuhan yang spesifik, dll).

Kepuasan dan Profitabilitas

- Pelanggan yang puas cenderung loyal,
- Pelanggan loyal cenderung membeli banyak,
- Efisiensi biaya pemasaran meningkat,
- otomatis revenue perusahaan akan bertambah,
- profitabilitas meningkat.

Kepuasan pelanggan bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi penjualan dan keuntungan usaha



Bagaimana cara meningkatkan kualitas pelayanan???



- ❑ Respek terhadap tamu/ pengunjung (wisatawan), tanpa membedakan status sosial, suku bangsa, golongan, agama dan usia,
- ❑ Membiasakan diri mengucapkan “*greeting*” kepada tamu dan tanggap terhadap permintaan tamu,
- ❑ Mengucapkan terima kasih, apabila mendapatkan sesuatu dari wisatawan, seperti; mendapat hadiah,
- ❑ Melatih diri untuk menjadi pendengar yang baik, apabila wisatawan bercerita tentang dirinya dan lain- lain,
- ❑ Memberi informasi apabila ada keterlambatan pelayanan, dengan alasan yang tepat dan logis di mata tamu/ wisatawan,
- ❑ Menyukai kegiatan- kegiatan yang bersifat sukarela.

Tunjukkan sikap yang positif kepada para wisatawan, melalui:

“Penampilan yang bersih, rapi dan menarik, karena kesan pertama sangat penting“

Lakukan komunikasi yang baik, ramah dan penuh persahabatan melalui bentuk komunikasi lisan, non verbal, maupun bahasa tubuh

Menemukenali dan mengantisipasi kebutuhan wisatawan sebagai pelanggan dengan cara :

- 1. Memberikan perhatian yang cukup,**
- 2. Memahami kebutuhan dasar dari parawisatawan (bantuan, respek, keamanan, kenyamanan),**
- 3. Mendengarkan secara trampil,**
- 4. Mengantisipasi kebutuhan wisatawan,**
- 5. Memiliki sifat empati.**

Langkah Peningkatan Pelayanan Wisata Yang Berkualitas



LANGKAH PENINGKATAN PELAYANAN WISATA YANG BERKUALITAS

- ❑ Memberikan informasi yang benar dan akurat,
- ❑ Mengambil langkah ekstra dalam memberikan pelayanan,
- ❑ Mengupayakan agar wisatawan yang sulit ditangani berpihak kepada kita,
- ❑ Mempersiapkan hal - hal yang tak terduga,
- ❑ Menangani keluhan wisatawan dengan baik,
- ❑ Mengupayakan dapat menjual secara efektif produk wisata yang dimiliki.



Jangan Lupa Ramah tamah

Salah (x)



Benar (✓)





THANK YOU

MODUL 3

PENERAPAN PELAYANAN PRIMA BAGI
PENGELOLA DESTINASI WISATA
KABUPATEN MAJALENGKA

TEKNIK INDUSTRI
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL – BANDUNG
2020

Lokasi Wisata Curug Ibun



Lokasi Wisata Lawang Saketeng



Bumi Perkemahan Cipanten



Curug Muara Jaya



Warung Nasi Gunung Tengah



Pelayanan Sebagai Komponen Produk Wisata

- ❑ Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan dalam perekonomian di suatu wilayah. Kontribusi sektor pariwisata antara lain sebagai penyumbang pendapatan wilayah dan penciptaan lapangan kerja. Pariwisata dapat menjadi salah satu sektor untuk menghasilkan tingkat perekonomian di suatu wilayah karena rentan terhadap krisis.
- ❑ Beberapa tempat wisata yang sedang dikembangkan di Kabupaten Majalengka diantaranya Curug Ibun, Curug Muara Jaya, Lawang Saketeng, Bumi Perkemahan Cipanten, Warung Nasi Gunung Tengah.

- ❑ Agar pengunjung yang datang ke objek wisata di Kabupaten Majalengka mau berkunjung lagi, maka pengelola destinasi wisata di Kabupaten Majalengka harus menerapkan pelayanan prima kepada para pengunjungnya.
- ❑ Pengunjung yang puas terhadap pelayanan pengelola wisata akan mempromosikan destinasi wisata dengan cara dari mulut ke mulut kepada pihak lain.

