

PENERAPAN PELAYANAN PRIMA UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN GOLF PADA NIRWANA BALI GOLF CLUB

I Made Sura Ambara Jaya
Luh Mei Wahyuni
Ari Rismayanti
Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali

Abstrak : Saat ini golf semakin diminati oleh wisatawan asing maupun domestik, golf juga dijadikan salah satu program utama dari wisatawan yang melakukan acara konvensi dan dijadikan sebuah ajang perlombaan atau *tournament*. Persaingan yang terjadi sangat ketat antara lapangan golf yang satu dengan lapangan golf lainnya, maka penerapan pelayanan prima sangat penting dilakukan untuk memenangkan persaingan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara langsung, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan *customer service* di Nirwana Bali Golf Club, mengutamakan penampilan (*grooming*) yang sesuai dengan standar perusahaan dan pengetahuan tentang produk perusahaan dalam melakukan pelayanan terhadap konsumen. Dimensi pokok pelayanan prima yaitu: bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*), sangatlah memegang peranan penting dalam memberikan pelayanan prima terhadap konsumen di Nirwana Bali Golf Club dan juga berpengaruh untuk menjaga citra perusahaan dan mempertahankan agar perusahaan tetap eksis dalam persaingan dengan para kompetitor lainnya. Pelayanan prima sudah diterapkan dengan baik oleh Nirwana Bali golf club, terbukti dengan adanya beberapa *comment* yang positif yang diberikan oleh konsumen, adanya beberapa penghargaan yang telah diraih, dan adanya *repeater guest* yang bermain di Nirwana Bali Golf Club. Meskipun harga bermain golf di Nirwana Bali Golf Club terbilang paling tinggi di antara lapangan golf lainnya di Bali, Nirwana Bali Golf Club tetap menjadi pilihan para *golfer* untuk bermain golf karena kualitas pelayanan yang baik dan fasilitas yang lengkap.

Kata Kunci : pelayanan prima, kepuasan konsumen

Abstract : *Currently, golf increasingly in demand by foreign and domestic tourists, golf was also used as the main program of the travelers who conventions and turned into a race event or tournament. Competition happens very tight between the golf course one with golf course more, then the application of excellent service is very important to win the competition. Data collected by observation, interview and documentation. The analysis technique used is descriptive qualitative approach. The results showed customer service at Nirwana Bali Golf Club, headlining appearance (grooming) in accordance with company standards and knowledge about the company's products to do service to the consumer. Excellent service principal dimensions, namely: tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy, it plays an important role in providing excellent service to customers in Nirwana Bali Golf Club and is also influential to maintain the company image and keep the company still exists in competition with the other competitors. Excellent service has been implemented properly by the Bali Nirwana golf club, as evidenced by the several positive comments given by the consumer, the presence of several awards that have been achieved, and the repeater guest playing in Nirwana Bali Golf Club. Although the price to play golf at Nirwana Bali Golf Club spelled highest among the other golf courses in Bali, Nirwana Bali Golf Club remains the choice of golfers to play golf for good quality services and facilities.*

Keywords: excellent service, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata yang semakin kompleks telah menjadikan pulau Bali sebagai salah satu destinasi pariwisata yang populer di dunia saat ini. Dengan didukung oleh keindahan alam dan keunikan budayanya, maka potensi pengembangan aktivitas kepariwisataan di Bali masih terbuka lebar. Adanya perkembangan berbagai macam jenis wisata yang ditawarkan seperti: wisata konvensi atau MICE (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*), agrowisata, wisata bahari dan wisata pedesaan (*rural tourism*) telah memberikan warna yang berbeda dalam dinamika pariwisata Bali.

Perhotelan adalah bidang usaha yang berkembang seiring dengan kemajuan sektor pariwisata. Usaha perhotelan memiliki ciri – ciri khusus yaitu perpaduan antara usaha menjual produk nyata hotel (*tangible product*) seperti kamar, makanan dan minuman dengan usaha menjual jasa pelayanan (*intangible product*) seperti keramahan, sopan santun, kecekatan, kecepatan, kemudahan dan lain – lain. Maka dari itu, untuk mencapai keberhasilan usaha tersebut pengelola harus meningkatkan kualitas produk dan menyajikan pelayanan yang prima.

