



Peningkatan Kualitas Layanan Wisata Melalui Pelatihan *Delivering Happiness* Bagi Karyawan Dago Dream Park

**Meily Margaretha¹, Sherlywati², Susanti Saragih³, Imelda Junita⁴, Fanny Kristine⁵,
Yolla Margaretha⁶, Kezia Kurniawati Nursalin⁷, Jahja Hamdani⁸**

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Maranatha

Corresponding Author: meily.margaretha@eco.maranatha.edu

Article History:

Received: 25-05-2026

Revised: 10-06-2026

Accepted: 28-06-2026

Keywords:

*Employee Happiness,
Meaningful Work,
Organizational Culture,
Tourism Service,
WOW Service*

Abstract: *This article describes a community service program that used Delivering Happiness as the main framework for strengthening the service capability of Dago Dream Park employees in Bandung. The program was developed from the practical assumption that service quality in tourism is shaped not only by technical procedures, but also by employees' emotional climate, shared values, and sense of contribution. The activity was carried out on 29 April 2026 with 55 participants using a participatory training model that combined a brief needs review, pre-test, four learning sessions, reflective worksheets, group discussion, post-test, and individual action planning. The material focused on workplace happiness, WOW service, organizational culture, and meaningful work, then was contextualized to the interaction patterns commonly found in tourism services. The main outputs of the program were a training module, a Happiness Thermometer worksheet, a Culture Check sheet, pre-test and post-test instruments, and written personal commitments for workplace improvement. After the activity, participants showed better conceptual understanding, indicated by the change in the average score from 60% to 95%, and qualitatively demonstrated stronger awareness of caring service behaviour. This program indicates that a human-centered training design can be used as a practical strategy to improve service experience in tourism destinations.*

© 2026 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Destinasi wisata tidak hanya menjual tempat, wahana, atau fasilitas, melainkan juga menjual pengalaman yang dirasakan pengunjung sejak pertama datang hingga meninggalkan lokasi. Pada titik ini, kualitas interaksi antara karyawan dan pengunjung menjadi penentu penting karena pengalaman layanan sering kali membentuk kesan, kepuasan, dan keinginan untuk datang kembali (Tri & Nguyen, 2024). Dalam konteks Dago Dream Park yang merupakan salah satu tempat wisata bernuansa alam di kota Bandung, karakter layanan menjadi semakin penting karena kawasan wisata ini menghadirkan beragam wahana keluarga, aktivitas luar ruang, serta titik interaksi yang menuntut respon cepat dan sikap ramah dari karyawan.

Namun, realitas layanan di lapangan menunjukkan bahwa konsistensi pengalaman pengunjung tidak dapat dijaga hanya dengan mengandalkan instruksi teknis. Karyawan di sektor wisata bekerja dalam ritme yang dinamis, berhadapan dengan volume pengunjung

yang berubah-ubah, kondisi cuaca, tekanan emosional, dan kebutuhan koordinasi antarbagiannya. Apabila suasana kerja tidak sehat, rasa memiliki terhadap organisasi rendah, atau pekerjaan dipandang sekadar rutinitas, kualitas pelayanan berisiko menjadi mekanis dan tidak meninggalkan kesan positif. Padahal, iklim layanan yang baik berkaitan dengan keterikatan kerja dan loyalitas pelanggan (Kotzé & Mostert, 2025), sementara makna kerja mendorong *employee engagement* dan perilaku yang saling membantu (De Clercq et al., 2019; Kaur & Mittal, 2020).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini diarahkan untuk menjawab kesenjangan antara tuntutan layanan wisata yang berkesan dan kondisi internal karyawan yang perlu terus diperkuat. Tim pengabdian menggunakan modul *Delivering Happiness* yang berangkat dari gagasan bahwa kebahagiaan, kepedulian, budaya kerja, dan *sense of purpose* merupakan fondasi perilaku layanan yang lebih konsisten yang disampaikan oleh Tony Hsieh (Hsieh, 2013). Tujuan kegiatan ini adalah memperkuat pemahaman, refleksi, dan komitmen karyawan Dago Dream Park agar pelayanan yang diberikan tidak berhenti pada pemenuhan tugas, tetapi bergerak menuju pelayanan yang hangat, berkesan, dan bermakna.

Solusi yang ditawarkan dalam pengabdian ini bukan berupa pelatihan teknis operasional semata, melainkan intervensi pengembangan SDM yang menyentuh aspek afektif, perilaku, dan budaya kerja. Program dirancang melalui empat topik utama, yaitu kebahagiaan di tempat kerja, pelayanan WOW, budaya dan nilai perusahaan, serta kerja sebagai kontribusi yang bermakna. Keempat topik tersebut dipilih karena saling terkait: kebahagiaan kerja menopang sikap positif, pelayanan WOW memperkuat orientasi pelanggan, budaya kerja memberi arah perilaku kolektif, dan makna kerja menjaga konsistensi kontribusi personal.

