



SURAT KETERANGAN
MELAKUKAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
No. 010/C.02.01/LPPM/I/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	Jabatan
1	Sri Suci Yuniar, S.T., M.T.	20180504	Tenaga Ahli
2	Dr. Dwi Kurniawan, S.T., M.T.	20040104	Tenaga Ahli
3	Hendro Prasetyo, S.T., M.T.	20020205	Tenaga Ahli

Telah melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat sebagai berikut :

Nama Kegiatan : Sosialisasi Budaya Pelayanan Prima bagi Pengelola
Destinasi Wisata Bumi Perkemahan Cipanten Kabupaten
Majalengka
Tempat : Desa Argalingga, Argapura, Kabupaten Majalengka
Waktu : 14 Desember 2020
Sumber Dana : RKAT Prodi Teknik Industri Tahun Anggaran 2020

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 13 Januari 2021

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

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

LAPORAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



SOSIALISASI BUDAYA PELAYANAN PRIMA BAGI DESTINASI WISATA BUMI PERKEMAHAN CIPANTEN KABUPATEN MAJALENGKA

**Ketua Tim:
Sri Suci Yuniar, ST., MT.**

**Anggota Tim:
Hendro Prasetiyo, ST., MT.
Dr. Dwi Kurniawan, ST., MT.**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI INSTITUT
TEKNOLOGI NASIONAL
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Sosialisasi Budaya Pelayanan Prima Bagi Pengelola Destinasi Wisata Bumi Perkemahan Cipanten Kabupaten Majalengka

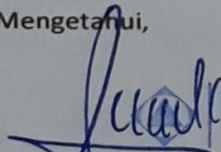
Ketua Tim Pengusul

Nama : Sri Suci Yuniar, S.T.,M.T.
NIP : 120180504
Jabatan/Golongan : Asisten Ahli/III B
Jurusan/Fakultas : Teknik Industri/Fakultas Teknologi Industri
Bidang Keahlian : Teknik Industri
Alamat Kantor : Jl. PH.H. Mustofa No.23, Neglasari, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40124
Alamat Rumah : Jl. Babakan Tarogong No.123 Bandung

Lokasi Kegiatan

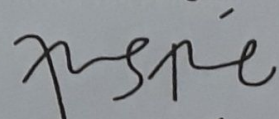
Nama Mitra : Pengelola Destinasi Wisata Bumi Perkemahan Cipanten
Wilayah Mitra : Argalingga
Desa/Kecamatan : Argapura
Kota/Kabupaten : Kabupaten Majalengka
Provinsi : Jawa Barat
Jarak PT Ke Mitra : 206 Km
Mahasiswa yang Terlibat : 3 Orang
Luaran : Modul Sosialisasi dan Publikasi Media Cetak
Waktu Pelaksanaan : 14 Desember 2020 (1 hari)
Total Biaya : Rp. 825.000,-

Mengetahui,


Sugih Arjanto, S.T.,M.M.
NIDN : 0422037203

Bandung, 16 Desember 2020

Ketua Tim Pengusul



Sri Suci Yuniar, S.T.,M.T.

NIDN: 0407069301

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Teknologi Industri ITENAS

Ketua LP2M


Jono Suhartono, S.T.,M.T.PhD.

Iwan Juwana, S.T.,MEM.,PhD

SOSIALISASI BUDAYA PELAYANAN PRIMA BAGI PENGELOLA DESTINASI WISATA BUMI PERKEMAHAN CIPANTEN 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 Bumi Perkemahan Cipanten. Destinasi wisata Bumi Perkemahan Cipanten merupakan suatu kawasan bumi perkemahan yang dikenal sebagai hutan pinus Argalingga. Lokasinya berada Kecamatan Argalingga. Destinasi Wisata Bumi Perkemahan Cipanten merupakan salah satu destinasi wisata favorit masyarakat di wilayah Ciayumajakuning (Cirebon, Indramayu, Majalengka, dan Kuningan). Agar pengunjung wisata yang pernah ke Bumi Perkemahan Cipanten mau berkunjung lagi maka pengelola destinasi wisata Bumi Perkemahan Cipanten harus

menerapkan pelayanan prima kepada pengunjung wisata Bumi Perkemahan Cipanten. Pengunjung destinasi wisata Bumi Perkemahan Cipanten yang puas terhadap pelayanan pengelola wisata akan mempromosikan destinasi wisata Bumi Perkemahan Cipanten dari mulut ke mulut kepada pihak lain. Dengan demikian pengunjung destinasi wisata Bumi Perkemahan Cipanten akan semakin meningkat.

