

---

## **PROGRAM PENGEMBANGAN SDM BERBASIS PELAYANAN PRIMA UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH OBLONG**

**Fauzan<sup>1\*</sup>, Shara Franda Juwita<sup>2</sup>, Amada Aulia Sakinah<sup>3</sup>, Putri Mega  
Amanda<sup>4</sup>, Melia Susanti<sup>5</sup>, Viola Peza Agustri<sup>6</sup>, Patriyani<sup>7</sup>, Tarisa Putri  
Ayu Tama<sup>8</sup>, Rheva Rislika Savela<sup>9</sup>, Ardiandi Aidil Syahputra<sup>10</sup>,  
Alda Violah<sup>11</sup>, Amanda Saputra<sup>12</sup>, & Fajri Kurnia<sup>13</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,&13</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas

Prof. Dr. Hazairin, SH, Jalan Jenderal Ahmad Yani Nomor 1, Bengkulu,

Bengkulu 38115, Indonesia

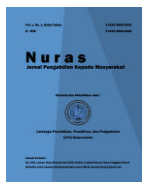
\*Email: [fauzanunihaz@gmail.com](mailto:fauzanunihaz@gmail.com)

Submit: 21-06-2026; Revised: 28-06-2026; Accepted: 01-07-2026; Published: 23-07-2026

**ABSTRAK:** Program pengembangan sumber daya manusia berbasis pelayanan prima di Rumah Oblong dilaksanakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan karyawan, sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumen dan mendukung keberlanjutan usaha. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya kualitas pelayanan yang ditunjukkan oleh adanya perbedaan cara melayani pelanggan, serta kurangnya konsistensi karyawan dalam setiap interaksi dengan konsumen. Program dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan identifikasi kebutuhan menggunakan observasi, wawancara, dan kuesioner, dilanjutkan dengan pelatihan pelayanan prima selama dua hari, pendampingan dan monitoring selama dua bulan, serta evaluasi melalui observasi, wawancara, dan penilaian perubahan perilaku pelayanan. Kebaruan program terletak pada integrasi pelatihan, pendampingan, dan monitoring secara berkelanjutan yang disesuaikan dengan karakteristik operasional Rumah Oblong. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kompetensi karyawan, ditandai dengan perubahan kategori pemahaman dari cukup baik menjadi baik, kemampuan bekerja dari cukup cekatan menjadi cekatan, kemampuan memberikan solusi dari cukup solutif menjadi solutif, serta inovasi pelayanan dari cukup inovatif menjadi inovatif, sementara sikap ramah dan keandalan pelayanan tetap terjaga pada kategori yang baik. Perubahan tersebut berdampak pada pelayanan yang lebih konsisten dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman bagi konsumen. Dengan demikian, program pengembangan sumber daya manusia berbasis pelayanan prima efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Rumah Oblong.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, Pelayanan Prima, Pengabdian kepada Masyarakat, Pengembangan Sumber Daya Manusia, UMKM.

**ABSTRACT:** A human resource development program based on excellent service was implemented at Rumah Oblong to enhance employee service quality, thereby boosting customer satisfaction and supporting business sustainability. The initiative was prompted by suboptimal service quality, evidenced by inconsistencies in customer service approaches and a lack of uniformity in employee interactions with consumers. The program employed a participatory approach comprising several stages: needs identification (via observation, interviews, and questionnaires), a two-day excellent service training session, two months of mentoring and monitoring, and a final evaluation involving observation, interviews, and assessments of changes in service behavior. The program's novelty lies in its integrated, continuous approach combining training, mentoring, and monitoring tailored to Rumah Oblong's operational characteristics. Results indicate improved employee competence, reflected in shifts from "fairly good" to "good" regarding understanding, from "moderately agile" to "agile" regarding work performance, from "moderately solution-oriented" to "solution-oriented" regarding problem-solving, and from "moderately innovative" to "innovative" regarding service innovation; meanwhile, friendliness and service reliability remained at a "good" level. These changes resulted in more consistent service and a more pleasant shopping experience for customers. Thus, the excellent service-based human resource development program proved effective in enhancing service quality at Rumah Oblong.



**Keywords:** *Customer Satisfaction, Excellent Service, Community Service, Human Resource Development, MSMEs.*

**How to Cite:** Fauzan, F., Juwita, S. F., Sakinah, A. A., Amanda, P. M., Susanti, M., Agustri, V. P., Patriyani, P., Tama, T. P. A., Savela, R. R., Syahputra, A. A., Violah, A., Saputra, A., & Kurnia, F. (2026). Program Pengembangan SDM Berbasis Pelayanan Prima untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Rumah Oblong. *Nuras : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 1191-1203. <https://doi.org/10.36312/nuras.v6i3.1690>