Target kegiatan dibedakan menjadi target proses dan target hasil. Pada tingkat proses, kegiatan diharapkan mampu menghadirkan partisipasi aktif peserta dalam diskusi, refleksi, dan latihan sederhana. Pada tingkat hasil, kegiatan ditujukan untuk meningkatkan pemahaman peserta terhadap materi, mendorong munculnya komitmen perubahan perilaku kerja, serta menghasilkan perangkat pelatihan yang dapat dimanfaatkan kembali oleh mitra pada kegiatan internal berikutnya.

Tabel 1. Rancangan solusi dan target kegiatan

Komponen	Deskripsi
Permasalahan utama	Karyawan membutuhkan penguatan <i>soft skills</i> layanan yang tidak hanya menekankan prosedur, tetapi juga kebahagiaan kerja, empati, budaya kerja, dan makna kontribusi.
Bentuk solusi	Pelatihan <i>Delivering Happiness</i> berbasis partisipasi peserta, refleksi pengalaman kerja, diskusi kelompok, dan komitmen tindak lanjut personal.
Waktu dan tempat	23 April 2026, bertempat di Dago Dream Park, Bandung.
Peserta sasaran	55 karyawan Dago Dream Park.
Sumber data kegiatan	Hasil <i>pre-test</i> dan <i>post-test</i> , lembar <i>Happiness Thermometer</i> , lembar <i>Culture Check</i> , lembar komitmen aksi, serta dokumentasi kegiatan.
Target proses	Peserta mengikuti seluruh sesi inti dan terlibat aktif dalam refleksi serta diskusi kelompok.

Target hasil	Terjadi peningkatan pemahaman, tersusun komitmen perubahan perilaku kerja, dan tersedia perangkat pelatihan yang dapat digunakan ulang.
--------------	---

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan menggunakan pelatihan partisipatif dengan semangat *experiential learning*. Model ini dipilih karena perubahan perilaku layanan lebih mudah tumbuh ketika peserta tidak hanya mendengar materi, tetapi juga menghubungkannya dengan pengalaman kerja sehari-hari, mengidentifikasi tantangan riil yang dihadapi, dan menyusun langkah perbaikan yang dapat segera dipraktikkan.



Gambar 1. Penyampaian Materi *Delivering Happiness*

Secara operasional, kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama ialah koordinasi awal dengan pihak mitra untuk memetakan kebutuhan pelatihan, karakter peserta, serta penyesuaian bahasa materi dengan konteks Dago Dream Park. Tahap kedua berupa penyusunan modul dan instrumen yang meliputi *pre-test*, *post-test*, *Happiness Thermometer*, dan *Culture Check*. Tahap ketiga adalah pelaksanaan *pre-test* sebagai pemotretan pengetahuan awal peserta. Tahap keempat merupakan penyampaian empat sesi inti, yaitu kebahagiaan di tempat kerja, melayani dengan WOW, budaya dan nilai perusahaan, serta kerja berarti memberi kontribusi. Tahap kelima berisi refleksi individu, diskusi kelompok, dan penulisan komitmen aksi personal. Tahap terakhir adalah *post-test*, evaluasi umum, serta penyusunan laporan dan artikel ilmiah pengabdian. Alur kegiatan dapat diringkas sebagai berikut: analisis kebutuhan → penyusunan modul dan instrumen → *pre-test* → pelaksanaan empat sesi pelatihan → refleksi dan diskusi → *post-test* → komitmen tindak lanjut → pelaporan dan publikasi.

Tabel 2. Tahapan pelaksanaan kegiatan

Tahap	Uraian kegiatan
Persiapan	Koordinasi mitra, pemetaan kebutuhan, penyusunan modul, dan penyiapan instrumen evaluasi.
Pelaksanaan awal	Pembukaan, pengantar kegiatan, dan <i>pre-test</i> untuk memotret pemahaman awal peserta.
Modul Topik 1	Kebahagiaan di tempat kerja dan penggunaan lembar <i>Happiness Thermometer</i> .
Modul Topik 2	Melayani dengan WOW melalui pembahasan contoh layanan yang melampaui ekspektasi pengunjung.
Modul Topik 3	Budaya dan nilai perusahaan melalui pengisian serta pembacaan hasil <i>Culture Check</i> .
Modul Topik 4	Kerja berarti memberi kontribusi dan penyusunan komitmen perubahan perilaku kerja.
Penutup	<i>Post-test</i> , refleksi akhir, dokumentasi, dan tindak lanjut penyusunan luaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

