

## Workshop Pelayanan Prima untuk Meningkatkan Kinerja dan Loyalitas Bagi Staf di Pacific Palace Hotel Batam

Devid Trinaldo Simatupang <sup>1</sup>, Okki Kurnia<sup>2</sup>, Haufi Sukmamedian <sup>3</sup>, Prisila Natacia Suciadi <sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Program Studi Manajemen Devisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam

Penulis Korespondensi : Devid Trinaldo Simatupang  
E-mail : devid.simatupang@gmail.com

Diterima: 10 Desember 2024| Direvisi: 30 Desember 2024| Disetujui: 10 Januari 2025

### Abstrak

Kegiatan PKM ini menjadi inspirasi bagi staf Hotel Pacific agar memiliki kinerja dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan menyajikan produk yang bermutu tinggi, sedangkan bagi usaha pelayanan prima diberikan dalam bentuk pelayanan yang maksimal demi kepuasan pelanggan. Pelayanan prima atau disebut juga excellent service mengedepankan kepuasan pelanggan di atas segalanya. Jika pelayanan perusahaan sudah memberi kesan yang bagus kepada konsumen maka tidak menutup kemungkinan perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari promosi gratis mulut ke mulut. Dengan adanya pemahaman tentang pelayanan prima, staf Hotel Pacific Palace dapat mempersiapkan diri untuk bekerja di industri perhotelan yang semakin kompetitif dalam hal pelayanan. Mereka dapat meningkatkan kinerja dan keterampilan yang relevan dengan menaikkan standar suatu hotel. Kegiatan ini melibatkan mahasiswa dan dosen dalam menjalankan tri dharma.

**Kata kunci:** Pengabdian; Pelayanan Prima; Hotel; Kinerja; Loyalitas.

### Abstract

This PKM activity is carried out to make lecturers and students together with the community together to find the best solutions that can answer the problems experienced by hotel staff in improving excellent service as an action or effort made by a particular company or organization to provide maximum service with the aim that customers or the community can get satisfaction with the service provided. This PKM activity is an inspiration for Pacific Hotel staff that have the performance to provide customer services and present high-quality products, while for the excellent service business, it is given in the form of maximum service for customer satisfaction. With an understanding of excellent service, Pacific Palace Hotel staff can prepare themselves to work in the increasingly competitive hospitality industry in terms of service. They can improve their performance and relevant skills by raising the standards of a hotel. This activity consists of students and lecturers in carrying out their tri dharma.

**Keywords:** Devotion; Excellent Service; Hotel; Performance; Loyalty.

## PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, khususnya di sektor perhotelan, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan sebuah usaha (Kansakar et al., 2019). Hotel Pacific Palace Batam, sebagai salah satu ikon akomodasi di wilayah Batam, tentu memiliki komitmen tinggi untuk memberikan pelayanan terbaik kepada para tamu. Namun demikian, peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan merupakan suatu keharusan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan kepuasan pelanggan (Addis et al., 2024) dan (Sutariyono et al., 2020).

Salah satu kunci keberhasilan dalam memberikan pelayanan prima adalah kualitas sumber daya manusia, khususnya para staf yang berinteraksi langsung dengan tamu. Staf yang memiliki kompetensi, motivasi, dan loyalitas tinggi akan mampu

memberikan pelayanan yang memuaskan, sehingga berdampak positif pada kepuasan tamu dan reputasi hotel (Simatupang, D.T., & Pandiangan E, 2022).

Melihat pentingnya peran staf dalam memberikan pelayanan prima, maka kami berinisiatif untuk menyelenggarakan Workshop Pelayanan Prima untuk Meningkatkan Kinerja dan Loyalitas Bagi Staf di Pacific Palace Hotel Batam. Workshop ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi dan motivasi staf dalam memberikan pelayanan yang berkualitas, serta memperkuat rasa memiliki dan loyalitas terhadap perusahaan.

Dilihat dari kata prima yang berarti sangat baik maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengertian pelayanan prima secara umum adalah sebuah pelayanan yang diberikan oleh seseorang atau suatu organisasi perusahaan dengan sangat baik (Comerio & Strozzi, 2019)) Menurut Suwithi dalam (Frimayasa & Administrasi, 2017) pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun eksternal berdasarkan standard dan prosedur pelayanan.

Pelayanan prima atau disebut juga excellent service mengedepankan kepuasan pelanggan di atas segalanya (Gustavo et al., 2022). Jika pelayanan perusahaan sudah memberi kesan yang bagus kepada konsumen maka tidak menutup kemungkinan perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari promosi gratis mulut ke mulut (Han et al., 2021). Organisasi atau perusahaan seringkali menganggap hal sepele terkait pelayanan yang diberikan, karena berasumsi bahwa yang terpenting adalah kualitas produk atau jasa saja (Kabadayi et al., 2019). Padahal mengabaikan pelayanan kepada konsumen merupakan suatu kesalahan besar (Kansakar et al., 2019).

