

MANAJEMEN PELAYANAN PRIMA UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING EKONOMI KREATIF DI KELURAHAN PULAU PANGGANG, KEPULAUAN SERIBU DKI JAKARTA

(Desilia Purnama Dewi, Siti Zubaidah, Sugiyarto, Ratna Suminar, Nani Nuraeni Sarah)

Fakultas Ekonomi, Program Studi Sekretari, Universitas Pamulang
dosen00810@unpam.ac.id dosen00659@unpam.ac.id dosen01722@unpam.ac.id
dosen00534@unpam.ac.id dosen00071@unpam.ac.id

Abstract

The village of Pulau Panggang is one of the cities of the North Thousand Islands, Keep Kepulauan Seribu Regency, Jakarta, Indonesia. This island has only hiking trails and has not made much development clearly visible.

The island has a population of 6,319 inhabitants (2018 census), the majority of people with low to medium incomes based on tourism considerations. The local population cannot thrive on the existence of hotels on this island. Pulau's economic wheels spin after the arrival of foreign tourists and locals / residents of Jakarta on vacation at the weekend.

In addition, his second income is trade, bringing food / clothing from Jakarta and selling it on Panggang Island and the next largest island, Pramuka Island.

Seeing the ups and downs of their economy, teachers in the D-III Study Program at the Pamulang University Secretariat felt compelled to help residents of Panggang Island solve their problems. We will combine traditional ways of doing business in the communications sciences business, which refer to excellent services, so that they can change their paradigms about the concept of trade, in order to increase the competitiveness of the creative economy, which in turn will increase. your income.

Keywords: Management, Excellent Service, Creative Economy

Abstrak

Pulau Panggang adalah salah satu desa di Kepulauan Seribu Utara, Kabupaten Kepulauan Seribu, Jakarta, Indonesia. Pulau ini hanya memiliki jalur hiking dan belum mengalami perkembangan yang terlihat jelas. Di pulau dengan jumlah penduduk 6.319 (sensus 2018), bagian terbesar dari pendapatan di daerah menengah ke bawah didasarkan pada aspek wisata. Keberadaan hotel di pulau ini tidak dapat berkembang dengan penduduk setempat. Roda ekonomi Pulau berputar setelah turis asing dan penduduk lokal / Jakarta tiba untuk liburan akhir pekan. Penghasilan kedua adalah perdagangan yang membawa makanan / pakaian dari Jakarta dan menjualnya di Pulau Panggang dan di pulau kedua yang lebih besar yaitu Pulau Pramuka.

Mengingat naik turunnya ekonomi mereka, para dosen dari program studi D-III di Sekretariat Universitas Pamulang dipaksa untuk membantu penduduk Pulau Panggang memecahkan masalah yang mereka hadapi. Kami akan menggunakan metode tradisional untuk membantu warga negara melakukan ilmu komunikasi bisnis mereka terkait dengan layanan terbaik sehingga mereka dapat mengubah paradigma konsep perdagangan mereka untuk meningkatkan daya saing industri kreatif, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan mereka.

Kata kunci: Manajemen, Pelayanan Prima, Ekonomi Kreatif

A. PENDAHULUAN

Pulau Panggang adalah terletak sekitar 60 km disebelah utara kota Jakarta. Pulau seluas 0,9 hektar itu bisa dicapai dalam waktu kurang lebih tiga jam dengan menggunakan perahu motor dari

pelabuhan Muara Angke, Jakarta Utara. Pulau Panggang termasuk dalam gugusan kepulauan seribu yang jumlah sesungguhnya ada 108 pulau kecil. Dari 108 pulau tersebut, mayoritas tidak dihuni, karena posisinya yang terlalu jauh,

tidak terlalu luas, diantaranya merupakan pulau pribadi atau juga pulau yang hilang apabila air laut sedang pasang.

Luas wilayah 13,09 hektar ini mempunyai kepadatan pendudukan sebesar 1011 jiwa/km² dengan jumlah KK sebanyak 2.003 dan total 6.319 jiwa. Dengan demikian Pulau Panggang adalah pulau terpadat di dunia. Foto berikut menunjukkan betapa padatnya Pulau Panggang, dimana nyaris tidak mempunyai lahan kosong.



Kepulauan Panggang

Pulau Panggang memiliki 4 buah hotel berbintang dan belasan *homestay*. Penduduk setempat berperan aktif dalam sektor industri pariwisata ini. Dimulai sejak berangkat dari dari Muara Angke dengan menggunakan kapal-kapal motor, penduduk menawarkan jasa angkutannya. Mereka juga mempromosikan penginapan yang ada, tempat-tempat makan setempat, toko-toko penjualan souvenir dan tempat-tempat wisata yang ingin dikunjungi. Begitu aktifnya mereka menawarkan fasilitas dan akomodasi kepada wisatawan, sehingga terkesan memaksa dan mengurangi kenyamanan wisatawan.