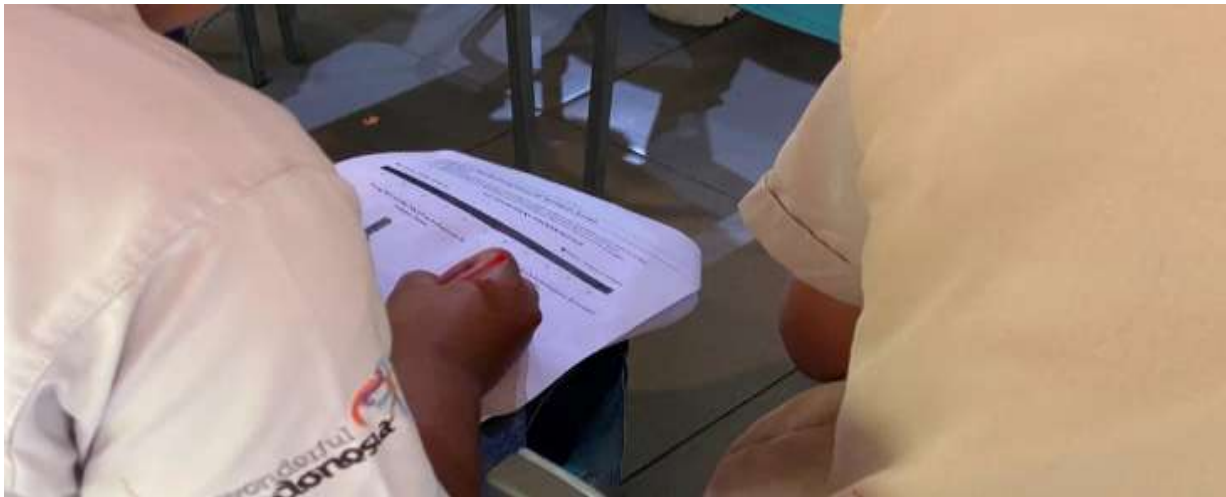
Pelaksanaan pelatihan berjalan sesuai desain yang telah disusun. Selama kegiatan, peserta tidak hanya menerima pemaparan materi, tetapi juga diajak membaca ulang pengalaman layanan yang mereka alami sendiri di tempat kerja. Pendekatan ini membuat proses pembelajaran lebih dekat dengan realitas lapangan dan membantu peserta melihat bahwa kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh cara mereka memaknai pekerjaan serta cara mereka memperlakukan pengunjung dan rekan kerja.

Pada sesi pertama, peserta diajak memahami bahwa kebahagiaan kerja tidak identik dengan kenyamanan sesaat atau penghargaan material semata. Melalui lembar *Happiness Thermometer*, peserta memetakan faktor-faktor yang selama ini menurunkan dan meningkatkan semangat kerja mereka. Proses ini penting karena membuka ruang kesadaran diri; peserta mulai melihat bahwa kualitas pelayanan yang mereka tampilkan sering berhubungan dengan kondisi emosional, relasi kerja, serta cara mereka menafsirkan perannya dalam organisasi.

Sesi kedua menyoroti perlunya bergeser dari layanan yang sekadar selesai menuju layanan yang meninggalkan kesan. Dalam modul, pelayanan WOW dipahami sebagai tindakan yang melampaui harapan pengunjung secara tulus, bukan sekadar menjalankan tugas secara formalitas. Bagi Dago Dream Park, pendekatan ini relevan karena pengalaman wisata dibangun dari banyak momen kecil, seperti cara menyambut tamu, kecepatan memberi bantuan, ketepatan informasi, dan kesediaan untuk peduli. Diskusi pada sesi ini membantu peserta mengidentifikasi tindakan sederhana namun bermakna yang bisa segera diterapkan di area kerja masing-masing.

Sesi ketiga diarahkan untuk membawa peserta melihat budaya organisasi dari sisi praktik, bukan slogan. Melalui *Culture Check*, peserta menilai sejauh mana mereka merasa bangga terhadap tempat kerjanya, dihargai pendapatnya, memahami dampak pekerjaannya terhadap pengunjung, serta memiliki keberanian untuk menyampaikan ide dan membantu rekan kerja. Hasil pembacaan ini berguna bagi mitra karena dapat menjadi

bahan awal untuk mengenali kekuatan budaya yang sudah ada sekaligus area yang masih memerlukan penguatan.