Pelanggan/Pengunjung

peningkatan kepuasan
pelanggan merupakan
tujuan utama
perusahaan

sentral bagi pegawai di objek
wisata di wilayah Kabupaten
Majalengka

individu yang bersedia
mengeluarkan cost untuk
mendapatkan produk/ layanan

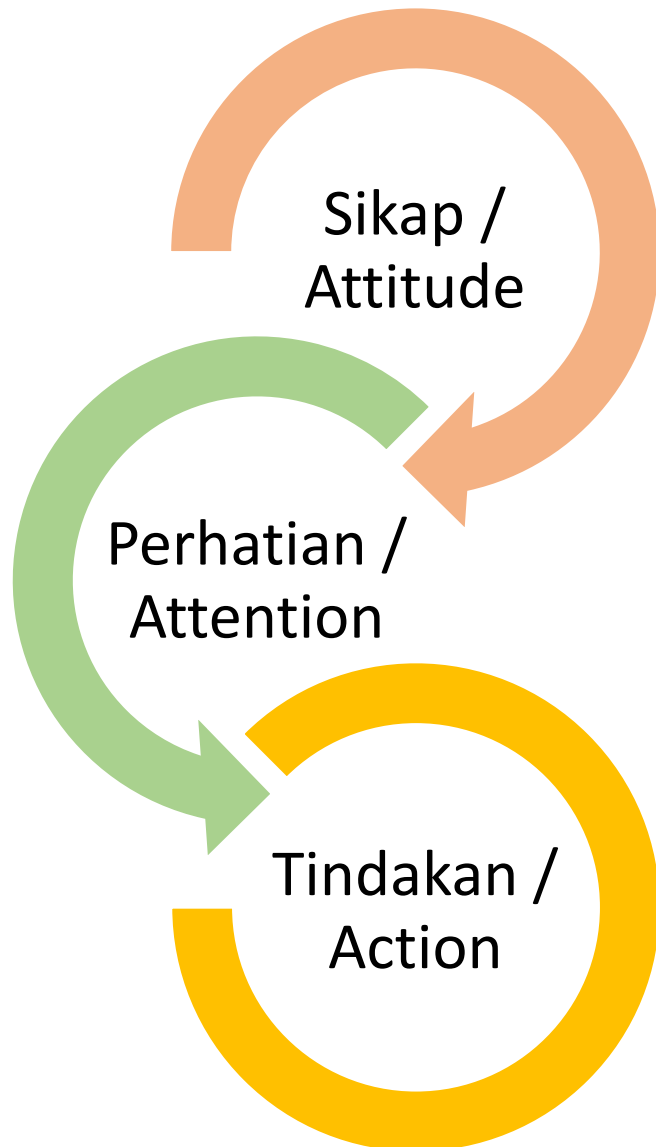
Pertanyaannya
bagaimana cara
untuk meningkatkan
kepuasan
pengunjung

Meningkatkan
pelayanan kepada
pengunjung

PELAYANAN PRIMA
(Excellence)

Melakukan sesuatu yang biasa
dengan cara yang luar biasa
(“PRIMA “ = *FIRST SERVICE*)

KONSEP DASAR PELAYANAN PRIMA



Sikap yang harus dimiliki diantaranya sikap yang ramah, penuh perhatian, dan memiliki rasa bangga terhadap perusahaan

Saat melakukan pelayanan kepada konsumen, maka perlu memperhatikan dan mencermati keinginan konsumennya

Saat melakukan pelayanan kepada konsumen, maka perlu tindakan yang cepat dan tepat sesuai keinginan konsumennya

Karakteristik Kualitas Dari Pelayanan Prima

01 *Penampilan*

04 *Pengetahuan
dan Keahlian*

07 *Keterbukaan*

02 *Kesopanan
dan Ramah*

05 *Kejujuran dan
Keterpercayaan*

03 *Kesediaan
Melayani*

06 *Tepat Waktu
dan Janji*


```
graph LR; A((Sudah menerapkan Konsep Dasar Pelayanan Prima)) --> B((Sudah mempertimbangkan dan menerapkan karakteristik Pelayanan Prima)); B --> C((Tujuan : untuk meningkatkan kepuasan pengunjung wisata)); C --> D(Pengunjung Puas????); D --> E[Perlu dilakukan pengukuran Kepuasan Pelanggan];
```