Keinginan pengelola destinasi wisata Bumi Perkemahan Cipanten untuk menerapkan budaya pelayanan prima terkendala kemampuan SDM yang terlibat di dalamnya. Oleh karena itu pihak pengelola destinasi wisata Bumi Perkemahan Cipanten meminta kepada Program Studi Teknik Industri Itenas untuk mensosialisasikan budaya pelayanan prima yang harus dilakukan oleh pengelola destinasi wisata Bumi Perkemahan Cipanten. 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 Bumi Perkemahan Cipanten Kabupaten Majalengka”.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan “Sosialisasi Pelayanan Prima Bagi Pengelola Destinasi Wisata Bumi Perkemahan Cipanten 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 Bumi Perkemahan Cipanten Kabupaten Majalengka”

Nama	Tugas
Sri Suci Yuniar, S.T., MT.	Koordinasi dengan pihak pengelola destinasi wisata, persiapan dan monitoring kegiatan, serta membuat proposal dan laporan kegiatan PKM
Dr. Dwi Kurniawan, ST., MT. Shabrina Febrianita (132018230)	Pembuatan Modul 1. Kepuasan pelanggan
Hendro Prasetyo, ST., MT. Pramudia Moh. Adlin (132018241)	Pembuatan Modul 2. Budaya pelayanan prima
Sri Suci Yuniar, S.T., MT. Grace Ivana Sitepu (132018246)	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 Bumi Perkemahan Cipanten Kabupaten Majalengka”

No.	Item	Rincian	Total Biaya (Rp)
1	Transportasi		350.000
2	Makan siang	(7 peserta + 3 pelaksana) x Rp 20.000	200.000
3	Fotokopi modul peserta	7 peserta x Rp 5.000	35.000
4	Fotokopi dan jilid laporan	2 x @20.000	40.000
5	Publikasi hasil kegiatan		200.000
Total			825.000

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 Bumi
Perkemahan Cipanten Kabupaten
Majalengka”**

DAFTAR HADIR PESERTA

SOSIALISASI BUDAYA PELAYANAN PRIMA BAGI PENGELOLA DESTINASI WISATA BUMI PERKEMAHAN CIPANTEN KABUPATEN MAJALENGKA

SENIN, 14 DESEMBER 2020

NO.	NAMA	ALAMAT	TANDA TANGAN
01	Dudi P	AL GELANGGAL	
02	JAENUDEN		
03	ADAM		
04	ANDRI		
05	SUPRIEN		
06	OBING		
07	SANEN		
08	MUKTAR		
09	CIPU		
10	ADIF		
11	AFENG		
12	Rohman		

BERITA ACARA

TELAH DILAKSANAKAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

NAMA KEGIATAN : SOSIALISASI BUDAYA PELAYANAN
PRIMA BAGI PENGELOLA DESTINASI
WISATA BUMI PERKEMAHAN
CIPANTEN KABUPATEN MAJALENGKA

HARI/TANGGAL : SENIN, 14 DESEMBER 2020

PENYELENGGARA : PRODI TEKNIK INDUSTRI
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
BANDUNG

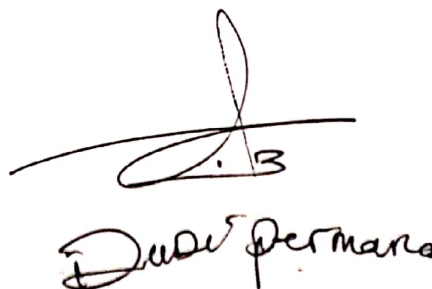
TEMPAT : BUMI PERKEMAHAN CIPANTEN
KABUPATEN MAJALENGKA

MAJALENGKA, 14 DESEMBER 2020



Dudi Permana

PIHAK BUMI PERKEMAHAN CIPANTEN MAJALENGKA



Dudi Permana

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJASAMA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : Gandi Mulyawan, S. Hut
Nama Lembaga : Balai Taman Nasional Gunung Ciremai
Jabatan : Kepala Resor Pemanfaatan Jasa Lingkungan Wisata Alam
Alamat : Jl. Panyingkiran RT/RW : 05/05 Kelurahan Situ,
Kec.Sumedang Utara Kab. Sumedang
Nomor Hp : 081322201841

