

PENGENALAN DAN CONTOH PRAKTEK *SERVICE INNOVATION* PADA HOTEL SANTIKA MATARAM

Muhammad Rahmatul Burhan

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Muhammadiyah Mataram

Corresponding author:
E-mail: ramaehrama@gmail.com

Diterima 12 Juni 2020, Disetujui 30 Juni 2020

ABSTRAK

Lombok merupakan pintu gerbang pariwisata dalam *masterplan* Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) 2011 – 2025. Pada tahun 2020 ini, seluruh dunia termasuk Indonesia dilanda pandemi Covid-19 yang menyebabkan perputaran ekonomi khususnya sektor pariwisata tersendat. Salah satu usaha di bidang pariwisata adalah Hotel Santika Mataram. Dimasa pandemic ini Hotel Santika Mataram harus menerapkan inovasi dalam pelayanan pasca pandemi Covid-19 untuk meningkatkan kembali *revenue* mereka sekaligus meningkatkan nilai kompetitif hotel. Berdasarkan identifikasi permasalahan, selama ini belum pernah dilakukan penyuluhan maupun pelatihan terkait inovasi pelayanan di Hotel Santika Mataram. Oleh karena itu, metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah ceramah yang disertai dengan praktek inovasi pelayanan. Dalam kegiatan ini terjadi diskusi dua arah terkait pelayanan hotel. Pada akhirnya, kegiatan ini memberikan pengetahuan baru yang dibutuhkan oleh karyawan Hotel Santika Mataram.

Kata kunci: pariwisata, covid-19, inovasi, pelayanan.

ABSTRACT

Lombok is the gateway for tourism in the Master Plan for the Acceleration and Expansion of Indonesia's Economic Development (MP3EI) 2011-2025. In 2020, the entire world including Indonesia was hit by the Covid-19 pandemic which caused economic turnover, especially in the tourism sector, to a standstill. One of the businesses in tourism, the Hotel Santika Mataram, must implement service innovations after the Covid-19 pandemic to increase its revenue again while increasing the competitive value of the hotel. Based on the identification of problems, up to now there has never been any counseling or training related to service innovation at the Hotel Santika Mataram. Therefore, the method used in this social service is lectures accompanied by service innovation practices. In the implementation there was a two-way discussion related to hotel services. In the end, this activity provided new knowledge needed by employees of the Hotel Santika Mataram.

Keywords: tourism, covid-19, innovation, service.

PENDAHULUAN

Lombok merupakan pintu gerbang pariwisata dalam *masterplan* Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) 2011–2025. Pariwisata merupakan bidang usaha jasa yang termasuk di dalamnya adalah industri perhotelan. Salah satu hotel yang menjalankan usahanya di Lombok adalah Hotel Santika Mataram. Hotel ini telah berdiri sejak tahun 2012 dan menjadi salah satu hotel berbintang yang diminati oleh wisatawan.

Sebagai hotel yang berdiri di Kota Mataram, Hotel Santika Mataram seharusnya membawa manfaat bagi daerah tempatnya berdiri. Selain itu, sebagai perusahaan jasa, Hotel Santika Mataram harus memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Karena

yang dilakukan oleh Hotel Santika Mataram secara tidak langsung mempengaruhi citra pariwisata Lombok untuk masa yang akan datang di mata wisatawan. Oleh karena itu, Hotel Santika Mataram diharapkan mampu melakukan inovasi-inovasi dalam memberikan pelayanan (*service innovation*) kepada konsumennya.

Service innovation penting dilakukan pada perusahaan jasa karena berpotensi menjadi sumber yang inovatif untuk waktu yang lama. Banyak studi menunjukkan bahwa banyak perusahaan jasa dan industri jasa sebenarnya sangat inovatif (Tether, 2005; Miles, 2008 dalam Leich, Gokduman, & Baaken, 2010). Bahkan di era saat ini ekonomi yang berfokus pada manufaktur beralih kepada pelayanan masyarakat (Harmon, 2012). Hal tersebut menandakan bahwa

lingkungan pasar terus berubah bahkan bisa disebut *hyper competitive*. Perubahan-perubahan lingkungan pasar menyebabkan konsumen menjadi lebih penuntut karena adanya variasi penawaran dari organisasi-organisasi yang berkompetisi dalam industri yang sama. Untuk menindaklanjuti kondisi tersebut, banyak perusahaan berorientasi pada layanan berusaha keras untuk mengintegrasikan fitur-fitur baru ke dalam layanan yang mereka tawarkan (Lemy, 2010).