Sudah menerapkan Konsep Dasar Pelayanan Prima

Sudah mempertimbangkan dan menerapkan karakteristik Pelayanan Prima

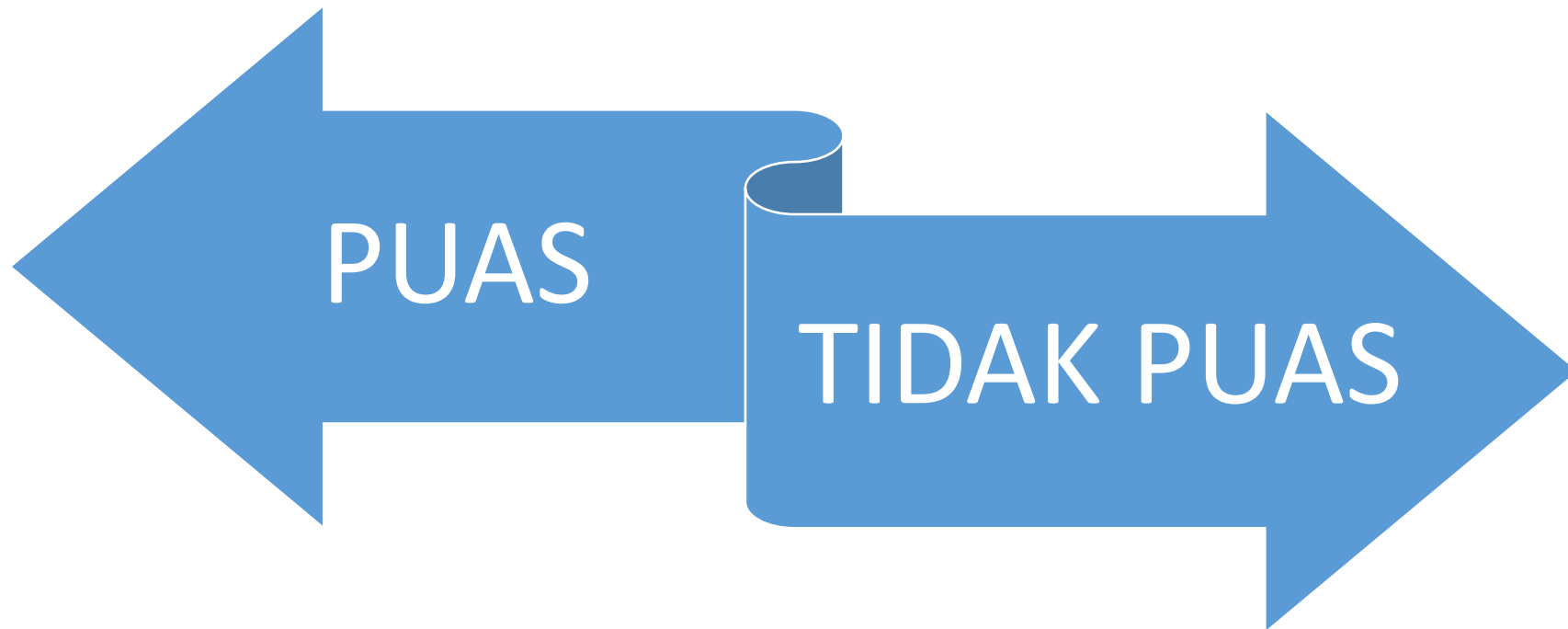
Tujuan : untuk meningkatkan kepuasan pengunjung wisata

Pengunjung Puas????