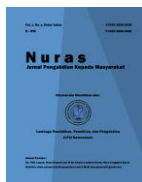
*Nuras : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* is Licensed Under a CC BY-SA [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha semakin kompetitif saat ini berdampak pada pelayanan kepada konsumen, sehingga menjadi salah satu unsur yang sangat penting dalam menentukan keberlangsungan dan kemajuan sebuah usaha (Cahyani *et al.*, 2024). Persaingan yang semakin ketat tidak hanya menuntut pelaku usaha untuk menyediakan produk yang berkualitas, tetapi juga mengharuskan usaha mampu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan (Nabire & Maretasari, 2025). Pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman positif kepada konsumen selama melakukan transaksi, mulai dari saat pelanggan datang, memilih produk, bertanya mengenai barang yang tersedia, hingga menyelesaikan proses pembelian. Pelanggan pada umumnya tidak hanya menilai kualitas barang yang dibeli, tetapi juga memperhatikan kenyamanan, keramahan, dan kecepatan pelayanan yang diberikan oleh karyawan (Silalahi *et al.*, 2024).

Apabila pelayanan yang diberikan mampu memenuhi harapan konsumen, pelanggan akan merasa puas, memiliki kesan yang baik terhadap usaha, serta berpotensi melakukan pembelian ulang pada waktu berikutnya (Monica & Japariato, 2023). Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima kurang memuaskan, konsumen dapat merasa kecewa dan memilih beralih ke tempat lain yang dianggap mampu memberikan pelayanan yang lebih baik (Yani *et al.*, 2022). Oleh karena itu, pelayanan kepada konsumen menjadi salah satu faktor yang sangat menentukan keberhasilan usaha, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen terhadap suatu usaha (Kotler & Keller, 2016).

Dalam mendukung terciptanya pelayanan yang berkualitas, sumber daya manusia memegang peranan yang sangat penting, karena karyawan merupakan pihak yang berinteraksi secara langsung dengan pelanggan selama kegiatan usaha berlangsung (Anggraini *et al.*, 2024). Karyawan menjadi bagian utama yang mewakili citra usaha di mata konsumen, sehingga sikap, kemampuan komunikasi, serta cara mereka memberikan pelayanan akan sangat memengaruhi penilaian pelanggan (Septiyan, 2026). Sumber daya manusia yang memiliki keterampilan pelayanan yang baik akan mampu menciptakan suasana transaksi yang nyaman, membantu konsumen memenuhi kebutuhan mereka, serta membangun hubungan yang positif antara pelanggan dan usaha. Oleh karena itu, pengembangan sumber

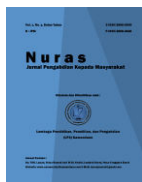


daya manusia perlu dilakukan secara berkelanjutan agar kemampuan pelayanan karyawan semakin meningkat dan mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen yang terus berkembang (Anisa *et al.*, 2024; Armstrong, 2021). Dalam konteks usaha kecil maupun menengah, pengembangan karyawan merupakan investasi penting yang mendukung kelangsungan usaha, karena berkaitan secara langsung dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (Dessler, 2020).

Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai penerapan pelayanan prima telah banyak dilakukan pada sektor usaha kecil dan menengah. Hasil kegiatan yang dilakukan oleh Bona (2024) menunjukkan bahwa pelatihan pelayanan prima mampu meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, Wulandari & Lina (2025) melaporkan bahwa penerapan pelayanan prima berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan. Meskipun demikian, sebagian besar kegiatan tersebut masih berfokus pada penyampaian materi pelatihan dan belum mengintegrasikan proses pendampingan serta evaluasi implementasi secara berkelanjutan. Di sisi lain, karakteristik usaha penjualan oleh-oleh memiliki intensitas interaksi yang tinggi dengan pelanggan, sehingga membutuhkan standar pelayanan yang konsisten dalam setiap tahapan pelayanan. Oleh karena itu, masih terdapat kebutuhan akan program pengabdian yang mengombinasikan pelatihan, pendampingan, dan evaluasi sesuai dengan karakteristik operasional usaha, sehingga perubahan perilaku pelayanan dapat diterapkan secara berkelanjutan.

Rumah Oblong merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang penjualan oleh-oleh khas yang menawarkan berbagai produk lokal kepada wisatawan maupun masyarakat umum. Sebagai usaha ritel yang melayani pelanggan secara langsung, Rumah Oblong memiliki karakteristik operasional dengan intensitas interaksi yang tinggi, karena konsumen umumnya memerlukan informasi mengenai produk, perbedaan varian, harga, hingga rekomendasi oleh-oleh yang sesuai. Kondisi tersebut menjadikan kualitas pelayanan sebagai faktor penting dalam membentuk pengalaman berbelanja, kepuasan pelanggan, serta citra usaha. Oleh karena itu, diperlukan standar pelayanan yang konsisten agar setiap pelanggan memperoleh pengalaman pelayanan yang sama, tanpa dipengaruhi oleh perbedaan cara melayani masing-masing karyawan.

