

OPTIMALISASI LAYANAN DAN TATA KELOLA DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KUALITAS OPERASIONAL HATI THAI CABANG BALI

I Nengah Aristana^{1,*}, Ni Kadek Adelia Putri², Ni Putu Kusuma Widanti³,
I Gusti Agung Krisna Lestari⁴

^{1,2,3,4}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: aristana@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pariwisata Bali sebagai destinasi unggulan Indonesia terus mengalami pertumbuhan signifikan, dengan jumlah wisatawan mancanegara mencapai 6,33 juta pada tahun 2024. Perkembangan tersebut mendorong meningkatnya permintaan terhadap sektor pendukung, termasuk industri spa dan *wellness*. Hati Thai Cabang Bali sebagai salah satu penyedia layanan spa menghadapi tantangan utama berupa tidak adanya sistem konfirmasi otomatis pada aplikasi reservasi Fresha, pengelolaan media sosial yang belum optimal, serta ketiadaan Standar Operasional Prosedur (SOP) formal dalam pelayanan. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan untuk memberikan solusi atas permasalahan tersebut melalui tiga strategi utama, yaitu penyusunan SOP booking via Fresha, tata kelola media sosial yang lebih terstruktur, serta penyusunan SOP formal pelayanan. Metode yang digunakan mencakup observasi dan analisis kebutuhan, penyusunan program, implementasi, serta evaluasi. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa SOP booking mampu menekan risiko *no-show* melalui tindak lanjut konfirmasi manual, tata kelola media sosial meningkatkan brand awareness dan keterlibatan audiens, serta SOP formal pelayanan berhasil menciptakan konsistensi layanan dan budaya kerja yang lebih profesional. Dengan demikian, program Pengabdian kepada Masyarakat ini berkontribusi dalam peningkatan efektivitas operasional, penguatan citra digital, dan pengembangan standar layanan berkelanjutan di Hati Thai Cabang Bali.

Kata kunci: pengabdian kepada masyarakat, spa, SOP, media sosial

ANALISIS SITUASI

Spa dan *wellness* merupakan salah satu sektor penting dalam mendukung pariwisata Bali. Pertumbuhannya sangat pesat seiring meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bali. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali sepanjang tahun 2024 mencapai 6,33 juta orang, meningkat 20,1% dibandingkan tahun sebelumnya (BPS Bali dalam Suara Surabaya, 2025). Pertumbuhan tersebut tidak hanya berdampak pada sektor akomodasi dan transportasi, tetapi juga mendorong perkembangan sektor pendukung seperti spa dan *wellness*, yang kini menjadi bagian penting dalam memberikan pengalaman holistik bagi wisatawan. Menurut Utama & Nyandra (2021), jumlah spa di Bali telah meningkat lebih dari 160% sejak 2003, dengan sekitar 390 unit spa tersebar di berbagai wilayah. Pertumbuhan ini menegaskan bahwa industri spa memiliki daya tarik tinggi seiring dengan berkembangnya *wellness tourism* secara

global. Bahkan, industri wellness tourism diperkirakan bernilai lebih dari USD 850 miliar pada 2021 dan akan mencapai USD 2,1 triliun pada 2030, dengan kawasan Asia-Pasifik menjadi pasar utama pertumbuhannya (*Global Wellness Institute*, 2024). Kondisi ini menjadikan Bali salah satu pusat destinasi wellness dunia.

Salah satu usaha yang bergerak di sektor ini adalah Hati Thai Cabang Bali, sebuah spa yang menawarkan pelayanan relaksasi khas Thailand. Meski didukung tenaga kerja profesional dengan pengalaman internasional, cabang Bali masih tergolong baru sehingga operasionalnya belum sepenuhnya rapi dan terstruktur. Beberapa tantangan utama yang dihadapi, antara lain:

Pertama, sistem reservasi melalui aplikasi Fresha yang digunakan Hati Thai Bali belum memiliki fitur reconfirm otomatis. Meskipun mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan, kondisi ini meningkatkan risiko *no-show*. Menurut Noone *et al.* (2011), ketiadaan sistem konfirmasi lanjutan merupakan salah satu penyebab utama tingginya angka pembatalan reservasi di industri *hospitality*.