Ciri khas pembangunan di Indonesia ialah penekanannya pada keselarasan antara aspek kemajuan lahiriah dan aspek kepuasan batiniah, yang tidak terdapat pada pengertian pembangunan dinegara-negara lain. Faktor keselarasan tersebut. Secara implisit mengandung makna keserasian dan keseimbangan. Penegasan

bahwa keselarasan antara kedua aspek tersebut yang menjadi ciri khas pengerian pembangunan di Indonesia karena aspek-aspek lainnya bersifat unibersal, berlaku dimaana-mana. Bahwa pembangunan adalah suatu proses, aspek itu merupakan anggapan bangsa-bangsa lain juga. Demikian pula aspek peningkatan kemajuan lahiriah dan aspek pemerataan di kalangan penduduk keseluruhan.

Persoalan yang dihadapi saat ini terkait dengan layanan penjual/perantara dengan tamu wisatawan yang datang ke pulau Panggang. Seperti kita ketahui, selain sebagai perekat hidup Bersama, komunikasi juga sering dipandang seolah-olah memiliki kekuatan “gaib”. Banyak masalah yang timbul dalam kehidupan sosial, selalu dikatkan dengan komunikasi. Fisher dalam bukunya menyamakan komunikasi sebagai plogiston masyarakat . (Plogiston adalah suatu istilah yang sering dipergunakan orng sebagai suatu analogi untuk menggambarkan suatu penjelasan yang secara salah untuk penyebab yang sifatnya *imajiner*) Menurut Fisher, tidak ada persoalan sosial dari waktu ke waktu yang tidak melibatkan komunikasi. Justru iti dari waktu ke waktu manusia dihadapkan dengan masalah sosial, yang penyelesaiannya menyangkut komunikasi yang ‘lebih banyak’ ataupun yang lebih baik. Setidak-tidaknya semua kesalah pahaman yang kemudian menimbulkan konflik antara manusia, baik dalam bidang sosial dan ekonomi dinyatakan sebagai ‘kesalahan komunikasi’. Memamng komunikasi sering dimunculkan sebagai ‘kambing hitam’ jika terjadi ketidak harmonisan dalam hubungan antar manusia.

Komunikasi memang menyentuh semua aspek kehidupan bermasyarakat, atau sebaliknya semua aspek kehidupan masyarakat menyentuh keomunikasi. Ketika berinteraksi dengan pelanggan secara langsung ,maka perlu adanya suatu pelayanan yang optimal.

Dalam hal ini perlu dipelajari konsep pelayanan prima. Keuntungan yang dapat diperoleh dari pemaparan pelayanan prima (*excellent service*) antara lain adalah:

- a. Keputusan pihak pelanggan untuk segera membeli produk yang kita tawarkan pada saat itu juga.
- b. Menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang/produk produsen yang bersangkutan.
- c. Mempertahankan pelanggan agar tetap loyal menggunakan produk produsen yang bersangkutan
- d. Dapat menghindarkan terjadinya tuntutan terhadap penjual yang tidak perlu.

Pelayanan yang mengutamakan kepentingan pelanggan, baik pelanggan internal organisasi maupun pelanggan eksternal organisasi. Dengan pelayanan tersebut, kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi dengan optimal. Pelayanan pada dasarnya ditujukan untuk membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan, yang akan menciptakan keterikatan.

Tindakan dalam arti tertentu adalah suatu sikap gerak cepat untuk melayani kebutuhan pelanggan atau konsumen. Komunikasi adalah suatu sikap melayani kebutuhan pelanggan. Dalam kegiatan bisnis, pelayanan harus dianggap sebagai asset dan investasi yang sangat penting. Banyak wirausaha yang sukses dan mampu bertahan karena memiliki Tindakan dalam arti tertentu adalah suatu sikap gerak cepat untuk melayani kebutuhan pelanggan atau konsumen. Komunikasi adalah suatu sikap melayani kebutuhan pelanggan.