Di sisi lain dalam pasar global, keunggulan kompetitif perusahaan dapat dengan mudah diimitasi oleh kompetitor. Hal ini berkaitan dengan ketidakmampuan perusahaan dalam menciptakan dan mematenkan inovasi pada layanan mereka. *Service innovation* menjadi salah satu jawaban untuk merespon perubahan lingkungan tersebut (Kandampully & Duddy, 1999 dalam Nanggong, 2013).

Oleh karena itu, tema *service innovation* kami angkat agar sektor pariwisata khususnya perhotelan dalam hal ini Hotel Santika Mataram bisa menerapkan inovasi dalam pelayanan. Langkah tersebut perlu diambil untuk meningkatkan *revenue* sekaligus meningkatkan nilai kompetitif hotel secara khusus maupun citra pariwisata Lombok pada umumnya.

MASALAH

Sejak berdiri tahun 2012, Hotel Santika Mataram secara berkelanjutan melakukan pendidikan dan pelatihan kepada karyawannya. Namun belum ada pelatihan yang secara spesifik mengangkat tema inovasi pelayanan atau *service innovation*. Apalagi sebagian karyawan hotel bukan berasal dari latar belakang pendidikan pariwisata yang kental dengan istilah pelayanan. Kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh Hotel Santika Mataram, antara lain *grooming* dan *make up*, praktik *software* reservasi tamu dan sistem kerja, evakuasi bencana kebakaran, pelatihan Bahasa Inggris, dan pembekalan hubungan kerjasama global, *Product Knowledge*.

Khusus pada tahun 2020, seluruh dunia termasuk Indonesia dilanda pandemi Covid-19 yang menyebabkan perputaran ekonomi khususnya sektor pariwisata mengalami kemacetan. Dampak dari pandemi ini dirasakan langsung oleh Hotel Santika Mataram dan seluruh bidang usaha pariwisata lainnya. Sampai pertengahan bulan Juni 2020, Hotel Santika Mataram melakukan penutupan dan meliburkan sebagian besar karyawannya.

METODE

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Hotel Santika Mataram dilakukan oleh tim dari Program

Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIPOL) Universitas Muhammadiyah Mataram. Ketua pelaksana adalah dosen dari program studi bersangkutan dengan melibatkan mahasiswa. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini berupa pelatihan yang berisi penyuluhan materi yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran para peserta. Kemudian disusul dengan demonstrasi atau praktek dari materi yang diberikan.

Untuk mengetahui permasalahan di lapangan, sebelumnya dilakukan observasi dan wawancara kepada beberapa karyawan Hotel Santika Mataram. Observasi dan wawancara dilakukan untuk mencocokkan target kegiatan dengan permasalahan yang terjadi. Lokasi kegiatan awalnya direncanakan di dalam aula Hotel Santika Mataram, namun karena hotel melakukan penutupan, akhirnya kegiatan pengabdian dilaksanakan di Rumah Makan Bebek Galih, Jempong.

PEMBAHASAN

Gambaran Umum Hotel Santika Mataram

Hotel Santika Mataram merupakan hotel bintang tiga (***) yang berlokasi di Kota Mataram, ibukota Provinsi NTB sejak tahun 2012 dan beralamat di Jalan Pejajngik No. 32, Mataram. Hotel Santika Mataram merupakan hotel ke-46 dalam jaringan grup Santika Indonesia Hotel & Resorts yang *soft openingnya* dilakukan pada tanggal 15 Juni 2012 dan *grand opening* pada tanggal 1 Oktober 2012.

Hotel Santika Mataram dimiliki oleh PT. Metro Lombok Asri, berjumlah kamar sebanyak 123 kamar dengan tipe Superior, Deluxe, Executive, dan Santika Suite. Beberapa fasilitas lainnya meliputi kolam renang dan fitness centre, kafe bayan & lounge, ball room & meeting room, business centre, *free wi-fi*, *parking space*, dan major credit cards accepted.