Kedua, pengelolaan media sosial yang belum optimal. Padahal, media sosial memegang peran penting dalam meningkatkan brand awareness dan menarik wisatawan. Kaplan & Haenlein (2010) menekankan bahwa media sosial merupakan instrumen utama dalam membangun citra serta interaksi dengan konsumen. Lebih lanjut, Statista (2024) melaporkan bahwa lebih dari 60% wisatawan internasional mencari informasi layanan spa dan wellness melalui media sosial sebelum melakukan reservasi. Namun, akun media sosial Hati Thai Cabang Bali belum dikelola secara konsisten, baik dari sisi konten, pola unggahan, maupun interaksi dengan audiens.

Ketiga, ketidakseragaman pelayanan akibat belum adanya SOP formal. Kondisi ini menyebabkan inkonsistensi kualitas layanan antar staf. Padahal, menurut teori SERVQUAL yang dikemukakan Parasuraman *et al.* (1988), konsistensi layanan merupakan salah satu dimensi kunci dalam membangun kepuasan pelanggan. Tanpa standar kerja yang jelas, sulit bagi usaha untuk menciptakan budaya kerja yang profesional dan berorientasi pada pelayanan prima.

Dengan demikian, meskipun Hati Thai Cabang Bali memiliki sumber daya manusia yang kompeten, masih diperlukan intervensi dalam hal sistem reservasi, tata kelola media sosial, dan penyusunan SOP formal agar mampu bersaing di tengah ketatnya industri spa dan *wellness* di Bali.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil analisis situasi, terdapat beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh Hati Thai Cabang Bali. Permasalahan pertama adalah sistem reservasi yang digunakan masih memiliki keterbatasan. Aplikasi Fresha yang menjadi media utama pemesanan belum dilengkapi dengan fitur konfirmasi otomatis, sehingga setiap reservasi memerlukan tindak lanjut manual. Kondisi ini berisiko menimbulkan *no-show* dari pelanggan yang sudah melakukan pemesanan, yang pada akhirnya dapat mengganggu efektivitas operasional dan menimbulkan potensi kerugian usaha.

Permasalahan kedua terletak pada tata kelola media sosial yang belum berjalan

optimal. Meskipun Hati Thai Cabang Bali telah memiliki akun media sosial resmi, namun pengelolaan konten masih belum konsisten, kurang kreatif, dan minim interaksi dengan audiens. Hal ini berdampak pada rendahnya tingkat *brand awareness*, sehingga keberadaan spa belum dikenal secara luas oleh wisatawan. Padahal, media sosial merupakan salah satu sarana promosi yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar, khususnya dalam menarik perhatian wisatawan domestik maupun mancanegara.

Permasalahan ketiga adalah ketiadaan Standar Operasional Prosedur (SOP) formal dalam aspek operasional dan pelayanan. Akibatnya, kualitas layanan yang diberikan oleh staf tidak seragam dan cenderung berbeda-beda. Kondisi ini menimbulkan inkonsistensi pengalaman bagi pelanggan, sehingga dapat memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas. Tanpa adanya SOP yang jelas, sulit bagi manajemen untuk menjaga standar pelayanan serta membangun budaya kerja yang profesional dan berorientasi pada kualitas layanan.

Dengan demikian, perumusan masalah dalam program Pengabdian kepada Masyarakat ini mencakup tiga aspek utama, yaitu keterbatasan sistem reservasi yang meningkatkan risiko no-show, tata kelola media sosial yang belum optimal, serta belum tersusunnya SOP formal yang menyebabkan ketidakkonsistenan layanan.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh Hati Thai Cabang Bali, program Pengabdian kepada Masyarakat ini menawarkan beberapa solusi strategis yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra :

Pertama, penyusunan SOP Booking via Fresha sebagai langkah untuk meminimalisasi risiko no-show. SOP ini mengatur tindak lanjut setiap reservasi yang masuk dengan cara melakukan konfirmasi manual melalui WhatsApp atau email maksimal 30 menit setelah pemesanan tercatat. Dengan adanya prosedur ini, pelanggan akan merasa lebih terjamin sehingga tingkat kehadiran dapat ditingkatkan dan potensi kerugian operasional berkurang.