Berdasarkan hasil observasi awal, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan di Rumah Oblong masih belum berjalan secara optimal dan belum menunjukkan konsistensi dalam setiap interaksi. Hal tersebut terlihat dari adanya perbedaan cara melayani antar karyawan, baik dalam menyambut pelanggan, memberikan informasi produk, maupun merespons pertanyaan konsumen selama proses pembelian. Sebagian karyawan telah menunjukkan pelayanan yang baik, namun masih terdapat karyawan yang belum konsisten dalam memberikan pelayanan secara ramah dan proaktif. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih diperlukan upaya perbaikan agar kualitas pelayanan menjadi lebih seragam dan sesuai dengan standar yang diharapkan oleh usaha maupun pelanggan. Apabila kondisi tersebut tidak diperbaiki, kenyamanan pelanggan selama berbelanja dapat menurun dan berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan konsumen di Rumah Oblong (Wilson *et al.*, 2018). Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan menjadi aspek penting yang perlu mendapat perhatian.



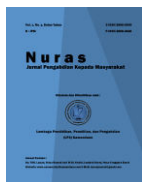
Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memperbaiki kualitas pelayanan tersebut adalah melalui penerapan pelayanan prima (Bona, 2024). Pelayanan prima merupakan bentuk pelayanan yang menekankan kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan secara ramah, cepat, tanggap, sopan, dan profesional sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Wulandari & Lina, 2025). Konsep ini tidak hanya berorientasi pada penyelesaian transaksi, tetapi juga pada upaya memenuhi harapan pelanggan melalui pelayanan yang andal (*reliability*), tanggap (*responsiveness*), memberikan jaminan (*assurance*), menunjukkan empati (*empathy*), serta didukung bukti fisik (*tangibles*) yang memadai sebagai dimensi utama kualitas layanan (Wilson *et al.*, 2018). Pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan, pendampingan, dan evaluasi secara berkelanjutan menjadi aspek penting untuk membangun kualitas pelayanan yang konsisten.

Kebaruan kegiatan pengabdian ini terletak pada penerapan program pengembangan sumber daya manusia berbasis pelayanan prima yang mengintegrasikan pelatihan, pendampingan, dan monitoring secara berkelanjutan sesuai dengan karakteristik operasional Rumah Oblong sebagai usaha penjualan oleh-oleh. Pendekatan tersebut diharapkan mampu meningkatkan kompetensi karyawan dalam menerapkan pelayanan prima secara konsisten, sehingga kualitas pelayanan kepada pelanggan menjadi lebih baik. Berdasarkan uraian tersebut, tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kemampuan karyawan Rumah Oblong dalam menerapkan pelayanan prima melalui program pengembangan sumber daya manusia guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis pemberdayaan masyarakat (*Participatory Action Research/PAR*) yang menekankan keterlibatan aktif tim pengabdian, pemilik usaha, dan karyawan Rumah Oblong dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, perencanaan program, pelaksanaan, hingga evaluasi dan monitoring (Kemmis *et al.*, 2014). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan solusi yang diberikan disesuaikan dengan kebutuhan nyata mitra melalui proses kolaboratif. Program pengabdian dilaksanakan di Rumah Oblong dengan melibatkan pemilik usaha dan seluruh karyawan sebagai peserta kegiatan. Pelaksanaan program berlangsung selama satu semester pada semester ganjil tahun akademik 2025/2026 yang meliputi tahap identifikasi kebutuhan, pelatihan, pendampingan, implementasi pelayanan prima, evaluasi, dan monitoring.

Metode dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan tahap identifikasi kebutuhan yang dilakukan melalui observasi langsung di Rumah Oblong sebagai mitra kegiatan. Tahap awal ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi pelayanan yang berlangsung di lingkungan usaha serta mengetahui kebutuhan utama yang berkaitan dengan pengembangan sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Kegiatan observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung proses pelayanan kepada pelanggan, mulai dari penyambutan konsumen, pemberian informasi produk, proses transaksi, hingga cara karyawan merespons pertanyaan maupun kebutuhan pelanggan selama berbelanja. Selain observasi, pengumpulan data juga dilakukan melalui wawancara



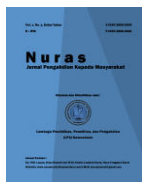
bersama pemilik usaha dan karyawan untuk memperoleh informasi mengenai hambatan pelayanan yang dihadapi dalam kegiatan operasional sehari-hari. Untuk memperkuat data, tim pengabdian turut menyebarkan kuesioner kepada konsumen guna mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan selama berbelanja di Rumah Oblong. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa masih diperlukan peningkatan keterampilan pelayanan dan penguatan sumber daya manusia agar kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat berjalan lebih optimal dan konsisten.

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan program pengabdian sesuai dengan permasalahan yang telah diidentifikasi. Tahap pertama dilaksanakan melalui program pelatihan pengembangan sumber daya manusia berbasis pelayanan prima yang ditujukan kepada karyawan Rumah Oblong. Pelatihan dilaksanakan dalam dua sesi selama dua hari dengan metode penyampaian materi, diskusi, simulasi, dan praktik pelayanan secara langsung. Materi pelatihan meliputi: 1) pemberian materi mengenai konsep dasar pelayanan prima (*service excellence*) serta pentingnya kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan mendukung keberlangsungan usaha; 2) pelatihan komunikasi efektif, etika pelayanan kepada pelanggan, serta teknik menangani keluhan konsumen dengan baik dan profesional; dan 3) simulasi serta praktik langsung pelayanan kepada pelanggan agar karyawan mampu menerapkan sikap ramah, tanggap, komunikatif, dan profesional dalam menjalankan pekerjaan.