Perlu dilakukan pengukuran Kepuasan Pelanggan

PENGUKURAN KEPUASAN PELANGGAN

1 Cara Sederhana mengukur kepuasan Pengunjung



2 Dengan Cara menyebarkan Kuesioner

- ❑ Kuesioner dibagikan kepada masyarakat yang pernah mengunjungi objek wisata yang akan diukur kepuasannya
- ❑ Kepuasan akan tercapai apabila pelayanan yang diterima telah sesuai/ sama dengan pelayanan yang diharapkan pelanggan
- ❑ Kuesioner berisi pertanyaan/ pernyataan yang berkaitan dengan:
 - Pelayanan apa yang diharapkan
 - Pelayanan yang diterima/ dirasakan dari objek wisata yang sedang diukur

Contoh :

Kuesioner Kepentingan Pelayanan Objek Wisata Alam

No	Pernyataan	Tingkat Kepentingan			
		1	2	3	4
1	Kebersihan tempat objek wisata				
2	Ketersediaan informasi terkait objek wisata				
3	Kerapihan penataan objek wisata				
4	Kerapihan Penampilan karyawan/petugas objek wisata				
5	Ketersediaan parkir yang luas				
6	Ketersediaan Toilet				
7	Kebersihan Toilet				

Kuesioner Kepuasan Pelayanan Objek Wisata Lawang Saketeng

No	Pernyataan	Tingkat Kepuasan			
		1	2	3	4
1	Kebersihan tempat lokasi wisata Lawang Saketeng				
2	Ketersediaan informasi terkait objek wisata Lawang Saketeng				
3	Kerapihan penataan objek wisata Lawang Saketeng				
4	Kerapihan Penampilan karyawan/petugas objek wisata Lawang Saketeng				
5	Ketersediaan parkir yang luas di lokasi wisata Lawang Saketeng				
6	Ketersediaan Toilet di objek wisata Lawang Saketeng				
7	Kebersihan Toilet di objek wisata Lawang Saketeng				

Hasil pengumpulan data kuesioner Kepentingan

No	Pernyataan	Tingkat Kepentingan										Modus
		1	2	3	4	5	6	7	8	100	
1	Kebersihan tempat objek wisata	4	3	4	4	4	4	3	4		4	4
2	Ketersediaan informasi terkait objek wisata	3	3	4	4	4	3	4	3		4	4
3	Kerapihan penataan objek wisata	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4
4	Kerapihan Penampilan karyawan/petugas objek wisata	4	4	4	3	4	4	3	4		4	4
5	Ketersediaan parkir yang luas	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4
6	Ketersediaan Toilet	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4
7	Kebersihan Toilet	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4

Hasil pengumpulan data kuesioner Kepuasan

No	Pernyataan	Responden										Modus
		1	2	3	4	5	6	7	8	100	
1	Kebersihan tempat objek wisata Lawang Saketeng	3	4	3	3	4	2	4	3		3	3
2	Ketersediaan informasi terkait objek wisata Lawang Saketeng	2	2	3	2	4	3	2	2		3	3
3	Kerapihan penataan objek wisata Lawang Saketeng	2	3	3	2	2	4	2	2		3	2
4	Kerapihan Penampilan karyawan/petugas objek wisata Lawang Saketeng	1	2	2	2	2	1	1	2		1	2
5	Ketersediaan parkir yang luas di lokasi wisata Lawang Saketeng	4	4	4	3	4	4	4	3		4	4
6	Ketersediaan Toilet di objek wisata Lawang Saketeng	2	2	2	3	3	2	2	2		1	2
7	Kebersihan Toilet di objek wisata Lawang Saketeng	1	1	1	1	1	1	2	1		1	1