Kualitas pelayanan prima berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, tingkat kepuasan

pelanggan yang tinggi terhadap kualitas layanan prima yang terbaik akan mampu mendatangkan manfaat berupa loyalitas pelanggan dan pangsa pasar menjadi lebih besar peningkatan daya saing serta harga jual jasa dan pada akhirnya akan mendorong peningkatan harga jasa dan akhirnya meningkatkan produktifitas wirausaha itu sendiri. Seluruh manfaat tersebut pada gilirannya juga akan berkontribusi pada peningkatan daya saing berkesinambungan bagi yang mengupayakan pemenuhan kualitas bersifat layanan bagi pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kami dari Tim Program Pengabdian Masyarakat (PKM) Universitas Pamulang (UNPAM) terpanggil untuk ikut serta membantu memecahkan persoalan yang dihadapi oleh warga dan staf kelurahan PulAU Panggang dengan judul PKM: **“Manajemen Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Kreatif Di Kelurahan Pulau Panggang Kepulauan Seribu Dki Jakarta”**.

B. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian bersifat pemaparan materi yang di berikan oleh dosen Prodi D-III Sekretari Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang. Penyampaian materi di adakan dalam ruang serbaguna kelurahan di kombinasikan dengan tanya jawab dan diskusi yang di pandu dan di arahkan oleh dosen dosen yang mengampu mata kuliah komunikasi bisnis dan HUMAS.



Interaksi Antara Narasumber dengan Peserta Ketika Pemberian Materi

Adapun materi pelatihan yang di sampaikan dalam pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Hakikat Dan Pengertian Pelayanan Prima
2. Sejarah Perkembangan Pelayanan Prima
 Tahapam perkempabnag pelayanan prima terdiri dari pendekatan inspeksi, pendekatan statistikal, dan pendekatan jaminan kualitas, serta pendekatan manajemen kualitas strategis.
3. Pelayanan Prima Berdasarkan Sikap
 Pelayanan prima berdasarkan sikap adalah pemberian pelayanan kepada para pelanggan dengan berfokus pada pemberian sikap (*attitude*) tenaga pelayanan. Pelayanan prima berdasarkan sikap ini meliputi pelayanan dengan penampilan serasi, pelayanan dengan pikiran positif, dan pelayanan dengan sikap menghargai.
4. Pelayanan Prima Berdasarkan Perhatian
5. Kepuasan Pelanggan
 Dalam menyelenggarakan pelayanan, baik kepada pelanggan internal maupun eksternal, pihak penyedia dan pemberi layanan harus selalu berupaya untuk mengacu kepada tujuan utama pelayanan , yaitu kepuasan komsunen dan pelanggan
6. Ekonomi Kreatif

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasal 33 ayat 4 UUD 1945 Mengamanatkan bahwa "Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional". UU No. 24 Tahun 2019, Ekonomi Kreatif bertujuan untuk mengoptimalkan kreativitas sumber daya

manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi.



Kelurahan pulau panggang

Pengelolaan Ekonomi Kreatif dan potensinya perlu dilakukan secara secara sistematis, terstruktur, dan berkelanjutan. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif yang memberikan nilai tambah pada produk Ekonomi Kreatif yang berdaya saing tinggi, mudah diakses, dan terlindungi secara hukum. UU No. 24 Th 2019 tentang Tujuan Ekonomi Kreatif:

1. Mendorong seluruh aspek Ekonomi Kreatif sesuai dengan perkembangan kebudayaan, teknologi, kreativitas, inovasi masyarakat Indonesia, dan perubahan lingkungan perekonomian global.
2. Menyejahterakan rakyat Indonesia dan meningkatkan pendapatan negara.
3. Menciptakan kesempatan kerja baru yang berpihak pada nilai seni dan budaya bangsa Indonesia serta sumber daya ekonomi lokal

Konsep ekonomi kreatif ini lebih mengedepankan kreativitas, ide, dan pengetahuan manusia sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi di suatu negara dan akhirnya bisa mendunia.

Contoh:

1. Wisata Bahari
 Pasar barang seni

Biasanya, di pasar ini kamu bisa mendapatkan barang-barang hasil karya kerajinan tangan (*handicraft*), seperti gantungan tas, gelas, tas, kipas

tangan dan barang-barang seni lainnya yang sudah dihias oleh pelaku seni. (Aneka barang limbah kerang yang dijadikan hiasan)

2. Kuliner

Sebagai salah satu industri yang tidak ada habisnya, kuliner juga menyajikan berbagai pilihan menu dengan hiasan dan komposisi yang unik dan lezat untuk dinikmati oleh pelanggan.

Ekonomi kreatif atau industri kreatif belakangan ini menjadi salah satu sektor ekonomi yang mendapat perhatian besar pemerintah. Besarnya perhatian ini didasarkan tidak hanya karena kontribusi sektor ini terhadap pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat dari tahun ke tahun, tetapi juga didasarkan atas besarnya potensi sektor ini dalam memberikan nilai tambah, lapangan kerja, lapangan usaha maupun keterkaitan antar sektor, maupun pengentasan masyarakat dari kemiskinan dan mengurangi ketimpangan pendapatan. Bahkan pelaku-pelaku usaha di bidang ekonomi kreatif, menempati bagian terbesar dari seluruh aktivitas ekonomi rakyat Indonesia.