Kedua, penerapan tata kelola media sosial yang lebih optimal. Solusi ini mencakup penyusunan kalender konten, pembuatan materi promosi yang kreatif, penjadwalan unggahan secara konsisten, serta peningkatan interaksi dengan audiens. Dengan strategi ini, diharapkan *brand awareness* Hati Thai Cabang Bali dapat meningkat, jangkauan promosi semakin luas, dan mampu menarik perhatian wisatawan domestik maupun mancanegara.

Ketiga, penyusunan SOP Operasional dan Pelayanan yang formal untuk menciptakan standar layanan yang konsisten dan profesional. SOP ini meliputi prosedur penyambutan tamu, standar kebersihan, komunikasi pelayanan, hingga alur kerja staf sehari-hari. Dengan adanya pedoman tertulis, kualitas layanan antar staf menjadi seragam, kepuasan pelanggan meningkat, dan budaya kerja profesional dapat terbentuk.

Secara keseluruhan, solusi yang diberikan melalui program Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang untuk menjawab langsung permasalahan mitra, sekaligus

memberikan dasar yang kuat bagi pengembangan usaha spa di masa depan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat ini disusun secara sistematis agar solusi yang ditawarkan dapat diterapkan dengan baik oleh mitra. Tahapan pelaksanaan dimulai dengan observasi awal untuk mengidentifikasi kondisi nyata di lapangan, termasuk sistem reservasi, tata kelola media sosial, serta alur pelayanan yang sudah berjalan. Observasi ini juga dilengkapi dengan diskusi bersama pihak manajemen dan staf untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kebutuhan yang harus diprioritaskan.

Tahap berikutnya adalah penyusunan program, yang meliputi pembuatan Standar Operasional Prosedur (SOP) booking melalui aplikasi Fresha, penyusunan strategi tata kelola media sosial, serta perancangan SOP formal untuk operasional dan pelayanan. Dokumen-dokumen tersebut disusun berdasarkan hasil analisis kebutuhan dan kondisi mitra.

Setelah program tersusun, dilakukan implementasi berupa penerapan SOP yang telah dibuat, pengelolaan akun media sosial dengan jadwal unggahan yang teratur, serta sosialisasi SOP pelayanan kepada staf. Implementasi juga dilengkapi dengan pelatihan singkat untuk memastikan seluruh staf memahami prosedur baru yang ditetapkan.

Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas program yang sudah diterapkan, mengidentifikasi kendala yang muncul, serta memberikan rekomendasi perbaikan bagi mitra agar program dapat dijalankan secara berkelanjutan setelah Pengabdian berakhir.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat di Hati Thai Cabang Bali telah berjalan sesuai dengan rancangan kegiatan yang telah disusun. Program difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu penyusunan SOP booking via Fresha, tata kelola media sosial, serta penyusunan SOP operasional dan pelayanan.



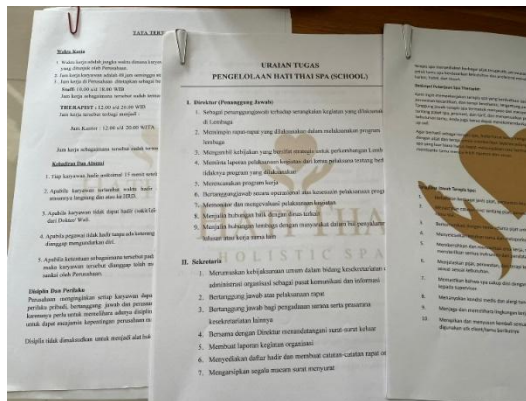
Gambar 1. Sosialisasi SOP Baru

Pertama, pada aspek penyusunan SOP Booking via Fresha, telah dibuat alur kerja yang jelas mengenai tindak lanjut setiap reservasi. SOP ini menetapkan bahwa setiap reservasi yang masuk wajib dikonfirmasi ulang secara manual melalui WhatsApp atau email dalam waktu maksimal 30 menit. Dengan adanya prosedur ini, risiko no-show berhasil ditekan karena pelanggan merasa lebih terjamin dengan adanya konfirmasi dari pihak spa.