Pelayanan prima adalah suatu konsep pemberian layanan yang melebihi ekspektasi pelanggan. Ini bukan hanya tentang memenuhi kebutuhan dasar pelanggan, tetapi juga tentang memberikan pengalaman yang positif, berkesan, dan membuat pelanggan merasa dihargai (Law et al., 2021). Dengan kata lain, pelayanan prima adalah upaya untuk memberikan layanan terbaik yang mungkin kepada pelanggan (Reis et al., 2020). Pelayanan prima berarti memberikan layanan yang melebihi ekspektasi pelanggan (Simatupang et al., 2024). Ini melibatkan:

- **Keramahan dan Kesopanan:** Menyapa pelanggan dengan ramah, bersikap sopan, dan menunjukkan empati.
- **Kecepatan dan Efisiensi:** Melayani pelanggan dengan cepat dan efisien tanpa mengorbankan kualitas.
- **Keakuratan dan Ketelitian:** Memberikan informasi yang akurat dan lengkap, serta menyelesaikan tugas dengan cermat.
- **Keandalan dan Konsistensi:** Memberikan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan, sehingga pelanggan merasa aman dan nyaman.
- **Kemampuan Beradaptasi:** Mampu menyesuaikan layanan dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan yang beragam.
- **Komunikasi yang Efektif:** Berkomunikasi dengan jelas, mudah dipahami, dan responsif terhadap pertanyaan pelanggan.

Pelayanan prima itu penting karena memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap keberhasilan suatu bisnis (Said, 2023). Pelayanan prima adalah kunci untuk membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pelanggan. Berikut adalah beberapa alasan mengapa pelayanan prima sangat penting (Shani et al., 2023):

- **Meningkatkan Loyalitas Pelanggan:** Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima cenderung menjadi pelanggan setia dan akan kembali lagi untuk menggunakan produk atau jasa Anda.
- **Memperkuat Reputasi Bisnis:** Pelayanan prima yang konsisten akan

membangun reputasi positif bagi bisnis Anda. Pelanggan yang puas akan merekomendasikan bisnis Anda kepada orang lain, sehingga bisnis Anda akan semakin dikenal dan dipercaya (Limna, 2022).

- **Membedakan Bisnis dari Kompetitor:** Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, pelayanan prima menjadi salah satu faktor pembeda yang dapat membuat bisnis Anda menonjol.
- **Meningkatkan Pendapatan:** Pelanggan yang puas cenderung membeli lebih banyak produk atau layanan dari bisnis yang sama. Selain itu, mereka juga cenderung untuk mencoba produk atau layanan baru yang ditawarkan oleh bisnis tersebut.
- **Menarik Pelanggan Baru:** Pelayanan prima yang baik akan menjadi daya tarik bagi pelanggan baru untuk mencoba produk atau jasa Anda.
- **Meningkatkan Produktivitas Karyawan:** Ketika karyawan merasa dihargai dan memiliki kesempatan untuk memberikan pelayanan terbaik, mereka akan merasa lebih termotivasi dan produktif.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi beberapa aspek penting yang dirancang untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan staf dalam memberikan pelayanan prima. Selain itu pengabdian ini juga bertujuan untuk meningkatkan motivasi dan semangat kerja staf serta memperkuat rasa memiliki dan loyalitas staf terhadap perusahaan. Selain itu pengabdian ini juga ingin meningkatkan kualitas pelayanan hotel secara keseluruhan. Singkatnya, pelayanan prima adalah investasi jangka panjang yang akan memberikan keuntungan yang besar bagi bisnis Anda. Ada banyak manfaat yang didapat ketika sebuah hotel memberikan pelayanan prima kepada pelanggannya. Sebaliknya jika sebuah hotel tidak menerapkan pelayanan prima terhadap pelanggannya maka kesempatan untuk meningkatkan jumlah penjualan bisa jadi akan hilang. Jika pelanggan tidak merasa puas akan pelayanan yang diberikan maka kesempatan untuk repurchase akan sangat kecil. Pelayanan prima memiliki banyak manfaat bagi bisnis. Berikut beberapa manfaat utama yang bisa didapatkan jika menerapkan pelayanan prima:

- **Meningkatkan Loyalitas Pelanggan:** Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima cenderung menjadi pelanggan setia. Mereka akan lebih sering kembali dan membeli produk atau jasa Anda.
- **Memperkuat Reputasi Merek:** Pelayanan prima yang konsisten akan membangun reputasi positif bagi merek Anda. Pelanggan yang puas akan merekomendasikan bisnis Anda kepada orang lain, sehingga secara tidak langsung Anda mendapatkan promosi gratis.
- **Membedakan Bisnis:** Dalam persaingan bisnis yang ketat, pelayanan prima menjadi salah satu faktor pembeda yang signifikan. Pelanggan akan memilih bisnis Anda karena kualitas pelayanan yang Anda berikan.
- **Meningkatkan Pendapatan:** Pelanggan yang puas cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk produk atau jasa Anda. Selain itu, mereka juga cenderung mencoba produk atau jasa baru yang Anda tawarkan.

