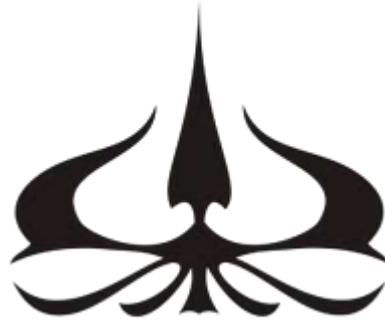


**PENGABDIAN MASYARAKAT
INSTITUSI PARIWISATA TRISAKTI**



**PENYULUHAN SERVICE EXCELLENT KEPADA UMKM KOMUNITAS
JAKARTA ENTREPRENEUR**

Pengabdi:

Freddy Triono, M. Par (NIDN. 0303117206)

INSTITUSI PARIWISATA TRISAKTI

2024

BAB I

PENDAHULUAN

A. ANALISIS SITUASI

Pelayanan yang sangat baik merupakan pilar utama dalam keberhasilan UMKM, berperan krusial dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan yang secara langsung mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka (Saputra & Eka, 2022). Dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif, di mana besar kecilnya perusahaan sering kali tidak menjadi faktor penentu utama, kualitas pelayanan bisa menjadi pembeda yang signifikan (Puspitasari et al., 2023). Ketika UMKM menawarkan pelayanan yang melebihi ekspektasi, hal ini tidak hanya membuat pelanggan merasa dihargai, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang solid dengan mereka (Juniasti et al., 2023). Pelanggan yang merasa puas akan lebih cenderung untuk menjadi pelanggan tetap, merekomendasikan bisnis kepada orang lain, dan kembali lagi untuk melakukan transaksi lebih lanjut. Ini menciptakan efek bola salju positif yang dapat memperkuat posisi UMKM di pasar dan memudahkan mereka untuk bersaing dengan pesaing yang mungkin memiliki sumber daya lebih besar (Novarini & Dewi, 2023).

Pelayanan yang sangat baik berkontribusi besar terhadap reputasi bisnis yang positif, yang semakin penting di era digital ini di mana ulasan dan rekomendasi dapat dengan cepat menyebar melalui platform media sosial dan situs ulasan (Adawiah et al., 2024). Reputasi yang baik mengurangi risiko keluhan dan pengembalian produk, serta memudahkan UMKM untuk mendapatkan umpan balik yang berguna dari pelanggan mereka, yang dapat digunakan untuk perbaikan produk dan layanan secara berkelanjutan (Ramadhana & Sudrajat, 2020). UMKM yang terlibat dalam memberikan pelayanan yang berkualitas juga merasakan dampak positif, merasa lebih termotivasi dan puas dengan pekerjaan mereka, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas dan suasana kerja yang menyenangkan (Anthoni et al., 2021). Dengan demikian, investasi dalam pelayanan yang sangat baik tidak hanya meningkatkan pengalaman pelanggan tetapi juga menciptakan dampak positif yang meluas ke seluruh aspek operasional dan strategi bisnis UMKM.

Diadakannya penyuluhan Service Excellent kepada UMKM Komunitas Jakarta Entrepreneur sangat relevan dengan kebutuhan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama di Jakarta, yang merupakan pusat ekonomi dan bisnis. Banyak UMKM menghadapi tantangan dalam memberikan pelayanan yang memenuhi standar tinggi, yang berakibat pada kepuasan pelanggan yang kurang dan daya saing yang melemah. Penyuluhan ini bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengelola dan meningkatkan kualitas pelayanan mereka.

Fokus utama dari penyuluhan ini adalah untuk mengajarkan prinsip-prinsip Service Excellent yang meliputi dimensi-dimensi penting dalam pelayanan seperti *tangible*, *assurance*, *responsiveness*, *reliability*, dan *empathy*. Dimensi *tangible* berkaitan dengan elemen fisik dari layanan, seperti fasilitas dan peralatan yang digunakan, sementara *assurance* mencakup kepercayaan dan keyakinan yang diberikan kepada pelanggan tentang kualitas dan keamanan layanan. *Responsiveness* menekankan pentingnya kemampuan untuk merespons permintaan dan masalah pelanggan dengan cepat, sementara *reliability* berhubungan dengan konsistensi dan keandalan layanan yang diberikan. Terakhir, empati adalah tentang memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan dengan penuh perhatian dan perhatian.

Penyuluhan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai lima dimensi tersebut, serta menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam praktek sehari-hari mereka. Dengan memperbaiki kualitas dari aspek tangible, assurance, responsiveness, reliability, dan empathy, UMKM akan mampu menciptakan pengalaman layanan yang lebih baik bagi pelanggan mereka. Hal ini sangat penting dalam konteks persaingan bisnis yang ketat di Jakarta, di mana pelayanan yang unggul dapat menjadi faktor pembeda yang signifikan.

Peningkatan pelayanan yang berfokus pada aspek-aspek tersebut dapat memberikan dampak positif yang luas. Dengan pelayanan yang lebih baik, UMKM tidak hanya akan mampu menarik pelanggan baru, tetapi juga membangun loyalitas pelanggan yang lebih kuat. Kepuasan pelanggan yang tinggi dapat mengarah pada peningkatan reputasi bisnis, yang pada gilirannya dapat membuka peluang untuk ekspansi dan pertumbuhan yang lebih besar.

Penyuluhan ini juga bertujuan untuk memberikan pelaku UMKM alat dan strategi praktis untuk mengevaluasi dan meningkatkan pelayanan mereka secara berkelanjutan. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari penyuluhan, pelaku UMKM di Komunitas Jakarta Entrepreneur akan lebih siap untuk menghadapi tantangan pasar dan meningkatkan daya saing mereka. Ini akan membantu memperkuat posisi mereka dalam industri dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih kuat di Jakarta dan sekitarnya.

