



PENINGKATAN PENGETAHUAN DAN KETERAMPILAN HOSPITALITY PADA USAHA MIKRO DI KAWASAN PESISIR PANTAI LOMBOK BARAT

Baiq Anggun Hilendri Lestari¹, Isnawati Isnawati^{*2}, Lukman Effendy³, Wirawan Suhaedi⁴

^{1,2,3,4} Universitas Mataram

*e-mail: isnawati.isna@unram.ac.id

ABSTRAK

Hospitality menunjukkan hubungan antara wisatawan dengan tuan rumah ‘penjual jasa layanan’ dengan keramah-tamahan, perhatian dan kebaikan kepada siapa pun yang memerlukan (Sujatno dan Suyantoro, 2011:3). Namun faktanya menunjukkan bahwa *hospitality* ini masih rendah di Indonesia (Towoliu.dkk, 2023), tidak terkecuali di Lombok Barat yang menjadi salah satu destinasi wisata andalan di Lombok. Oleh karena itu sikap *Hospitality* ini menjadi permasalahan di sektor pariwisata. Diperlukan kegiatan sosialisasi dan latihan dengan harapan dapat memberikan peningkatan pengetahuan dalam *hospitality* yang baik dan berkesan bagi pengunjung wisata pantai wilayah Lombok Barat. Metode pelaksanaan menggunakan tiga (3) tahapan: 1) Pengajaran, yaitu penyajian materi yang diberikan berupa pengertian dan pentingnya *hospitality* dan tata cara bersikap dalam menyambut tamu ataupun pengunjung wisata; 2) Simulasi, yaitu dengan cara *role play*. Para peserta secara bergantian bermain peran; 3) Evaluasi, untuk mendapatkan *feedback* terkait materi yang disampaikan dan serta komitmen peserta untuk mempraktikkan materi yang diperoleh aktivitas pariwisata sehari-hari. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari Jumat 30 Agustus 2024 di Desa Melase, Lombok Barat. Diikuti oleh warga melase yang berjualan di pesisir Pantai Melase, Senteluk Lombok Barat, serta para karyawan hotel di wilayah Senggigi seperti di Qunci Villa dan The Chandi Hotel Senggigi. Diikuti oleh 10 orang peserta perwakilan dari para pedagang pesisir Pantai dan karyawan hotel di wilayah Lombok barat. Kegiatan pengabdian berjalan lancar sesuai dengan jadwal yang sudah disepakati oleh tim PKM dengan mitra atau peserta, hasilnya menyimpulkan bahwa *hospitality* tidak hanya dipengaruhi oleh Tingkat Pendidikan, namun pengaruh lingkungan tidak kalah pentingnya dalam membentuk karakter seseorang, terutama dalam *hospitality*.

Kata kunci: *Hospitality, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Pariwisata.*

ABSTRACT

Hospitality shows the relationship between tourists and the host 'service seller' with hospitality, attention and kindness to anyone who needs it (Sujatno and Suyantoro, 2011:3). The fact shows that this hospitality is still low in Indonesia (Towoliu. et al., 2023), including in West Lombok which is one of the mainstay tourist destinations in Lombok. Therefore, this Hospitality attitude is a problem in the tourism sector. Socialization and training activities are needed with the hope of providing increased knowledge in good and impressive hospitality for visitors to the West Lombok beach area. The methods are: 1) Teaching, the presentation of the material given in the form of an understanding and importance of hospitality and how to behave in welcoming guests or tourist visitors; 2) Simulation, by role play. Participants take turns playing roles; 3) Evaluation, to get feedback on the material presented and the commitment of participants to practice the material obtained in daily tourism activities. The community service activity was carried out on Friday, August 30, 2024 in Melase Village, West Lombok. It was attended by Melase residents who sell on the coast of Melase Beach, Senteluk West Lombok, as well as hotel employees in the Senggigi area such as at Qunci Villa and The Chandi Hotel Senggigi. It was attended by 10 participants. The results concluded that hospitality is not only influenced by the level of education, but the influence of the environment is no less important in shaping a person's character, especially in hospitality.

