

PROGRAM PELATIHAN KARYAWAN UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS KOMUNIKASI KEPADA KONSUMEN DI MASTER CREPES SEMINYAK

I Nyoman Resa Adhika^{1,*}, Ni Luh Putu Liana Dewi²

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

*Email: resa.adhika@unmas.ac.id

ABSTRAK

Program pelatihan karyawan di Master Crepes Seminyak dirancang untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan komunikasi kepada konsumen. Penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, pelatihan, sosialisasi SOP, serta evaluasi dan pendampingan. Hasil observasi menunjukkan adanya keluhan pelanggan terkait pelayanan yang kurang konsisten, keterbatasan keterampilan komunikasi, dan belum adanya SOP baku. Pelatihan *service excellence*, etika pelayanan, teknik penanganan keluhan, komunikasi verbal-nonverbal, serta mendengarkan aktif dilakukan untuk memperbaiki kelemahan tersebut. Penyusunan dan sosialisasi SOP menciptakan standar kerja yang seragam. Evaluasi pasca-pelatihan menunjukkan peningkatan kecepatan pelayanan, sikap ramah, kejelasan informasi, penurunan keluhan, dan bertambahnya ulasan positif di platform online. Program ini terbukti efektif meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat citra usaha, dan diharapkan dapat dipertahankan melalui pelatihan berkala, pembaruan SOP, serta monitoring berkelanjutan.

Kata Kunci : pelatihan karyawan, kualitas pelayanan, komunikasi, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Program Pengabdian Masyarakat merupakan wujud nyata pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang memberi kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu akademik secara langsung dalam kehidupan nyata, baik secara luring maupun daring sesuai dengan kondisi dan keterbatasan. Melalui kegiatan ini, mahasiswa dapat mengembangkan soft skills sekaligus berkontribusi dalam meningkatkan kapasitas dan kesejahteraan masyarakat, khususnya di bidang ekonomi melalui pendampingan usaha kecil, pelatihan kewirausahaan, strategi bisnis, hingga pemanfaatan teknologi. Bagi perguruan tinggi, program ini tidak hanya memperkuat citra institusi dan kerja sama dengan masyarakat, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran berbasis proyek yang mendorong kreativitas, kolaborasi, serta keberlanjutan sosial.

ANALISIS SITUASI

Industri makanan dan minuman di kawasan pariwisata menuntut standar pelayanan yang tinggi untuk menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Kualitas

pelayanan tidak hanya diukur dari kecepatan dan ketepatan penyajian, tetapi juga keramahan, sikap profesional, dan kemampuan komunikasi staf dalam berinteraksi dengan konsumen. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diterima cenderung untuk kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Hal ini membuat kualitas pelayanan menjadi aset penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan keberlangsungan usaha. Kualitas komunikasi menjadi komponen kunci karena menyangkut cara penyampaian informasi, interaksi antar personal, serta bagaimana pelanggan merasa diperlakukan secara manusiawi dan profesional selama berada di tempat usaha. Ramadhan & Solihin (2024) menemukan bahwa promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Patadungan & Suhaila (2024) juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi dan pelayanan memiliki hubungan signifikan dengan kepuasan. Wahyuni dan Astuti (2020) menekankan bahwa kualitas komunikasi interpersonal dalam layanan pelanggan dapat membentuk citra positif perusahaan, sebagaimana ditegaskan pula oleh Santoso dan Pratiwi (2019).

Komunikasi dan pelayanan merupakan dua aspek yang sangat penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Jika tidak dikelola dengan baik, akan timbul berbagai kendala seperti miskomunikasi, kesalahpahaman, hingga perlakuan yang dinilai tidak profesional. Kondisi ini dapat memicu ketidakpuasan pelanggan dan berujung pada ulasan negatif di platform digital seperti Google Review, yang pada akhirnya menurunkan citra dan nilai perusahaan. Oleh karena itu, perbaikan dalam aspek pelayanan dan komunikasi menjadi krusial guna meningkatkan kualitas interaksi, kepuasan pelanggan, serta pencapaian target penjualan. Dampaknya dapat dilihat dari banyaknya keluhan konsumen yang terekam dalam Google Review.