B. PERMASALAHAN

Mengacu pada analisis situasi kegiatan penyuluhan di atas, identifikasi dari permasalahan service excellent adalah:

1. Memahami pentingnya pelayanan unggulan dan dampaknya terhadap pengalaman tamu, berpikirlah yang berpusat pada apa yang diinginkan pelanggan, berkomunikasi secara efektif dengan tamu, dan menangani situasi sulit pada industri pelayanan.
2. Menempatkan posisi UMKM kepada konsumen
3. Kebutuhan dasar konsumen
4. Faktor penentu pelayanan
5. Apa yang terjadi ketika memberikan service yang buruk?
6. Perilaku yang diperlukan dalam melayani konsumen
7. Harapan pelanggan

C. TUJUAN KEGIATAN

Berdasarkan permasalahan service excellent yang diidentifikasi, tujuan kegiatan penyuluhan tentang service excellent bisa mencakup beberapa aspek penting sebagai berikut:

1. Memastikan peserta memahami bagaimana pelayanan unggulan mempengaruhi pengalaman tamu, dengan menekankan pada pentingnya berpikir dari sudut pandang pelanggan, berkomunikasi dengan efektif, dan menangani situasi sulit dengan baik.
2. Memberikan pemahaman tentang bagaimana UMKM harus memposisikan diri mereka dalam pasar dan menciptakan nilai tambah yang menarik bagi konsumen.
3. Mengedukasi peserta mengenai kebutuhan dasar konsumen sehingga mereka dapat lebih baik memenuhi ekspektasi pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka.

4. Menerangkan faktor-faktor yang menentukan kualitas pelayanan dan bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan.
5. Menyampaikan apa yang bisa terjadi akibat memberikan pelayanan yang buruk, termasuk dampaknya terhadap reputasi bisnis, kepuasan pelanggan, dan keberlangsungan usaha.
6. Meningkatkan keterampilan dan perilaku yang diperlukan untuk melayani konsumen dengan baik, termasuk sikap, cara berinteraksi, dan cara menangani berbagai situasi.
7. Membantu peserta untuk memahami harapan pelanggan dan cara memenuhi atau bahkan melampaui harapan tersebut untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas.

D. MANFAAT KEGIATAN

Kegiatan penyuluhan tentang service excellent dapat memberikan berbagai manfaat bagi peserta dan organisasi mereka. Berikut adalah beberapa manfaat utama dari kegiatan penyuluhan tersebut:

1. Peserta akan memahami konsep pelayanan unggulan dan bagaimana implementasinya dapat meningkatkan kualitas layanan yang mereka berikan.
2. Dengan mengetahui cara memenuhi dan melampaui harapan pelanggan serta memahami kebutuhan dasar mereka, peserta dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih positif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. UMKM akan belajar teknik komunikasi yang efektif dan cara menangani situasi sulit dengan lebih baik, sehingga interaksi dengan pelanggan menjadi lebih produktif dan memuaskan.
4. Penyuluhan dapat membantu peserta mengembangkan sikap dan perilaku yang diperlukan dalam melayani konsumen, seperti empati, kesabaran, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.
5. Dengan memahami bagaimana menempatkan UMKM di pasar dan menciptakan nilai tambah, peserta dapat meningkatkan daya saing mereka dan menarik lebih banyak pelanggan.
6. Pelayanan yang baik dan konsisten akan meningkatkan citra dan reputasi bisnis, yang dapat berdampak positif pada pertumbuhan dan keberhasilan usaha.

BAB II

SASARAN DAN LUARAN PENGABDIAN MASYARAKAT

A. SASARAN

Sasaran kegiatan penyuluhan mengenai service excellent ini secara khusus ditujukan kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Kecamatan Gambir. Kegiatan ini juga mencakup mereka yang terlibat dalam komunitas Jakarta Entrepreneur, sebuah jaringan komunitas yang memiliki peran strategis dalam menghubungkan dan memberdayakan wirausahawan lokal di Jakarta. Dengan adanya penyuluhan ini, diharapkan pelaku UMKM di Gambir dapat meningkatkan kualitas layanan mereka secara signifikan, sehingga mampu bersaing lebih baik di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, diharapkan pula dapat tercipta sinergi yang lebih kuat antara para pelaku UMKM dan komunitas Jakarta Entrepreneur, yang pada gilirannya dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan memajukan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah di wilayah tersebut.

B. LUARAN

Hasil dari kegiatan ini akan dirangkum dalam sebuah paper artikel pengabdian yang akan disusun dengan cermat untuk menggambarkan proses, temuan, dan dampak dari penyuluhan tersebut. Selanjutnya, artikel ini akan disubmit ke Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat yang terakreditasi Sinta, dengan harapan agar dapat diterbitkan dan memberikan kontribusi yang berarti dalam literatur mengenai pengembangan UMKM serta praktik pelayanan prima. Publikasi ini bertujuan tidak hanya untuk menyebarkan hasil dari kegiatan penyuluhan tetapi juga untuk memberikan wawasan dan rekomendasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak terkait dalam rangka meningkatkan kualitas layanan dan efektivitas operasional UMKM di tingkat lokal maupun nasional.