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya bersedia bekerjasama dengan TIM PKM Mandiri Itenas,

Nama Ketua : Sri Suci Yuniar, ST., MT.
Nama Lembaga : Program Studi Teknik Industri Itenas Bandung
Alamat : Gg. Bojong Asih V No. 19 Bojongloa Kaler Bandung
Nomor Hp : 089527196917

Dalam melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Mandiri Itenas dengan judul :

SOSIALISASI BUDAYA PELAYANAN PRIMA BAGI PENGELOLA DESTINASI WISATA BUMI PERKEMAHAN PANTEN KABUPATEN MAJALENGKA

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

Bandung, 05 Desember 2020

Yang Membuat Pernyataan,



GANDI MULYAWAN, S. Hut

LAMPIRAN 2

**Foto Kegiatan “Sosialisasi Pelayanan
Prima Bagi Pengelola Destinasi Wisata
Bumi Perkemahan Cipanten Kabupaten
Majalengka”**



LAMPIRAN 3

**Modul Kegiatan “Sosialisasi Pelayanan
Prima Bagi Pengelola Destinasi Wisata
Bumi Perkemahan Cipanten Kabupaten
Majalengka”**

KEPUASAN PELANGGAN



Program Studi Teknik Industri
Institut Teknologi Nasional Bandung
2020

DAFTAR ISI

01 Apa Itu Kepuasan Pelanggan?

02 Kenapa Diperlukan Mengukur Kepuasan Pelanggan?

03 Bagaimana 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**

Apa itu Kepuasan Pelanggan?

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?

TIDAK Mengukur
Kepuasan Pelanggan

1

2

TIDAK Dapat
Mengidentifikasi Pelanggan
Tidak Puas

3

Jika TIDAK Tahu Siapa
Yang Tidak Puas?

4

Kita TIDAK dapat
menemukan siapa yang
pergi dan mengapa
mereka tidak puas

5

Jika pelanggan pergi
dengan cepat daripada
adanya pelanggan baru?



Bisnis
Gagal

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

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?*

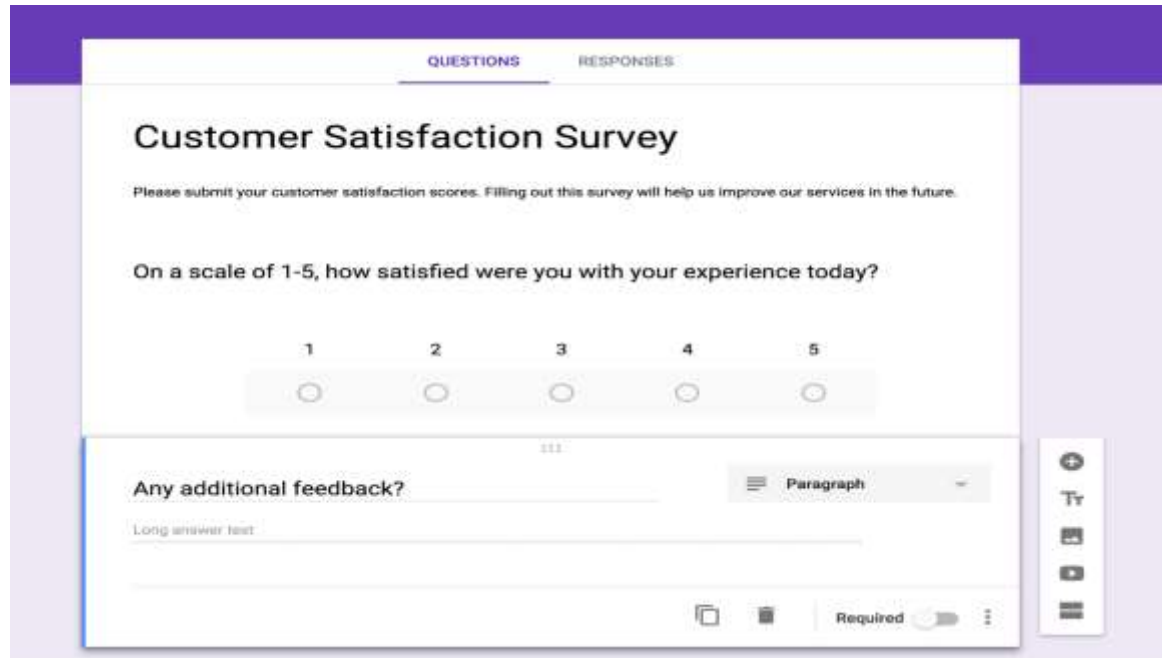
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Not likely at all

