



WORKSHOP HOSPITALITY UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN INDUSTRI BATIK DI KABUPATEN KLATEN

Oleh

Yohan Wismantoro*¹, Vincent Didiek Wiet Aryanto², Amron³, Nanda Adhi Purusa⁴,
Dian Indriana Hapsari⁵, Imang Dapit Pamungkas⁶

^{1,2,3,4,5,6}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang

E-mail: [1yohan.wismantoro@dsn.dinus.ac.id](mailto:yohan.wismantoro@dsn.dinus.ac.id)

Article History:

Received: 10-12-2022

Revised: 17-12-2022

Accepted: 20-01-2023

Keywords:

workshop, hospitality,
pelayanan prima, industri
batik

Abstract: *Workshop hospitality ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang penerapan hospitality untuk menciptakan pelayanan prima pada pelaku usaha pada industri batik di Kabupaten Klaten. Workshop ini mencakup pemberian materi hospitality yang disampaikan dengan metode seminar kemudian dilanjutkan tanya jawab untuk menciptakan brainstorming pada peserta workshop. Pengukuran terhadap pemahaman peserta workshop menggunakan scoring pada instrumen kuesioner yang dibagikan sebelum kegiatan (pre-test) dan setelah kegiatan (post-test). Pelaksanaan workshop ini diawali dengan penyebaran kuesioner pre-test, dilanjutkan penyampaian materi, diskusi tanya jawab antara peserta dengan narasumber dan penyebaran kuesioner post-test. Hasil pengukuran pemahaman melalui pre-test dan post-test telah menghasilkan peningkatan pemahaman peserta sebesar 51,42 persen. Peserta sebelum mendapatkan materi workshop hanya mampu mendapatkan total nilai rata-rata sebesar 4,90. Tetapi setelah mengikuti kegiatan workshop, pemahaman peserta meningkat yang ditunjukkan dengan total nilai rata-rata sebesar 9,53.*

PENDAHULUAN

Industri batik di Indonesia menunjukkan perkembangan yang positif di tengah banyaknya daerah yang saat ini telah memproduksi batik. Beberapa daerah saling berinovasi untuk menciptakan motif batik sesuai dengan karakteristik maupun keunggulan daerahnya. Hal ini merupakan sinyal yang positif pada industri batik nasional. Di sisi lain, persaingan dalam industri batik nasional juga semakin ketat apalagi dengan maraknya produk impor. Kondisi ini menjadi salah satu tantangan dalam geliat industri batik nasional. Walaupun pada dasarnya produksi batik lokal masih memiliki motif yang khas, nilai estetika yang tinggi dan mengandung unsur-unsur warisan budaya luhur bangsa. Pelaku usaha dalam industri juga sangat beragam mulai dari tingkat mikro, kecil, menengah dan besar.

Pelaku usaha batik khususnya dalam skala mikro dan kecil masih memiliki kelemahan dalam hal pelayanan terhadap konsumen. Kemampuan ini juga penting dimiliki oleh sumber



daya manusia yang berperan dalam industri batik. Seiring dengan perkembangan teknologi dan komunikasi membuat segala informasi semakin cepat menyebar ke masyarakat. Kesan yang positif bagi konsumen menjadi nilai tambah tersendiri untuk meningkatkan jaringan pemasaran maupun untuk mendorong pertumbuhan pendapatan pelaku usaha batik. Pelayanan yang prima dapat menjadikan konsumen memiliki kepuasan dan bisa melakukan repeat order terhadap produk yang telah dibeli. Pelayanan yang prima tersebut dapat dicapai dengan karakter hospitality (keramahtamahan) yaitu dapat mencakup beberapa aspek diantaranya adalah penampilan yang prima, komunikasi yang positif dan melakukan kerjasama yang harmonis (Widiyarti et al., 2021).