Permasalahan yang dihadapi sektor ekonomi kreatif dapat dikelompokkan dalam dua kelompok. Kelompok pertama yakni menyangkut permasalahan internal. Dalam kelompok ini, masalah yang dihadapi ekonomi kreatif antara lain meliputi masalah dalam perencanaan, visi dan misi. Dalam kaitan ini sektor ekonomi kreatif masih belum memiliki perencanaan, visi dan misi yang jelas. Hal ini terjadi karena usaha ekonomi kreatif umumnya berbentuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bersifat *income gathering* atau usaha yang hanya menaikkan pendapatan saja. Ciri usaha ekonomi kreatif antara lain sebagai berikut: (1) usaha milik keluarga, (2) teknologi yang digunakan masih relatif sederhana, (3) kualitas SDM yang relatif rendah, (4) kurang memiliki akses permodalan (bankable), dan (5) tidak ada

pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi. Akibatnya, lembaga-lembaga keuangan tidak dapat memahami dengan jelas bisnis di sektor ekonomi kreatif. Hal ini berimbas terhadap dukungan dari lembaga-lembaga keuangan terkait pembiayaan yang masih rendah ke sektor ekonomi kreatif. Selain hal-hal tersebut, rendahnya dukungan pembiayaan dari lembaga-lembaga keuangan juga disebabkan oleh sifat dari usaha-usaha di sektor ekonomi kreatif.

Kedua, data potensi maupun kegiatan usaha ekonomi kreatif yang telah ada dan tersebar di berbagai daerah juga belum memadai. Akibatnya, program yang dicanangkan untuk membantu mengoptimalkan sektor ekonomi kreatif masih terkesan seadanya dan belum terfokus pada pengembangan ekonomi kreatif yang memiliki *added value* dan efek ganda bagi perekonomian nasional.

Dari contoh permasalahan tersebut di atas, maka upaya untuk mengembangkan ekonomi kreatif belum secara optimal dilakukan. Untuk itu, kebijakan, program dan strategi untuk mengembangkan ekonomi kreatif yang lebih sungguh-sungguh mutlak diperlukan. Jika tidak potensi yang luar biasa dari ekonomi kreatif ini akan terbuang sia-sia. Bahkan mungkin akan meningkatkan jumlah pengangguran, ketimpangan pendapatan dan kemiskinan baru yang selanjutnya akan membuat perekonomian nasional bergerak turun dari *middle income country* menjadi *low income country*.

Sektor ekonomi kreatif mutlak harus mendapat perhatian. Hal ini karena sektor ini memiliki peranan penting terhadap perekonomian nasional. Namun upaya mengembangkan sektor ekonomi kreatif kini dan mendatang masih menghadapi permasalahan, kehadiran ekonomi kreatif sebagai wujud ide kreatifinovatif masyarakat dan manfaat keekonomiannya, belum mampu menstimulasi pemerintah daerah khususnya untuk segera merespons

melalui pengaturan dan penataan serta pengembangan usaha dan produk-produk kreatif yang mampu memberikan nilai tambah ekonomi dan nilai kemanfaatan yang dapat langsung dirasakan masyarakat. diversifikasi budaya dan potensi wilayah yang spesifik dan sangat variatif telah mendorong masyarakat untuk melakukan usaha-usahadan menghasilkan produk-produk kreatif. Hanya saja, pemerintah daerah belum melakukan upaya yang dapat terjangkau untuk mengangkat keunggulan, budaya, dan karakteristik wilayahnya, sehingga dapat menstimulasi lahirnya kewirausahaan lokal yang berkontribusi bagi pertumbuhan perekonomian daerah dan turut memicu daya saing daerah, bahkan nasional. Berbagai pembenahan dan penataan ekonomi kreatif menjadi kebutuhan yang harus segera dilakukan. Komitmen dan tindakan pemerintah pusat maupun pemerintahan daerah secara bersama-sama harus didasari aspirasi dan kebutuhan para pemangku kepentingan ekonomi kreatif.