BAB III

METODE PELAKSANAAN DAN SOLUSI

A. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan penyuluhan mengenai service excellent ini dirancang untuk memastikan pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi melalui serangkaian aktivitas yang meliputi pendampingan langsung, penyuluhan, sosialisasi, dan konsultasi. Pendampingan langsung akan dilakukan di lokasi usaha untuk memberikan bimbingan dan dukungan personal yang sesuai dengan kondisi spesifik masing-masing UMKM. Penyuluhan akan meliputi pelatihan intensif tentang teknik dan strategi pelayanan pelanggan yang berkualitas tinggi, mencakup teori dan praktik terbaik. Sosialisasi bertujuan untuk memperkenalkan konsep service excellent secara luas, membangun kesadaran mengenai pentingnya pelayanan prima dalam persaingan pasar. Sementara itu, layanan konsultasi akan membantu UMKM dalam merumuskan dan menerapkan rencana aksi berbasis service excellent, serta mengatasi masalah spesifik yang dihadapi. Dengan pendekatan terintegrasi ini, diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan pelaku UMKM secara signifikan dan mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan bisnis serta memenuhi ekspektasi pelanggan.

B. SOLUSI YANG DITAWARKAN

Materi yang diajarkan dalam kegiatan penyuluhan tersebut yaitu:

1. Memahami pentingnya pelayanan unggulan dan dampaknya terhadap pengalaman tamu, berpikirlah yang berpusat pada apa yang diinginkan pelanggan, berkomunikasi secara efektif dengan tamu, dan menangani situasi sulit pada industri pelayanan.
2. Menempatkan posisi UMKM kepada konsumen
3. Kebutuhan dasar konsumen
4. Faktor penentu pelayanan
5. Apa yang terjadi ketika memberikan service yang buruk?
6. Perilaku yang diperlukan dalam melayani konsumen
7. Harapan pelanggan

C. JADWAL KEGIATAN

Adapun kegiatan pengabdian tersebut akan dilaksanakan pada :

Hari	: Selasa
Tanggal, bulan, tahun	: 16 Juli 2024
Waktu	: 9.00 – Selesai
Tempat	: RPTRA MH Thamrin Kelurahan Kenari, Kecamatan Senen, Jakarta Pusat.

BAB IV
KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

A. KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

Institut Pariwisata Trisakti memiliki dosen yang sering memberikan pelatihan kepada masyarakat dengan berbagai materi dan tema yang berbeda. Masyarakat juga diberikan pelatihan tentang kegiatan pengabdian masyarakat yang wajib dilaksanakan oleh Dosen Institut Pariwisata Trisakti sebagai Tridarma perguruan tinggi.

B. KUALIFIKASI TIM PELAKSANA

Nama Tim	NIDN / NIM	Bidang Keahlian
Freddy Triono, M.Par	NIDN. 0303117206	Pelayanan Prima

BAB V

MATERI KEGIATAN DAN HASIL KEGIATAN

5.1. MATERI KEGIATAN

5.1.1. Pelayanan Unggulan

Pelayanan unggulan merupakan elemen krusial dalam menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi tamu, terutama dalam industri pelayanan seperti perhotelan, restoran, dan jasa lainnya. Menyadari dan memahami apa yang diinginkan pelanggan adalah langkah pertama yang fundamental dalam memberikan layanan yang luar biasa. Setiap pelanggan memiliki harapan dan preferensi yang berbeda, sehingga penting untuk melakukan pendekatan yang personal dan penuh perhatian. Misalnya, dalam industri perhotelan, seorang tamu mungkin menginginkan kenyamanan dan ketenangan, sementara yang lain mungkin mencari pengalaman kuliner yang istimewa. Dengan memahami dan merespons keinginan serta kebutuhan khusus ini, penyedia layanan dapat menyesuaikan tawaran mereka untuk memenuhi ekspektasi pelanggan secara efektif. Kinerja pelayanan yang unggul tidak hanya melibatkan pemenuhan kebutuhan dasar tetapi juga mencakup usaha untuk melebihi harapan pelanggan, menciptakan pengalaman yang membuat mereka merasa dihargai dan istimewa.

Komunikasi yang efektif adalah kunci utama dalam memberikan pelayanan yang unggul dan membangun hubungan yang kuat dengan tamu. Interaksi yang jelas, sopan, dan empatik membantu menghindari kesalahpahaman dan memastikan bahwa tamu merasa didengar dan dipahami. Dalam situasi pelayanan, penting untuk melatih staf untuk berbicara dengan percaya diri dan mendengarkan dengan seksama, sehingga mereka dapat memberikan solusi yang tepat waktu dan memuaskan. Komunikasi yang terbuka dan responsif juga memainkan peran besar dalam mengatasi keluhan atau permintaan khusus dari tamu. Misalnya, jika seorang tamu mengeluhkan kebisingan di kamar hotel, staf yang terlatih akan merespons dengan cepat dan menawarkan solusi seperti memindahkan kamar atau memberikan kompensasi, sambil tetap menjaga sikap profesional dan penuh empati.

Menangani situasi sulit dengan efektif adalah aspek lain dari pelayanan unggulan yang tidak boleh diabaikan. Dalam industri pelayanan, tantangan dan masalah tak terhindarkan akan muncul, dan bagaimana cara menanganinya bisa sangat memengaruhi persepsi tamu terhadap keseluruhan pengalaman mereka. Kemampuan untuk menangani situasi sulit dengan ketenangan, kesabaran, dan solusi yang konstruktif adalah keterampilan yang sangat berharga. Staf yang terlatih untuk tetap tenang dan fokus dalam situasi yang penuh tekanan dapat meminimalkan dampak negatif dari masalah dan bahkan mengubah situasi tersebut menjadi kesempatan untuk menunjukkan komitmen terhadap pelayanan pelanggan. Misalnya, jika ada masalah dengan pesanan makanan di restoran, kemampuan untuk segera mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah sambil memberikan penjelasan yang jelas dan permintaan maaf yang tulus akan sangat membantu dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Dengan pendekatan yang proaktif dan responsif terhadap tantangan, penyedia layanan dapat memperkuat

kepercayaan dan loyalitas pelanggan, sekaligus meningkatkan reputasi mereka dalam industri yang sangat kompetitif.