- **Menarik Pelanggan Baru:** Reputasi yang baik karena pelayanan prima akan menarik pelanggan baru untuk mencoba produk atau jasa Anda.
- **Meningkatkan Produktivitas Karyawan:** Karyawan yang memberikan pelayanan prima cenderung merasa lebih puas dengan pekerjaan mereka. Hal ini dapat meningkatkan produktivitas dan semangat kerja mereka.
- **Mengurangi Biaya Operasional:** Pelanggan yang puas cenderung lebih loyal dan kurang sering mengajukan keluhan. Hal ini dapat mengurangi biaya yang terkait dengan penanganan keluhan pelanggan.

Singkatnya, pelayanan prima adalah investasi jangka panjang yang akan memberikan banyak keuntungan bagi sebuah bisnis. Pelayanan prima terdiri dari beberapa elemen penting yang saling berkaitan dan berkontribusi pada pengalaman pelanggan yang positif. Elemen-elemen ini menjadi fondasi dalam memberikan layanan yang melebihi ekspektasi pelanggan. Untuk mencapai pelayanan prima, dibutuhkan beberapa elemen penting yang saling terkait. Berikut adalah elemen-elemen kunci yang perlu diperhatikan:

1. **Keramahan (Friendliness):**
  - Menyambut pelanggan dengan hangat dan senyum.
  - Menggunakan bahasa yang sopan dan santun.
  - Menunjukkan sikap positif dan antusias.
2. **Kesabaran (Patience):**
  - Mendengarkan keluhan atau pertanyaan pelanggan dengan sabar.
  - Menjelaskan hal-hal yang rumit dengan bahasa yang mudah dipahami.
  - Tidak terburu-buru dalam menyelesaikan masalah.
3. **Kecepatan (Speed):**
  - Menangani permintaan pelanggan dengan cepat dan efisien.
  - Menghindari penundaan yang tidak perlu.
4. **Keakuratan (Accuracy):**
  - Memberikan informasi yang benar dan akurat kepada pelanggan.
  - Menghindari kesalahan dalam transaksi atau pelayanan.
5. **Kustomisasi (Customization):**
  - Menyesuaikan pelayanan dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing pelanggan.
  - Memberikan sentuhan personal dalam pelayanan.
6. **Keandalan (Reliability):**
  - Memberikan pelayanan yang konsisten dan dapat diandalkan.
  - Menepati janji dan komitmen.
7. **Tanggung Jawab (Responsiveness):**
  - Bertanggung jawab atas kesalahan yang terjadi.
  - Memberikan solusi yang memuaskan bagi pelanggan.
8. **Empati (Empathy):**
  - Memahami perasaan dan perspektif pelanggan.
  - Menunjukkan kepedulian terhadap masalah yang dihadapi pelanggan.

Selain delapan elemen di atas, ada beberapa elemen tambahan yang juga penting, seperti :

- **Penampilan:** Penampilan yang rapi dan profesional dapat memberikan kesan positif kepada pelanggan.
- **Pengetahuan Produk:** Pemahaman yang mendalam tentang produk atau

layanan yang ditawarkan.

- **Inisiatif:** Proaktif dalam membantu pelanggan dan mengantisipasi kebutuhan mereka.
- **Kerjasama Tim:** Bekerja sama dengan rekan kerja untuk memberikan pelayanan yang terbaik.

Setiap elemen pelayanan prima saling berkaitan dan berkontribusi pada pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Dengan menggabungkan semua elemen ini, kita dapat menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi pelanggan dan membangun loyalitas yang kuat. Penerapan pelayanan prima di lingkungan hotel dapat meningkatkan kepuasan tamu, membangun loyalitas, dan meningkatkan reputasi hotel. Dengan memberikan pengalaman yang positif dan berkesan, hotel dapat menarik lebih banyak tamu dan meningkatkan pendapatan. Pelayanan prima di hotel sangat krusial karena menjadi penentu kepuasan tamu dan reputasi hotel itu sendiri. Contoh Penerapan Pelayanan Prima di Hotel:

#### □ **Proses Check-in:**

- **Sambutan Hangat:** Tamu disambut dengan senyum ramah dan sapaan yang personal, misalnya, "Selamat datang, Bapak/Ibu [nama tamu]. Semoga menginap Anda menyenangkan."
- **Proses Cepat dan Efisien:** Proses check-in dilakukan dengan cepat dan efisien, dengan formulir yang sudah disiapkan sebelumnya.
- **Upgrade Kamar (jika tersedia):** Menawarkan upgrade kamar sebagai bentuk apresiasi atau untuk merayakan momen spesial tamu.
- **Minuman Selamat Datang:** Menyediakan minuman selamat datang saat tamu tiba di kamar.

#### **Pelayanan Kamar:**

- • **Kebersihan Kamar:** Kamar selalu dalam kondisi bersih dan rapi.
- **Perlengkapan Kamar Lengkap:** Semua perlengkapan kamar tersedia lengkap dan berfungsi dengan baik.
- **Respon Cepat terhadap Permintaan:** Permintaan tamu, seperti tambahan handuk atau bantal, ditanggapi dengan cepat.
- **Personal Touch:** Menyediakan catatan kecil atau hadiah kecil untuk tamu yang sedang merayakan ulang tahun atau hari jadi.