Keywords: *Hospitality, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), Tourism.*

1. PENDAHULUAN

Jepang dikenal sebagai negara yang sangat sopan dan disiplin. Dalam kehidupannya masyarakat Jepang dikenal dengan masyarakat yang ramah. Keramahan selalu dijunjung tinggi di Jepang dan sudah melekat erat pada semua penduduknya. Omotenashi adalah sebuah bentuk pelayanan khas Jepang yang memberikan pelayanan kualitas tinggi untuk siapapun yang memerlukan. Tidak hanya dalam ranah bisnis tetapi dalam segala sendi kehidupan omotenashi atau keramahan lokal Jepang selalu dilakukan.

Sikap seperti yang dimiliki oleh Jepang tersebut sangat dibutuhkan terutama bagi industri *hospitality* khususnya di sektor pariwisata. SDM yang terampil dan cekatan dalam hospitalitinya sangat dibutuhkan bahkan menjadi standar keharusan untuk industri tersebut. Namun fakta hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas pelayanan tamu ataupun pengunjung pariwisata tergolong masih rendah untuk di Indonesia (Towolius, 2023), ini juga terjadi di beberapa negara seperti di Kroatia dan Cina (Markovic, *et.al.* 2010; Tan, *et.al.* 2014).

Menurut *Oxford English Dictionary*: “*Hospitality is the reception and entertainment of guests, visitors or strangers with liberality and good will*”. Selain itu menurut kamus Indonesia: *Hospitality* adalah keramahtamahan. Dalam industri *hospitality*, konsumen mengharapkan untuk memperoleh pelayanan /service yang maksimal dari para penyedia jasa dengan menyediakan service yang memuaskan ekspektasi mereka atau bahkan melebihi ekspektasi mereka. Oleh karena itu perlu sekali manajemen dari *hospitality* untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Melalui peningkatan kualitas pelayanan, bisnis *hospitality* menjadikannya sebagai salah satu kiat untuk bersaing dengan para pesaingnya. Selain daripada itu bisnis *hospitality* harus menyediakan sesuatu yang lain daripada yang lain yang akan selalu tertanam dan menjadi pengalaman yang tidak terlupakan bagi konsumen dibandingkan dengan apa yang diberikan oleh pesaingnya. Kualitas menjadi salah satu kunci sukses dari setiap bisnis. Kualitas ini diberikan kepada konsumen untuk memenuhi ekspektasi konsumen dengan menyediakan produk dan pelayanan pada suatu tingkat harga yang dapat diterima dan menciptakan “nilai” bagi konsumen serta menghasilkan profit bagi perusahaan (Thio, 2001).

Persaingan yang semakin ketat tak hanya didorong oleh banyaknya pelaku bisnis saja, namun juga dipicu oleh tuntutan dari konsumen yang semakin tinggi terhadap layanan yang ditawarkan. Sebab, industri *hospitality* memang erat kaitannya dengan memberikan layanan terbaik kepada konsumen, maka perusahaan harus benar-benar paham apa yang diinginkan oleh konsumen ndustri *hospitality* yang menjunjung tinggi keramahtamahan dalam sistem pelayanan akan memiliki daya saing yang kuat apabila perusahaan juga mampu meningkatkan kualitas pelayanan demi kepuasan pelanggan. Maka dari itu, perusahaan perlu menjamin hubungan yang baik dengan pelanggan melalui *Customer Relationship Management* (CRM) yang cermat serta memperkuat *brand image* perusahaan melalui promosi serta public relations. Untuk itu kualitas SDM merupakan kunci utama pemulihan sektor *hospitality* di Indonesia pasca pandemi Covid-19 (kompas.com), dimana ketika Pandemi Covid-19 pertama kali merebak di seluruh dunia, industri pariwisata menjadi salah satu sektor yang paling tersungkur. Industri pariwisata mengalami kerugian besar dikarenakan tingkat kunjungan wisatawan anjlok dari 52,3% pada Maret 2019 menjadi hanya 19,7% pada bulan yang sama pada tahun 2020. Pasca Pandemi mulai ada peningkatan, namun lebih didominasi oleh wisatawan lokal dan pariwisata dalam negeri.