Neutral

Extremely likely

CONTOH SURVEY KEPUASAN PELANGGAN (4)



The image shows a digital form editor for a "Customer Satisfaction Survey". The interface has a purple header bar with two tabs: "QUESTIONS" (active) and "RESPONSES". The survey title is "Customer Satisfaction Survey". Below the title is a subtext: "Please submit your customer satisfaction scores. Filling out this survey will help us improve our services in the future." The main question is "On a scale of 1-5, 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. At the bottom of the form is a text input field labeled "Any additional feedback?". To the right of the text field is a dropdown menu currently set to "Paragraph". Below the text field is a "Long answer text" label. At the bottom right of the form are icons for adding new questions, deleting questions, and a "Required" toggle switch which is currently turned on. A vertical toolbar on the right side of the editor contains icons for adding new questions, deleting questions, and a "Required" toggle switch.

QUESTIONS RESPONSES

Customer Satisfaction Survey

Please submit your customer satisfaction scores. Filling out this survey will help us improve our services in the future.

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

1 2 3 4 5

Any additional feedback?

Paragraph

Long answer text

Required

CUSTOMER LOYALTY

```
graph TD; CL(CUSTOMER LOYALTY) --- S(SATISFACTION); CL --- SE(SERVICE); CL --- SUP(SUPPORT); CL --- FB(FEEDBACK); CL --- Q(QUALITY); CL --- R(REWARD); S --> Q; Q --> FB; FB --> SUP; SUP --> SE; SE --> S; R --> CL;
```

A hand-drawn diagram on a white surface. At the top center is a rounded rectangle containing the words 'CUSTOMER LOYALTY'. To its left is a simple smiley face with two dots for eyes and a red curved line for a mouth. To its right is a blue telephone handset with a white cord. Below the central box are five other terms: 'SATISFACTION' (with a yellow trophy icon), 'SERVICE' (with a green checkmark icon), 'SUPPORT' (with a brown shopping cart icon), 'FEEDBACK' (with a yellow trophy icon), and 'QUALITY' (with a green checkmark icon). Arrows connect these terms in a circular flow: from 'SATISFACTION' to 'QUALITY', 'QUALITY' to 'FEEDBACK', 'FEEDBACK' to 'SUPPORT', 'SUPPORT' to 'SERVICE', and 'SERVICE' back to 'SATISFACTION'. Additionally, an arrow points from 'REWARD' (with a yellow trophy icon) directly to the central 'CUSTOMER LOYALTY' box. Several hands are visible around the diagram, holding markers and pointing at different parts.