Berdasarkan hasil observasi, Master Crepes Seminyak dikenal lezat dan disukai banyak pelanggan. Namun, ditemukan sejumlah ulasan negatif yang menyoroti buruknya pelayanan dan kurangnya komunikasi staf terhadap konsumen.



Gambar 1. Ulasan Konsumen Master Crepes Seminyak pada Google Review

Tanggapan negatif dari pelanggan tersebut menegaskan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan dan komunikasi dalam interaksi dengan konsumen. Upaya perbaikan pada dua aspek ini sangat diperlukan guna mendorong kepuasan dan loyalitas pelanggan, memperkuat citra usaha, serta meminimalisir keluhan dari konsumen dan penurunan penjualan. Melihat situasi tersebut, dibutuhkan pelatihan

bagi karyawan guna meningkatkan kemampuan mereka dalam memberikan pelayanan dan berkomunikasi secara efektif kepada konsumen di Master Crepes Seminyak.

SOLUSI DAN TARGET

Solusi

Mengatasi permasalahan kualitas pelayanan dan komunikasi di Master Crepes Seminyak, diperlukan program pelatihan karyawan yang dirancang secara komprehensif dengan fokus pada dua aspek utama, yaitu peningkatan keterampilan pelayanan dan keterampilan komunikasi. Solusi yang diusulkan meliputi:

1. Pelatihan Kualitas Pelayanan
 - a. Materi mengenai standar pelayanan prima (*service excellence*), etika pelayanan, dan teknik menangani keluhan pelanggan.
 - b. Simulasi langsung pelayanan kepada konsumen, termasuk pengelolaan waktu, ketepatan penyajian, serta sikap ramah dan profesional.
2. Pelatihan Keterampilan Komunikasi
 - a. Materi tentang komunikasi verbal dan nonverbal yang efektif, bahasa tubuh positif, serta cara menyampaikan informasi dengan jelas.
 - b. Latihan keterampilan mendengarkan aktif (*active listening*) untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.
3. Evaluasi dan Pendampingan Pasca-Pelatihan
 - a. *Monitoring* kinerja karyawan setelah pelatihan melalui observasi langsung dan umpan balik pelanggan.
 - b. Penyusunan dan menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan dan Komunikasi bagi seluruh karyawan. SOP ini akan menjadi pedoman baku dalam melayani pelanggan, mulai dari penyambutan, proses pemesanan, penyajian makanan dan minuman, hingga penanganan keluhan.

Target

Melalui penerapan program pelatihan karyawan yang fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan keterampilan komunikasi, diharapkan Master Crepes Seminyak mampu mencapai beberapa target penting. Pertama, karyawan mampu menerapkan standar pelayanan prima secara konsisten dan menunjukkan keterampilan komunikasi verbal maupun nonverbal yang efektif dalam berinteraksi dengan pelanggan. Kedua, seluruh karyawan dapat memahami dan menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan dan komunikasi sehingga tercipta keseragaman dalam kualitas layanan di seluruh tim. Selain itu, program ini juga bertujuan meningkatkan efisiensi operasional, di mana proses pemesanan, penyajian, dan penanganan keluhan pelanggan dapat berjalan lebih cepat, terstruktur, dan minim kesalahan.

Program ini juga menekankan pengukuran dan evaluasi yang terstruktur, dengan indikator keberhasilan berupa penurunan jumlah keluhan pelanggan, meningkatnya skor kepuasan pelanggan melalui survei, serta peningkatan kinerja karyawan

berdasarkan evaluasi pasca-pelatihan. Secara keseluruhan, target dari solusi ini adalah terciptanya interaksi yang lebih baik antara karyawan dan pelanggan, meningkatnya kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta pertumbuhan usaha Master Crepes Seminyak secara berkelanjutan.

TIMELINE KEGIATAN

Timeline kegiatan pengabdian ini terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi dan penutupan. Pada tahap persiapan dilakukan penyusunan rencana kerja secara sistematis melalui observasi awal, pengumpulan data keluhan pelanggan, serta koordinasi dengan manajemen Master Crepes Seminyak untuk menyelaraskan tujuan dan strategi. Tahap pelaksanaan mencakup lima kegiatan inti, yakni observasi lapangan dan pengumpulan data, pelatihan kualitas pelayanan, pelatihan keterampilan komunikasi, penyusunan serta sosialisasi SOP pelayanan dan komunikasi, hingga monitoring serta pendampingan penerapan SOP. Terakhir, tahap evaluasi dan penutupan dilakukan dengan menilai ketercapaian program, yang menunjukkan adanya peningkatan keterampilan pelayanan dan komunikasi, penerapan SOP yang konsisten, penurunan jumlah keluhan, serta meningkatnya kepuasan pelanggan, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan laporan akhir sebagai dokumentasi dan panduan tindak lanjut.