Pan Pacific Nirwana Bali Resort, merupakan salah satu hotel berbintang lima di Bali yang berlokasi di pinggir pantai di daerah Tanah Lot, Tabanan, Bali. Hotel ini memiliki fasilitas yang lengkap seperti kamar tamu yang terdiri dari berbagai macam kategori, *Spa, gymnasium, swimming pool*, beberapa restoran, *meeting and function room*, kids club dan lapangan golf yang bernama Nirwana Bali Golf Club. Lapangan golf ini menjadi salah satu kekuatan besar dari Pan Pacific Nirwana Bali Resort untuk menarik konsumen.

Saat ini golf semakin diminati oleh wisatawan asing maupun domestik, golf juga dijadikan salah program utama dari wisatawan yang melakukan acara konvensi dan dijadikan sebuah ajang perlombaan atau *tournament*. di Bali ada lima lapangan golf di antaranya : Bali Handara Golf & Country Club yang terletak di Bedugul, Bali Beach Golf Club yang terletak di Sanur, Bali National Golf Club yang terletak di Nusa Dua, New Kuta Golf yang terletak di Pecatu, dan Nirwana Bali Golf Club yang terletak di Tanah Lot. Antara lapangan golf yang satu dengan yang lainnya saling berlomba – lomba untuk menarik banyak konsumen golf. Berikut adalah perbandingan total *round* dari lapangan golf yang ada di Bali :

Tabel 1 Perbandingan *Total Round* dari Lapangan Golf di Bali

Golf Course	Total Round				
	2010	2011	2012	2013	2014
Nirwana Bali Golf Club	38.273	39.217	45.484	42.212,5	39.903
New Kuta Golf & Country Club	32.196,5	39.151,5	47.327	46.830,5	43.424
Bali Handara Golf & Country Club	9.430	8.526	8.664,5	8.031,5	7.927,5
Bali Beach Golf Course	21.825	18.876	24.360	22.111	20.913
Bali National Golf Club	29.372	29.048	renovasi	renovasi	19.933

Sumber : Data *round comparison* di Nirwana Bali Golf Club

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa persaingan yang terjadi sangat ketat antara lapangan golf yang satu dengan lapangan golf lainnya. Oleh karena itu, penerapan pelayanan prima sangat penting dilakukan untuk memenangkan persaingan yang ketat ini.

Permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan pelayanan prima untuk meningkatkan kepuasan konsumen golf pada Nirwana Bali Golf Club?

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pelayanan prima yang diterapkan oleh Nirwana Bali Golf Club untuk meningkatkan kepuasan konsumen golf sehingga konsumen tetap memilih Nirwana Bali Golf dibandingkan dengan lapangan golf lainnya.

Menurut Kasmir (2004 : 216) pengertian *customer service* secara umum adalah “setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah”.

Menurut Philip Kotler (2002 :143) pelayanan atau *service* adalah Setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak atau kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan dengan suatu produk fisik. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Umar, 2002:65). (Kotler Philip 2002 : 123) mengemukakan bahwa pelanggan bisa mengalami salah satu dari tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas, senang, dan gembira.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pan Pacific Nirwana Bali Resort khususnya pada lapangan golf Nirwana Bali Golf Club yang berlokasi di Jalan Raya Tanah Lot, Kediri, Tabanan 82171, Bali. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif, sumber datanya adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara langsung dan dokumentasi yang diperoleh dari Nirwana Bali Golf Club dan instansi lain yang terkait. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Konsumen golf di Nirwana Bali Golf Club terdiri dari konsumen domestik dan mancanegara. Dilihat dari jumlah pemainnya, konsumen golf di Nirwana Bali Golf dibagi menjadi dua kategori yaitu *group* atau GIT (*Group Inclusive Tour*) dan *non group* atau FIT (*Free Independent Traveler*). Apabila jumlah konsumen kurang dari dua belas orang masuk ke dalam kategori *non group* atau FIT, sementara apabila jumlah konsumen terdiri dari dua belas orang atau lebih maka masuk dalam kategori *group* atau GIT. Untuk *group* biasanya diberikan harga yang lebih spesial dari *non group*. Para konsumen golf di Nirwana Golf Club ada yang hanya bermain golf tanpa melakukan pertandingan yang disebut dengan *fun game* dan ada juga yang melakukan pertandingan (*tournament*) secara khusus. Konsumen Nirwana Bali Golf Club berasal dari perorangan, pemerintahan, perusahaan (*corporate*), dan biro perjalanan (*travel agent*). Pihak Nirwana Bali Golf Club juga melakukan kerja sama dengan beberapa biro perjalanan dengan memberikan harga khusus sehingga diharapkan biro perjalanan tersebut dapat memberikan dukungannya dengan membawa tamu untuk bermain golf di Nirwana Bali Golf Club.