Permasalahan tersebut sejalan dengan identifikasi permasalahan pada Koperasi Batik Pewarna Alam Kebon Indah Kabupaten Klaten. Identifikasi yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro mengungkapkan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh anggota koperasi batik tersebut masih belum mencapai pelayanan yang prima. Hal ini bisa mendukung relasi dengan konsumen dan nantinya bisa menciptakan jaringan pemasaran yang tinggi. Sehingga konsumen yang telah membeli atau mengunjungi showroom Batik Kebon Indah Kabupaten Klaten terdorong melakukan repeat order. Pelayanan yang prima tersebut dapat menciptakan suatu image tersendiri bagi Batik Kebon Indah dalam melayani konsumen (Parahiyanti et al., 2022). Hal ini juga akan mendorong peningkatan pendapatan pelaku usaha tersebut.

Sebagian besar pelaku usaha tersebut masih menganggap kurang memahami secara komprehensif tentang pelayanan prima yang merupakan hal utama dalam menarik konsumen. Hospitality sebenarnya juga bisa diinisiasi dari kebiasaan berupa senyum, sapa, salam, sopan dan santun, selain itu juga mencakup pembiasaan dengan mengucapkan “tolong” dan “terimakasih” dalam komunikasi dengan partner maupun konsumen (Andriyani et al., 2022). Kebiasaan tersebut juga dapat menciptakan komunikasi yang efektif serta membantu pelaku usaha dalam mencapai tujuan yaitu melakukan pelayanan prima (excellence service) (Mahmud & Aqmal, 2020). Mendorong para pelaku usaha melakukan kebiasaan tersebut juga membutuhkan effort dan komitmen yang kuat dari masing-masing.

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut tim pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro bertujuan untuk mengadakan workshop hospitality untuk meningkatkan kualitas layanan pada pelaku usaha di industri batik. Sasaran dari workshop ini kemudian diperluas kepada kelompok usaha batik yang ada di Kabupaten Klaten atau tidak hanya pada anggota koperasi Kebon Indah Klaten. Dimana sebagian besar pelaku usaha tersebut merupakan perajin atau produsen batik dalam skala mikro maupun kecil. Tujuan utama dari workshop ini adalah meningkatkan pemahaman tentang pentingnya hospitality dalam pelayanan kepada konsumen. Sehingga pemahaman tersebut dapat digunakan untuk mengimplementasikan pelayanan yang prima kepada konsumen batik di Kabupaten Klaten serta meningkatkan repeat order dari produk batik.

METODE

Pelatihan yang difokuskan pada pelaku usaha batik di Kabupaten Klaten ini dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro secara terstruktur dan melalui beberapa tahapan. Tahapan pertama adalah identifikasi permasalahan pada mitra yaitu Koperasi Batik Kebon Indah Kabupaten Klaten untuk mengetahui kekurangan dan kebutuhan mitra. Identifikasi tersebut dilakukan dengan



wawancara dan observasi secara langsung kepada anggota dan pengurus dari Koperasi Kebon Indah Klaten yang dilakukan pada 12 Agustus 2022. Tahapan kedua merupakan persiapan kegiatan *workshop hospitality* yang akan melibatkan pihak luar menjadi narasumber atau *trainer*. Pada tahap ini juga mencakup proses penentuan *trainer* yang tepat dapat mengisi sesuai dengan kebutuhan dan tersampaikan maksud serta tujuannya. Selanjutnya merupakan proses kesepakatan jadwal dengan *trainer* dan peserta atau pelaku usaha batik di Kabupaten Klaten. Tahap ketiga merupakan pelaksanaan kegiatan *workshop hospitality* yang diawali dengan pemberian kuesioner *pre-test* untuk mengukur pemahaman peserta sebelum mengikuti *workshop*. Setelah itu baru dilakukan *workshop* dengan metode seminar dan tanya jawab untuk menciptakan suatu *brainstorming* kepada peserta *workshop hospitality* dan dapat berdampak untuk peningkatan pendapatan usaha mereka. Tahap keempat dalam *workshop* ini merupakan evaluasi kegiatan yang dilakukan dengan pengukuran pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan *workshop hospitality* menggunakan *post-test* kuesioner.