Perhitungan Analisis Gap

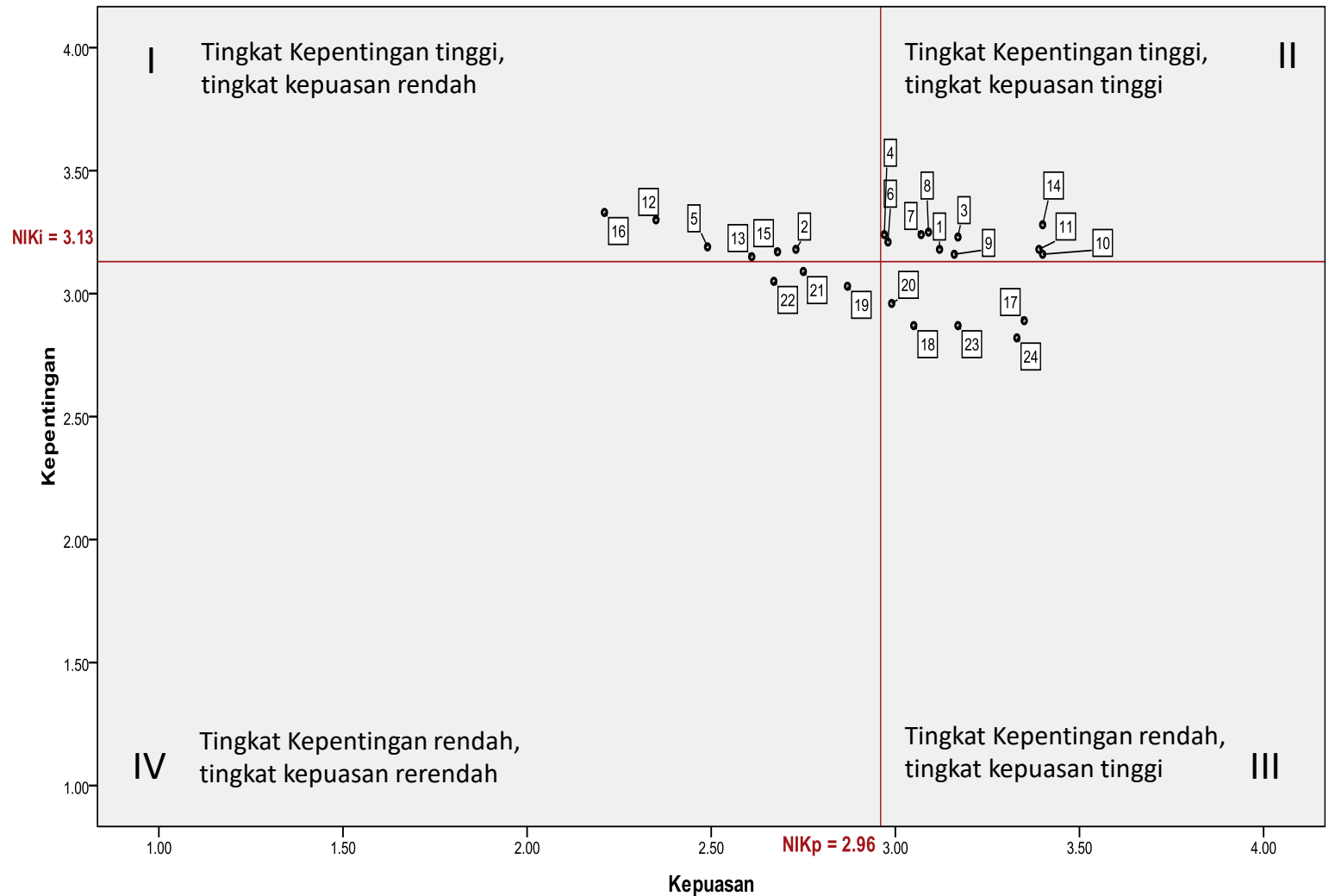
No	Pernyataan	Kepentingan	Kepuasan	Gap
1	Kebersihan tempat objek wisata	4	3	-1
2	Ketersediaan informasi terkait objek wisata	4	3	-1
3	Kerapihan penataan objek wisata	4	2	-2
4	Kerapihan Penampilan karyawan/petugas objek wisata	4	2	-2
5	Ketersediaan parkir yang luas	4	4	0
6	Ketersediaan Toilet	4	2	-2
7	Kebersihan Toilet	4	1	-3

Nilai Gap : negative → masih memerlukan perbaikan

Nilai Gap : nol atau positif → pertahankan pelayanan atau kalau bisa ditingkatkan

Importance & Performance Analysis (IPA)

Memetakan nilai rata-rata kepentingan dan kepuasan untuk setiap item pertanyaan/ pernyataan ke dalam diagram



Terima Kasih