5.1.2. Menempatkan posisi UMKM kepada konsumen

Posisi konsumen sebagai pembeli sangat penting untuk dipahami, karena konsumen merupakan pusat dari semua aktivitas bisnis. Mereka adalah penggerak utama dari pendapatan dan keberhasilan usaha kecil dan menengah. Tanpa konsumen, tidak ada transaksi yang terjadi, dan tanpa transaksi tersebut, bisnis tidak dapat bertahan atau berkembang. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk melihat konsumen bukan hanya sebagai target pasar, tetapi sebagai bagian integral dari bisnis yang harus dihargai dan dipenuhi kebutuhannya. Dengan memahami bahwa konsumen datang kepada kita dengan harapan dan kebutuhan, kita dapat lebih fokus dalam menyediakan produk dan layanan yang sesuai dan berkualitas tinggi.

Penting untuk menyadari bahwa konsumen tidak bergantung pada kita, justru kita yang bergantung pada mereka. Hal ini berarti bahwa dalam menjalankan bisnis, kita harus selalu siap sedia untuk memenuhi dan beradaptasi dengan perubahan kebutuhan serta preferensi konsumen. Dalam prakteknya, ini menggarisbawahi pentingnya menyediakan layanan yang responsif dan berkomunikasi dengan baik dengan konsumen. Memastikan bahwa setiap interaksi dengan konsumen adalah kesempatan untuk meningkatkan nilai layanan, dan bukan hanya sebagai beban pekerjaan, akan sangat membantu dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan. Sikap ini juga menegaskan bahwa konsumen adalah tujuan utama dari setiap aktivitas bisnis kita, dan bukan sebagai gangguan.

Memperlakukan konsumen dengan empati dan hormat merupakan hal yang sangat penting. Konsumen bukanlah entitas statis yang tidak memiliki perasaan; mereka adalah individu yang juga memiliki emosi dan harapan. Dalam setiap interaksi, penting untuk menghindari konfrontasi atau perdebatan yang tidak produktif, karena hal tersebut seringkali merugikan dan tidak membawa keuntungan. Sebaliknya, pendekatan yang lebih konstruktif dan perhatian terhadap kebutuhan emosional konsumen akan menciptakan pengalaman yang lebih baik dan menyenangkan, yang pada akhirnya berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas mereka terhadap bisnis.

Menyadari bahwa konsumen adalah elemen paling penting dalam bisnis kita, yang tanpa mereka, tidak akan ada bisnis, merupakan prinsip fundamental dalam pelayanan pelanggan. Kebutuhan dan harapan mereka harus selalu menjadi prioritas utama dalam setiap aspek operasional bisnis. Dengan memperlakukan konsumen dengan baik, mengantisipasi dan memenuhi kebutuhan mereka dengan penuh perhatian, serta memberikan layanan yang berkualitas, UMKM dapat membangun hubungan jangka panjang yang positif dengan konsumen. Ini tidak hanya memastikan keberlangsungan bisnis, tetapi juga menciptakan reputasi yang kuat dan positif di pasar, yang sangat penting untuk pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang.

5.1.3. Kebutuhan dasar konsumen

Memahami kebutuhan dasar konsumen adalah kunci untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan memuaskan. Salah satu kebutuhan mendasar konsumen adalah kebutuhan untuk dipahami. Konsumen menginginkan agar kebutuhan,

keinginan, dan masalah mereka diakui dan dipahami dengan baik oleh penyedia layanan atau produk. Dalam konteks UMKM, ini berarti bahwa usaha harus melakukan upaya untuk mendengarkan dan merespons secara aktif terhadap feedback dan preferensi konsumen. Dengan mengidentifikasi dan memahami apa yang diinginkan oleh konsumen, UMKM dapat menawarkan solusi yang lebih tepat dan relevan, serta menciptakan hubungan yang lebih kuat dan lebih personal dengan pelanggan mereka.

Kebutuhan konsumen untuk diterima adalah faktor penting dalam interaksi bisnis. Setiap konsumen ingin merasa diterima dan dihargai, bukan hanya sebagai pembeli tetapi sebagai individu dengan kebutuhan dan preferensi unik. UMKM harus menciptakan lingkungan yang inklusif dan menyambut, di mana pelanggan merasa nyaman untuk mengungkapkan diri mereka. Menyediakan layanan yang ramah dan perhatian akan membantu pelanggan merasa diterima, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan mereka dan memotivasi mereka untuk terus melakukan transaksi dengan bisnis tersebut.

Kebutuhan untuk merasa dipentingkan juga merupakan aspek krusial dalam pelayanan pelanggan. Konsumen ingin merasa bahwa mereka penting dan bahwa kontribusi mereka sebagai pelanggan memiliki nilai. UMKM dapat memenuhi kebutuhan ini dengan memberikan perhatian khusus pada setiap interaksi, menunjukkan apresiasi terhadap kesetiaan pelanggan, dan mengakui pencapaian atau momen penting pelanggan melalui program loyalitas atau penawaran khusus. Ketika pelanggan merasa dipentingkan, mereka lebih cenderung untuk tetap setia dan merekomendasikan bisnis kepada orang lain, yang dapat memperkuat reputasi dan keberhasilan UMKM.

Kebutuhan akan kenyamanan adalah salah satu faktor yang sangat diperhatikan oleh konsumen dalam memilih penyedia layanan atau produk. Konsumen menghargai kemudahan dan kenyamanan dalam setiap aspek pengalaman mereka, dari aksesibilitas produk dan layanan hingga proses transaksi yang efisien. UMKM perlu memastikan bahwa pengalaman pelanggan mereka bebas dari hambatan, dengan menyediakan layanan yang mudah diakses, sistem pembayaran yang sederhana, dan dukungan pelanggan yang responsif. Dengan memenuhi kebutuhan akan kenyamanan ini, UMKM dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas yang lebih besar, yang penting untuk pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang bisnis.