Gambar 2. Proses pembuatan video untuk tata kelola media sosial

Kedua, pada aspek tata kelola media sosial, telah dilakukan pembuatan konten promosi berupa foto dan video yang menampilkan suasana spa, layanan yang ditawarkan, serta profesionalitas staf. Konten kemudian dijadwalkan untuk dipublikasikan secara konsisten melalui platform digital. Selain itu, dilakukan upaya meningkatkan interaksi dengan audiens, seperti membalas komentar dan pesan dari calon pelanggan. Strategi ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan brand awareness, yang terlihat dari meningkatnya jumlah pengikut dan keterlibatan audiens di media sosial Hati Thai Cabang Bali.



Gambar 3. Penyusunan Operasional Kerja Staff Berdasarkan SOP baru



Gambar 4. Penerapan Prosedur baru kepada Customer

Ketiga, pada aspek penyusunan SOP operasional dan pelayanan, telah dibuat dokumen pedoman kerja yang berisi standar pelayanan tamu, prosedur kebersihan, komunikasi, dan alur kerja staf. SOP ini disosialisasikan melalui sesi briefing bersama staf, sehingga setiap karyawan memahami standar baru yang harus diterapkan. Untuk memperkuat implementasi, juga dibuat jobdesk yang lebih rapi dan terstruktur bagi masing-masing staf agar tanggung jawab dan alur kerja lebih jelas. Hasilnya, pelayanan yang diberikan menjadi lebih konsisten, pengalaman tamu lebih terjaga, dan budaya kerja yang profesional mulai terbentuk.

Secara keseluruhan, program pengabdian ini terbukti memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan efektivitas operasional dan kualitas layanan di Hati Thai Cabang Bali. Melalui SOP booking, risiko no-show dapat diminimalisasi; melalui tata kelola media sosial, brand awareness semakin meningkat; dan melalui SOP pelayanan, standar kerja menjadi lebih konsisten. Ketiga hasil tersebut memperkuat citra usaha sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat di Hati Thai Cabang Bali telah memberikan dampak positif dalam peningkatan efektivitas operasional dan pengelolaan usaha. Penyusunan SOP Booking via Fresha mampu menekan risiko no-show melalui adanya tindak lanjut konfirmasi yang lebih cepat dan terarah. Optimalisasi tata kelola media sosial berhasil meningkatkan brand awareness serta memperluas jangkauan promosi kepada wisatawan. Selain itu, penyusunan SOP operasional dan pelayanan menghasilkan standar kerja yang lebih konsisten, profesional, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Dengan capaian tersebut, program Pengabdian kepada Masyarakat ini tidak hanya memberikan solusi jangka pendek, tetapi juga menjadi dasar bagi keberlanjutan usaha spa di masa depan. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa, mitra usaha, dan tenaga kerja dapat menghasilkan inovasi yang aplikatif sekaligus bermanfaat bagi peningkatan daya saing industri wellness di Bali.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah agar pihak manajemen Hati Thai Cabang Bali terus menjalankan serta mengevaluasi SOP yang telah disusun secara konsisten, memperkuat strategi media sosial dengan konten yang lebih variatif dan interaktif, serta melakukan pembaruan berkala sesuai tren kebutuhan wisatawan. Dengan komitmen tersebut, Hati Thai Cabang Bali dapat semakin dikenal luas, dipercaya, dan diminati oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS) Bali. (2025, Januari 2). BPS ungkap lebih dari 6,3 juta wisatawan mancanegara kunjungi Bali sepanjang 2024. Suara Surabaya. <https://www.suarasurabaya.net/ekonomibisnis/2025/bps-ungkap-lebih-dari-63-juta-wisatawan-mancanegara-kunjungi-bali-sepanjang-2024/>
- Global Wellness Institute. (2024). Wellness in Indonesia. Global Wellness Institute. <https://globalwellnessinstitute.org/geography-of-wellness/wellness-in-indonesia/>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Noone, B. M., Kimes, S. E., & Ren, L. (2011). Determinants of no-shows and the impact of mitigation strategies. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 10(3), 276–292. <https://doi.org/10.1057/rpm.2010.49>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Statista. (2024). Use of social media for travel and tourism decisions worldwide. Statista Research Department. <https://www.statista.com/>
- Utama, I. B. R., & Nyandra, M. (2021). Identifying spa industry preferences in Bali: Growth and sustainability issues. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3897788>