#### **Restoran dan Bar:**

- • **Rekomendasi Menu:** Staf restoran memberikan rekomendasi menu yang sesuai dengan selera tamu.
- **Pelayanan yang Ramah:** Pelayan selalu siap membantu dan menjawab pertanyaan tamu.
- **Perhatian terhadap Detail:** Makanan disajikan dengan tampilan yang menarik dan sesuai dengan standar kebersihan.
- **Opsi Makanan Khusus:** Menyediakan opsi makanan khusus untuk tamu dengan alergi atau diet tertentu.

#### **Fasilitas Hotel:**

- • **Pemeliharaan Fasilitas:** Semua fasilitas hotel, seperti kolam renang, gym, dan spa, selalu dalam kondisi baik dan bersih.
- **Aktivitas Tambahan:** Menyediakan berbagai aktivitas menarik bagi tamu, seperti kelas yoga, tur lokal, atau permainan.

- **Aksesibilitas:** Memastikan semua fasilitas mudah diakses oleh semua tamu, termasuk tamu dengan kebutuhan khusus.

#### **Pengelolaan Keluhan:**

- • **Tanggapan Cepat:** Keluhan tamu ditanggapi dengan cepat dan serius.
- **Solusi yang Memuaskan:** Menawarkan solusi yang memuaskan bagi tamu yang mengeluh.
- **Follow-up:** Melakukan follow-up untuk memastikan tamu puas dengan solusi yang diberikan.

Penerapan pelayanan prima di lingkungan hotel dapat meningkatkan kepuasan tamu, membangun loyalitas, dan meningkatkan reputasi hotel. Dengan memberikan pengalaman yang positif dan berkesan, hotel dapat menarik lebih banyak tamu dan meningkatkan pendapatan. Untuk pelayanan pendukung perusahaan harus mampu menemukan value (nilai) yang dapat diberikan kepada pelanggan. Karena pelayanan ini yang akan membuat sebuah perusahaan berbeda dengan kompetitor lainnya. Pelayanan prima memiliki banyak bentuk dan menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Berikut adalah beberapa jenis pelayanan prima yang umum ditemukan di lingkungan hotel:

#### **1. Core Service (Pelayanan Utama)**

Jenis pelayanan core service merupakan pelayanan yang menawarkan produk atau jasa utamanya kepada pelanggan. Perusahaan secara langsung memberikan penawaran terbaiknya untuk jasa atau produk yang dijual.

#### **2. Facilitating Service (Pelayanan Fasilitas)**

Pelayanan fasilitas ini merupakan pelayanan tambahan yang disediakan oleh pihak perusahaan. Pelayanan fasilitas wajib ada untuk mendukung pelayanan prima di sebuah perusahaan. Misalnya pelayanan satpam, pelayanan customer service dan sebagainya.

#### **3. Supporting Service (Pelayanan Pendukung)**

Untuk pelayanan pendukung perusahaan harus mampu menemukan value (nilai) yang dapat diberikan kepada pelanggan. Karena pelayanan ini yang akan membuat sebuah perusahaan berbeda dengan kompetitor lainnya.

## **METODE**

Dengan strategi yang tepat, peningkatan pemahaman tentang pelayanan prima dapat memberikan manfaat bagi staf Pacific Palace Hotel Batam dalam meningkatkan diri untuk meningkatkan pelayanan di industri perhotelan modern. Khalayak sasaran dari pelaksanaan pengabdian pelatihan pelayanan prima ini adalah staf Pacific Palace Hotel Batam di setiap departemen pelayanan di operasional hotel: Staf Pacific Palace Hotel Batam yang berasal dari departemen lainnya seperti accounting dan marketing juga dapat menjadi target peningkatan pelayanan tentang pelayanan prima. Dikarenakan Pacific Palace Hotel Batam adalah pilihan yang tepat bagi wisatawan yang mencari hotel unik dengan fasilitas lengkap dan layanan prima di Batam, maka para staff di hotel ini harus mampu menawarkan pengalaman menginap yang nyaman dan menyenangkan dengan desain kapal laut yang menarik sebagai keunggulan dan daya tarik untuk para tamunya. Peningkatan pemahaman mereka tentang pelayanan prima dapat memperluas wawasan mereka dalam bidang pelayanan ini.

Dalam melakukan workshop tentang peningkatan pemahaman pelayanan prima kepada staf Pacific Palace Hotel Batam, berikut adalah beberapa metode

kegiatan yang dilakukan:

#### 1. Tahap Persiapan:

Kerjasama dengan Hotel: Membangun komunikasi dan kerjasama yang baik dengan manajemen Pacific Palace Hotel Batam untuk menentukan kebutuhan dan target peserta workshop.

Penyusunan Materi: Merancang materi workshop yang relevan dan menarik dengan fokus pada peningkatan kualitas layanan, keterampilan, dan motivasi staf. Materi mencakup:

- Prinsip-prinsip pelayanan prima
- Teknik komunikasi efektif
- Penanganan keluhan tamu
- Keterampilan interpersonal
- Motivasi dan etika kerja
- Penerapan teknologi dalam pelayanan

#### 2. Tahap Pelaksanaan:

Pembukaan Workshop: Membuka workshop dengan sambutan dari pihak hotel dan tim pengabdian masyarakat, menjelaskan tujuan dan manfaat workshop.