5.1.4. Faktor penentu pelayanan

Dalam dunia pelayanan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang berperan penting dalam menentukan kualitas pelayanan, yaitu *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness*. Memahami dan mengimplementasikan faktor-faktor ini dengan baik dapat secara signifikan meningkatkan pengalaman pelanggan dan mempengaruhi kepuasan serta loyalitas mereka. *Assurance* merupakan keyakinan dan kepercayaan yang diberikan oleh penyedia layanan kepada pelanggan. Faktor ini mencakup pengetahuan, keterampilan, dan profesionalisme staf dalam memberikan layanan. Pelanggan perlu merasa yakin bahwa mereka sedang dilayani oleh individu yang kompeten dan berpengalaman. Misalnya, dalam industri perhotelan, jaminan keamanan dan kualitas layanan yang diberikan oleh staf dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Staf yang menunjukkan sikap percaya diri dan memahami produk atau layanan dengan baik akan membuat pelanggan merasa lebih nyaman dan aman, sehingga meningkatkan pengalaman mereka.

Reliability berkaitan dengan konsistensi dan keandalan layanan yang diberikan. Ini mencakup kemampuan penyedia layanan untuk memenuhi janji dan harapan pelanggan dengan cara yang konsisten dari waktu ke waktu. Dalam konteks UMKM, hal ini berarti

bahwa produk atau layanan yang ditawarkan harus selalu sesuai dengan standar yang telah dijanjikan. Misalnya, sebuah restoran harus dapat menyediakan makanan dengan kualitas yang konsisten dan sesuai dengan deskripsi menu setiap saat. Keterandalan membangun kepercayaan dan memastikan bahwa pelanggan merasa yakin bahwa mereka dapat mengandalkan penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan mereka secara konsisten. *Tangibles* mencakup semua aspek fisik yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pelanggan, seperti fasilitas, peralatan, dan materi promosi. Aspek ini memberikan kesan pertama yang kuat kepada pelanggan mengenai kualitas layanan. Dalam konteks sebuah toko, kebersihan, tata letak yang rapi, dan fasilitas yang modern adalah contoh dari elemen *tangibles* yang mempengaruhi persepsi pelanggan. Dengan menjaga tampilan dan kondisi fasilitas secara optimal, UMKM dapat menciptakan kesan yang positif dan mendukung pengalaman pelanggan yang menyenangkan.

Empathy adalah kemampuan untuk memahami dan merasakan apa yang dirasakan oleh pelanggan, serta memberikan perhatian dan perlakuan yang personal. Faktor ini melibatkan kesadaran dan perhatian terhadap kebutuhan dan perasaan pelanggan. Dalam praktiknya, ini berarti bahwa staf harus mampu mendengarkan dengan baik dan memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan individual pelanggan. Sebagai contoh, dalam layanan pelanggan, menunjukkan empati dengan mendengarkan keluhan pelanggan dengan penuh perhatian dan memberikan solusi yang sesuai dapat meningkatkan kepuasan mereka dan membangun hubungan yang lebih baik.

Responsiveness mengacu pada kecepatan dan kesediaan untuk menanggapi permintaan atau masalah pelanggan. Faktor ini sangat penting dalam memberikan pelayanan yang efisien dan efektif. Pelanggan menghargai respon yang cepat dan solusi yang segera terhadap pertanyaan atau masalah mereka. Dalam industri jasa, seperti layanan pelanggan atau layanan kesehatan, kemampuan untuk merespons dengan cepat dan efisien dapat membuat perbedaan besar dalam pengalaman pelanggan. UMKM yang mampu mengelola dan merespons dengan baik akan membangun reputasi yang positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan memfokuskan perhatian pada kelima faktor penentu pelayanan ini *assurance, reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness*. UMKM dapat secara efektif meningkatkan kualitas layanan mereka, memuaskan pelanggan, dan memperkuat posisi mereka di pasar. Implementasi yang konsisten dari prinsip-prinsip ini akan membantu menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, yang pada akhirnya akan mendukung pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang bisnis.

5.1.5. Ketika memberikan service yang buruk

Ketika UMKM memberikan pelayanan yang buruk, dampaknya bisa sangat merugikan dan luas. Salah satu dampak langsung yang dirasakan adalah kekecewaan pelanggan. Ketika pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan yang mereka terima, mereka tidak hanya meninggalkan tempat tersebut dengan rasa tidak nyaman tetapi juga cenderung berbagi pengalaman negatif mereka dengan orang lain. Kekecewaan ini memengaruhi persepsi mereka terhadap perusahaan, menciptakan kesan negatif yang bisa mengancam citra perusahaan di mata publik. Pelanggan yang kecewa mungkin menyebarkan pengalaman buruk mereka melalui ulasan online atau media sosial, yang dapat memperburuk reputasi perusahaan secara signifikan dan menyebarkan image buruk yang sulit diatasi.

Reputasi yang buruk berpotensi menurunkan jumlah pelanggan potensial yang mau berbisnis dengan perusahaan. Calon pelanggan yang mengetahui pengalaman negatif dari orang lain mungkin memutuskan untuk berpaling ke pesaing yang menawarkan

pelayanan lebih baik. Dengan kehilangan pelanggan potensial, perusahaan mengalami penurunan dalam pangsa pasar, yang pada gilirannya berpengaruh langsung pada pendapatan dan profitabilitas. Keputusan pelanggan untuk beralih ke pesaing bukan hanya merugikan dari sisi keuangan, tetapi juga dapat menciptakan kesulitan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan baru.