Di sisi lain, apresiasi masyarakat menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan peningkatan daya saing daerah melalui ekonomi kreatif. Dalam upaya peningkatan daya saing daerah melalui ekonomi kreatif, pemerintah pusat bersama-sama dengan pemerintahan daerah (provinsi maupun kabupaten/kota) agar memperhatikan beberapa hal seperti mengidentifikasi dan menginventarisasi usaha-usaha dan jenis produk ekonomi kreatif yang ada dan berkembang di wilayah provinsi dan kabupaten/kota, mengkaji ulang, menata kembali, dan mencabut regulasi/kebijakan yang menghambat peningkatan daya saing daerah melalui produk-produk hasil ekonomi kreatif, khususnya dalam hal penyediaan bahan baku, impor, dan ekspor, melakukan pengembangan kapasitas (*capacity building*) khususnya

Kesimpulan

Berdasarkan paparan di atas, dapat dibuat simpulan sebagai berikut: Upaya untuk mengembangkan industri kreatif tidak secara ideal dilakukan. Karena alasan ini, strategi, program, dan strategi sangat penting untuk mengembangkan ekonomi yang benar-benar kreatif. Kalau tidak, potensi luar biasa dari ekonomi kreatif ini akan sia-sia.

Bahkan bisa meningkatkan pengangguran, ketimpangan pendapatan, dan kemiskinan baru, yang pada gilirannya akan menggeser perekonomian dari negara berpenghasilan menengah ke negara berpenghasilan rendah.

Sektor industri kreatif sangat membutuhkan perhatian. Sektor ini memainkan peran penting dalam perekonomian.

Namun, upaya untuk mengembangkan sektor ekonomi yang produktif terus menimbulkan masalah di masa depan, dan kehadiran industri kreatif sebagai bentuk ide-ide inovatif dari komunitas kreatif dan manfaat ekonomi khususnya, mampu mendorong pemerintah daerah untuk segera merespons melalui perjanjian dan bisnis, dan dengan mengembangkan bisnis dan produk kreatif yang memberikan nilai ekonomi dan manfaat yang dapat dialami masyarakat secara langsung.

Diversifikasi budaya dan potensi wilayah yang spesifik dan sangat beragam telah mendorong orang untuk melakukan upaya dan menghasilkan produk kreatif. Namun, pemerintah daerah belum melakukan upaya yang dapat diakses untuk meningkatkan keunggulan, budaya dan karakteristik daerah, untuk mendorong munculnya kewirausahaan lokal, yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah dan juga menciptakan daya saing daerah, termasuk yang nasional. .

Di sisi lain, apresiasi publik adalah salah satu faktor penentu keberhasilan untuk meningkatkan daya saing daerah melalui industri kreatif. Untuk meningkatkan daya saing daerah melalui industri kreatif, pemerintah pusat dan pemerintah daerah.

Saran

Dari uraian kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran untuk Kelurahan Pulau Panggang yaitu agar staf dan warga kelurahan pulau panggang harus lebih sabar dan lebih sigap lagi terkait dengan layanan

KESIMPULAN DAN SARAN

penjual/perantara dengan tamu wisatawan yang datang ke pulau Panggang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menghaturkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada ketua Yayasan Sasmita Jaya, LPPM Universitas Pamulang, dan Pihak Kelurahan serta Warga Pulau Panggang Kepulauan Seribu DKI Jakarta yang telah banyak memberikan dukungan dalam kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Desthiani, U., Anggraini, K., Wahidah, N. R., Nurhayati, N., & Novia, L. (2020). Etika Pengembangan Diri Dan Kemampuan Komunikasi Staf Dalam Memberikan Pelayanan Prima Kepada Siswa Di Yayasan Pkbn Amari Meruya. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 2(2), 137-141.
- Kinerja Karyawan Pada PT.Sumber Sarana. *JENIUS*, 2(1).
- Moenir. 2014. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Nina, Rahmayanty. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Prima Dan Disiplin Kerja Terhadap Ratminto dan Atik Septi Winarsih. 2015. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Suminar, R., & Apriliawati, M. (2018). Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa DiSempoa Sip Tc Paramount Summarecon. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 4(2), 25.
- Sutrisno, S. (2018). Pengaruh Pelatihan Pelayanan Uchjana Effendy, Onong, Bandung 1993. Cetakan ke-8. *Human Relations dan Public Relations*. Penerbit Mandar Maju.
- Zubaidah, S. (2018). Peran Pelayanan Administrasi Keuangan Pada Yayasan Amal Jaya Di Masjid Raya Bintaro.*Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 4(2), 18.
- Zulfitra, Z., Susanto, S., Mubarak, A., Sutoro, M., & Anwar, S. (2019). Manajemen Bisnis Sebagai Sarana Untuk Menumbuhkan Pengusaha-Pengusaha Baru (Studi Kasus pada PKBM Nurul Qolbi, Kota Bekasi, Jawa Barat). *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).