Pihak Nirwana Bali Golf Club juga selalu membuat laporan tentang jumlah konsumen berdasarkan *nationality*-nya, konsumen dipilah-pilah menjadi beberapa kategori yaitu: Indonesia, Eropa (Belanda, Prancis, Jerman, Itali, Inggris, dan wilayah Eropa lainnya), Asia (Jepang, Korea, China, Singapore, Hongkong, dan wilayah Asia lainnya), Australia, USA (*United State of America*), dan *others country* seperti Afrika. Berdasarkan dari data yang didapat di Nirwana Bali Golf Club, konsumen golf dari Asia merupakan pelanggan dengan jumlah yang tertinggi pada tahun 2014 yaitu sebesar 34,20%, konsumen Indonesia 24,56%, konsumen Australia sebanyak 23,85%, konsumen Eropa sebanyak 9,19%, konsumen USA 1,46% sedangkan dari negara yang lain sebanyak 6,74%.

Di Nirwana Bali Golf Club *customer service* sangat berperan penting untuk menjaga citra perusahaan, dalam hal ini semua staf dan manajemen yang berhubungan secara langsung dengan pelanggan atau konsumen diwajibkan untuk memberikan informasi dan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan standar perusahaan yang ditentukan.

Tingkat pengetahuan dari *customer service* mengenai produk perusahaan sangatlah penting untuk memberikan informasi yang baik dan benar kepada tamu. Oleh karenanya, setiap karyawan selalu diberikan pelatihan secara berkala tentang produk dan standar perusahaan,

sehingga diharapkan semua karyawan bisa memberikan pelayanan ke konsumen sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan.

Penampilan (*grooming*) juga sangat diutamakan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen atau pelanggan. Semua staf dan manajemen harus berpenampilan sesuai dengan ketentuan perusahaan. Berikut adalah ketentuan yang ditetapkan perusahaan dalam berpenampilan :

1. *General grooming*: menggunakan *name tag*, menggunakan seragam masing – masing departemen dengan sopan, bersih, dan rapi, menggunakan parfum yang tidak terlalu menyengat, tidak mengunyah permen karet atau makanan lainnya.
2. *Grooming* untuk karyawan laki - laki : rambut harus pendek, rapi, dan tidak melewati telinga, tidak brewokan, jambang tidak boleh melewati setengah dari telinga, tidak berkumis, kepala botak diperbolehkan, menggunakan sepatu *pantople* berwarna hitam atau coklat tua, *sport shoes* diperbolehkan untuk area tertentu seperti di *golf operation*, hanya boleh menggunakan cincin di masing – masing tangan, penggunaan cincin tidak diperkenankan dalam penanganan makanan, tidak menggunakan kalung, gelang tangan, gelang kaki, dan anting – anting, menggunakan jam tangan berwarna putih, hitam, atau coklat, khusus untuk bagian yang menangani makanan tidak diperbolehkan menggunakan jam tangan.
3. *Grooming* untuk karyawan wanita : untuk seragam yang menggunakan rok, panjang rok harus selutut atau tidak melebihi 2cm di atas lutut, rambut diikat kuncir kuda, sementara untuk bagian kantor depan rambut harus digulung (*jempong*), rambut pendek diperbolehkan asal tidak melewati bahu, penggunaan cat rambut tidak boleh menggunakan warna cerah, penggunaan cat kuku harus menggunakan warna yang lembut, diwajibkan untuk menggunakan *make up* dan lipstick, apabila menggunakan *contact lenses* harus menggunakan warna yang natural, menggunakan jam tangan berwarna putih, hitam, atau coklat, khusus untuk bagian yang menangani makanan tidak diperbolehkan menggunakan jam tangan, hanya diperbolehkan untuk menggunakan satu gelang dengan desain yang wajar dan tidak norak, penggunaan gelang kaki tidak diperbolehkan, hanya boleh menggunakan cincin di masing – masing tangan, penggunaan cincin tidak diperkenankan dalam penanganan makanan, menggunakan sepatu *pantople* berwarna hitam atau coklat tua, *sport shoes* diperbolehkan untuk area tertentu seperti di *golf operation*, penggunaan anting dan kalung diperbolehkan (desain yang wajar).