Setelah pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan selama dua bulan untuk memastikan materi yang telah diberikan dapat diterapkan dalam aktivitas pelayanan sehari-hari. Pendampingan dilakukan secara langsung di lokasi usaha maupun secara daring melalui *zoom* atau media telekonferensi. Tahap kedua difokuskan pada peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan kepada konsumen melalui sosialisasi budaya kerja yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, pendampingan penerapan standar pelayanan, serta penguatan kerja sama tim dan disiplin kerja agar pelayanan yang diberikan lebih efektif, profesional, dan konsisten. Pada tahap ini, tim pengabdian bersama pemilik usaha melakukan pemantauan terhadap perubahan perilaku pelayanan karyawan pada setiap periode pendampingan. Hasil pemantauan digunakan sebagai dasar pemberian umpan balik dan tindak lanjut untuk memperbaiki aspek pelayanan yang masih perlu ditingkatkan.

Tahap kedua difokuskan pada peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Kegiatan ini diarahkan untuk membentuk kebiasaan kerja yang lebih baik dan menciptakan pelayanan yang lebih konsisten kepada pelanggan. Tahap ini dilaksanakan melalui pendampingan selama dua bulan setelah pelatihan yang dipadukan dengan kegiatan monitoring secara berkala setiap dua minggu. Pendampingan dilakukan secara langsung di lokasi usaha maupun secara daring melalui *zoom* atau telekonferensi untuk memastikan penerapan pelayanan prima berjalan sesuai dengan standar yang telah diberikan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui: 1) sosialisasi mengenai pentingnya budaya kerja yang berorientasi pada kepuasan pelanggan sebagai bagian dari kualitas pelayanan usaha; 2) pendampingan dalam penerapan standar pelayanan kepada konsumen, seperti membiasakan menyapa pelanggan dengan ramah,





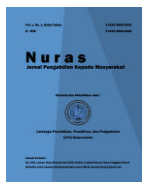
membantu konsumen secara aktif, serta memberikan pelayanan yang cepat dan tepat; dan 3) penguatan kerja sama tim dan peningkatan disiplin kerja agar pelayanan yang diberikan dapat berjalan lebih efektif, profesional, dan sesuai dengan harapan konsumen.

Pada tahap ini, tim pengabdian bersama pemilik usaha melakukan pemantauan terhadap perubahan perilaku pelayanan karyawan pada setiap periode monitoring. Hasil monitoring digunakan sebagai dasar pemberian umpan balik dan tindak lanjut untuk memperbaiki aspek pelayanan yang masih perlu ditingkatkan, sehingga penerapan pelayanan prima dapat berlangsung secara konsisten dalam kegiatan operasional sehari-hari.

Tahap berikutnya dilakukan melalui evaluasi dan monitoring secara berkala untuk mengetahui efektivitas program pengabdian yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan melalui pengukuran pemahaman peserta menggunakan instrumen *pre-test* dan *post-test*, observasi terhadap perubahan sikap, kemampuan komunikasi, dan kualitas pelayanan karyawan, serta wawancara dan penyebaran kuesioner kepada konsumen untuk memperoleh umpan balik terhadap pelayanan yang diberikan. Data hasil observasi, wawancara, kuesioner, serta *pre-test* dan *post-test* dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan program: 1) pengukuran pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan menggunakan instrumen *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui peningkatan pengetahuan karyawan mengenai pelayanan prima; 2) observasi langsung terhadap perubahan sikap, cara berkomunikasi, serta kualitas pelayanan karyawan setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan; serta 3) wawancara dan penyebaran kuesioner kepada konsumen untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan setelah penerapan pelayanan prima dilakukan di Rumah Oblong.

Monitoring dilaksanakan selama dua bulan setelah pelatihan dengan frekuensi setiap dua minggu. Kegiatan monitoring dilakukan oleh tim pengabdian bersama pemilik usaha melalui kunjungan langsung ke lokasi usaha maupun secara daring melalui *zoom* atau media telekonferensi. Indikator yang diamati meliputi pemahaman karyawan mengenai pelayanan prima, sikap ramah, kemampuan komunikasi, kecepatan dan ketepatan pelayanan, kemampuan memberikan solusi kepada pelanggan, serta konsistensi dalam menerapkan standar pelayanan. Keberhasilan program ditunjukkan oleh meningkatnya pemahaman peserta mengenai pelayanan prima, perubahan perilaku pelayanan menjadi lebih ramah, cekatan, komunikatif, dan solutif berdasarkan hasil observasi, serta adanya tanggapan positif dari pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Hasil monitoring didiskusikan bersama mitra sebagai bahan evaluasi dan ditindaklanjuti melalui pemberian umpan balik, pembinaan, serta pendampingan lanjutan pada aspek pelayanan yang masih memerlukan perbaikan, sehingga penerapan pelayanan prima dapat berjalan secara berkelanjutan. Proses evaluasi ini juga menjadi dasar dalam penyusunan strategi peningkatan kualitas pelayanan berikutnya. Selanjutnya, program pengembangan sumber daya manusia berbasis pelayanan prima diharapkan mampu meningkatkan kompetensi karyawan dalam memberikan pelayanan yang profesional, konsisten, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan, sehingga mendukung peningkatan kualitas pelayanan serta keberlanjutan usaha Rumah Oblong.