PROFIL LOKASI

Program pelatihan karyawan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta keterampilan komunikasi dengan konsumen dilaksanakan di Master Crepes Seminyak, beralamat di Jalan Camplung Tanduk No.10A, Seminyak, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung, Bali. Master Crepes Seminyak merupakan salah satu cabang dari PT TMK Mancini's Group, sebuah perusahaan dengan kepemimpinan muda yang berkomitmen dalam mengembangkan standar layanan restoran yang unggul. Mancini's Group saat ini telah mengoperasikan **tiga restoran** yang berjalan aktif dan sedang merintis dua proyek restoran baru. Sebagai bagian dari jaringan restoran seperti Italian Way, Italian Luxury Outlet, Little Italy, dan Ithaca, Master Crepes Seminyak dipilih sebagai lokasi pelatihan karena menjadi representasi penting dari operasional perusahaan serta pusat interaksi langsung antara karyawan dengan konsumen. Dengan demikian, lokasi ini dianggap ideal untuk menyelenggarakan program pelatihan secara efektif, terukur, dan berorientasi pada peningkatan kualitas layanan pelanggan.



Gambar 2. Logo PT Tiga Macam Kebahagiaan

Logo PT TMK Mancini's Group berbentuk perisai dengan tulisan besar "TMK" di bagian atas yang merepresentasikan identitas perusahaan sebagai payung dari berbagai brand restoran. Di dalam logo tercantum sejumlah unit usaha yang berada di bawah naungan perusahaan, yaitu Master Crepes, Italian Way, Italian Luxury Outlet, Little Italy, dan Ithaca Green Mediterranean Concept Bar, serta logo utama Mancini's yang menjadi ciri khas grup ini. Kehadiran simbol-simbol tersebut menunjukkan bahwa PT TMK Mancini's Group tidak hanya berfokus pada satu jenis usaha, melainkan mengembangkan beragam konsep restoran yang masing-masing memiliki keunikan dan karakter tersendiri. Dengan kepemimpinan muda yang visioner, Mancini's Group menekankan pengembangan layanan restoran yang unggul, inovatif, dan sesuai dengan standar internasional. Hingga saat ini, perusahaan telah mengoperasikan tiga restoran aktif dan sedang mengembangkan dua proyek restoran baru, menjadikan Mancini's Group sebagai salah satu pelaku usaha kuliner yang terus berkembang pesat di Bali.

IDENTIFIKASI MASALAH

Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat di Master Crepes Seminyak menyoroti pentingnya peningkatan kualitas pelayanan dan komunikasi karyawan dalam industri makanan dan minuman di kawasan pariwisata. Berdasarkan hasil observasi dan ulasan konsumen di Google Review, meskipun produk makanan yang disajikan dinilai lezat dan disukai pelanggan, terdapat sejumlah keluhan yang menyoroti kurangnya profesionalitas staf dalam memberikan pelayanan serta lemahnya keterampilan komunikasi terhadap konsumen. Kondisi ini berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan, memengaruhi loyalitas, hingga berdampak pada citra usaha secara keseluruhan. Masalah yang teridentifikasi meliputi :

1. Kurangnya standar pelayanan prima, di mana karyawan belum sepenuhnya memahami prinsip *service excellence*, mulai dari keramahan, etika pelayanan, hingga kecepatan dan ketepatan penyajian.
2. Komunikasi yang belum efektif, yaitu interaksi antara staf dan konsumen masih menimbulkan miskomunikasi, baik dalam penyampaian informasi maupun dalam penanganan keluhan.

3. Belum adanya SOP pelayanan dan komunikasi yang terstruktur, yaitu ketiadaan pedoman baku menyebabkan inkonsistensi pelayanan antar karyawan.
4. Tingginya risiko ulasan negatif konsumen, yaitu ulasan buruk di platform digital seperti *google review* berpotensi menurunkan citra perusahaan dan memengaruhi kepercayaan calon pelanggan.