Lima dimensi mutu pelayanan di Nirwana Bali Golf Club :

1. Bukti langsung (*tangibles*)
Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Nirwana Bali Golf Club memiliki fasilitas fisik yang lengkap begitu juga dengan perlengkapan pegawai dan sarana komunikasinya. Untuk memudahkan komunikasi antartim disediakan telepon di semua outlet, begitu juga untuk para karyawan yang bekerja di operasional seperti *guest service staff*, *course marshall*, *Pro Shop*, *Food and Beverage* staf yang bertugas di lapangan diberikan *handy talky* agar komunikasi bisa berjalan dengan cepat dan lancar, selain itu Nirwana Bali Golf Club juga telah menggunakan sistem operasi untuk memudahkan mendapatkan informasi tentang *booking-an*, sistem operasi yang dipakai adalah **CSI dan Opera**. Penampilan para karyawan juga diperhatikan, pelatihan serta sosialisasi mengenai *grooming* (tata cara berpenampilan) diadakan secara berkala. Semua karyawan juga wajib menggunakan uniform sesuai dengan departemen masing – masing.
2. Keandalan (*reliability*)
Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Dalam hal ini pelayanan yang diberikan oleh Nirwana Bali Golf Club dilakukan oleh tenaga – tenaga yang handal. Karena dalam proses perekrutan karyawan ditentukan beberapa kriteria sehingga didapatkan karyawan yang sesuai dengan harapan perusahaan, misalnya dalam proses perekrutan *caddie*, *caddie*

merupakan posisi yang paling lama melayani *golfer* di lapangan (kurang lebih empat setengah jam untuk satu putaran permainan), adapun kriteria yang diminta adalah sebagai berikut :

- a. Pendidikan minimal SMA atau SMK
- b. Berat badan maksimal 60 kilogram
- c. Tinggi badan minimal 160 centimeter
- d. Wanita maksimal umur 25 tahun (belum kawin)
- e. Bisa berbahasa Inggris
- f. Bisa bekerjasama dengan tim

Untuk karyawan baru di departemen posisi mana pun akan diberikan pelatihan terlebih dahulu (kurang lebih dua bulan) sementara untuk posisi *caddie* pelatihan dilakukan paling cepat tiga bulan karena banyak hal yang perlu dipelajari tentang peraturan golf, sehingga dengan adanya pelatihan ini semua karyawan baru tersebut tahu bagaimana standar pelayanan yang ditentukan oleh perusahaan. Selain itu perusahaan juga memberikan pelatihan dan sosialisasi kepada semua karyawan yang telah lama bekerja di tempat ini mengenai *customer care* dan *refreshing* tentang standar pelayanan sehingga diharapkan tingkat kehandalan karyawan dalam menjalankan tugasnya masing – masing semakin meningkat dan konsumen akan merasa puas akan pelayanan yang diberikan.

3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Nirwana Bali Golf Club menekankan semua karyawan untuk melayani semua konsumen secara cepat dan tanggap dengan tidak membiarkan konsumen menunggu terlalu lama untuk mendapatkan apa yang diinginkannya sehingga tamu tersebut tidak komplain. Di Nirwana Bali Golf Club juga ada *guest greeter* yang bertugas untuk menyambut para tamu yang datang dan memberikan informasi umum tentang Nirwana Bali Golf Club jika diperlukan, apabila ada tamu yang mempunyai keinginan khusus misalnya melakukan *site inspection*, *guest greeter* ini akan segera menghubungi pihak yang terkait agar segera bisa melayani tamu tersebut sehingga tamu tersebut tidak akan menunggu terlalu lama.

4. Jaminan (*assurance*)

Jaminan ini mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu – raguan. Para staf di Nirwana Bali Golf Club dibekali pengetahuan yang cukup tentang produk perusahaan sehingga memberikan informasi yang baik dan benar kepada semua konsumen. Sehingga konsumen tidak akan kecewa ataupun merasa ragu – ragu kepada perusahaan karena apa yang dia dapat sesuai dengan informasi yang didapat.

5. Empati (*emphaty*)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Dalam hal ini pihak Nirwana Bali Golf Club selalu berusaha untuk menjaga hubungan yang baik dengan para konsumen, para karyawan menganggap semua tamu adalah raja, semua konsumen diberlakukan sama dan tidak dibeda – bedakan antara tamu mancanegara maupun tamu domestik. Dengan memahami apa yang diinginkan, tamu dibuat nyaman mungkin sehingga tamu merasa seperti di rumah sendiri, Nirwana Bali Golf Club juga memiliki *guest relation* yang bertugas untuk menjaga hubungan antara perusahaan dengan konsumen semakin erat.