---

## HASIL DAN DISKUSI

Pelaksanaan program pengembangan sumber daya manusia berbasis pelayanan prima di Rumah Oblong dilakukan sebagai langkah untuk meningkatkan kualitas pelayanan karyawan kepada konsumen sekaligus mendukung perkembangan usaha. Dalam kegiatan operasional sehari-hari, pelayanan memiliki peran yang sangat penting, karena menjadi bagian yang langsung dirasakan pelanggan saat datang dan melakukan pembelian (Citra & Sunaryanto, 2026). Pelayanan yang baik mampu menciptakan kenyamanan, membangun kesan positif, serta meningkatkan peluang pelanggan untuk kembali melakukan pembelian di masa mendatang (Suryaman *et al.*, 2024). Hal tersebut sejalan dengan Kotler & Armstrong (2018) yang menyatakan bahwa, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan nilai dan pengalaman yang sesuai dengan harapan konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, pelayanan yang dilakukan karyawan masih menunjukkan beberapa kendala, terutama dalam hal konsistensi pelayanan kepada pelanggan. Perbedaan cara berkomunikasi antar karyawan terlihat ketika menyambut pelanggan, menjelaskan produk, maupun saat menjawab pertanyaan konsumen. Sebagian karyawan sudah cukup aktif dan ramah, namun sebagian lainnya masih terlihat pasif dan belum konsisten dalam menawarkan bantuan kepada pelanggan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelayanan di Rumah Oblong masih membutuhkan pengembangan agar kualitas pelayanan yang diberikan lebih seragam dan sesuai dengan standar usaha. Pelayanan yang konsisten sangat penting, karena pelanggan cenderung menilai kualitas usaha dari pengalaman yang mereka rasakan secara langsung saat bertransaksi (Kotler & Keller, 2016). Temuan tersebut menunjukkan bahwa kondisi awal di Rumah Oblong memiliki karakteristik yang serupa dengan beberapa usaha kecil dan menengah yang menjadi objek kegiatan pengabdian sebelumnya. Hal ini sejalan dengan hasil pengabdian Bona (2024) yang menunjukkan bahwa rendahnya keterampilan pelayanan karyawan menjadi salah satu penyebab belum optimalnya kualitas pelayanan kepada pelanggan. Oleh karena itu, penerapan program pengembangan sumber daya manusia yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra menjadi langkah yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara lebih efektif.

Sebagai tindak lanjut dari hasil identifikasi tersebut, tim pengabdian melaksanakan kunjungan lapangan dan pendampingan kepada mitra untuk memahami proses operasional usaha sekaligus memberikan arahan mengenai pentingnya penerapan pelayanan prima dalam setiap aktivitas kerja. Tim pengabdian juga melakukan diskusi interaktif bersama mitra untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Melalui kegiatan tersebut, mitra memperoleh pemahaman mengenai pentingnya komunikasi yang efektif, sikap ramah, kecepatan pelayanan, serta konsistensi dalam menjaga kualitas layanan. Pendampingan ini dapat meningkatkan kapasitas mitra dalam menerapkan prinsip pelayanan prima. Dokumentasi kegiatan pengabdian ditunjukkan pada Gambar 1 dan Gambar 2.



**Gambar 1. Kunjungan di Rumah Oblong.**

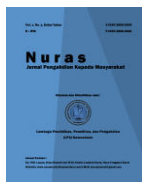
Gambar 1 menunjukkan kegiatan observasi awal yang dilakukan sebagai bagian dari proses identifikasi kebutuhan mitra. Observasi menjadi tahapan penting dalam kegiatan pengabdian, karena memberikan gambaran nyata mengenai kondisi pelayanan yang berlangsung di Rumah Oblong sebelum program dilaksanakan. Melalui observasi, tim pengabdian mengidentifikasi adanya variasi kemampuan komunikasi, perbedaan cara melayani pelanggan, serta belum konsistennya penerapan standar pelayanan antar karyawan. Temuan tersebut menjadi dasar dalam menentukan kebutuhan pelatihan, sehingga materi yang diberikan difokuskan pada peningkatan komunikasi, responsivitas, etika pelayanan, dan penerapan pelayanan prima sesuai dengan kondisi operasional mitra. Dengan demikian, observasi tidak hanya berfungsi sebagai tahap pengumpulan informasi, tetapi juga menjadi landasan dalam merancang intervensi yang sesuai dengan kebutuhan Rumah Oblong, sehingga pelaksanaan program menjadi lebih efektif (Dessler, 2020).



