

BRANDING DAN PENDAMPINGAN PENYUSUNAN MODUL PEMBELAJARAN PRODI PERHOTELAN DI SMKN 1 PAGERWOJO TULUNGAGUNG

¹Fitria Esfandiari; ²Novi Puji Lestari

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Malang

email: flatectku@gmail.com

Abstract

Merdeka Belajar Kampus Merdeka is a new thing and we often hear about it nowadays, especially for educational institutions. All educational institutions currently have to follow this policy, one of which is the Vocational High School. Vocational High School is one of the Educational Institutions in Indonesia which is equivalent to SMA (High School), in contrast to SMA which is a level that is indeed prepared to proceed to university, but Vocational High School prepares its students more to be able to work after graduating from this school. Currently, all schools, especially vocational schools, are required to have a superior class or Center of Excellence to be able to compete with other study programs or schools. Many schools are competing to submit proposals to obtain COE assistance from the central government, one of which is SMK Negeri 1 Pagerwojo Tulungagung. SMKN 1 Pagerwojo has a COE Feature, namely the Hospitality Study Program. The Hospitality Study Program at SMKN 1 Pagerwojo has collaborated with DUDI in the Tulungagung area and they have a hotel building located in the school area. The condition experienced by this school is that after having a hotel they are unable to make the hotel building have added value for school operations, because the location of the hotel is in the countryside and on a mountain slope which is far from the hustle and bustle of the city. The Service Team from the University of Muhammadiyah Malang will provide solution assistance in the form of branding for hotels in the school area so that they can provide added value or be commercialized, besides that there is a request from the school to help prepare learning modules especially for the Hospitality Study Program. The duration of the activity is 6 months with 2 team members and 5 students. The output of this mentoring activity is the achievement of branding concepts for the hotel, advertising on social media and helping to improve learning modules in the hospitality study program.

Keywords: Branding; Marketing Strategy; Hospitality; SMKN 1 Pagerwojo

Abstrak

Merdeka Belajar Kampus Merdeka merupakan hal yang baru dan sering kita dengar saat ini khususnya untuk instansi pendidikan. Semua institusi pendidikan saat ini harus mengikuti kebijakan tersebut salah satunya adalah Sekolah Menengah Kejuruan. Sekolah Menengah Kejuruan merupakan salah satu Lembaga Pendidikan di Indonesia yang sederajat dengan SMA (Sekolah Menengah Atas), berbeda dengan SMA yang merupakan jenjang yang memang dipersiapkan untuk melanjutkan ke Universitas, tapi Sekolah Menengah Kejuruan lebih mempersiapkan siswa-siswanya untuk dapat bekerja setelah lulus dari sekolah ini. Saat ini semua sekolah khususnya SMK diminta untuk memiliki kelas unggulan atau Center of Excellent untuk bisa bersaing dengan prodi atau sekolah lain. Banyak sekolah-sekolah yang berlomba mengajukan proposal untuk memperoleh bantuan COE dari pemerintah pusat, salah satunya adalah SMK Negeri 1 Pagerwojo Tulungagung. SMKN 1 Pagerwojo ini memiliki Unggulan COE adalah Prodi Perhotelan. Prodi Perhotelan di SMKN 1 Pagerwojo ini sudah bekerjasama dengan DUDI yang ada di daerah Tulungagung dan mereka mempunyai bangunan hotel yang berlokasi di area sekolah. Kondisi yang dialami oleh sekolah ini adalah setelah memiliki hotel mereka tidak mampu membuat bangunan hotel tersebut memiliki nilai tambah untuk operasional sekolah, dikarenakan lokasi dari hotel tersebut di pedesaan dan lereng pegunungan yang jauh sekali dari hiruk pikuk perkotaan. Tim Pengabdian dari Universitas Muhammadiyah Malang akan memberikan bantuan solusi berupa branding untuk hotel yang ada di area sekolah tersebut supaya bisa memberikan nilai tambah atau dikomersialisasikan, selain itu adanya permintaan dari pihak sekolah untuk membantu penyiapan modul pembelajaran khususnya untuk Prodi Perhotelan. Lama kegiatan adalah 6 bulan dengan anggota tim 2 dan mahasiswa 5 orang. Luaran dari kegiatan pendampingan ini adalah tercapainya konsep branding untuk hotel tersebut, iklan di media social dan membantu perbaikan modul pembelajaran di Prodi perhotelan.