Penyampaian Materi: Narasumber menyampaikan materi workshop dengan metode ceramah interaktif, diskusi, dan tanya jawab.

Praktik dan Simulasi: Melakukan sesi praktik dan simulasi untuk mengasah keterampilan staf dalam menerapkan prinsip-prinsip pelayanan prima.

Evaluasi dan Umpan Balik: Melakukan evaluasi dan umpan balik terhadap materi dan pelaksanaan workshop untuk mendapatkan masukan dan perbaikan.

Penutup: Menutup workshop dengan pemberian sertifikat kepada peserta dan sesi foto bersama.

#### 3. Tahap Pasca Workshop:

Monitoring dan Evaluasi: Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap dampak workshop terhadap kinerja dan loyalitas staf Pacific Palace Hotel Batam.

Pendampingan: Memberikan pendampingan dan konsultasi kepada staf hotel dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama workshop.

Dokumentasi: Mendokumentasikan kegiatan workshop untuk bahan evaluasi dan pelaporan.

#### 4. Metode Pembelajaran

Ceramah Interaktif: Narasumber menyampaikan materi dengan metode ceramah yang interaktif, melibatkan peserta dalam diskusi dan tanya jawab.

Studi Kasus: Menganalisis studi kasus terkait pelayanan prima di industri perhotelan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan peserta.

### Langkah-Langkah Kegiatan

Adapun langkah-langkah kegiatan yang dilakukan adalah pendampingan secara intensif dengan tahapan sebagai berikut:

1. Memberikan penjelasan tentang keilmuan pelayanan prima
2. Memberikan penjelasan tentang elemen-elemen penting dalam pelayanan prima
3. Motivasi langsung terhadap peserta
4. Praktek cara memberikan salam, berinteraksi dengan tamu sampai dengan menyelesaikan masalah dengan tamu dalam pelayanan prima.

### Faktor Pendukung dan Penghambat

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan dan hasil kegiatan dapat diidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan program pengabdian pada masyarakat ini. Secara garis besar faktor pendukung dan penghambat tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1) Faktor Pendukung

- a. Keikutsertaan dosen-dosen dan mahasiswa di program studi *Room Division Management*, Politeknik Pariwisata Batam.
- b. Antusiasme dari peserta yang terdiri dari staf Pacific Palace Hotel Batam

#### 2) Faktor Penghambat

- a. Peserta pelatihan masih ada yang belum bisa mengikuti secara penuh pelaksanaan pelatihan ini.

Keterbatasan waktu untuk pelaksanaan pelatihan sehingga beberapa materi tidak dapat disampaikan secara detail.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelayanan prima adalah pendekatan komprehensif dalam layanan pelanggan yang berupaya menghadirkan pengalaman bernilai tinggi dan berkesan dalam setiap interaksi (Hakim et al., 2024). Tidak hanya sekadar memenuhi kebutuhan tamu, pelayanan prima juga bertujuan untuk memberikan lebih dari yang diharapkan sehingga menciptakan pengalaman positif dan mendalam bagi tamu. Dalam praktiknya, konsep pelayanan prima melibatkan berbagai elemen seperti perhatian terhadap detail, pemahaman kebutuhan unik pelanggan, serta respon cepat dan tepat untuk setiap permintaan atau keluhan.



**Gambar 1:** Demonstrasi cara memberikan pelayanan prima dalam memberi petunjuk kepada tamu hotel

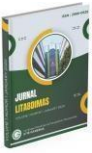
Tujuan utama dari adanya konsep pelayanan prima adalah memastikan bahwa setiap interaksi dengan pelanggan berjalan sebaik mungkin. Ketika pelanggan merasa didengar, dihargai, dan dilayani dengan penuh perhatian, mereka cenderung mengembangkan loyalitas terhadap perusahaan. Loyalitas ini bukan hanya soal kesetiaan pada produk atau layanan, tetapi juga pada pengalaman menyeluruh yang mereka rasakan. Dalam jangka panjang, pelayanan prima dapat membantu membangun citra positif perusahaan, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta mendorong rekomendasi positif dari mulut ke mulut.

Tujuan utama dari pelayanan prima adalah menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan mendalam, yang pada akhirnya menghasilkan loyalitas yang kuat terhadap perusahaan. Melalui pelayanan prima, perusahaan bertujuan membangun hubungan kokoh dengan pelanggan yang tidak hanya mendorong kepuasan tetapi juga mengurangi risiko perpindahan ke kompetitor. Berikut beberapa tujuan spesifik dari penerapan pelayanan prima seperti meningkatkan kepuasan pelanggan melalui interaksi positif. Interaksi yang menyenangkan dan solutif menjadi komponen penting dalam membangun persepsi positif terhadap perusahaan. Dengan memberikan layanan yang cepat, responsif, dan relevan, perusahaan menciptakan pengalaman pelanggan yang bernilai, di mana mereka merasa dihargai dan diprioritaskan.