**Gambar 2. Kegiatan Observasi dan Pendampingan pada Mitra Rumah Oblong.**

Gambar 2 menunjukkan kegiatan pendampingan selama implementasi pelayanan prima di lingkungan kerja. Tahap ini merupakan tindak lanjut dari hasil observasi awal yang telah mengidentifikasi berbagai kelemahan pelayanan.





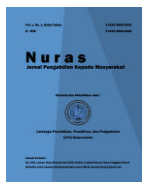
Pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa materi yang diperoleh selama pelatihan dapat diterapkan secara konsisten dalam aktivitas pelayanan sehari-hari. Melalui observasi langsung selama proses pendampingan, tim pengabdian memberikan umpan balik terhadap perilaku pelayanan karyawan, seperti cara berkomunikasi, kecepatan merespons pelanggan, dan kemampuan memberikan informasi produk. Proses tersebut memungkinkan perbaikan dilakukan secara bertahap sesuai dengan kondisi kerja yang sebenarnya, sehingga perubahan perilaku pelayanan tidak hanya terjadi pada aspek pengetahuan, tetapi juga pada praktik pelayanan di lapangan. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi observasi, pelatihan, dan pendampingan menjadi mekanisme yang saling mendukung dalam meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan (Bona, 2024; Dessler, 2020).

Untuk mengatasi kondisi tersebut, program pengembangan sumber daya manusia difokuskan pada penerapan pelayanan prima melalui pelatihan dan pendampingan langsung kepada karyawan. Pelatihan diberikan dengan tujuan meningkatkan pemahaman karyawan mengenai pentingnya pelayanan yang ramah, cepat, tanggap, dan profesional saat berinteraksi dengan pelanggan. Dalam kegiatan tersebut, karyawan diberikan arahan tentang bagaimana menyambut konsumen dengan baik, menjaga komunikasi yang sopan, memberikan penjelasan produk secara jelas, serta membantu pelanggan sesuai kebutuhan mereka. Setelah pelatihan diberikan, dilakukan pendampingan secara langsung selama kegiatan pelayanan berlangsung agar karyawan dapat mempraktikkan materi yang telah dipelajari dalam situasi nyata. Pendampingan ini membantu karyawan menyesuaikan teori dengan kondisi lapangan, sehingga lebih mudah diterapkan dalam aktivitas sehari-hari. Kegiatan pengembangan seperti ini juga memberikan kesempatan bagi karyawan untuk memperbaiki kekurangan yang sebelumnya masih ditemukan dan meningkatkan kepercayaan diri dalam melayani pelanggan (Dessler, 2020).

**Tabel 1. Perubahan Perilaku Pelayanan Prima pada Rumah Oblong.**

| No. | Indikator        | Sebelum          | Sesudah          |
|-----|------------------|------------------|------------------|
| 1   | Pemahaman        | Cukup Baik       | Baik             |
| 2   | Sikap Ramah      | Sangat Ramah     | Sangat Ramah     |
| 3   | Cekatan          | Cukup Cekatan    | Cekatan          |
| 4   | Solutif          | Cukup Solutif    | Solutif          |
| 5   | Dapat Diandalkan | Dapat Diandalkan | Dapat Diandalkan |
| 6   | Inovasi          | Cukup Inovatif   | Inovatif         |

Berdasarkan hasil evaluasi yang disajikan pada Tabel 1, terjadi perubahan perilaku pelayanan pada sebagian besar indikator setelah pelaksanaan program. Peningkatan terlihat pada aspek pemahaman pelayanan prima yang berubah dari kategori cukup baik menjadi baik, kecekanan pelayanan dari cukup cekatan menjadi cekatan, kemampuan memberikan solusi dari cukup solutif menjadi solutif, serta inovasi pelayanan dari cukup inovatif menjadi inovatif. Sedangkan indikator sikap ramah dan keandalan pelayanan tetap berada pada kategori yang baik, menunjukkan bahwa program mampu mempertahankan aspek pelayanan yang sebelumnya telah berjalan dengan baik sekaligus meningkatkan aspek yang masih memerlukan penguatan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa program yang dilaksanakan efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan.