Saat ini sektor *hospitality* tengah berusaha untuk mengatasi berbagai tantangan sebagai akibat dari lemahnya kinerja pariwisata selama beberapa tahun terakhir (kompas.com). sektor ini menghadapi penyesuaian atau kalibrasi ulang bisnis secara umum terutama setelah covid-19. Ketidakpastian dalam keberlangsungan bisnis dialami oleh seluruh pemangku kepentingan, mengingat bahwa bisnis pariwisata sangat rentan dengan perubahan di lingkungan sekitarnya (Kompas.com).

Harus ada perubahan atau pergeseran untuk mengembalikan kinerja sektor pariwisata, untuk itu dibutuhkan kreativitas dan kenadalan dari semua orang yang terlibat, tidak terkecuali masyarakat di sekitar lokasi wisata. Untuk memperbaiki ini, maka pengembangan SDM harus mulai digencarkan mulai saat ini, akan tetapi faktanya upaya pengembangan SDM ini belum banyak tersentuh oleh pihak yang berwenang.

Sumber Daya Manusia (SDM) yang terampil dan cekatan dalam hospitalitinya sangat dibutuhkan bahkan menjadi standar keharusan untuk industri tersebut. Namun fakta hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas pelayanan tamu ataupun pengunjung pariwisata tergolong masih rendah untuk di Indonesia (Towoliu, 2023), ini juga terjadi di beberapa negara seperti di Kroatia dan Cina (Markovic, et.al. 2010; Tan, et.al. 2014). Kualitas SDM merupakan kunci utama pemulihan sektor *hospitality* di Indonesia pasca pandemi Covid-19 (kompas.com), dimana ketika Pandemi Covid-19 pertama kali merebak di seluruh dunia, industri pariwisata menjadi salah satu sektor yang paling tersungkur. Harus ada perubahan atau pergeseran untuk mengembalikan kinerja sektor pariwisata, untuk itu dibutuhkan kreativitas dan kenadalan dari semua orang yang terlibat, tidak terkecuali masyarakat di sekitar lokasi wisata. Untuk memperbaiki ini, maka pengembangan SDM harus mulai digencarkan mulai saat ini, akan tetapi **Permasalahannya** upaya pengembangan SDM ini belum banyak tersentuh oleh pihak yang berwenang. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan berkontribusi untuk memberikan peningkatan pengetahuan dalam *hospitality* yaitu Pelayanan Prima, Komunikasi dalam Pelayanan Prima, Menciptakan Pelayanan secara baik dan benar serta Berkesan bagi pengunjung wisata pantai wilayah Lombok Barat.

2. METODE

Metode pelaksanaan menggunakan beberapa tahapan, antara lain:

- a. Persiapan, tahapan ini merupakan observasi lokasi dan mengkaji masalah yang dihadapi oleh mitra, diskusi mengenai kegiatan pengabdian yang akan dilakukan oleh tim.
- b. Pelaksanaan Kegiatan, tahapan ini meliputi:
 - 1) **Metode Pengajaran**, yaitu penyajian materi yang diberikan berupa pengertian dan pentingnya *hospitality* dan tata cara bersikap dalam menyambut tamu ataupun pengunjung wisata;
 - 2) **Metode Simulasi**, yaitu dengan cara *role play*. Para peserta secara bergantian bermain peran;
- c. **Evaluasi kegiatan**, yaitu dilakukan evaluasi untuk mendapatkan feedback terkait materi yang disampaikan dan serta komitmen peserta untuk mempraktikkan materi yang diperoleh aktivitas pariwisata sehari-hari.
- d. **Follow Up**, tahapan ini bertujuan untuk memastikan bahwa kegiatan PKM memberikan manfaat yang nyata bagi mitra dan peserta melalui Kerjasama di program-program PKM selanjutnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Gambaran Umum Mitra

Lombok Barat terletak di bagian barat pulau Lombok, yang merupakan bagian dari Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) di Indonesia. Wilayah ini memiliki garis pantai yang panjang dan menawarkan berbagai destinasi pantai yang menarik. Masyarakat di Lombok Barat sebagian besar bergantung pada kegiatan perikanan dan pariwisata. Banyak desa di sepanjang pantai memiliki komunitas yang terlibat dalam industri pariwisata, seperti pengelolaan resort, homestay, dan restoran.