Gambar 1. Lokasi Hotel Santika Mataram (titik merah)
(Sumber: Google maps)

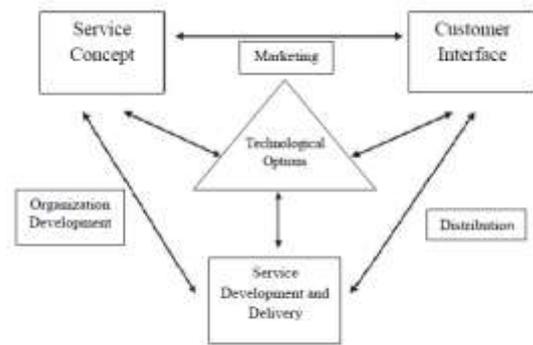
Dimensi dalam *Service Innovation*

Setiap hotel tentu menerapkan standar pelayanan masing-masing. Perbedaan jenis pelayanan disebabkan oleh perbedaan manajemen yang menjalankan fungsinya, perbedaan visi dan misi perusahaan, dan lain-lain. Namun terdapat kesamaan jenis pelayanan yang disebabkan oleh tempat berdirinya hotel tersebut. Misalnya di Lombok, Hotel Santika Mataram dan Hotel Aston Inn sama-sama menerapkan cara salam yang seragam mengikuti adat dan budaya di Lombok. Villa Ombak Resort dan Sheraton Senggigi menampilkan interior yang serupa yaitu interior tradisional Lombok. Namun hotel-hotel tersebut dijalankan oleh manajemen yang berbeda dengan visi misi yang berbeda pula. Pelayanan yang diberikan secara keseluruhan memiliki jenis masing-masing.

Jenis pelayanan di satu hotel bisa saja ditiru. Pelayanan yang ditiru kemudian dimodifikasi untuk diterapkan di hotel yang lainnya. Praktek seperti itu sudah lumrah dilakukan dalam bidang jasa. Namun bila bicara lokasi berdirinya, sudah tentu setiap hotel di Lombok saling bekerjasama untuk membangun pariwisata Lombok lebih baik. Contohnya, Hotel Santika Mataram bekerjasama dengan Villa Ombak Resort dalam melayani tamu. Tamu yang berwisata ke Lombok selama tiga atau empat hari menginap di Hotel Santika Mataram terlebih dahulu, untuk hari berikutnya pihak Hotel Santika Mataram merekomendasikan Villa Ombak Resort bila tamu ingin menginap di Gili Trawangan. Bila bicara persaingan, sudah tentu masing-masing hotel bersaing mendapat konsumen atau tamu yang terbanyak untuk meningkatkan *revenue* masing-masing. Persaingan inilah yang melatarbelakangi pentingnya dilakukan inovasi pelayanan yang terus berbeda untuk memuaskan konsumen mengingat mudahnya jenis pelayanan itu ditiru oleh pesaing.

Oleh karena itu, kegiatan pengenalan dan praktek *service innovation* ini dilakukan mengingat belum pernah dilakukannya pelatihan serupa kepada karyawan oleh pihak Hotel Santika Mataram. Materi yang disampaikan dalam kegiatan ini meliputi pengenalan konsep dan pemahaman serta praktek melakukan *service innovation*.

Untuk membahas, memetakan dan menganalisis keragaman inovasi secara lebih rinci dan dalam cara yang terstruktur, model empat dimensi dalam *service innovation* diperkenalkan. Ini sudah cukup konkrit untuk memetakan inovasi layanan dan mendiskusikan perkembangan praktis mereka (Hertog, 2010).