SATISFACTION



REWARD

SERVICE

QUALITY



FEEDBACK



SUPPORT



Program Studi Teknik Industri
Institut Teknologi Nasional - Bandung

- 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

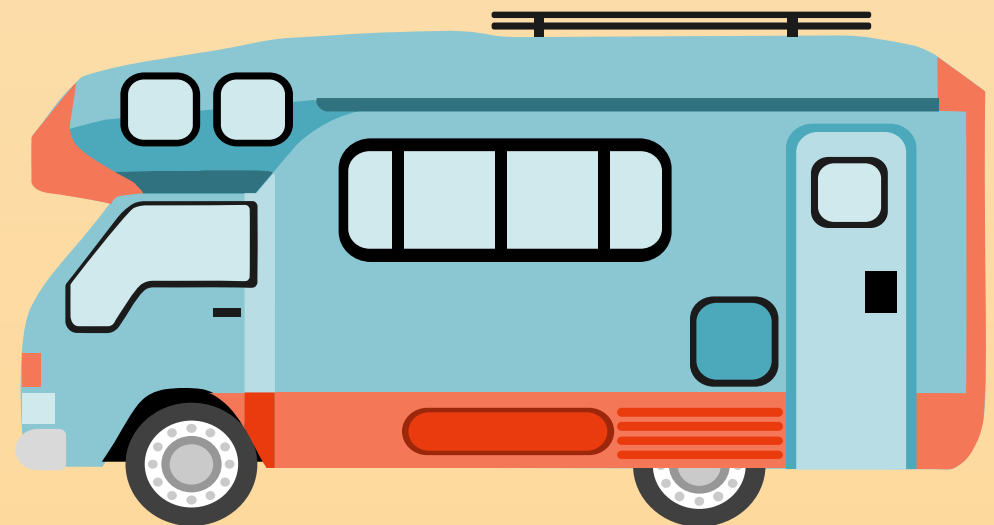


Sosialisasi Budaya Pelayanan Prima



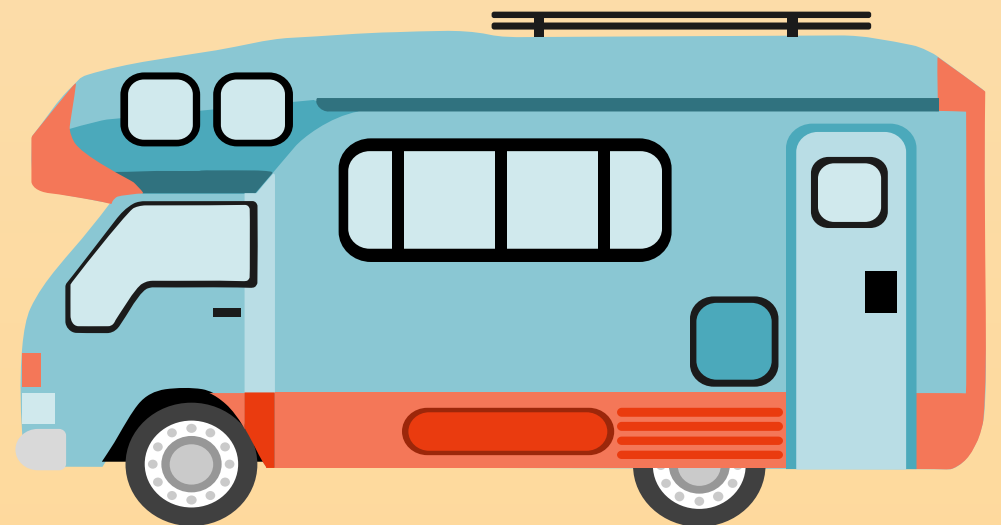
- ❑ Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan dalam perekonomian di suatu wilayah. Kontribusi sektor pariwisata antara lain sebagai penyumbang pendapatan wilayah dan penciptaan lapangan kerja. Pariwisata dapat menjadi salah satu sektor untuk menghasilkan tingkat perekonomian di suatu wilayah karena rentan terhadap krisis.
- ❑ Salah satu tempat wisata yang sedang dikembangkan adalah Bumi Perkemahan Cipanten. Destinasi wisata Bumi Perkemahan Cipanten merupakan suatu kawasan bumi perkemahan yang dikenal sebagai hutan pinus Argalingga.

Pelayanan Sebagai Komponen Produk Wisata



- ❑ Agar pengunjung wisata yang pernah ke Bumi Perkemahan Cipanten mau berkunjung lagi maka pengelola destinasi wisata Bumi Perkemahan Cipanten harus menerapkan **pelayanan prima** kepada pengunjung wisata Bumi Perkemahan Cipanten.
- ❑ Pengunjung destinasi wisata Bumi Perkemahan Cipanten yang puas terhadap pelayanan pengelola wisata akan mempromosikan destinasi wisata Bumi Perkemahan Cipanten dari mulut ke mulut kepada pihak lain.

Pelayanan Sebagai Komponen Produk Wisata



Pelayanan Sebagai Komponen Produk Wisata

Permasalahan utama dalam pembangunan kepariwisataan



- ☐ Bagaimana wisatawan bisa datang ke objek wisata?
- ☐ Bagaimana wisatawan yang telah datang merasa puas dan mau untuk datang lagi ke objek wisata tersebut?



Pelayanan Sebagai Komponen Produk Wisata

**Guess!
What!**

- ☐ Apa yang disukai pelanggan?
- ☐ Apa perlakuan yang membuat bahagia?
- ☐ Bagaimana seharusnya kita meningkatkan pelayanan?

Semua dilakukan karena :

**“PELANGGAN YANG MENENTUKAN
BISNIS PARIWISATA DAPAT TERUS
HIDUP”**



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 kemampuan, perasaan dan keterampilan yang dimilikinya sehingga tercapai tujuan yaitu kepuasan yang dirasakan oleh orang yang dilayani.





reliable
discuss options
respectful
accessible
service
excellence
knowledgeable
approachable
communication
support identify solutions

student-centred

collaborate

welcoming

equitable

timely

friendly

empathetic

helpful

hands-on

respectful

procedure

pride

dependable

inclusive

determine needs

through

close-knit

native

courteous

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 Pelanggan
Secara Memuaskan**

Pelayanan Prima



Sektor pariwisata, yang karakteristik usahanya lebih banyak **bersifat jasa**, maka **peran 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 (wisatawan).