Instrumen *pre-test* dan *post-test* ini dilakukan secara sederhana dan menggunakan *scoring* untuk masing-masing jawaban setiap item pertanyaan yang diberikan kepada peserta *workshop hospitality*. Peserta *workshop* ini merupakan pelaku usaha batik dengan skala mikro dan kecil. Peserta memiliki berbagai macam latar belakang usia dan tingkat pendidikan, bahkan dari usia dapat dikatakan memiliki rata-rata usia tua. Maka, berdasarkan latar belakang tersebut item-item pertanyaan dalam kuesioner yang dibuat juga menyesuaikan dan cenderung dibuat dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Kuesioner yang dibuat terdiri dari 10 item pertanyaan mengenai *hospitality* untuk menciptakan pelayanan yang prima kepada konsumen. Para peserta *workshop* hanya diwajibkan untuk mengisi kuesioner dengan jawaban “paham” atau “tidak paham”. Kemudian jawaban yang telah diberikan oleh para peserta tersebut diberikan nilai 10 untuk jawaban “paham” dan 0 untuk jawaban “tidak paham”. Total nilai yang akan mereka kumpulkan ketika peserta menjawab semua item pertanyaan dengan jawaban “paham” adalah 100. Kuesioner yang disusun terdiri dari beberapa item pertanyaan berikut:

Tabel 1. Item-item Pertanyaan dalam Kuesioner *Pre-Test* dan *Post-Test* yang Dibagikan pada Peserta *Workshop*

No	Item Pertanyaan
1	Pengertian <i>hospitality</i>
2	Maksud pelayanan yang prima
3	Manfaat pelayanan yang prima
4	Jenis-jenis pelayanan kepada konsumen
5	Cara-cara yang dapat ditempuh untuk memiliki <i>hospitality</i>
6	Maksud dari 5 S
7	Maksud dari 2 T
8	Manfaat memiliki <i>hospitality</i>
9	Cara melatih kebiasaan untuk bisa memiliki <i>hospitality</i>
10	Kebiasaan yang harus ditinggalkan untuk mencapai pelayanan prima

Item-item pertanyaan tersebut yang akan menilai pemahaman awal dan akhir dari peserta *hospitality* untuk meningkatkan kualitas layanan di industri batik. Keberhasilan *workshop* tersebut juga dapat dinilai dari *score* yang dikumpulkan oleh para peserta atau



rekap *score* yang dilakukan secara keseluruhan. Pemahaman dapat dinyatakan tercapai apabila peserta menunjukkan peningkatan *score* yang diukur sebelum dilaksanakan *workshop (pre-test)* dibandingkan dengan *score* pada saat mereka mengisi setelah mengikuti *workshop hospitality (post-test)*.

HASIL

Workshop hospitality untuk meningkatkan kualitas layanan pada industri batik ini dilaksanakan pada hari Jumat, 30 September 2022 bertempat di Hotel Tjokro Kabupaten Klaten. Peserta yang mengikuti kegiatan ini mencapai 40 orang yang terdiri dari pelaku usaha maupun perajin batik di Kabupaten Klaten. Peserta ini memiliki skala usaha mikro dan kecil. Narasumber dalam *workshop* ini adalah Dra. Aletta Dewi Maria, M.Par yang merupakan ahli di bidang *hospitality* dan telah memiliki pengalaman dalam pengembangan keterampilan sumber daya manusia untuk mencapai pelayanan yang prima melalui *hospitality*. Walaupun secara umum keterampilan ini ditekankan pada pelaku di industri pariwisata, penting juga diberikan untuk pelaku usaha di industri lain dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen sehingga mendorong pertumbuhan penjualan produk.

Pelaksanaan *workshop hospitality* ini diawali dengan penjelasan atau dengan metode seminar. Narasumber menjelaskan bagaimana cara untuk mencapai pelayanan yang prima. Beberapa hal yang diperlukan untuk mencapai pelayanan yang prima yaitu *good performance* (penampilan menarik), *smile and greeting* (senyum dan sapa), *communication* (komunikasi). Penyampaian hal dalam komunikasi ini juga diperdalam lagi dengan istilah 5 S (senyum, sapa, salam, sopan dan santun) dan 2 T (tolong dan terimakasih). Hal ini dapat diterapkan dalam aktivitas sehari-hari sehingga dapat menjadi kebiasaan positif dan ketika berhadapan dengan konsumen tidak canggung lagi untuk menerapkan konsep tersebut.