Kata Kunci: Branding; Strategi Pemasaran; Perhotelan; SMKN 1 Pagerwojo

PENDAHULUAN

Visi Pendidikan Indonesia adalah mewujudkan Indonesia maju yang berdaulat, mandiri dan berkepribadian melalui terciptanya pelajar Pancasila. Berdasarkan Visi utama tersebut diturunkan menjadi visi vokasi yaitu mewujudkan Pendidikan vokasi sebagai kekuatan ekonomi nasional melalui peningkatan kompetensi peserta didik yang selaras dengan dunia industri, dunia usaha dan dunia kerja. Tantangan pendidikan vokasi yang perlu dihadapi di masa depan yaitu sekolah harus menyediakan kegiatan yang menyenangkan. Keselarasan satuan pendidikan vokasi dengan DUDI dan pembelajaran difokuskan atau diorientasikan pada siswa. SMK Pusat Keunggulan (SMK PK) adalah upaya pengembangan SMK dengan program keahlian tertentu agar mengalami peningkatan kualitas dan kinerja, yang diperkuat melalui kemitraan dan penyelarasan dengan DUDI, serta menjadi SMK rujukan dan pusat peningkatan kualitas dan kinerja SMK lainnya.

SMK Pusat Keunggulan berfokus pada pengembangan SDM (Kemendikbud, 2021). SMK dengan paradigma baru yang terintegrasi untuk bisa mengimbangi sekolah lain dengan insentif bantuan fisik dan non fisik dari pemerintah pusat. Beberapa kegiatan yang harusnya dilakukan oleh Sekolah Menengah Kejuruan terkait dengan dukungan terhadap Center of Excellent adalah sebagai berikut :

- a. Pelatihan kepala sekolah
- b. Pelatihan guru kejuruan
- c. Pelatihan kurikulum (pembelajaran dengan paradigma baru)
- d. Pelatihan digitalisasi sekolah
- e. Koordinasi dan pendampingan dengan pemerintah daerah
- f. Kerjasama dengan dunia usaha dan dunia industri di sekitar ruang lingkup sekolah

Tujuan diadakannya pendampingan terhadap SMK ini adalah untuk mewujudkan *link and match* antara DUDI dengan penyelenggara Pendidikan vokasi yang dalam hal ini adalah SMK (Rofik & Lestari, 2019). Salah satu aspek diantaranya berkaitan dengan kurikulum disusun bersama dan berstandar DUDI. (Penguatan aspek softskills dan karakter keberkerjaan untuk melengkapi aspek hardskills yang sesuai kebutuhan DUDI (Nur Putri Hidayah, 2022). Jumlah dan peran guru/pengajar/dosen expert dari DUDI ditingkatkan secara signifikan.(sampai minimal mencapai 50 jam/semester/prodi), Magang/praktek kerja industri (Prakerin) minimal 1 semester, Sertifikasi Kompetensi yang sesuai standar dan kebutuhan DUDI (bagi lulusan dan bagi guru/dosen/pengajar), Guru/dosen/pengajar secara rutin mendapatkan update teknologi dan training dari DUDI. Riset Terapan yang bermula dari kasus atau kebutuhan nyata di DUDI dan masyarakat, (sebagai basis Teaching Industry/Teaching Factory, berkolaborasi dengan DUDI dan stakeholder.), Komitmen serapan lulusan oleh DUDI bahkan beasiswa atau Ikatan Dinas dari DUDI untuk siswa/mahasiswa .