**Gambar 2:** Pemberian materi workshop pelayanan prima kepada staf Pacific Hotel

Kepuasan pelanggan ini membangun dasar loyalitas jangka panjang dan meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali bertransaksi atau bahkan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Selain itu pelayanan prima juga mampu mengurangi churn rate. Tingkat pelanggan yang berhenti menggunakan layanan (churn rate) adalah tantangan bagi perusahaan. Pelayanan prima berperan besar dalam mengurangi churn dengan memperkuat hubungan emosional antara pelanggan dan perusahaan. Ketika pelanggan merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang konsisten, mereka akan cenderung bertahan meskipun ada pesaing yang menawarkan produk atau layanan serupa. Dengan layanan yang proaktif dan



perhatian terhadap kebutuhan khusus, perusahaan dapat menciptakan loyalitas yang kuat dan menurunkan risiko kehilangan pelanggan.

Pelayanan prima juga meningkatkan brand image, dimana reputasi perusahaan sangat bergantung pada pengalaman yang diterima pelanggan. Pelayanan prima yang konsisten membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Kualitas layanan yang terjaga menciptakan persepsi bahwa perusahaan profesional, peduli, dan berkomitmen memberikan yang terbaik bagi pelanggannya. Reputasi yang positif ini memperkuat citra merek dan mendorong pelanggan untuk merekomendasikan perusahaan, menciptakan potensi pelanggan baru melalui word-of-mouth.

### **Pemahaman Tentang Indikator Keberhasilan dari Pelayanan Prima**

Mengukur keberhasilan pelayanan prima sangat penting untuk memastikan bahwa strategi yang diterapkan benar-benar efektif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan mencapai tujuan perusahaan. Berikut adalah beberapa indikator kunci yang dapat digunakan untuk menilai seberapa baik pelayanan prima dijalankan.

#### **1. Customer Satisfaction Score (CSAT)**

CSAT adalah metrik yang mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap pengalaman layanan tertentu. Biasanya, CSAT diukur dengan meminta pelanggan memberikan rating pada skala tertentu (misalnya, 1-5 atau 1-10) setelah interaksi selesai.

Semakin tinggi skor CSAT, semakin baik pengalaman pelanggan dalam layanan yang diberikan. CSAT penting untuk memahami kepuasan pelanggan dalam setiap tahap layanan dan membantu perusahaan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Perusahaan dapat menganalisis skor CSAT dari berbagai saluran layanan (chat, telepon, email) untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang pengalaman pelanggan.

#### **2. Net Promoter Score (NPS)**

NPS adalah indikator yang menilai loyalitas pelanggan berdasarkan seberapa besar kemungkinan mereka akan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Pelanggan biasanya diminta untuk memberikan skor dari 0 hingga 10, yang kemudian dikategorikan menjadi promoters (skor 9-10), passives (skor 7-8), dan detractors (skor 0-6).

Skor NPS yang tinggi menunjukkan bahwa pelanggan memiliki pengalaman positif dan percaya pada kualitas layanan perusahaan, sehingga bersedia merekomendasikannya. Ini adalah salah satu indikator utama untuk memahami potensi pertumbuhan perusahaan melalui rekomendasi pelanggan yang puas, yang juga memperkuat reputasi perusahaan.

#### **3. First Contact Resolution (FCR)**

FCR mengukur persentase masalah pelanggan yang berhasil diselesaikan dalam kontak pertama, tanpa memerlukan interaksi lebih lanjut. FCR adalah indikator penting untuk menilai efektivitas dan efisiensi tim layanan pelanggan.

Tingkat FCR yang tinggi menunjukkan bahwa tim customer service memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk memberikan solusi yang tepat dan cepat. Hal ini juga berarti bahwa pelanggan tidak harus menghubungi perusahaan berulang kali untuk masalah yang sama, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan

mereka.

Memantau FCR juga membantu perusahaan mengidentifikasi area pelatihan yang diperlukan bagi tim customer service untuk meningkatkan penyelesaian di kontak pertama.

#### 4. Average Handling Time (AHT)

AHT mengukur rata-rata waktu yang dibutuhkan untuk menangani satu kasus atau permintaan dari awal hingga selesai, termasuk waktu bicara dengan pelanggan dan waktu penyelesaian setelah panggilan.

AHT yang terlalu tinggi dapat menunjukkan adanya hambatan atau ketidakefisienan dalam proses layanan, sedangkan AHT yang terlalu rendah mungkin menunjukkan bahwa tim layanan terlalu terburu-buru, yang bisa mengorbankan kualitas layanan. Idealnya, perusahaan harus mencapai keseimbangan di mana AHT cukup singkat untuk efisiensi, tetapi cukup lama untuk memastikan masalah diselesaikan dengan baik.

AHT adalah indikator penting bagi perusahaan yang ingin meningkatkan efisiensi layanan, karena semakin singkat waktu penanganan yang dibutuhkan, semakin banyak permintaan pelanggan yang dapat ditangani dalam waktu yang sama.