Gambar 1. *Workshop Hospitality* untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Industri Batik di Kabupaten Klaten

Pelayanan prima ini penting karena seiring dengan banyaknya pesaing dalam industri ini, maka dapat mendorong pertumbuhan penjualan produk. Selain itu, dengan kebiasaan melayani konsumen secara prima dapat memahami pelanggan atau konsumen dengan lebih baik. Kebutuhan konsumen dapat diterjemahkan dan dikomunikasikan sehingga dapat merasa puas dan cenderung memiliki loyalitas terhadap penjual maupun produknya. Seperti penelitian oleh Bilqis & Nunung (2021) yang mengungkapkan bahwa pelayanan yang prima dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Sehingga dengan pelayanan yang prima konsumen



juga merasa puas dan penjual diuntungkan dengan peningkatan penjualan yang didapatkan (Candra & Oktafia, 2021). Fokus pelayanan juga ditujukan pada konsumen sehingga tercipta suatu hubungan yang lebih erat atau intens. Penelitian Saepunizar et al. (2022) semakin menguatkan bahwa strategi penguatan pelayanan atau dengan mengimplementasikan pelayanan yang prima dapat meningkatkan performa dari entitas bisnis.

Sesi berikutnya setelah dilaksanakan dengan metode seminar adalah tanya jawab antara peserta dengan narasumber. Hal ini dilakukan untuk mendalami materi atau untuk mencapai brainstorming. Sesi ini banyak mendiskusikan keadaan atau kejadian di lapangan ketika berhubungan dengan konsumen secara langsung. Setelah selesai diskusi antara peserta dengan narasumber atau antara satu peserta dengan peserta lainnya, maka dilanjutkan dengan pengambilan data melalui kuesioner post-test. Berdasarkan hasil kuesioner ini maka dapat dilihat peningkatan pemahaman dari peserta setelah mengikuti workshop hospitality untuk meningkatkan kualitas layanan industri batik di Kabupaten Klaten. Rekap hasil kuesioner post-test dari para peserta workshop hospitality dapat dilihat pada Tabel 2. di bawah ini.

Tabel 2. Nilai Rata-rata *Pre-Test* dan *Post-Test* Peserta *Workshop Hospitality*

No	Item Pertanyaan	Rata-rata Nilai <i>Pre-Test</i>	Rata-rata Nilai <i>Post-Test</i>
1	Pengertian <i>hospitality</i>	4,5	10
2	Maksud pelayanan yang prima	5	10
3	Manfaat pelayanan yang prima	5,25	10
4	Jenis-jenis pelayanan kepada konsumen	4,5	8
5	Cara-cara yang dapat ditempuh untuk memiliki <i>hospitality</i>	5,5	9,5
6	Maksud dari 5 S	6,5	9,75
7	Maksud dari 2 T	5,75	9
8	Manfaat memiliki <i>hospitality</i>	3,25	9,5
9	Cara melatih kebiasaan untuk bisa memiliki <i>hospitality</i>	5,5	10
10	Kebiasaan yang harus ditinggalkan untuk mencapai pelayanan prima	3,25	9,5
Total Nilai Rata-rata		4,90	9,53