Penerapan pelayanan konsumen *group* dan *non group* di Nirwana Bali Golf Club :

1. Konsumen *non group*

Dalam pelayanan konsumen *non group* dimulai dengan proses sebagai berikut :

a. Penerimaan pesanan (*reservasi*)

Pesanan (*reservasi*) diterima oleh *golf reservation* baik melalui *e-mail* ataupun telepon, kemudian pesanan dimasukkan ke dalam sistem CSI. Selanjutnya *golf reservation* akan mengirimkan surat konfirmasi (*confirmation letter*) dan menindaklanjuti untuk pembayaran dari pesanan tersebut. Untuk konsumen kategori

non group, pembayaran bisa dilakukan di awal (sebelum kedatangan) dan pada saat kedatangan. Khusus untuk konsumen yang berkeinginan membayar pada saat kedatangan, konsumen tersebut akan diminta mengisi form *credit card authorization* untuk menggaransi pesanan (*bookingannya*). Pada *confirmation letter* juga diinformasikan tentang *cancellation policy*. Untuk *non group booking*, biaya pembatalan (*cancelation fee*) akan dikenakan 50% apabila pembatalan dilakukan kurang dari 24 jam sebelum kedatangan dan 100% apabila pembatalan dilakukan pada hari kedatangan (*no show*).

b. *Check in* dan registrasi

Saat tamu sampai di *lobby*, petugas *lobby* akan memberikan *tag* ke *golf bag* dan membawa *golf bag* tersebut ke *staging*. Sebelum tamu memulai permainan mereka, semua *golfer* diwajibkan untuk registrasi terlebih dahulu di *Pro Shop*. Apabila tamu sudah melakukan pemesanan sebelumnya, semua data tamu bisa dilihat di sistem, namun untuk tamu yang datang langsung tanpa melakukan pemesanan sebelumnya (*walk in guest*), data-data akan diminta pada saat registrasi. Pembayaran untuk bermain golf dilakukan sebelum bermain, tamu juga bisa melakukan pembayaran setelah selesai bermain, namun tamu akan diminta untuk menaruh *credit card*-nya di *Pro Shop* untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan, misalnya tamu kabur setelah selesai bermain sementara mereka belum bayar.

c. Penitipan barang

Setelah melakukan registrasi, para tamu bisa mengganti pakaian dan menitipkan barang mereka di *locker room*, kunci *locker* disediakan di *locker counter* yang dijaga oleh petugas *locker*.

d. *staging*

Setelah tamu siap dengan pakaian dan peralatan mereka, tamu diarahkan menuju *staging area*, dimana *golf bag* tamu sudah di *set up* di *golf cart* yang sudah disediakan. *Bill* yang diberikan di *Pro Shop* diserahkan ke petugas *starter*, setelah semua siap tamu diperbolehkan untuk memulai permainan mereka dengan didampingi oleh *caddie*. Setelah permainan selesai para *caddie* diwajibkan untuk membersihkan stik golf tamu dan menghitung kembali guna memastikan jumlahnya masih lengkap, kemudian membawa *golf bag* tamu ke *lobby* namun apabila tamu akan bermain lagi keesokan harinya, *golf bag* bisa disimpan di *bag storage*. Tim *starter* juga mengingatkan tamu untuk mengecek semua barang bawaannya agar tidak tertinggal di *golf cart*.

e. Makan dan minum di lapangan atau di *restaurant*

Selama bermain golf di lapangan, di masing-masing *golf cart* disediakan *cooler box* yang berisi minuman dingin, tamu bisa mengambil minuman tersebut dengan harga yang sudah tertera, selain itu di lapangan juga ada petugas *F&B* yang keliling membawa *golf cart* khusus guna menawarkan makanan ataupun minuman ke para *golfer*. Para pemain juga bisa menikmati makan pagi, siang, ataupun malam di *restaurant* di area golf.

f. *Check out*

Setelah tamu menyelesaikan semua pembayarannya, tamu akan meninggalkan Nirwana Bali Golf Club dan tidak lupa karyawan di *lobby* membantu membukakan pintu mobil dan mengucapkan terima kasih dan mengharapkan kedatangan kembali tamu tersebut.