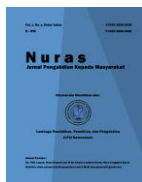
Perubahan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi karyawan tidak hanya dipengaruhi oleh penyampaian materi selama pelatihan, tetapi juga oleh proses pendampingan yang memungkinkan peserta memperoleh umpan balik secara langsung ketika memberikan pelayanan kepada pelanggan. Pendampingan membantu karyawan memperbaiki cara berkomunikasi, meningkatkan kepercayaan diri, serta membiasakan penerapan standar pelayanan dalam situasi kerja nyata. Dengan demikian, perubahan perilaku terjadi melalui proses pembelajaran yang berulang dan evaluasi secara berkelanjutan, bukan hanya karena peningkatan pengetahuan secara teoretis. Hasil ini sejalan dengan pengabdian Bona (2024) dan Simatupang *et al.* (2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan/*workshop* pelayanan prima dapat meningkatkan kompetensi pelayanan karyawan. Namun, pada kegiatan ini efektivitas program diperkuat melalui proses pendampingan dan monitoring, sehingga implementasi pelayanan prima berlangsung lebih konsisten.

Berdasarkan hasil wawancara, pelanggan memberikan tanggapan positif terhadap perubahan kualitas pelayanan setelah program dilaksanakan. Pelanggan merasa lebih nyaman saat berbelanja, karena karyawan lebih mudah diajak berkomunikasi, lebih cepat memberikan bantuan, serta mampu menjelaskan informasi produk dengan lebih jelas. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penerapan pelayanan prima memberikan pengalaman pelayanan yang lebih baik bagi pelanggan dan mendukung terbentuknya hubungan yang lebih positif antara usaha dan konsumen. Hasil ini sejalan dengan Tjiptono (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan serta didukung oleh Wilson *et al.* (2018) yang menjelaskan bahwa pelayanan yang konsisten mampu meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap kualitas layanan.

Selama pelaksanaan program masih ditemukan beberapa kendala, terutama adanya perbedaan kemampuan awal antar karyawan dalam menerapkan pelayanan prima serta keterbatasan waktu pendampingan, karena kegiatan operasional usaha tetap berjalan. Meskipun demikian, pendampingan yang dilakukan secara berkala mampu membantu karyawan beradaptasi secara bertahap terhadap standar pelayanan yang telah ditetapkan, sehingga perubahan perilaku tetap dapat diamati selama periode monitoring.

Untuk menjaga keberlanjutan program, pemilik usaha didorong untuk melanjutkan penerapan standar pelayanan yang telah disusun melalui evaluasi internal secara berkala dan pemberian umpan balik kepada karyawan. Langkah tersebut diharapkan mampu mempertahankan perubahan perilaku pelayanan yang telah dicapai setelah program pengabdian berakhir. Temuan ini juga menunjukkan bahwa pendekatan yang mengintegrasikan pelatihan, pendampingan, dan monitoring tidak hanya relevan diterapkan pada Rumah Oblong, tetapi juga berpotensi diadaptasi oleh UMKM lain yang memiliki karakteristik pelayanan langsung kepada pelanggan sebagai strategi pengembangan sumber daya manusia berbasis pelayanan prima.

Pelaksanaan program pengembangan sumber daya manusia berbasis pelayanan prima di Rumah Oblong memberikan hasil yang positif terhadap peningkatan kualitas pelayanan karyawan. Kombinasi pelatihan, pendampingan, dan monitoring mampu meningkatkan kompetensi pelayanan, membentuk perilaku



kerja yang lebih konsisten, serta mendorong terciptanya pengalaman pelayanan yang lebih baik bagi pelanggan. Temuan ini memperkuat hasil pengabdian Bona (2024) dan Wulandari & Lina (2025), sekaligus menunjukkan bahwa integrasi pelatihan, pendampingan, dan monitoring merupakan pendekatan yang efektif dalam mendukung peningkatan kualitas pelayanan pada UMKM (Rudiyanto *et al.*, 2026).

## **SIMPULAN**

Program pengembangan sumber daya manusia berbasis pelayanan prima di Rumah Oblong berhasil meningkatkan kualitas pelayanan karyawan melalui pelatihan, pendampingan, dan monitoring yang dilaksanakan secara berkelanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pada aspek pemahaman, kecekatan, kemampuan memberikan solusi, dan inovasi pelayanan, serta mampu mempertahankan sikap ramah dan keandalan pelayanan yang telah dimiliki karyawan. Perubahan tersebut memberikan dampak positif terhadap kualitas interaksi antara karyawan dan pelanggan, sehingga mendukung terciptanya pelayanan yang lebih konsisten. Dengan demikian, penerapan pelayanan prima berbasis pengembangan sumber daya manusia dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus mendukung keberlanjutan usaha pada UMKM yang berorientasi pada pelayanan pelanggan.

## **SARAN**

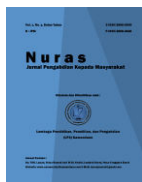
Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, Rumah Oblong disarankan untuk menerapkan pelayanan prima secara konsisten melalui pelatihan, pendampingan, dan evaluasi yang dilakukan secara berkala kepada seluruh karyawan. Selain itu, penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan perlu dilakukan agar setiap karyawan memiliki pedoman yang sama dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Mengingat masih terdapat hambatan berupa perbedaan kemampuan komunikasi dan konsistensi pelayanan antar karyawan serta keterbatasan waktu pendampingan selama kegiatan berlangsung, pengabdian selanjutnya diharapkan dapat dilaksanakan dalam jangka waktu yang lebih panjang dengan monitoring dan evaluasi yang lebih intensif, sehingga penerapan pelayanan prima dapat berjalan secara berkelanjutan dan memberikan dampak yang lebih optimal terhadap kualitas pelayanan maupun perkembangan usaha Rumah Oblong.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dan terselesaikan dengan baik.