**Gambar 3:** Foto bersama Dosen dan Mahasiswa Politeknik Pariwisata Batam bersama Staf dan Manajemen Pacific Palace Hotel Batam

Pengabdian ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman kepada Staf di Pacific Palace Hotel Batam tentang konsep pelayanan prima. Dalam kegiatan ini, kami berinteraksi dengan staf di Pacific Palace Hotel Batam dan menyampaikan pengetahuan tentang strategi yang digunakan dalam operasi perhotelan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa target peserta mendekati 100%. Angka tersebut menunjukkan bahwa kegiatan PKM dilihat dari jumlah peserta yang mengikuti dapat dikatakan berhasil/sukses. Ketercapaian tujuan secara umum sudah baik, namun keterbatasan waktu yang disediakan mengakibatkan tidak semua materi dapat

disampaikan secara detail. Ketercapaian target materi pada kegiatan PKM ini cukup baik, dalam kegiatan ini dibahas beberapa aspek terkait pelayanan prima, antara lain :

1. Konsep pelayanan prima: penjelasan mengenai apa itu pelayanan prima dan bagaimana pelayanan prima digunakan untuk meningkatkan kepuasan tamu.
2. Elemen pelayanan prima: penjelasan tentang elemen pelayanan prima, seperti 6 A yaitu *Attitude, Action, Apperance, Ability, Attention, Accountability*.
3. Keuntungan pelayanan prima: pembahasan mengenai manfaat yang diperoleh dari penerapan pelayanan prima, seperti meningkatkan kinerja dalam memberikan pelayanan kepada tamu.
4. Dampak terhadap Industri Perhotelan: penjelasan tentang bagaimana pelayanan prima dapat memengaruhi industri perhotelan secara keseluruhan, termasuk Meningkatkan daya saing hotel di industri perhotelan Batam.

Kemampuan peserta dilihat dari semangat dan antusias peserta, serta beberapa pertanyaan yang belum terjawab dikarenakan waktu yang singkat. Dalam penyampaian tanya jawab bisa dilihat kemampuan para peserta yang berbeda-beda. Hal ini disebabkan jumlah materi yang hanya disampaikan dalam waktu singkat sehingga tidak cukup waktu bagi para peserta untuk bertanya secara lengkap dan detail tentang semua materi yang diberikan. Keberhasilan ini selain diukur dari keempat komponen di atas, juga dapat dilihat dari kepuasan peserta setelah mengikuti kegiatan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

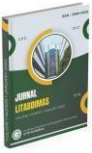
Kegiatan PKM yang mengangkat judul Workshop Pelayanan Prima untuk Meningkatkan Kinerja dan Loyalitas Bagi Staf di Pacific Palace Hotel Batam ini dilaksanakan di ruangan meeting room Pacific Palace Hotel Batam. Adapun pengabdian ini berjalan dengan baik dan lancar. Pertemuan secara tatap muka dengan metode ceramah dan tanya jawab, dilanjutkan dengan *sharing session*. Kegiatan ini dilaksanakan yaitu pada hari Kamis tanggal 7 November 2024 dari pukul 09.00 sampai dengan 16.00 WIB. Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan oleh 4 (empat) orang tim pengabdian dengan pokok bahasan yang disampaikan mengenai apa itu pelayanan prima, apa saja elemen pelayanan prima, mengapa pelayanan prima penting untuk operasional hotel, apa indikator dari pelayanan prima, apa saja strategi dari pelayanan prima dan tanya jawab. Hasil kegiatan PKM secara garis besar mencakup beberapa komponen sebagai berikut, Keberhasilan target jumlah peserta pelatihan, Ketercapaian tujuan pelatihan, Ketercapaian target materi yang telah direncanakan dan Kemampuan peserta dalam merespon materi pelatihan.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesempatan kepada kami, dosen program studi Manajemen Devisi Kamar Politeknik Pariwisata Batam untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat (PKM) sebagai salah satu kewajiban dari Tridharma Perguruan Tinggi. PKM yang dilaksanakan berjudul Workshop Pelayanan Prima untuk Meningkatkan Kinerja dan Loyalitas Bagi Staf di Pacific Palace Hotel Batam.

PKM tersebut dapat terlaksana berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini perkenalkanlah saya menyampaikan terima kasih kepada:

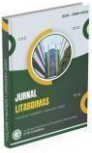
1. Ibu Siska Amelia Maldin, S.Pd., M.Pd selaku Pjs. Direktur Politeknik Pariwisata Batam.