Permasalahan ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang baik saja tidak cukup untuk menjamin kepuasan konsumen. Diperlukan peningkatan kapasitas karyawan melalui program pelatihan pelayanan dan komunikasi, sehingga interaksi dengan pelanggan dapat berlangsung lebih profesional, ramah, dan konsisten. Upaya ini diharapkan mampu memperbaiki citra usaha, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta mendukung keberlanjutan bisnis Master Crepes Seminyak sebagai bagian dari PT TMK Mancini's Group.

PROGRAM KERJA UTAMA

Program kerja utama dalam kegiatan pengabdian ini difokuskan pada peningkatan kualitas pelayanan dan keterampilan komunikasi karyawan Master Crepes Seminyak. Hal ini disusun untuk menjawab permasalahan yang ditemukan pada tahap observasi, yaitu lemahnya pemahaman terhadap standar pelayanan prima, komunikasi staf dengan konsumen yang kurang efektif, serta ketiadaan SOP pelayanan yang terstruktur. Program utama yang dilaksanakan meliputi pelatihan kualitas pelayanan (*service excellence training*) dengan materi tentang etika pelayanan, sikap profesional, standar keramahan, teknik menghadapi keluhan pelanggan, serta pengelolaan kecepatan dan ketepatan penyajian. Pelatihan ini dilaksanakan melalui pemberian materi, diskusi interaktif, dan simulasi pelayanan langsung. Selain itu, dilakukan pula pelatihan keterampilan komunikasi yang berfokus pada komunikasi verbal dan nonverbal, penggunaan bahasa tubuh positif, teknik penyampaian informasi yang jelas, serta keterampilan mendengarkan aktif (*active listening*) dengan metode *role play*, studi kasus, dan latihan komunikasi dua arah. Sebagai pendukung, dilakukan juga penyusunan dan sosialisasi SOP pelayanan dan komunikasi sebagai pedoman baku yang wajib diterapkan oleh seluruh karyawan, yang disampaikan melalui briefing, pembagian panduan tertulis, dan penjelasan langsung. Selanjutnya, program dilengkapi dengan monitoring dan pendampingan pasca-pelatihan melalui observasi penerapan keterampilan di lapangan, pengumpulan umpan balik dari pelanggan, serta coaching individu maupun tim untuk memperkuat konsistensi layanan.

PROGRAM KERJA TAMBAHAN

Selain program utama, terdapat pula program tambahan yang dirancang untuk mendukung terciptanya suasana kerja yang lebih baik, meningkatkan motivasi karyawan, serta memperkuat hubungan dengan konsumen. Program tambahan ini meliputi *workshop* motivasi dan *team building* yang bertujuan membangun kekompakan, kerja sama, serta semangat kerja melalui kegiatan interaktif, sehingga karyawan lebih solid dalam menghadapi dinamika industri pariwisata. Selanjutnya,

diberikan pelatihan digital marketing dasar guna menambah wawasan karyawan mengenai promosi melalui media sosial serta mendorong keterlibatan mereka dalam mendukung branding usaha. Selain itu, dilaksanakan pula survei kepuasan pelanggan secara periodik setelah pelatihan untuk mengukur dampak program, yang kemudian menjadi bahan evaluasi bagi manajemen dalam menyusun strategi pelayanan berikutnya. Sebagai penutup, dilakukan pendampingan perbaikan citra online dengan memberikan masukan terkait manajemen ulasan digital di platform seperti Google Review dan TripAdvisor, sekaligus membekali karyawan dengan keterampilan merespons ulasan pelanggan secara tepat agar dapat menjaga citra positif perusahaan.

METODE PELAKSANAAN

Program pelatihan karyawan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan komunikasi kepada konsumen di Master Crepes Seminyak dilaksanakan melalui beberapa tahapan dengan metode sebagai berikut:

1. Metode Observasi dan Wawancara

Metode observasi dan wawancara, yang dilakukan melalui pengamatan langsung (*direct observation*) dan wawancara singkat (*structured interview*) dengan staf serta manajemen. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi pelayanan dan komunikasi yang sedang berjalan, menemukan kelemahan, serta mengumpulkan data keluhan pelanggan yang relevan. Pengumpulan data didukung dengan lembar observasi, daftar pertanyaan wawancara, dan dokumentasi foto sebagai bukti lapangan.