Selain itu dalam membentuk COE pihak sekolah juga harus memiliki Prodi yang menjadi unggulan. Salah satu Prodi unggulan di SMK N 1 Pagerwojo ini adalah Prodi Perhotelan (Profil SMKN 1 Pagerwojo Tulungagung, 2022). Prodi Perhotelan ini dengan jumlah guru sebanyak 10 orang dengan 1 manajer hotel dan wakil manager yang juga merupakan guru di sekolah tersebut. Prodi perhotelan ini memiliki sebuah hotel yang diberi nama hotel "SUPER" yang merupakan singkatan dari "Satu Pagerwojo". Konsep hotel yang dibangun di dalam area sekolah ini harapannya mampu memberikan pelatihan atau konsep kerja yang sebenarnya untuk siswa-siswi di SMK tersebut khususnya Prodi Perhotelan. Hotel yang dibangun dengan jumlah kamar sebanyak 6 kamar dan 1 aula ini belum berfungsi dengan baik, karena memang upaya untuk memasarkan hotel tersebut masih sangat kurang sehingga belum dikenal masyarakat. Selain itu masalah penyajian modul pembelajaran untuk pengembangan prodi ini juga masih sangat kurang dan belum sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh tim maka diperoleh ringkasan permasalahan dari SMK N 1 Pagerwojo tersebut adalah sebagai berikut:

1. Modul pembelajaran prodi yang masih kurang sesuai dengan kebutuhan kerja saat ini
2. Pengembangan atau pelatihan SDM saat ini adalah guru yang ditempatkan di hotel masih sangat kurang
3. Pelatihan untuk sequence of service dan *marketing* hotel belum ada
4. Branding untuk perhotelan masih belum ada
5. Pelatihan pembukuan atau pembuatan laporan keuangan belum ada, sehingga dalam

- menentukan rate hotel masih mengalami kesulitan
6. Promosi prodi perhotelan melalui media social juga belum maksimal

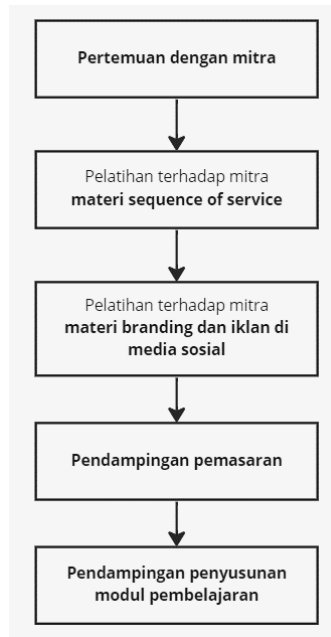
MATERI DAN METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan mitra yang sudah dipaparkan di atas maka kami dari Tim Pengabdian Universitas Muhammadiyah Malang, mempunyai beberapa solusi atas permasalahan yang ada diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan masukan modul pembelajaran yang diharapkan sesuai dengan kebutuhan kerja saat ini
- b. Membantu mitra dalam hal pengembangan atau pelatihan terhadap sumber daya manusia baik yang ada di hotel maupun yang ada di Prodi perhotelan
- c. Membantu mitra dalam Kerjasama dengan bidang vokasi yang ada di UMM dan Kerjasama dengan hotel2 di bawah naungan UMM sebagai DUDI untuk sekolah tersebut
- d. Memberikan pelatihan terkait Sequence of service dan Marketing
- e. Membantu mengembangkan pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran yang lebih luas salah satunya lewat media online
- f. Membuat konsep branding yang bagus sehingga luaran yang diharapkan hotel tersebut bisa dikenal banyak orang, baik area lokal maupun regional

Pada poin b dan d di atas, kami selaku Tim Pengabdian Universitas Muhammadiyah Malang akan memberi pelatihan yang difokuskan pada sumber daya manusia yang ada di Prodi perhotelan bisa melalui pelatihan pengembangan teknologi, pelatihan service di hotel maupun pelatihan lain yang mendukung pelayanan hotel seperti table manner dsb. Pada pelatihan ini kami tim pengabdian Universitas Muhammadiyah Malang akan menggandeng trainer atau pemateri dari bidang perhotelan. Luaran dari kegiatan ini adalah menambahnya wawasan anggota mitra terkait pelayanan jasa yang baik.