Gambar 2. Peserta Mengisi Lembar *Happiness Thermometer*

Pada sesi keempat, pembahasan diarahkan pada pertanyaan yang lebih mendasar, yaitu untuk apa seseorang bekerja dan hidup siapa yang menjadi lebih baik karena kehadirannya. Pendekatan ini membantu peserta keluar dari cara pandang yang semata-mata berorientasi pada jabatan atau tugas rutin. Peserta diajak menyadari bahwa setiap interaksi yang dilakukan, termasuk yang tampak kecil dapat memperbaiki pengalaman pengunjung dan memperkuat citra destinasi wisata. Kesadaran semacam ini penting karena menjadi landasan psikologis bagi perilaku layanan yang lebih konsisten.

Berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test* menunjukkan skor rata-rata peserta meningkat dari 60% pada pengukuran awal menjadi 95% setelah pelatihan, sehingga dapat diinterpretasikan bahwa pemahaman peserta terhadap konsep *purpose*, pelayanan WOW, dan budaya kerja mengalami penguatan. Kedua, dari sisi proses, tingkat keterlibatan peserta berada pada kategori tinggi yang tampak dari keaktifan berdiskusi, kesungguhan mengisi lembar refleksi, dan kesediaan menyusun rencana aksi. Ketiga, dari sisi tindak lanjut, sebanyak 55 peserta menuliskan komitmen perubahan yang antara lain berkaitan dengan keramahan, kecepatan merespons kebutuhan pengunjung, kemauan membantu rekan kerja, dan kemampuan menjaga sikap positif selama bekerja.

Selain menghasilkan proses pembelajaran, kegiatan ini juga menghasilkan beberapa luaran yang dapat dimanfaatkan kembali oleh mitra sebagai perangkat pengembangan internal. Luanan tersebut berupa: modul pelatihan *Delivering Happiness* yang terdiri dari empat topik inti yang dikontekstualisasikan dengan layanan Dago Dream Park; instrumen *pre-test* dan *post-test* untuk membaca perubahan pemahaman peserta; lembar *Happiness Thermometer* yang merupakan lembar refleksi faktor penunjang dan penghambat kebahagiaan kerja; lembar *Culture Check* untuk membaca persepsi peserta atas budaya dan nilai kerja; Komitmen aksi personal yang merupakan komitmen tertulis peserta sebagai tindak lanjut pascapelatihan, serta luaran terakhir adalah berupa artikel publikasi.



Gambar 3. Peserta Mengisi Komitmen Aksi Personal

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan *Delivering Happiness* di Dago Dream Park memperlihatkan bahwa peningkatan kualitas layanan wisata dapat ditempuh melalui pendekatan pengembangan manusia yang menaruh perhatian pada kebahagiaan kerja, orientasi pelayanan, budaya organisasi, dan makna kontribusi. Bagi organisasi jasa, pendekatan ini relevan karena pengunjung tidak hanya menilai fasilitas, tetapi juga menilai kualitas pengalaman yang dibentuk melalui interaksi dengan karyawan. Melalui metode yang partisipatif, peserta memperoleh ruang untuk merefleksikan pengalaman kerjanya, membaca budaya kerja yang mereka alami, dan menerjemahkan materi menjadi komitmen perilaku yang konkret. Dengan demikian, luaran kegiatan tidak berhenti pada terselenggaranya pelatihan, tetapi juga menghasilkan perangkat pembelajaran dan bahan evaluasi yang dapat mendukung program penguatan SDM di lingkungan Dago Dream Park pada tahap berikutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Kristen Maranatha yang telah memberi dukungan *financial* terhadap pelaksanaan kegiatan ini, serta kepada Pihak Dago Dream Park (Ibu Rissa, Bapak Revi serta seluruh karyawan) atas kerjasamanya sehingga kegiatan pengabdian ini bisa berjalan sesuai harapan.

DAFTAR PUSTAKA

- De Clercq, D., Haq, I. U., & Azeem, M. U. (2019). Why happy employees help: How meaningfulness, collectivism, and support transform job satisfaction into helping behaviours. *Personnel Review*, 48(4), 1001–1021. <https://doi.org/10.1108/PR-02-2018-0052>
- Hsieh, T. (2013). *Delivering happiness: A path to profits, passion, and purpose*. Grand Central Publishing.
- Kaur, P., & Mittal, A. (2020). Meaningfulness of work and employee engagement : The role of affective. *The Open Psychology Journal*, 13, 115–122. <https://doi.org/10.2174/1874350102013010115>

- Kotzé, T., & Mostert, P. (2025). A store - level analysis of frontline employees as enhancers of store loyalty. In *Service Business* (Vol. 19, Issue 3). Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/s11628-025-00589-z>
- Tri, N. G., & Nguyen, Q. N. (2024). Intention to return to national park: the role of perceived quality, perceived value, and tourist satisfaction. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 53(2), 380–387. <https://doi.org/10.30892/gtg.53201-1213>