2. Metode Pelatihan

Metode pelatihan kualitas pelayanan yang dilaksanakan dengan metode presentasi materi, diskusi interaktif, dan simulasi pelayanan (*role play*). Fokus pelatihan ini adalah memberikan pemahaman kepada karyawan mengenai standar pelayanan prima (*service excellence*), etika kerja, dan teknik penanganan keluhan pelanggan secara profesional. Untuk mendukung proses pembelajaran, digunakan modul pelatihan, proyektor, dan contoh skenario pelayanan yang relevan dengan situasi di Master Crepes Seminyak. Selanjutnya, pelatihan keterampilan komunikasi, yang dilakukan melalui penyampaian materi, praktik komunikasi verbal dan nonverbal, serta latihan mendengarkan aktif (*active listening exercise*). Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan staf dalam berinteraksi dengan konsumen secara ramah, jelas, efektif, dan membangun kesan positif. Media yang digunakan antara lain modul komunikasi, video pembelajaran, serta lembar penilaian interaksi.

3. Metode Sosialisasi

Penyusunan dan sosialisasi SOP pelayanan dan komunikasi. Penyusunan dilakukan melalui diskusi kelompok (*focus group discussion*) dan workshop bersama tim pelaksana dan pihak usaha. SOP ini memuat panduan baku mulai dari alur penyambutan, proses pemesanan, penyajian, hingga penanganan keluhan pelanggan. Setelah penyusunan, SOP disosialisasikan kepada seluruh

karyawan dan diberikan dalam bentuk panduan tertulis. Kegiatan ini didukung dengan draft format SOP, laptop, dan panduan cetak.

4. Metode Evaluasi dan Pendampingan

Metode evaluasi dan pendampingan yang dilakukan melalui monitoring lapangan, penilaian kinerja (*performance appraisal*), dan sesi *coaching* atau *mentoring* kepada karyawan. Tahapan ini bertujuan untuk memastikan bahwa SOP yang telah disusun benar-benar diterapkan secara konsisten, sekaligus memberikan bimbingan lanjutan untuk meningkatkan kualitas interaksi dengan konsumen. Alat yang digunakan meliputi lembar evaluasi, *checklist* penerapan SOP, dan formulir umpan balik dari pelanggan.

DESKRIPSI PELAKSANAAN PROGRAM

Hasil pengamatan langsung, wawancara singkat, serta analisis data keluhan pelanggan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan keterampilan komunikasi karyawan masih memerlukan perbaikan. Meskipun karyawan telah memiliki dasar pelayanan, ditemukan beberapa kekurangan seperti kurangnya konsistensi dalam penerapan etika pelayanan, kecepatan dan ketepatan penyajian yang belum optimal, serta penggunaan bahasa tubuh yang kadang kurang mencerminkan sikap profesional. Dari sisi komunikasi, masih ada karyawan yang kurang mampu memberikan informasi secara jelas, belum maksimal dalam mendengarkan aktif, dan terkadang kurang tepat dalam merespons keluhan pelanggan. Berdasarkan observasi, wawancara, dan analisis review pelanggan, faktor penyebab utama meliputi:

1. Kurangnya standar kerja yang baku sebelum adanya SOP, sehingga setiap karyawan memiliki gaya pelayanan yang berbeda.
2. Minimnya pelatihan khusus terkait *service excellence* dan keterampilan komunikasi, sehingga beberapa karyawan belum memahami teknik penanganan keluhan yang efektif.
3. Keterbatasan keterampilan mendengarkan aktif yang berdampak pada miskomunikasi dengan pelanggan.
4. Kurangnya pengawasan dan evaluasi rutin, sehingga kesalahan pelayanan atau komunikasi tidak segera diperbaiki.
5. Beban kerja tertentu pada jam sibuk yang memengaruhi kesabaran dan kualitas interaksi dengan pelanggan.