Selama ini keluhan dari pimpinan Prodi atau dalam hal ini adalah manajer hotel dari sisi SDM sendiri belum memahami pelayanan jasa yang ideal itu seperti apa, masih banyak yang cenderung kaku dengan jabatannya sebagai guru. Branding juga merupakan hal yang perlu diperhatikan dan merupakan bagian dari bauran pemasaran. Kemasan pemasaran yang bagus juga mampu menarik minat konsumen untuk loyal pada suatu produk terlebih ini adalah produk jasa. Selain focus pada pelatihan sumber daya manusia dalam hal marketing juga akan ada pelatihan terkait teknologi digital saat ini sehingga nanti bisa membantu pemasaran hotel melalui media social. Kegiatan selanjutnya yang akan dilakukan adalah membantu penyusunan modul pembelajaran yang akan digunakan di Prodi Perhotelan.



Gambar 1. Diagram Alir Rincian Kegiatan

Program pengabdian ini berjudul, **"Branding dan Pendampingan Penyusunan Modul Pembelajaran Prodi Perhotelan di SMK N 1 Pagerwojo Tulungagung"** dengan rincian kegiatan sebagai berikut:

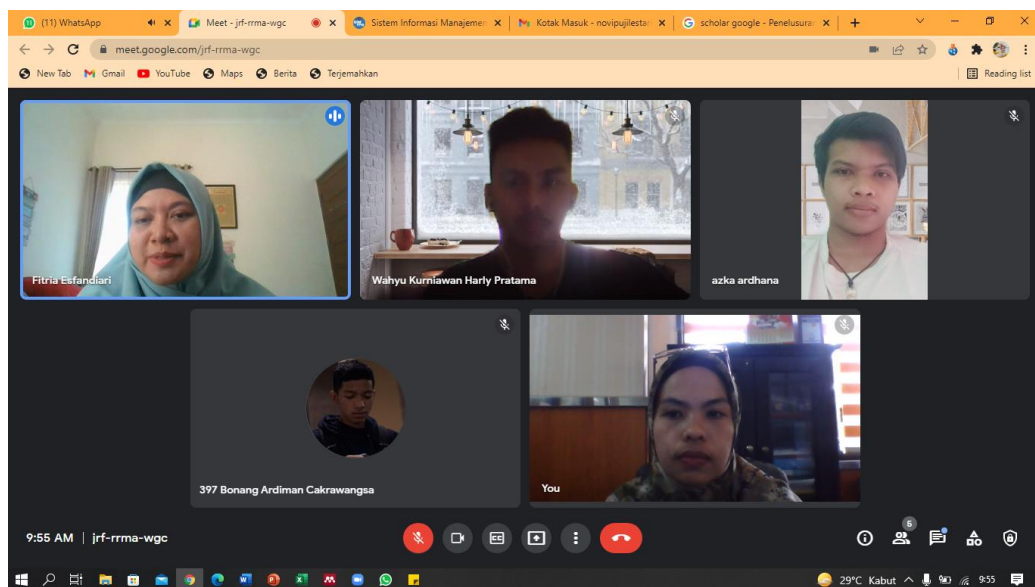
1. Pertemuan dengan mitra yang dalam hal ini diwakili oleh ketua Mitra atau Kepala Sekolah dari SMK N 1 Pagerwojo.
2. Pelatihan terhadap mitra terkait materi sequence of service
3. Pelatihan terkait bidang branding dan iklan di media sosial
4. Pendampingan pemasaran untuk membantu mitra memasarkan produknya dalam hal ini produk perhotelan.
5. Pendampingan penyusunan modul pembelajaran yang akan digunakan untuk pembelajaran di prodi Perhotelan.

Kegiatan ini akan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan sesuai dengan jadwal yang sudah dirancang. Lama pelatihan dilakukan selama 6 bulan dengan pemberian materi selama 5 kali pertemuan dan selanjutnya akan dipantau pendampingannya. Keberlanjutan program ini jika sudah selesai maka akan dilakukan pendampingan untuk memantau media pemasaran yang digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan dari kegiatan ini. Partisipasi aktif dari mitra juga sangat diharapkan demi kelancaran kegiatan pengabdian sehingga mencapai luaran yang diharapkan.