Di samping dampak pada pelanggan, pelayanan yang buruk juga dapat berdampak negatif pada karyawan. Karyawan yang bekerja dalam lingkungan yang memiliki reputasi buruk sering kali merasa tertekan dan kurang puas dengan pekerjaan mereka. Kepuasan karyawan adalah kunci untuk memastikan bahwa mereka tetap termotivasi dan bersemangat dalam pekerjaan mereka. Pelayanan buruk dan penurunan reputasi dapat menyebabkan degradasi kepuasan karyawan, yang pada gilirannya menurunkan motivasi mereka. Karyawan yang tidak termotivasi mungkin tidak memberikan performa terbaik mereka, yang dapat memperburuk kualitas pelayanan lebih lanjut.

Penting bagi UMKM untuk memahami bahwa efek dari pelayanan yang buruk bukan hanya sebatas kehilangan pelanggan saat ini tetapi juga berpotensi menurunkan motivasi dan kepuasan karyawan serta berdampak pada keberlanjutan bisnis secara keseluruhan. Jika perusahaan tidak mengambil langkah-langkah untuk memperbaiki pelayanan mereka dan memulihkan reputasi mereka, mereka akan terus menghadapi tantangan dalam mempertahankan pelanggan serta menarik pelanggan baru. Peningkatan kualitas pelayanan adalah langkah krusial untuk memastikan keberhasilan jangka panjang dan pertumbuhan yang berkelanjutan bagi UMKM.

5.1.6. Perilaku yang diperlukan dalam melayani konsumen

Dalam melayani konsumen, beberapa perilaku penting dapat memastikan pengalaman yang memuaskan dan positif. Salah satu perilaku utama adalah memberikan senyum tulus. Senyum yang tulus tidak hanya menciptakan suasana yang ramah dan menyenangkan, tetapi juga menunjukkan bahwa perusahaan menghargai kehadiran pelanggan. Senyum merupakan elemen sederhana namun efektif dalam membangun hubungan baik dan membuat pelanggan merasa dihargai dan diterima. Penting juga untuk selalu mengingat bahwa pelanggan adalah orang penting. Menyadari posisi penting pelanggan dalam bisnis berarti memberikan perhatian dan prioritas kepada mereka. Dalam berinteraksi, mendengarkan kebutuhan pelanggan dengan seksama merupakan langkah kunci. Dengan mendengarkan secara aktif, perusahaan dapat memahami apa yang benar-benar dibutuhkan pelanggan dan memberikan solusi yang tepat. Selain itu, menyebut nama pelanggan, jika memungkinkan, dapat membuat interaksi terasa lebih personal dan menunjukkan bahwa perusahaan peduli terhadap individu tersebut.

Bahasa tubuh positif juga memainkan peran yang signifikan dalam pelayanan pelanggan. Gestur yang terbuka dan sikap yang ramah menunjukkan kesiapan untuk membantu dan menciptakan lingkungan yang nyaman. Berbicara tentang hal-hal yang diminati pelanggan dan menggunakan bahasa yang halus dapat meningkatkan kenyamanan mereka selama interaksi. Komunikasi yang sopan dan penuh perhatian menunjukkan rasa hormat dan memperkuat hubungan antara pelanggan dan perusahaan. Selain itu, transparansi dalam berkomunikasi adalah hal yang tidak boleh diabaikan. Memberitahukan pelanggan tentang proses yang sudah, sedang, atau akan dikerjakan memberikan mereka gambaran yang jelas tentang status layanan atau produk yang mereka terima. Product knowledge yang baik dari staf juga penting untuk memberikan informasi

yang akurat dan berguna kepada pelanggan. Terakhir, tampil dengan rapi mencerminkan profesionalisme dan perhatian terhadap detail, yang dapat memperkuat kesan positif dan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dengan mengintegrasikan semua perilaku ini, perusahaan dapat memberikan layanan yang memuaskan dan membangun loyalitas pelanggan yang kuat.

5.1.7. Harapan pelanggan

Harapan pelanggan dalam berbisnis mencerminkan kebutuhan dan ekspektasi mereka terhadap kualitas layanan dan produk yang mereka beli. Setiap pelanggan secara umum mengharapkan pelayanan yang baik, yang mencakup sikap ramah, perhatian, dan efisiensi dalam melayani mereka. Pelayanan yang baik tidak hanya berarti memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif tetapi juga membuat mereka merasa dihargai dan diperhatikan. Ini melibatkan penyampaian layanan dengan profesionalisme dan komitmen untuk memberikan pengalaman yang positif dari awal hingga akhir interaksi.

Selain itu, pelanggan mempunyai hak untuk mendapatkan informasi yang jujur dan benar mengenai produk yang akan mereka beli. Transparansi informasi adalah kunci untuk membangun kepercayaan antara pelanggan dan perusahaan. Pelanggan menginginkan detail yang akurat tentang fitur, manfaat, serta potensi kekurangan dari produk atau layanan, agar mereka bisa membuat keputusan pembelian yang terinformasi dan yakin. Ketidakakuratan atau kekurangan informasi dapat mengarah pada ketidakpuasan dan merusak reputasi perusahaan.

Pelanggan juga mengharapkan adanya pelayanan purna jual atau layanan setelah penjualan yang baik. Ini mencakup dukungan yang memadai setelah pembelian, seperti garansi, pengembalian barang, atau bantuan teknis, yang memastikan bahwa masalah atau pertanyaan yang muncul setelah pembelian ditangani dengan baik. Pelayanan purna jual yang efektif meningkatkan kepuasan pelanggan dan menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kualitas dan kepuasan jangka panjang, bukan hanya pada saat transaksi terjadi.