HASIL PROGRAM

Berdasarkan hasil pelaksanaan, seluruh program berjalan sesuai rencana dengan capaian 100%. Tahap pengamatan kebutuhan berhasil dilakukan melalui observasi dan wawancara, yang kemudian menjadi dasar pelatihan. Pelatihan komunikasi dan pelayanan terlaksana efektif dengan materi teori dan praktik langsung, sehingga meningkatkan pemahaman dan keterampilan karyawan. Penyusunan SOP dilakukan secara partisipatif, menghasilkan standar yang aplikatif. Monitoring dan evaluasi menunjukkan adanya perbaikan pelayanan meskipun pendampingan tetap dibutuhkan.

Tahap akhir berupa pendampingan intensif juga terlaksana, membantu karyawan lebih percaya diri dan konsisten dalam melayani tamu. Secara keseluruhan, program terbukti memberi dampak positif pada peningkatan kualitas komunikasi dan pelayanan.

Tabel 1. Realisasi Ketercapaian Kerja

No	Kegiatan	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi
1	Pengamatan & Pengumpulan Data	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan observasi langsung terhadap proses pelayanan dan komunikasi karyawan di area kerja 2. Melakukan wawancara singkat dengan staf dan manajemen untuk mengidentifikasi kendala pelayanan dan komunikasi 3. Mengumpulkan data keluhan pelanggan dari Google Review dan hasil pengamatan lapangan sebagai bahan analisis. 	100%
2	Pelatihan Kualitas Pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyampaikan materi tentang <i>service excellence</i>, etika pelayanan, dan teknik penanganan keluhan pelanggan 2. Melakukan simulasi langsung proses pelayanan mulai dari penyambutan, pemesanan, hingga penyajian 3. Melatih kecepatan, ketepatan, dan sikap profesional dalam pelayanan. 	100%
3	Pelatihan Keterampilan Komunikasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyampaikan materi tentang komunikasi verbal dan nonverbal, penggunaan bahasa tubuh yang positif, serta penyampaian informasi yang jelas. 2. Memberikan latihan <i>role play</i> untuk meningkatkan keterampilan mendengarkan aktif (<i>active listening</i>) 3. Melatih karyawan agar mampu merespons pertanyaan dan keluhan pelanggan secara sopan dan solutif. 	100%
4	Penyusunan & Sosialisasi SOP Pelayanan & Komunikasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyusun dokumen SOP yang memuat standar dan alur kerja pelayanan 2. Mengatur prosedur penyambutan pelanggan, pengambilan pesanan, penyajian produk, dan penanganan keluhan. 	100%
5	Monitoring & Pendampingan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan evaluasi penerapan SOP di lapangan melalui observasi langsung. 2. Mengumpulkan umpan balik dari pelanggan terkait perubahan pelayanan dan komunikasi 3. Memberikan coaching dan mentoring untuk memperkuat keterampilan yang telah dilatih. 4. Menyusun laporan hasil monitoring untuk perbaikan berkelanjutan. 	100%

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program pelatihan di Master Crepes Seminyak ditunjukkan melalui dukungan penuh pada setiap tahapan kegiatan, mulai

dari pengamatan awal hingga pendampingan pasca-pelatihan. Bentuk partisipasi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Mendukung pelaksanaan pelatihan service excellence, etika pelayanan, dan teknik penanganan keluhan, sehingga karyawan lebih terampil dalam ketepatan waktu, kerapian produk, dan sikap profesional.



Gambar 3. Praktik Melayani Konsumen Asing Meningkatkan Keterampilan Mendengarkan Aktif (*Active Listening*) dan Pelayan Mencatat Pesanan Pelanggan di Master Crepes Seminyak

2. Berpartisipasi aktif dalam pelatihan komunikasi verbal, nonverbal, bahasa tubuh positif, dan latihan role play untuk meningkatkan kepercayaan diri serta kemampuan mendengarkan aktif karyawan.
3. Terlibat dalam penyusunan dan sosialisasi SOP pelayanan dan komunikasi, sehingga tercipta standar kerja yang konsisten di seluruh lini pelayanan.



Gambar 4. Proses Pembuatan dan Penyajian Crepes sebagai Bagian dari Pelatihan Kualitas Pelayanan

4. Mendukung proses observasi, pengumpulan umpan balik, serta coaching dan mentoring agar hasil pelatihan dapat diterapkan secara konsisten.
5. Memberikan umpan balik positif dan mencatat peningkatan kecepatan, keramahan, dan kejelasan informasi pelayanan, yang berdampak pada penurunan keluhan dan peningkatan ulasan positif.