Target luaran dari program pengabdian ini adalah memberikan pelatihan kepada mitra untuk memahami terkait branding dan menarik konsumen supaya loyal dan tertarik pada produk yang dimiliki, sehingga bisa memberikan nilai tambah untuk kegiatan sekolah. Target luaran yang kedua dari program pengabdian ini adalah untuk membantu pihak mitra dari kegiatan ini untuk memasarkan produk yang sudah jadi, yaitu "Hotel Super" untuk mampu menguasai pasar perhotelan khususnya hotel pendidikan (Pradiani, 2018). Target terakhir dari kegiatan ini adalah publikasi kegiatan baik di media massa secara online maupun di jurnal pengabdian nasional terakreditasi, sehingga langkah terakhir yang harus kita siapkan adalah membuat template jurnal sesuai dengan kegiatan yang sudah dilakukan. Media publikasi online akan dibantu oleh tim mahasiswa dari pengabdian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian ini diawali dengan kunjungan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Universitas Muhammadiyah Malang ke tempat mitra yaitu di SMK Negeri 1 Pagerwojo Tulungagung. Kegiatan Survei ini dilakukan selama 2 x kunjungan dengan yang pertama focus pada pengenalan diri dan penggalian masalah yang ada di SMK Negeri 1 Pagerwojo. Kunjungan yang ke 2 dilakukan untuk menyesuaikan rencana kegiatan pengabdian dengan kondisi sekolah serta disepakati oleh kedua pihak untuk melaksanakan kegiatan tersebut. Tim Pengabdian Ketika melakukan kunjungan yang pertama bertemu langsung dengan kepala sekolah dan beberapa pimpinan sekolah untuk menggali permasalahan yang ada. Berikut adalah gambar terkait koordinasi awal kami tim secara internal kemudian berlanjut pertemuan awal dengan kepala sekolah dan mitra guru yang kami lakukan



Gambar 2. Koordinasi awal tim pengabdian Universitas Muhammadiyah Malang



Gambar 3. Pertemuan Awal ketua tim pengabdian dengan jajaran guru SMK Negeri 1 Pagerwojo Prodi Perhotelan



Gambar 4. Pertemuan Awal ketua tim pengabdian dengan jajaran guru SMK Negeri 1 Pagerwojo Prodi Perhotelan untuk membahas rencana kegiatan

Dari pertemuan awal tersebut kami peroleh kesepakatan untuk kegiatan pengabdian masyarakat yang pertama yaitu akan memberikan pelatihan kepada guru-guru dan siswa terkait pemahaman pemasaran dalam dunia perhotelan, pelatihan pemberian layanan yang baik di perhotelan, pendampingan penyusunan kurikulum Pendidikan yang diajarkan di Prodi Perhotelan serta melakukan branding untuk perhotelan khususnya di Hotel SMK Super .

Pertemuan yang ke 3 kami melakukan pelatihan terkait *sequence of service* dan kami berkolaborasi dengan mitra yang juga ahli di bidang perhotelan yaitu dari Kapal Garden Hotel yaitu Bapak Teguh Hadi Saputro selaku Manager Kapal Garden Hotel dan Pak Yosh Supandrio selaku manager marketing Kapal Garden Hotel yang memberikan materi terkait *Service Excellent*. Berikut adalah lampiran gambar untuk kegiatan tersebut.



Gambar 5. Pemberian materi oleh Narasumber dari Kapal Garden Hotel



Gambar 6. Pemaparan materi Service Excellent oleh Narasumber dari Kapal Garden Hotel

Pertemuan ke 4 berlanjut dengan pembahasan pengerjaan Standart Operasional Prosedur yang dilakukan di perhotelan yang dimulai dari pembahasan kurikulum atau modul pembelajaran, yaitu dengan membahas materi apa yang sesuai yang bisa diberikan kepada siswa-siswa SMK khususnya Prodi perhotelan supaya mereka lebih siap nantinya Ketika harus turun lapang ataupun magang di tempat kerja sementara mereka. Beberapa materi yang diberikan disesuaikan dengan perkembangan dunia perhotelan saat ini tentunya. Berikut adalah gambar Standart Operasional Prosedur yang disusun Bersama dengan mitra.