2. Yayasan Vitka Batam.
3. Andri Wibowo SE., M.Par selaku Kaprodi Manajemen Devisi Kamar Politeknik Pariwisata Batam.
4. Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PUSLITABMAS)
5. Politeknik Pariwisata Batam.
6. Peserta PKM Workshop Pelayanan Prima untuk Meningkatkan Kinerja dan Loyalitas Bagi Staf di Pacific Palace Hotel Batam.
7. Berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah membantu terlaksananya kegiatan PKM ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Addis, Ginevra & Nasino, Serena & Massi, Marta & Camilleri, Mark Anthony. (2024). The Artification of Hospitality: Art Hotels as the New Frontier of Sustainable Cultural Tourism. 10.1108/978-1-80455-888-
- Comerio, N., & Strozzi, F. (2019). Tourism and Its Economic Impact: A literature Review Using Bibliometric Tools. *Tourism Economics*, 25(1), 109-131. <https://doi.org/10.1177/1354816618793762>.
- Diana, D., & Simatupang, D. T. (2022). Persepsi Pentingnya Penguasaan Bahasa Mandarin Sebagai Penunjang Pelayanan Bagi Resepsionis Di Hotel Beverly Batam. *Media Bina Ilmiah*, 17(4), 749-760.
- Frimayasa, A. (2017). Konsep Dasar dan Strategi Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada Indosat Ooredoo. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 17.
- Gustavo, Nuno & Carvalho, Luisa & Belo, Miguel. (2022). Optimizing Digital Solutions for Hyper-Personalization in Tourism and Hospitality. 10.4018/978-1-7998-8306-7.
- Han D, Hou H, Wu H, Lai JHK. Modelling Tourists' Acceptance of Hotel Experience-Enhancement Smart Technologies. *Sustainability*. 2021; 13(8):4462. <https://doi.org/10.3390/su13084462>.
- Hakim, M. P., Syaputra, R., Herawati, T., Sutariyono, S., Saefullah, A., Adiguna, P., & Aisha, N. (2024). Edukasi Keuangan dan Pemasaran untuk Peternak Jangkrik: Kunci Kesuksesan UMKM. *Journal of Community Research & Engagement*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.60023/t36msx35>
- [Kabadayi, S.](#), [Ali, F.](#), [Choi, H.](#), [Joosten, H.](#) and [Lu, C.](#) (2019), "Smart Service Experience in Hospitality and Tourism Services: A Conceptualization and Future Research Agenda", [Journal of Service Management](#), Vol. 30 No. 3, pp. 326-348. <https://doi.org/10.1108/JOSM-11-2018-0377>.
- Kansakar, Prasanna & Munir, Arslan & Shabani, Neda. (2019). Technology in the Hospitality Industry: Prospects and Challenges. *IEEE Consumer Electronics Magazine*. 8. 60-65. 10.1109/MCE.2019.2892245.
- Law, Rob & Ye, Ivy & Chan, Irene Cheng Chu. (2021). A Critical Review of Smart Hospitality and Tourism Research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. ahead-of-print. 10.1108/IJCHM-08-2021-0986.
- Limna, Pongsakorn. (2022). Artificial Intelligence (AI) in the Hospitality Industry: A Review Article. *International Journal of Computing Sciences Research*. 6. 1-12. 10.25147/ijcsr.2017.001.1.103.
- Reis, João & Melao, Nuno & Salvadorinho, Juliana & Soares, Barbara & Rosete, Ana. (2020). Service Robots in the Hospitality Industry: The Case of Henn-Na Hotel, Japan. *Technology in Society*. 63. 101423. 10.1016/j.techsoc.2020.101423.
- Said, Saara. (2023). The Role of Artificial Intelligence (AI) and Data Analytics in Enhancing Guest Personalization in Hospitality. *Journal of Modern Hospitality*. 2.



- 1-13. 10.47941/jmh.1556.
- Shani, Salifu & Mohammed, Majeed & Alhassan, Seidu & Awini, Gideon. (2023). Internet of Things (IoT) in the Hospitality Sector: Challenges and Opportunities. 10.1007/978-981-19-9888-1\_6.
- Simatupang, D., & Pandiangan, E. (2022). ANALISIS ROOM ATTENDANT DALAM MENERAPKAN STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR DI TRAVELODGE BATAM. *JURNAL MATA PARIWISATA*, 1(2), 62-67.
- Simatupang, D. T., Pristiwasa, I. W. T. K., Purba, C. Y. V., & Budiarta, I. N. (2024). ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN KAMPUNG TENUN SEBAGAI OBJEK WISATA DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT PULAU NGENANG, BATAM, INDONESIA. *Media Bina Ilmiah*, 18(9), 2333-2340.
- Susanto, Eko & Novianti, Syifaa & Rafdinal, Wahyu & Prawira, Mega & Septyandi, Chandra. (2020). Visiting Tourism Destination: Is It Influenced by Smart Tourism Technology?. 10.21776/ub.jitode.2020.008.03.04.
- Sutariyono, S., Firdaus, A., Arda, D. P., Noor, M. A., Siregar, F., Tafsiruddin, M., Rahmi, C., Saputri, H., Tahang, M., Saefullah, A., Permatasari, D. I., & Misbah, I. (2020). Pemantapan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Pengelola Sampah di Pasar Ciputat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.57214/pengabmas.v2i2.519>
- Tingting Zhang, Soobin Seo & Jee Ahe Ahn (2019) Why hotel guests go mobile? Examining motives of business and leisure travelers, *Journal of Hospitality Marketing&Management*, 28:5, 621644, DOI: [10.1080/19368623.2019.1539936](https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1539936).
- Wamba-Taguimdje, Serge-Lopez & Fosso Wamba, Samuel & Jean Robert, Kala Kamdjoug & Tchatchouang, Chris Emmanuel. (2020). Influence of Artificial Intelligence (AI) on Firm Performance: The Business Value of AI-based Transformation Projects.