2. Konsumen *group*

Dalam pelayanan konsumen *group* hampir sama dengan pelayanan konsumen *non group*, untuk *group booking* akan selalu dimonitor oleh seorang *group coordinator*, berikut adalah pelayanan yang diberikan untuk konsumen *group* di Nirwana Bali Golf Club :

a. Penerimaan pesanan (*reservasi*)

Penerimaan pesanan *group* diterima oleh *group coordinator*, pesanan diterima melalui *e-mail* ataupun telepon. Untuk *group booking*, calon konsumen akan meminta

penawaran terlebih dahulu seperti: harga spesial, paket makan, *tournament arrangement*, transportasi, paket menginap termasuk main golf, dan lain sebagainya. Setelah dirasa cocok dengan penawaran yang diberikan, pihak Nirwana Bali Golf Club akan mengeluarkan *group contract* dan *invoice* yang berisi tentang ketentuan-ketentuan seperti *group cancelation policy*, aturan pembayaran, dan peraturan Nirwana Bali Golf Club. Untuk *group booking*, pembayaran deposit sangat diperlukan untuk menggaransi pesanan, sementara untuk kekurangan pembayaran dapat dilakukan pada saat *event* paling lambat. Untuk *group booking*, *cancellation policy*-nya berbeda dengan *non group booking*, berikut adalah *cancellation policy* yang diberlakukan untuk *group booking* :

- 1) Pembatalan dibuat 7 – 15 hari sebelum kedatangan dikenakan 25% dari harga golf per orang.
- 2) Pembatalan dibuat 2 – 6 hari sebelum kedatangan dikenakan 50% dari harga golf per orang.
- 3) Pembatalan dibuat sehari sebelum kedatangan atau pada tanggal kedatangan akan dikenakan 100%.

b. *Inspection dan coordination meeting*

Berbeda dengan konsumen *non group*, untuk konsumen *group* khususnya yang akan mengadakan pertandingan (*tournament*) mendekati tanggal kedatangan, *group organizer* akan melakukan *site inspection* dan *meeting* dengan harapan *event*-nya nanti berjalan dengan lancar. Setelah melakukan *meeting* dengan *group organizer*, *group coordinator* akan melakukan *coordination meeting* dengan para *leader* dari departemen yang terlibat, agar semua informasi diterima dengan baik oleh masing – masing departemen, dan *event* berjalan sesuai rencana dan berharap agar konsumen merasa puas karena mendapatkan sesuai dengan apa yang diinginkannya.

c. *Check in dan registrasi*

Proses registrasi untuk *group* hampir sama dengan registrasi *non group*. Yang membedakan adalah registrasi dapat diwakili oleh seorang *tour leader*, sementara nama – nama pemain akan didapatkan dari *actual list* yang dibuat oleh tim *starter*, sehingga tamu tidak perlu menunggu terlalu lama untuk registrasi. Sementara untuk *group* yang mengadakan *tournament*, registrasi dilakukan di *hospitality desk* yang disiapkan di *lobby*, saat registrasi para peserta akan dibagikan *score card* dan *goody bag* (cenderamata) yang disediakan oleh panitia. Setelah itu, peserta akan diantarkan ke *locker room* untuk berganti pakaian dan menaruh barang – barang mereka.

d. *Staging*

Prosesnya sama dengan *non group*, yang membedakan adalah, sebelum permainan dimulai, *golf cart* untuk *group* dialokasikan di tempat khusus sehingga terlihat lebih *exclusive* untuk *group* tersebut. Setelah tamu selesai bermain, *golf bag* mereka akan dikumpulkan secara khusus agar tidak tercampur dengan *golf bag* tamu yang bukan *group*.

e. Makan minum di lapangan atau di *restaurant*

Pelayanannya sama dengan *non group*, namun biasanya ada pelayanan tambahan khususnya untuk *special event*, tambahan pelayanan tersebut misalnya mengantarkan *snack* ke lapangan, hal ini tergantung dari permintaan *group organizer*.

f. *Check out*

Pelayanannya sama dengan konsumen *non group*, hanya saja seorang *group coordinator* akan membuatkan daftar perincian tentang apa saja yang telah dikonsumsi dan mengumpulkan semua *bill* dari masing-masing *outlet* untuk diserahkan ke *group organizer*, *group coordinator* juga akan memantau proses pembayaran ini agar sesuai dengan jumlah kekurangan pembayaran yang tercantum di perincian yang sudah dibuat. Setelah proses pembayaran selesai, *group coordinator* akan mengantarkan *group organizer* ke *lobby* dan mengucapkan terima kasih.

g. *Thank you letter*

Untuk menjaga kedekatan dengan *client*, pihak manajemen akan mengirimkan *thank you letter* (surat ucapan terima kasih) melalui *e-mail*. Selain untuk menjaga kedekatan dengan *client* hal ini dilakukan guna mengetahui apakah konsumen sudah puas terhadap pelayanan yang diberikan dan untuk mendapatkan beberapa masukan dari *client*, dimana masukan tersebut akan disaring dan akan dipakai acuan untuk melakukan perbaikan dan perubahan apabila diperlukan