Salah satu Pantai yang mulai dikenal saat ini adalah Pantai Melase, terletak di wilayah Lombok Barat, bagian dari pulau Lombok di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), Indonesia. Pantai ini berada di pesisir barat pulau, yang dikenal dengan pantai-pantainya yang mempesona. Pantai Melase dapat diakses melalui perjalanan darat dari kota Mataram atau dari beberapa desa terdekat di Lombok Barat. Akses jalan ke pantai

ini mungkin melibatkan rute pedesaan yang mungkin tidak selalu dalam kondisi optimal.

Dengan keindahan dan kealamian pantai, ada peluang untuk mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Saat ini Pantai Melase menjadi salah satu destinasi warga untuk berwisata, khususnya wisata sunset dan terapi tanam pasir. Setiap hari Pantai ini penuh pengunjung yang ingin melihat sunset yang begitu indah terlihat dari Pantai Melase, dan peluang ini dimanfaatkan oleh warga untuk berjualan di sepanjang pesisir Pantai.

b. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari Jumat 30 Agustus 2024 di Desa Melase, Lombok Barat. Sasaran kegiatan pengabdian yaitu warga melase yang berjualan di pesisir Pantai Melase, Senteluk Lombok Barat, serta para karyawan hotel di wilayah Senggigi seperti di Qunci Villa dan The Chandi Hotel Senggigi. Diiukti oleh 10 orang peserta perwakilan dari para pedagang pesisir Pantai dan karyawan hotel di wilayah Lombok barat. Kegiatan pengabdian berjalan lancar sesuai dengan jadwal yang sudah disepakati oleh tim PKM dengan mitra atau peserta, yaitu para pedagang pesisir Pantai dan karyawan hotel wilayah Lombok Barat.



Gambar 1. Penyampaian Materi *Hospitality*

Menerapkan prinsip *hospitality* bagi para Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di pesisir pantai merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya tarik, kepuasan pelanggan, dan keberlanjutan bisnis, namun pelaku UKM dan karyawan mungkin tidak sepenuhnya memahami konsep *hospitality* atau tidak melihat pentingnya layanan pelanggan yang baik. Untuk itu dilakukan kegiatan PKM dengan tema peningkatan *hospitality* pelaku UKM di pesisir Pantai.



Gambar 2. Diskusi dengan Mitra

Metode pelaksanaan PKM adalah ceramah dan diskusi dua arah. Penyampaian materi *hospitality* antara lain:

- 1) *Hospitality* adalah seni dan praktik memberikan layanan yang ramah, hangat, dan profesional kepada pelanggan. Tujuannya adalah menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan sehingga pelanggan merasa dihargai dan ingin Kembali.
- 2) Prinsip-Prinsip *Hospitality* yang perlu difahami oleh para pelaku UMKM terutama para pekerja di industri *hospitality* antara lain:
 - a) Kepuasan Pelanggan, yaitu menjadi focus utama dalam *hospitality*, memuaskan pelanggan dengan memenuhi atau melampaui harapan mereka.
 - b) Pelayanan Proaktif: Mengantisipasi kebutuhan pelanggan dan memberikan solusi sebelum mereka meminta.
 - c) Sambutan Hangat: Menyambut pelanggan dengan senyuman dan sapaan ramah.
 - d) Interaksi Personal: Membangun hubungan personal dengan pelanggan untuk membuat mereka merasa spesial.
 - e) Standar Layanan: Menjaga konsistensi dalam kualitas layanan agar pelanggan mendapatkan pengalaman yang sama setiap kali mereka berkunjung.
 - f) Pelatihan Karyawan: Melakukan pelatihan berkala untuk memastikan semua karyawan memahami dan menerapkan standar layanan yang konsisten.
 - g) Mendengarkan: Aktif mendengarkan pelanggan untuk memahami kebutuhan dan masalah mereka.
 - h) Solusi yang Memuaskan: Memberikan solusi yang efektif dan memuaskan untuk setiap masalah yang dihadapi pelanggan.
 - i) Penampilan dan Perilaku: Karyawan harus tampil profesional dan bersikap sopan dalam setiap interaksi.
 - j) Komunikasi Efektif: Berkomunikasi dengan jelas dan tepat untuk menghindari kesalahpahaman.
- 3) Elemen-Elemen *Hospitality* antara lain:
 - a) Ambiance dan Lingkungan: Menyediakan lingkungan yang nyaman dan menarik.
 - b) Fasilitas dan Layanan: Menawarkan fasilitas yang berkualitas dan layanan yang efisien.
 - c) Sambutan: Menyambut pelanggan dengan cara yang ramah dan hangat.
 - d) Responsivitas: Menanggapi permintaan dan keluhan dengan cepat dan efektif.
 - e) Standar Produk: Menyediakan produk yang memenuhi standar kualitas yang tinggi.
 - f) Konsistensi: Menjaga konsistensi dalam kualitas produk untuk memastikan kepuasan pelanggan.
 - g) Pendekatan Personal: Menyesuaikan layanan dan interaksi berdasarkan preferensi dan kebutuhan individual pelanggan.
 - h) Pengenalan Nama: Menggunakan nama pelanggan untuk menciptakan pengalaman yang lebih personal.
 - i) Pengumpulan Umpan Balik: Mengumpulkan umpan balik dari pelanggan untuk mengevaluasi dan meningkatkan layanan.
 - j) Tindak Lanjut: Menindaklanjuti umpan balik untuk memperbaiki layanan dan mengatasi masalah yang muncul.
- 4) Penerapan *Hospitality* dalam Berbagai Konteks Bisnis meliputi:
 - a) Industri Perhotelan:

- (1) Resepsionis dan Layanan Kamar: Menyediakan layanan yang ramah dan membantu, serta memastikan kebersihan dan kenyamanan kamar.
 - (2) Fasilitas Hotel: Menawarkan fasilitas tambahan seperti spa, gym, dan restoran dengan standar layanan yang tinggi.
- b) Restoran dan Kafe:
- (1) Pelayanan Meja: Menyambut tamu dengan ramah, memberikan rekomendasi menu, dan memastikan pengalaman makan yang menyenangkan.
 - (2) Kualitas Makanan: Menyajikan makanan yang lezat dan sesuai dengan standar kualitas.
- c) Retail dan Toko:
- (1) Layanan Kasir: Memberikan layanan yang cepat dan efisien di kasir, serta membantu pelanggan dalam memilih produk.
 - (2) Penataan Toko: Menata produk dengan cara yang menarik dan mudah diakses oleh pelanggan.
- d) Sektor Pariwisata:
- (1) Tour Guide: Memberikan penjelasan yang informatif dan menarik selama tur, serta menjawab pertanyaan wisatawan dengan sabar.
 - (2) Akomodasi dan Transportasi: Menyediakan layanan yang nyaman dan berkualitas dalam akomodasi dan transportasi.
- 5) Tantangan dalam Menerapkan *Hospitality* antara lain:
- (1) Keterbatasan Sumber Daya: **Solusi**, Melakukan pelatihan yang efisien, memprioritaskan area yang berdampak langsung pada pengalaman pelanggan, dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi.
 - (2) Konsistensi Layanan: **Solusi**, Menetapkan standar layanan yang jelas dan melakukan pelatihan serta evaluasi berkala untuk memastikan konsistensi.
 - (3) Kepuasan Karyawan: **Solusi**, Menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan memberikan insentif untuk motivasi karyawan.
 - (4) Pengelolaan Umpan Balik: **Solusi**, Mengembangkan sistem umpan balik yang efektif dan menindaklanjuti umpan balik untuk perbaikan berkelanjutan.
- 6) Metrik untuk Mengukur *Hospitality*, yaitu:
- a) Kepuasan Pelanggan:
 - (1) Survei Kepuasan: Menggunakan survei untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dan mendapatkan umpan balik spesifik.
 - (2) Net Promoter Score (NPS): Mengukur seberapa besar kemungkinan pelanggan merekomendasikan bisnis Anda kepada orang lain.
 - b) Ulasan dan Rating, Ulasan Online: Memantau ulasan dan rating di platform online untuk menilai persepsi pelanggan tentang layanan Anda.
 - c) Retention Rate: Kunjungan Ulang: Mengukur seberapa sering pelanggan kembali dan melakukan pembelian ulang.