Workshop hospitality ini mendatangkan peserta berjumlah 40 orang yang merupakan pelaku usaha dalam industri batik di Kabupaten khususnya dalam skala mikro dan kecil. Item-item pertanyaan yang dijawab dalam kuesioner menyesuaikan dengan pemahaman mereka terkait dengan *hospitality* atau untuk mencapai pelayanan prima. Pilihan jawaban dalam kuesioner *pre-test* maupun *post-test* terdiri dari dua yaitu “paham” dan “tidak paham”. Jawaban “paham” maka akan diberikan *scoring* sebesar 10. Namun, jika peserta menjawab “tidak paham” maka akan diberikan *scoring* sebesar 0 dan berlaku setiap item pertanyaan yang dijawab. Setelah dikumpulkan, jawaban mereka akan dihitung rata-ratanya setiap item pertanyaan dan total nilai rata-rata peserta. Total nilai rata-rata peserta pada *pre-test* yang telah dilakukan mencapai 4,90. Setelah mengikuti kegiatan *workshop*, peserta mengisi lagi kuesioner *post-test* dan memiliki total nilai rata-rata menjadi 9,53. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan kegiatan *workshop hospitality* ini dapat meningkatkan pemahaman peserta khususnya pelaku usaha pada industri batik di Kabupaten Klaten.



KESIMPULAN

Workshop hospitality yang diinisiasi oleh tim pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro telah mampu meningkatkan pemahaman peserta yaitu pelaku usaha batik di Kabupaten Klaten untuk melakukan pelayanan prima. Pelayanan prima yang dilakukan dapat dibiasakan dalam aktivitas sehari-hari sehingga dapat berjalan maksimal ketika berhadapan dengan konsumen. Melalui *workshop* yang diadakan tersebut mampu meningkatkan pemahaman peserta sebesar 51,42 persen. Sebelum kegiatan dimulai, peserta hanya memiliki rata-rata nilai pemahaman terkait *hospitality* sebesar 4,90. Kemudian setelah mengikuti kegiatan *workshop*, peserta mampu mengalami peningkatan pemahaman yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata pemahaman mereka yang meningkat menjadi 9,53. Pasca kegiatan ini sebaiknya masih dilakukan pendampingan kepada para pelaku usaha pada industri batik Kabupaten Klaten untuk mengimplementasikan konsep *hospitality* yang menunjang pelayanan prima kepada konsumen.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis artikel jurnal pengabdian ini mengucapkan terima kasih kepada Dikti khususnya dalam Program Matching Fund Kedaireka tahun 2022 yang telah memberi dukungan terhadap kegiatan ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Andriyani, A. A. A. D., Wijaya, G. T., & Aridayani, M. L. (2022). Pelatihan Hospitality Kepada Siswa Lpk. Lokatara Saraswati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1), 1–7.
- [2] Bilqis, L., & Nunung, A. (2021). Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Konsumen Schatje Kids di Bandung. Value, 2(1), 97–107. <https://doi.org/10.36490/value.v2i1.188>
- [3] Candra, A. W., & Oktafia, R. (2021). Penerapan Manajemen Pelayanan Prima untuk Peningkatan Kepuasan Calon Jamaah Haji dan Umrah di PT Mabruro Sidoarjo. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7(1), 9. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1811>
- [4] Mahmud, M., & Aqmal, D. (2020). Membangun Excellence Service Dan Hospitality Menuju Masa Depan Stifar Yayasan Pharmasi Semarang Yang Lebih Baik. Darma Sabha Cendekia, 2(1), 28. <https://doi.org/10.20884/1.dsc.2020.2.1.2821>
- [5] Parahiyanti, C. R., Permatasari, A. R. W., & Dewi, F. K. (2022). TOURISM HOSPITALITY : STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA EDUKASI DAN KULINER PADA KELURAHAN Pemerintahan Kota Kediri pada saat ini secara intensif terus mengembangkan sektor pariwisata khususnya pada daerah perkampungan sebagai daya tarik wisatawan dan sarana p. Jurnal Graha Pengabdian, 4(3), 273–280.
- [6] Saepunizar, A., Danial, R. D. M., & Mulya, F. (2022). Strategi Pelayanan Prima Dan Total Quality Management Terhadap Kinerja Perusahaan Perumda Air Minum Tirta Jaya Mandiri Kabupaten Sukabumi. Management Studies and ..., 3(2), 849–855. <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/524%0Ahttps://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/download/524/399>
- [7] Widiyarti, D., Nopianti, H., & Himawati, I. P. (2021). Pelatihan Hospitality Training Bagi Kelompok Sadar Wisata Rindu Hati. Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ, 1(1), 1–6. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/11369>