## **REFERENSI**

Anggraini, W., Wijayanti, D. T., & Witjaksono, A. D. (2024). Analysis of the Influence of Human Resource Competence and Service Quality on Customer Satisfaction of the Regional Secretariat of Surabaya City. *Santhet : Jurnal Sejarah Pendidikan dan Humaniora*, 8(1), 1182–1192.



<https://doi.org/10.36526/santhet.v8i1.3963>

- Anisa, N. P., Sumardi, R. A., Dewi, N. K., & Saleh, M. Z. (2024). Enhancing Service Quality through Employee Training and Development: A Literature Review. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(4), 19–31. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i4.2549>
- Armstrong, M. (2021). *Manajemen Kinerja: Handbook Manajemen SDM*. Jakarta: Nusamedia.
- Bona, C. (2024). Penerapan Layanan Prima untuk Memberikan Kepuasan Pelanggan oleh Karyawan Massimo Gelato Unesa, Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 2(1), 137-145. <https://doi.org/10.58812/jekws.v2i01.958>
- Cahyani, E., Nururrohman, T., Deka, C. F., & Saleh, M. Z. (2024). The Role of Service Quality in Building Customer Satisfaction. *Journal of Management and Creative Business*, 2(4), 192–205. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i4.3300>
- Citra, Y., & Sunaryanto, K. (2026). Pengaruh *Customer Experience*, *Service Quality*, dan *Perceived Value* terhadap *Customer Loyalty* Dimediasi oleh *Customer Satisfaction*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 5(1), 257-276. <https://doi.org/10.55606/jempper.v5i1.5863>
- Dessler, G. (2020). *Human Resource Management (16th Ed.)*. New Jersey: Pearson.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan UMKM dan Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM RI.
- Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, R. (2014). *The Action Research Planner: Doing Critical Participatory Action Research*. London: Springer.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & Keller. K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson.
- Monica, I., & Japarianto, E. (2023). Pengaruh *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi pada *Factory Outlet Electronic* Surabaya. *Sciences Du Nord Economics and Business*, 10(1), 1–12.
- Nabire, A., & Maretasari, L. (2025). The Influence of Product Quality and Service Quality on Competitiveness and Business Performance at Q Print. *Goodwill : Journal of Economics, Management, and Accounting*, 5(1), 61–69. <https://doi.org/10.65246/n11n3b29>
- Rudiyanto, M., Kasanova, R., Hasbullah, Anam, S., Yunanto, F., & Julian, R. (2026). Penguatan Ekosistem Digital UMKM *Food Colony* Kabupaten Pamekasan melalui Integrasi *Marketplace*, *QRIS* dan *Google Business Profile*. *Kegiatan Positif : Jurnal Hasil Karya Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 48–65. <https://doi.org/10.61132/kegiatanpositif.v4i2.2629>
- Septiyan, M. I. D. (2026). Analysis of the Mediating Role of Service Quality on the Influence of Employee Communication Competence and Price on Customer Satisfaction. *Armada : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 4(5), 1048–1056. <https://doi.org/10.55681/armada.v4i5.2327>





- Silalahi, H., Sitopu, J. W., & Sihite, M. (2024). The Effect of Service Quality, Customer Experience, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in the Service Industry in Indonesia. *Sciences Du Nord Economics and Business*, 1(2), 109–117. <https://doi.org/10.58812/sneb.v1i2.37>
- Simatupang, D. T., Kurnia, O., Sukmamedian, H., & Suciadi, P. N. (2025). *Workshop Pelayanan Prima untuk Meningkatkan Kinerja dan Loyalitas Bagi Staf di Pacific Palace Hotel Batam*. *Journal of Community Research & Engagement*, 1(2), 152-165. <https://doi.org/10.60023/9b2p7773>
- Suryaman, Y., Sifa, N., Nugraha, S., & Fauziah, A. N. (2024). The Influence of Customer Experience on Repurchase Intention through Customer Satisfaction. *BIEJ*, 6(1), 19-29. <https://doi.org/10.35899/biej.v6i1.1164>
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wilson, A., Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). Boston: McGraw Hill.
- Wulandari, S. T., & Lina, H. N. (2025). Pengaruh Pelayanan Prima oleh *Customer Service* terhadap Loyalitas Pelanggan *Trans Icon Mall* Surabaya. *The Commercium*, 9(2), 36–47. <https://doi.org/10.26740/tc.v9i2.66495>
- Yani, T. E., Budiati, Y., Nusair, A. E., & Santoso, A. (2022). Impact of Service Quality, Customer Dissatisfaction and Variety-Seeking on Brand Switching Intention. *Relevance : Journal of Management and Business*, 5(2), 99–116.