Beberapa hal yang harus diperhatikan untuk dapat menjamin kualitas pelayanan bagi pelanggan di Nirwana Bali Golf Club antara lain :

1. Standar pelayanan pelanggan berupa standar kualitas. Adapun standar pelayanan yang diterapkan dalam melayani pelanggan oleh Nirwana Bali Golf Club adalah sebagai berikut : *telephone courtesy* : Tidak mengunyah permen karet ataupun makanan, tersenyum dan memastikan lingkungan sekitar tidak berisik, telepon tidak bordering lebih dari tiga kali, mengucapkan *standard greeting*: “*Good morning/ afternoon/ evening Pan Pacific Nirwana Bali Resort (or department), (associate’s name) speaking, how may I assist you ?*” .Melayani konsumen secara langsung : tersenyum dan menyapa lebih dulu, tidak mengunyah permen karet atau makanan apa pun, menanyakan apa yang dibutuhkan tamu dan memahami apa yang diinginkan, memberikan informasi yang baik dan benar, melayani dengan sepenuh hati, dalam berkomunikasi dengan tamu harus melakukan *eyes contact*, Berbicara dengan nada yang halus dan sopan.
2. *Customer redress* yaitu usaha memberikan kompensasi pada pelanggan apabila standar pelayanan tidak tercapai. Hal ini juga dilakukan oleh Nirwana Bali Golf Club misalnya: pada musim ramai namun karena ada beberapa *caddie* yang absen, dua golfer hanya mendapatkan satu *caddie* dalam satu *cart* dimana standar perusahaan adalah satu golfer mendapatkan satu *caddie*, oleh karena itu perusahaan memberikan *discount* kepada tamu tersebut sebagai kompensasi.
3. *Quality guaranties*, yaitu komitmen organisasi untuk mengembalikan uang pelanggan atau memberikan pelayanan baru secara bebas apabila pelanggan tidak merasa puas dengan pelayanan. Hal ini juga dilakukan oleh Nirwana Bali Golf Club, misalnya ada golfer yang komplain berat akan pelayanan yang kurang memuaskan, pihak manajemen akan memberikan makan gratis di restoran untuk mengurangi kekecewaannya.
4. *Quality inspector*, yaitu suatu tim yang terdiri dari para profesional maupun tokoh masyarakat yang memberikan rating terhadap kualitasnya, dapat dilakukan secara anonym. Di Nirwana Bali Golf Club juga ada *quality inspector* yang biasanya dilakukan oleh pihak manajemen IMG dan *owning company* secara langsung.
5. *Customer complaint system*, yaitu memeriksa dan menganalisis keluhan keluhan pelanggan, memberikan respon yang sesuai dan menciptakan metode dimana organisasi dapat belajar dari keluhan tersebut untuk meningkatkan pelayanan. Dalam hal ini para leader Nirwana Bali Golf Club selalu saling bekerja sama dan berkomunikasi dalam menangani keluhan pelanggan, leader juga mencari metode untuk menanggulangi agar keluhan itu tidak terjadi lagi di masa mendatang, setiap informasi dan metode selalu di *sharing* ke semua karyawan dalam *briefing*.
6. *Ombudsmen*, yang membantu pelanggan memecahkan perselisihan mereka dengan penyedia jasa serta mendapatkan pelayanan atau informasi yang diperlukan apabila mereka tidak puas dengan respon organisasi terhadap keluhan – keluhan mereka. Dalam hal ini pihak manajemen atas yaitu *general manager* juga turut membantu apabila ada masalah yang tidak bisa diselesaikan oleh masing – masing departemen.

Kepuasan konsumen merupakan hal utama yang diperhatikan oleh Nirwana Bali Club, karena hal ini sangat berpengaruh terhadap citra perusahaan. Di Nirwana Bali Golf Club, semua tamu dianggap sebagai raja, memenuhi keinginan dari konsumen sesuai dengan prosedur dan standar perusahaan merupakan sebuah kewajiban yang harus dilakukan oleh semua karyawan. Konsumen yang puas akan pelayanan yang diberikan akan kembali lagi ke Nirwana Bali Golf Club, terbukti dengan adanya banyak pelanggan tetap (*repeater guest*) yang datang ke Nirwana Bali Golf Club secara rutin. Lima faktor utama yang harus diperhatikan perusahaan untuk menentukan kepuasan konsumen yaitu :

1. Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Kualitas produk dari Nirwana Bali Golf telah terbukti dengan adanya beberapa penghargaan yang diraih seperti di bawah ini :
 - a. *Best Signature Golf Course by Hospitality Asia Platinum Awards 2012 – 2014.*
 - b. *Certificate of Excellence by TripAdvisor 2012, 2013.*
 - c. *Luxury Golf Resort by World Luxury Hotel Awards 2012, 2013.*
 - d. *Asia's 10 Most Elite Golf Course by Forbes Travel Guide 2012.*
 - e. *Indonesia's Leading Golf Resort by World Travel Awards 2010, 2011, 2012, and 2013.*
 - f. *Indonesia's Leading Spa Resort by World Travel Awards 2012.*
 - g. *No 1 Golf Course in Indonesia with Excellent Score by top100 golfcourse.co.uk in 2012.*
 - h. *100 Best Golf Courses outside the US (No. 66) and No. 1 Golf Course in Indonesia by Golf Digest Magazine, US in May 2012.*
2. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan dari Nirwana Bali Golf juga dapat dilihat dilihat dari beberapa *comment* positif di TripAdvisor, selain itu banyak juga *repeater guest* yang kembali untuk bermain golf di Nirwana Bali Golf baik yang berasal dari Indonesia maupun mancanegara.
3. Emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Seperti di Nirwana Bali Pro Shop menjual kaos dan aksesoris golf dengan *brand* ternama dengan ditambah logo dari Nirwana Bali Golf sendiri, para konsumen akan merasa tertarik dan membeli produk tersebut dan tidak malu saat menggunakannya.
4. Biaya, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu. Di Nirwana Bali Golf Club tamu bisa melakukan pemesanan melalui email, jadi dia tidak perlu membuang pulsa untuk melakukan pemesanan, selain itu Nirwana Bali Golf Club juga menyediakan beberapa *package* agar tamu tidak ribet dalam membuat pesanan tambahan, biasanya *package* tersebut termasuk *accommodation* di Pan Pacific Nirwana Bali Resort.
5. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya. Harga golf di Nirwana Bali Golf Club lebih tinggi dari lapangan golf lainnya, namun hal tersebut terbayarkan dengan suguhan lapangan, fasilitas, dan pelayanan yang diberikan di Nirwana Bali Golf Club.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan :

1. Sebagai seorang *customer service* di Nirwana Bali Golf Club, penampilan (*grooming*) yang sesuai dengan standar perusahaan dan pengetahuan tentang produk perusahaan sangat diutamakan dalam melakukan pelayanan terhadap konsumen.
2. Dimensi pokok pelayanan prima yaitu: bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tangkap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*), sangatlah memegang peranan penting dalam memberikan pelayanan prima terhadap konsumen di Nirwana Bali Golf Club, hal ini juga berpengaruh untuk menjaga citra perusahaan dan mempertahankan agar perusahaan tetap eksis dalam persaingan dengan para kompetitor lainnya.
3. Pelayanan prima sudah diterapkan dengan baik oleh Nirwana Bali golf club, terbukti dengan adanya beberapa *comment* yang positif yang diberikan oleh konsumen, adanya beberapa penghargaan yang telah diraih, dan adanya *repeater guest* yang bermain di Nirwana Bali Golf Club. Meskipun harga bermain golf di Nirwana Bali Golf Club terbilang paling tinggi diantara lapangan golf lainnya di Bali, Nirwana Bali Golf Club tetap menjadi pilihan para *golfer* untuk bermain golf karena kualitas pelayanan yang baik dan fasilitas yang lengkap

Beberapa saran yang dapat diberikan kepada Nirwana Bali Golf Club yaitu :

1. Pelayanan prima yang sudah diterapkan selama ini sangat perlu dipertahankan dan bila perlu ditingkatkan agar tetap bisa bersaing dengan *competitor* lainnya sehingga mampu memenangkan hati konsumen agar tetap memilih Nirwana Bali Golf Club sebagai tujuan mereka.
2. Pengawasan yang telah dilakukan selama ini sangat perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi. Pengawasan tersebut misalnya berupa: pengawasan terhadap kedisiplinan karyawan, pengawasan terhadap peralatan penunjang operasional agar tetap dalam keadaan baik, dan tidak menghambat jalannya operasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Public Relations Suatu Pendekatan Praktis*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Kasmir. 2004. *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu. Jakarta: Prenhallindo
- Lupiyoadi, Rambat, dan A.Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Mangkunegara, Prabu. 2009. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Purwanto, Djoko. 2003. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Ratminto, dan Atik Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutopo dan Adi Suryanto. 2003. *Pelayanan Prima*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Manajemen*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andy.
- Umar Husein. 2002. *Riset Pemasaran Dan Prilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- www.panpacific.com/bali. 30.6.2015.