Pelanggan mengharapkan kelayakan harga atas barang yang mereka beli. Ini berarti bahwa harga yang ditawarkan harus sesuai dengan nilai dan kualitas produk atau layanan yang diterima. Pelanggan ingin merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang sepadan dengan uang yang mereka keluarkan, dan harga yang adil dan kompetitif merupakan faktor penting dalam menentukan keputusan pembelian mereka. Dengan memenuhi harapan-harapan ini, perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka secara keseluruhan.

5.2. HASIL KEGIATAN

Hasil kegiatan penyuluhan mengenai service excellent di Kecamatan Gambir menunjukkan dampak signifikan pada pemahaman dan praktik pelayanan prima di kalangan para peserta, khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tergabung dalam komunitas Jakarta Entrepreneur. Penyuluhan ini memberikan wawasan mendalam tentang konsep dan penerapan pelayanan pelanggan yang berkualitas, serta teknik-teknik praktis untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Para peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoretis tetapi juga mendapatkan

kesempatan untuk mempraktikkan teknik pelayanan prima yang telah diajarkan, berkat pendekatan interaktif dan studi kasus yang disajikan selama kegiatan tersebut.

Salah satu dampak utama yang terlihat adalah peningkatan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya elemen-elemen kunci dalam pelayanan pelanggan yang baik, seperti komunikasi efektif, keterampilan mendengarkan, dan responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan. Peserta juga menunjukkan kemajuan dalam penerapan prinsip-prinsip *service excellent* dalam bisnis mereka, seperti meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan dan memberikan informasi yang lebih akurat serta transparan mengenai produk atau layanan mereka. Perubahan ini tercermin dalam umpan balik positif dari pelanggan mereka, yang melaporkan pengalaman yang lebih memuaskan dan profesional ketika berinteraksi dengan para pelaku UMKM yang telah mengikuti penyuluhan ini.

Selain itu, ada peningkatan nyata dalam praktik pelayanan purna jual di antara pelaku UMKM, yang sekarang lebih proaktif dalam menyediakan dukungan pasca-penjualan dan memastikan kepuasan pelanggan jangka panjang. Dengan adanya pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya pelayanan setelah penjualan, para pelaku usaha menjadi lebih sadar akan nilai dari membangun hubungan berkelanjutan dengan pelanggan mereka, yang berdampak positif pada loyalitas dan retensi pelanggan. Inisiatif ini tidak hanya membantu UMKM dalam memperbaiki layanan mereka tetapi juga berkontribusi pada penguatan komunitas bisnis lokal dengan menciptakan lingkungan yang lebih kompetitif dan berorientasi pada pelanggan.

Penyuluhan ini telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan kapasitas layanan pelanggan di kalangan pelaku UMKM di Kecamatan Gambir. Melalui peningkatan pemahaman dan penerapan praktik pelayanan prima, para peserta kini lebih siap untuk menghadapi tantangan pasar dan memenuhi harapan pelanggan dengan lebih baik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi dan kinerja bisnis mereka di komunitas Jakarta Entrepreneur. Kegiatan ini menunjukkan bahwa investasi dalam pelatihan dan penyuluhan berfokus pada layanan pelanggan dapat menghasilkan perubahan yang positif dan berkelanjutan dalam praktik bisnis sehari-hari.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. KESIMPULAN

Kegiatan penyuluhan mengenai *service excellent* di Kecamatan Gambir telah memberikan dampak yang signifikan pada pemahaman dan praktik pelayanan prima di kalangan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya yang tergabung dalam komunitas Jakarta Entrepreneur. Para peserta menunjukkan peningkatan pemahaman tentang elemen-elemen kunci pelayanan pelanggan yang baik, termasuk komunikasi efektif, keterampilan mendengarkan, dan responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan. Praktik pelayanan purna jual juga mengalami perbaikan, dengan para pelaku UMKM kini lebih proaktif dalam memberikan dukungan pasca-penjualan dan memastikan kepuasan pelanggan jangka panjang.

Peningkatan ini tercermin dalam umpan balik positif dari pelanggan yang melaporkan pengalaman yang lebih memuaskan dan profesional. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari penyuluhan, para pelaku UMKM telah mampu menerapkan prinsip-prinsip *service excellent* dalam operasional mereka, meningkatkan kualitas layanan, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Hal ini tidak hanya berkontribusi pada kepuasan pelanggan tetapi juga pada reputasi dan kinerja bisnis mereka di komunitas.

6.2. SARAN

Untuk memastikan bahwa manfaat dari penyuluhan tetap berkelanjutan, disarankan agar UMKM terus melakukan pelatihan dan pengembangan keterampilan dalam pelayanan pelanggan. Program penyuluhan tambahan atau sesi pelatihan lanjutan dapat membantu memperdalam pemahaman dan kemampuan dalam praktik pelayanan prima. Melakukan evaluasi secara berkala terhadap implementasi prinsip-prinsip *service excellent* yang telah diterapkan oleh para peserta. Mengumpulkan umpan balik dari pelanggan serta melakukan survei kepuasan dapat memberikan wawasan berharga mengenai efektivitas perubahan yang dilakukan dan area yang masih memerlukan perbaikan.

Menyediakan dukungan berkelanjutan bagi UMKM melalui bimbingan atau mentoring untuk membantu mereka mengatasi tantangan dalam penerapan layanan pelanggan. Penyuluhan tambahan yang fokus pada studi kasus spesifik atau masalah umum yang dihadapi oleh UMKM dapat memberikan solusi praktis dan relevan. Mendorong kolaborasi antara pelaku UMKM dan menciptakan platform untuk berbagi pengalaman serta *best practices* dalam pelayanan pelanggan. Pembentukan kelompok diskusi atau forum berbagi di komunitas Jakarta Entrepreneur dapat memperkuat jaringan dan mendukung pembelajaran bersama.