Gambar 2. Konsep 4 Dimensi *Service Innovation* (Sumber: Hertog, 2010)

1. *Service Concept*: Penciptaan konsep baru dalam layanan pada pasar tertentu. Contohnya, harga khusus yang ditetapkan oleh Hotel Santika Mataram, fitur-fitur baru dalam fasilitas dengan artefak material, atau fasilitas-fasilitas baru yang menyesuaikan dengan keadaan atau musim.
2. *Customer Interface*: Mengacu pada proses interaksi antarmuka antara penyedia jasa dan konsumen karena proses ini termasuk dalam proses penciptaan jasa dan nilai. Antarmuka bisa tatap muka langsung, maupun melalui media elektronik. Misalnya, proses tatap muka karyawan hotel dengan konsumen yang ditetapkan sesuai ketentuan yang berlaku.
3. *Service Development and Delivery*: Pengembangan layanan dan penyampaian. Kegiatan ini melibatkan infrastruktur, proses, dan karyawan untuk memproduksi dan memberikan layanan kepada konsumen, dalam hal ini program pelatihan yang diberikan Hotel Santika Mataram kepada karyawannya.
4. *Technological Options*: Pilihan teknologi yang digunakan, khususnya teknologi informasi. Hal ini penting untuk layanan karena memungkinkan untuk efisiensi dan efektivitas yang lebih besar. Contohnya adalah penggunaan kartu member hotel yang dapat membantu pihak hotel untuk mengetahui data konsumennya.



Gambar 3. Penyampaian Materi (Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar 4. Para Peserta Penyuluhan (Karyawan Hotel santika Mataram)
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 4 Juni 2020 bertempat di Rumah Makan Bebek Galih, Jempong. Jadwal pelaksanaannya tertera pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

No	Kegiatan	Mei		Juni		
		15 Mei	19 Mei	4 Juni	5 Juni	6 Juni
1	Persiapan					
2	Pelaksanaan Kegiatan					
3	Penyusunan Laporan					

Peserta yang hadir sesuai dengan yang telah direncanakan yaitu *Supervisor* dan satu orang perwakilan dari masing-masing departemen *Front Office, Accounting, Food and Beverage, Sales,* dan *House Keeping*. Namun, tentu kegiatan ini tidak lepas dari kekurangan-kekurangan, antara lain:

1. Tidak semua karyawan Hotel Santika Mataram mengikuti kegiatan ini.
2. Kegiatan dilakukan saat sebagian besar karyawan Hotel Santika Mataram diliburkan sehingga dikhawatirkan materi penyuluhan tidak tersampaikan kepada anggota karyawan lainnya.
3. Lokasi kegiatan bukan di Hotel Santika Mataram karena saat dilaksanakan kegiatan Hotel Santika Mataram dalam masa penutupan akibat pandemi Covid-19.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari rangkaian kegiatan penyuluhan yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan dapat berjalan lancar dan sesuai dengan rencana yang ditentukan
2. Kegiatan ini memberikan pengetahuan baru yang dibutuhkan oleh karyawan Hotel Santika Mataram, khususnya kepada Supervisor yang akan menyampaikan kepada bawahannya. Pemilihan tema didasarkan pada pengakuan akan permasalahan bahwa selama ini belum ada pendidikan dan pelatihan dengan tema inovasi pada pelayanan.
3. Kegiatan ini berhasil dilakukan dengan hasil akhir *transfer knowledge* antara sesama karyawan/peserta dan juga antara peserta dengan pelaksana.

Saran

1. Hotel Santika Mataram perlu melakukan pendidikan dan pelatihan lanjutan terkait pelayanan dan juga bagaimana inovasinya.
2. Hotel Santika Mataram perlu menerapkan inovasi pada pelayanannya secara menyeluruh pasca Covid-19 untuk meningkatkan kembali *revenue* dan meningkatkan nilai kompetitif hotel.

DAFTAR RUJUKAN

- Harmon, R. R. 2012. "Redefining Market Opportunities through Technology-Oriented Service Innovation". Portland: Portland State University.
- Hertog, P. d. 2010. "Managing service innovation: firm-level dynamic capabilities and policy options". (PhD thesis), University of Amsterdam (UvA), Amsterdam.
- Leich, D. M., Gokduman, S., & Baaken, T. 2010. "Service Innovation" Retrieved from Germany: Fachhochschule Munster University.
- Lemy, D. M. 2019. "Identifikasi Indikator Inovasi Layanan yang Mempengaruhi Preferensi Pelanggan Dalam Memilih Hotel". *Jurnal Hospitour, Mercubuana University*, Vol. 1 No. 1.
- Nanggong, A. 2013. "Inovasi Jasa Sebagai Keunggulan Kompetitif (Papers)" (Publication no. 10.13140/RG.2.2.21904.51202). from researchgate.net