Gambar 3. Gambaran pengunjung Pantai Melase



Gambar 4. Beberapa kondisi kebersihan di pesisir Pantai Lombok Barat

Menerapkan prinsip *hospitality* yang baik bagi UKM di pesisir pantai tidak hanya membantu meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga berkontribusi pada kesuksesan dan pertumbuhan bisnis jangka panjang. Dengan memberikan pengalaman yang positif dan memuaskan, UKM dapat membangun reputasi yang kuat dan menarik pelanggan yang loyal.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari Jumat 30 Agustus 2024 di Desa Melase, Lombok Barat. Sasaran kegiatan pengabdian yaitu warga melase yang berjualan di pesisir Pantai Melase, Senteluk Lombok Barat, serta para karyawan hotel di wilayah Senggigi seperti di Qunci Villa dan The Chandi Hotel Senggigi. Diiukti oleh 10 orang peserta perwakilan dari para pedagang pesisir Pantai dan karyawan hotel di wilayah Lombok barat. Kegiatan pengabdian berjalan lancar sesuai dengan jadwal yang sudah disepakati oleh tim PKM dengan mitra atau peserta, yaitu para pedagang pesisir Pantai dan karyawan hotel wilayah Lombok Barat.

Pelaku UKM dan karyawan mungkin tidak sepenuhnya memahami konsep *hospitality* atau tidak melihat pentingnya layanan pelanggan yang baik. *Hospitality*, maka kegiatan PKM ini sangat dibutuhkan oleh para pelaku UKM. Menerapkan prinsip *hospitality* bagi para Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di pesisir pantai merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya tarik, kepuasan pelanggan, dan keberlanjutan bisnis.

Beberapa cara sederhana para pelaku UKM pesisir Pantai Melase menerapkan *hospitality* antara lain; a) Memiliki keterampilan komunikasi yang baik, kesabaran, dan kemampuan untuk mengatasi berbagai situasi pelanggan; b) Memiliki pengetahuan yang

baik tentang produk atau layanan yang ditawarkan agar dapat memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan; c) Ciptakan suasana yang menyambut dengan desain yang bersih, nyaman, dan estetik. Dekorasi yang sesuai dengan tema pantai dapat menambah daya Tarik; d) Jaga kebersihan dan kerapian area bisnis untuk menciptakan lingkungan yang menyenangkan dan profesional; e) Dengarkan dan tanggapilah kebutuhan dan keluhan pelanggan dengan cepat dan efektif; f) Tunjukkan empati dan solusi yang memadai, menangani keluhan atau masalah dengan cara yang tenang dan profesional, menawarkan solusi yang memuaskan.

Selain dipengaruhi oleh Tingkat Pendidikan, namun pengaruh lingkungan ternyata tidak kalah pentingnya dalam membentuk karakter seseorang, terutama yang berkaitan dengan *hospitality* (layanan prima). Kegiatan serupa sangat perlu dilakukan untuk wilayah lainnya, terutama yang masih kurang pemahaman akan pentingnya *hospitality*, mengingat Lombok adalah salah satu daerah yang masih bergantung dengan sektor pariwisata. Integrasikan praktik keberlanjutan dalam operasi bisnis, seperti mengurangi sampah dan menggunakan bahan ramah lingkungan, untuk menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan.