Mengingat dinamika pasar yang terus berkembang, UMKM perlu terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren terbaru dalam pelayanan pelanggan. Penyuluhan yang memasukkan elemen teknologi dan inovasi terkini dapat membantu pelaku usaha tetap relevan dan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiah, A., Asmini, A., Minarti, A., & Amriana, N. (2024). Penyuluhan Umkm Kepada Kelompok Usaha Masyarakat di Desa Pising Kabupaten Soppeng. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Lamappapoleonro*, 2(2), 41–45.
- Anthoni, L., Faisal, R., & Putra, R. E. (2021). Perspektif dan Implementasi Service Excellence pada Kopi Chuseyo Cabang Pamulang. *Implementasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 22-32.
- Juniasti, R., Tobing, F., Siregar, E., Daniela, H., & Natalia, N. (2023). Peningkatan Pemahaman Akuntansi, Pajak, Pemasaran dan Kredit Bank bagi Pelaku UMKM di Wilayah Kelurahan Cawang Jakarta Timuret. *Jurnal ComunitÃ Servizio*, 5(1), 1243-1255.
- Novarini, N. N. A., & Dewi, N. K. I. P. (2023). pemberdayaan SDM dan Service Excellent Pada UMKM Demen Koleksi. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 1162-1167.
- Puspitasari, W., Nasyrah Noor, I., Rahayu, F., Amalina, N., Sitanggung De Gala, B., & Ramadhani, P. (2023). Pelatihan Penerapan Sistem Pengendalian Internal Dan Peningkatan Service Excellent. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 1258-1263.
- Ramadhana, M. R., & Sudrajat, R. H. (2020). Pelatihan Komunikasi Efektif dalam meningkatkan Pelayanan Prima di Instansi Pemerintahan Provinsi Jawa Barat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 693-700.
- Saputra, T., & Eka. (2021). Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) berbasis Service Excellence pada car wash Kota Pekanbaru. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 5(2), 157.

LAMPIRAN







Apa yang menjadikan Anda berbeda, sehingga customer tetap memilih Anda bukan kompetitor?

Your Building

Your competitors

LIMA POIN MENEMPATKAN POSISI ANDA KEPADA CUSTOMER

Customer adalah orang yang paling penting dalam sebuah bisnis
Customer tidak tergantung pada kita – kita yang tergantung pada customer

Customer bukanlah gangguan dalam pekerjaan kita, melainkan tujuan dari pekerjaan kita
Customer bukanlah orang tepat diajak berdebat. Tidak ada yang menang berdebat dengan customer

Customer adalah mereka yang datang pada kita menginginkan produk dan jasa kita. Sudah kewajiban kita untuk menyediakan apapun yang mereka perlukan

Customer bukanlah orang yang paling penting dalam bisnis, tanpa mereka, tidak akan ada bisnis

Customer bukanlah benda mati yang dingin, mereka adalah makhluk hidup yang terdiri dari daging, darah, yang memiliki emosi sama seperti kita

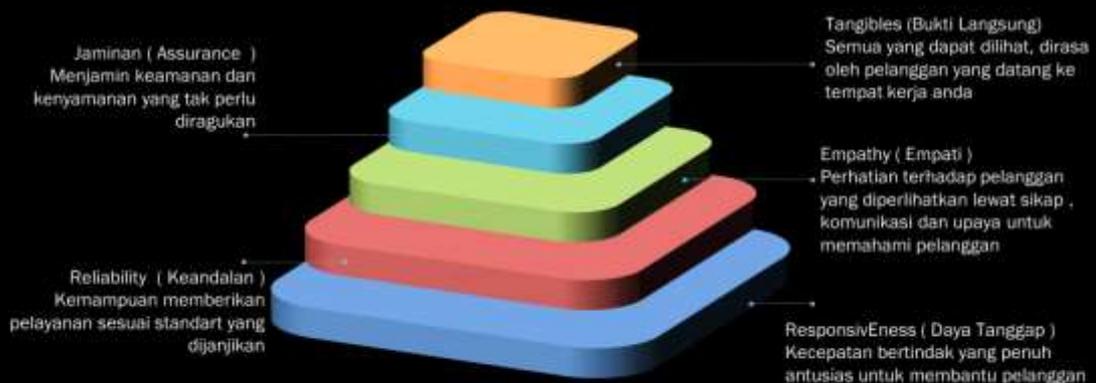
Customer flow



KEBUTUHAN DASAR KONSUMEN



LIMA FAKTOR PENENTU PELAYANAN





Apa yang terjadi ketika Anda memberikan service yang buruk?

Tamu akan kecewa	Menurunkan reputasi
Image buruk terhadap perusahaan	Berpalingnya sejumlah customer potensial
Menurunnya profit perusahaan	Degradasi kepuasan karyawan
Menurunnya motivasi karyawan	Pemberian service berikutnya yang lebih buruk



The Better your service
the better you GROW

SEPULUH PERILAKU SERVICE EXCELLENCE

1. Senyum tulus
2. Pelanggan adalah orang penting
3. Dengarkan kebutuhannya
4. Menyebut namanya
5. Bahasa tubuh positif
6. Bicarakan yang diminati Pelanggan
7. Bahasa yang halus
8. Beritahukan proses yang sudah/ sedang/ akan dikerjakan
9. Product knowledge
10. Tampil dengan rapi



4 HARAPAN PELANGGAN



1



Setiap **pelanggan** mengharapkan **pelayanan yang baik**.

2



Pelanggan mempunyai hak akan informasi yang jujur dan benar tentang produk yang akan dibelinya .

3



Pelanggan mengharapkan pelayanan purna jual atau pelayanan setelah penjualan.

4



Pelanggan mengharapkan kelayakan harga atas barang yang dibelinya.