Pelayanan Prima



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

- ❑ Tamu/pengunjung (wisatawan) merasa bahwa kebutuhan dan kepuasannya tidak dapat dipenuhi secara optimal hanya dengan memperoleh produk-produk yang bersifat nyata tersebut di atas, 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 pertunjukan hiburan tersebut



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 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/vcekatan 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)

Perilaku 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 konsumen
- ❑ Jasa eksplisit (*explicit services*), yaitu keuntungan atau nilai tambah yang dapat dirasakan langsung oleh konsumen dan terdiri dari nilai intrinsik dan essential dari jasa
- ❑ Jasa implisit (*implicit services*), yaitu keuntungan atau nilai tambah psikologis yang dirasakan konsumen 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



A background image showing the torso and hands of a person in a dark blue or black pinstriped suit. The person is wearing a dark tie with light-colored horizontal stripes. Their hands are clasped together in front of them, and a silver-toned metal watch is visible on their left wrist. The background is a light, neutral color.

Enam kriteria kualitas pelayanan yang baik !

- 1. Terampil dan profesional**
- 2. Perilaku dan sikap**
- 3. Kemudahan dan fleksibilitas**
- 4. Keterandalan dan kepercayaan**
- 5. Upaya memperbaiki**
- 6. Reputasi dan kredibilitas**

FREE POWERPOINT TEMPLATES

FROM 123PPT.COM

Bagaimana cara untuk meningkatkan kemampuan 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 orang lain, seperti; mendapat hadiah, ucapan selamat atau bantuan dari orang lain.
- ❑ Melatih diri untuk menjadi pendengar yang baik, apabila tamu bercerita tentang dirinya dan lain-lain
- ❑ Memberi informasi apabila ada keterlambatan pelayanan, dengan alasan yang tepat dan logis di mata tamu/ pengunjung
- ❑ 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 :

- **Memberikan perhatian yang cukup**
- **Memahami kebutuhan dasar dari parawi satawan(bantuan, respek, keamanan, kenyamanan)**
- **Mendengarkan secara trampil**
- **Mengantisipasi kebutuhan wisatawan**
- **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



Penerapan Budaya Pelayanan Prima Bagi Pengelola Destinasi Wisata Bumi Perkemahan Cipanten Kabupaten Majalengka

**Program Studi Teknik Industri
Institut Teknologi Nasional Bandung
2020**

Pelanggan

**Peningkatan
Kepuasan
Pelanggan
Merupakan
Tujuan Utama
Perusahaan**

**sentral bagi
pelayan di
Restoran
Gunung Tengah**

**individu yang
bersedia
mengeluarkan
cost untuk
mendapatkan
produk/ layanan**





**Profit &
Kredibilitas**

**Kepuasan
pelanggan**

**Pelayanan
Prima**

Pelayanan

Pelayanan

- Membantu menyiapkan apa yang diperlukan seseorang

Wisata Bumi Perkemahan

- Melayani pelanggan adalah menyiapkan/ mengurus yang diperlukan pelanggan saat akan camping
- Memberikan informasi secara jelas mengenai fasilitas yang ada di wisata bumi perkemahan

proses pelayanan

- interaksi antara pelanggan dan pelayan
- diharapkan seluruh keperluan mulai dari pelanggan datang sampai meninggalkan restoran perlu disiapkan

Pelayanan Prima



Apakah saya tahu visi, misi, dan nilai, serta kebijakan **Wisata Bumi Perkemahan**?

Apakah target perusahaan yang harus saya capai berkaitan dengan pelayanan?

Apakah yang saya lakukan sesuai dengan yang harus saya lakukan?

Tahap membentuk budaya prima

- 1. Sosialisasi visi-misi (bila ada) dan nilai serta kebijakan Wisata Bumi Perkemahan
- 2. Menetapkan tolok ukur dari kinerja pelayanan
- 3. Mengukur tingkat pelayanan
- 4. Evaluasi pengukuran untuk menetapkan tindak lanjut hasil pengukuran



TERIMA KASIH