Program pelatihan di Master Crepes Seminyak terlaksana 100% pada semua tahap dan mendapat dukungan penuh mitra, sehingga meningkatkan keterampilan pelayanan, komunikasi, dan standarisasi kerja. Perbaikan ini berdampak pada peningkatan kualitas layanan, penurunan keluhan, dan bertambahnya ulasan positif. Ke depan, diharapkan standar pelayanan tetap terjaga, evaluasi rutin dilakukan, dan kepuasan pelanggan terus meningkat untuk mendukung pertumbuhan usaha serta citra positif perusahaan.

PEMBAHASAN

Pelaksanaan program di Master Crepes Seminyak menunjukkan hasil yang positif dengan capaian 100% pada seluruh tahap kegiatan. Program pelatihan pelayanan dan komunikasi mampu meningkatkan keterampilan karyawan dalam etika kerja, penggunaan bahasa tubuh, serta teknik menghadapi keluhan pelanggan. Penyusunan dan sosialisasi SOP menjadikan standar pelayanan lebih konsisten dan mudah diterapkan di lapangan. Dalam penerapannya, karyawan terlihat lebih percaya diri, ramah, dan responsif dalam melayani pelanggan. Monitoring dan pendampingan pasca-pelatihan juga menunjukkan adanya perbaikan kualitas interaksi dengan konsumen, terbukti dari berkurangnya keluhan serta meningkatnya ulasan positif secara online. Dengan demikian, program ini berhasil memperbaiki kelemahan yang ada sebelumnya sekaligus memberikan dasar bagi peningkatan layanan yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan pelayanan dan komunikasi di Master Crepes Seminyak berhasil dilaksanakan dengan capaian 100% pada seluruh tahap kegiatan. Kegiatan ini mampu meningkatkan keterampilan karyawan dalam menerapkan etika kerja, service excellence, komunikasi verbal dan nonverbal, serta kemampuan menangani keluhan pelanggan secara lebih profesional. Penyusunan dan sosialisasi SOP memberikan standar baku yang menjadikan pelayanan lebih konsisten dan terukur. Monitoring serta pendampingan menunjukkan adanya peningkatan kualitas layanan, penurunan keluhan pelanggan, serta bertambahnya ulasan positif di platform digital. Dengan demikian, program ini terbukti efektif dalam menjawab permasalahan yang ada sekaligus memberikan dampak nyata terhadap citra dan keberlanjutan usaha.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil pelaksanaan program, terdapat beberapa rekomendasi strategis yang perlu diterapkan untuk memastikan keberlanjutan kualitas pelayanan di Master Crepes Seminyak. Karyawan perlu secara konsisten menerapkan SOP pelayanan dan komunikasi dalam setiap interaksi agar standar kualitas tetap terjaga. Selain itu, manajemen disarankan melakukan evaluasi rutin melalui observasi maupun survei kepuasan pelanggan untuk memantau efektivitas program yang telah dijalankan. Upaya pendampingan berkelanjutan berupa *coaching* dan *mentoring* juga penting dilakukan guna memperkuat keterampilan karyawan serta menjaga semangat pelayanan prima. Di sisi lain, pengembangan kompetensi lanjutan, seperti pelatihan bahasa asing atau customer service digital, menjadi kebutuhan penting untuk menghadapi persaingan di industri pariwisata yang semakin kompetitif. Tidak kalah penting, manajemen juga perlu mengelola reputasi online secara konsisten melalui platform digital seperti Google Review dan TripAdvisor sebagai bagian dari strategi menjaga citra positif perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhika, I. N. R., & Widyasari, N. M. I. (2022). Pendampingan Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Akibat Covid-19 Pada UMKM “Aneka Camilan Bu Era” di Denpasar. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)* (Vol. 1, No. 2, pp. 1044-1049).
- Patadungan, N., & Suhaila, S. (2024). Strategi komunikasi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 12(1), 45–56.
- Ramadhan, R., & Solihin, S. (2024). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 17(2), 150–162.
- Santoso, B., & Pratiwi, A. (2019). Kualitas komunikasi interpersonal dalam layanan pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(3), 210–219.
- Wahyuni, R., & Astuti, D. (2020). Pengaruh komunikasi interpersonal terhadap citra perusahaan. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 88–97.