SARAN

Untuk pelaku UKM di pesisir pantai, menerapkan prinsip *hospitality* secara efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan kesuksesan bisnis, namun menjalankan serta mempertahankan *hospitality* yang baik tentulah bukan hal mudah. Berikut beberapa kendala dan saran dalam menerapkan *hospitality* antara lain:

- a. UKM di pesisir pantai sering kali memiliki sumber daya yang terbatas, baik dari segi finansial, tenaga kerja, maupun fasilitas. Hal ini bisa mempengaruhi kemampuan dalam menyediakan layanan pelanggan yang berkualitas. Maka fokuskan investasi pada area yang memiliki dampak langsung pada pengalaman pelanggan, seperti peningkatan fasilitas dasar (sapu, bak sampah dll).
- b. Infrastruktur di daerah pesisir mungkin kurang berkembang, dengan fasilitas seperti listrik, dan air bersih yang terbatas. Ini dapat mempengaruhi kenyamanan pelanggan dan operasional bisnis. Maka perlu bekerja sama dengan pemerintah lokal atau organisasi non-profit untuk mendapatkan dukungan dalam perbaikan infrastruktur.
- c. Para UKM di daerah pesisir mungkin tidak memiliki akses mudah ke pelatihan atau pendidikan yang diperlukan untuk meningkatkan keterampilan layanan pelanggan. Pelaku UKM dan karyawan hotel mungkin tidak sepenuhnya memahami konsep *hospitality* atau tidak melihat pentingnya layanan pelanggan yang baik. Maka manfaatkan pelatihan online atau sumber daya digital yang dapat diakses dari jarak jauh.
- d. UKM mungkin bersaing dengan bisnis besar atau rantai hotel/restoran yang memiliki sumber daya lebih besar dan mampu menawarkan layanan yang lebih lengkap dan profesional. Maka temukan cara-cara inovatif untuk meningkatkan layanan tanpa memerlukan investasi besar, seperti memberikan layanan tambahan atau pengalaman lokal yang otentik.

Mengatasi kendala-kendala ini memerlukan pendekatan yang kreatif dan adaptif. Dengan mengidentifikasi tantangan spesifik dan menerapkan solusi yang sesuai, UKM di pesisir pantai dapat meningkatkan kemampuan *hospitality* mereka dan memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian ini didanai oleh DIPA BLU skema kemitraan Universitas Mataram tahun 2024. Terima kasih kepada Ibu Karmila dan warga Melase yang menjadi peserta dalam kegiatan PKM, mahasiswa, dan tenaga lapangan atas dukungan dan partisipasinya dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Putu A. A.; Sari, Nanda. G.P.D,. (2023). Peran Sosial Media Dan Kolaborasi *Hospitality* Industry Dalam Mempromosikan *Playschool* Di Bali. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat* ISSN 2963-2552, 2(1), Bali.
- Andriyani, Dian A. A. A.; Ayomi, Nur, P.; Candra, Puspita, D.; Pradnyani, Ni Kompyang Widi Pradnyani. 2022. Pelatihan *Hospitality* bagi Pemandu Wisata Khusus Desa Wisata Tista Tabanan. *Widya Bhakti, Jurnal Ilmiah Populer* 591): 1-6.
- Lasmana, Douwes; Prasetyawati, Dea; Riyanto, Budi; Amelia, Rizki; Susanto, Shandy, S. P., Pakeh, Tanaka, C., Hugo, R., Jo, Kellvin. (2022). Pelatihan Pelayanan Prima Bagi Pekerja Harian Dan Karyawan Magang Di Novotel Bogor Golf Resort & Convention Center Dan Ibis Style Bogor Raya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 2(6).
- Sujatno, B., Suyantoro, S. (2011). *Hospitality: Secret Skill, Attitude and Performance for Restaurant Manager*. Yogyakarta: Andi. ISBN:978-979-29-2673-6.
- Taka, Marlince, I., Wellalangi, Maria, B. R. (2023). Peningkatan Kapasitas Pelayanan Melalui *Hospitality Training (Excellent Service)* Bagi Pengelola Destinasi Wisata Wae Bobok. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 1(3), 131-137.
- Thio, Shieny. (2001). Membangun Service Quality untuk Mencapai Kepuasan Konsumen di Industri *Hospitality*. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 3(1), 61-71.
- Towoliu, Irwan, B., Polii, Dainty, B., Mandulangi, Jufrina. (2023). Peningkatan Pengetahuan dan Ketrampilan *Hospitality* pada Kelompok Wisata di Desa Budo, Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1).

First Publication Right
GANESHA Jurnal pengabdian Masyarakat

This Article is Licensed Under