Gambar 7. Pembahasan SOP dan Kurikulum dengan pengajar yang ada di SMK



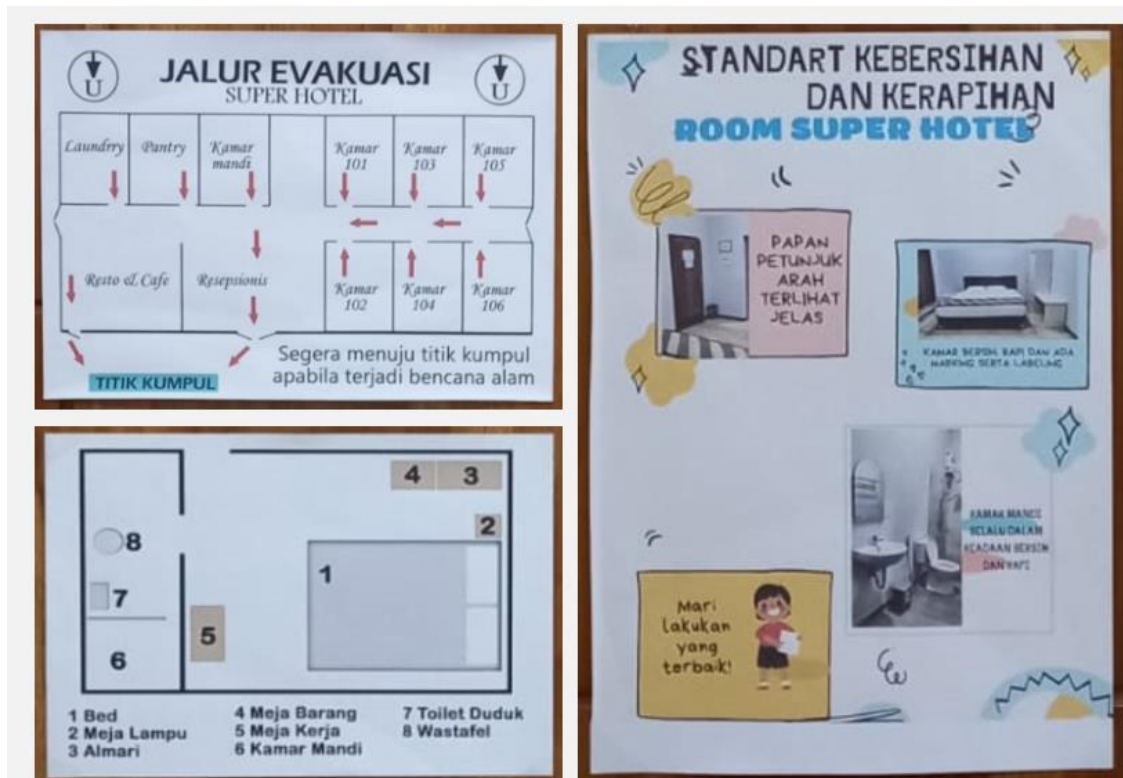
Kegiatan selanjutnya adalah pemberian materi atau sosialisasi pentingnya Branding untuk sebuah perhotelan (Esfandiari, 2021). Branding memegang peranan utama dalam dunia marketing terutama dalam pelayanan jasa, perlu perhatian khusus dalam melaksanakan marketing dalam hotel terkhusus hotel ini adalah hotel yang berada di dalam sekolah (Febriani et al., 2021). Beberapa kegiatan yang tim lakukan adalah dengan pemaparan utama materi Branding serta melakukan aksi langsung dalam pendampingan Branding itu sendiri, yang kami lakukan adalah pendampingan untuk tampilan fisik di dalam lobby hotel sekolah serta penyebaran brosur promosi untuk warga sekitar tulungagung yang menginformasikan bahwa di SMK Negeri Pagerwojo ada fasilitas hotel yang bisa dimanfaatkan untuk kegiatan-kegiatan yang ada di Tulungagung, misalnya ada seminar, kegiatan cooking class anak-anak sekolah dsb sehingga stigma negative tentang hotel disana bisa diminimalisir dengan baik. Berikut adalah tampilan hotel SMK Super selama proses pendampingan



Gambar 8. SMK Hotel SMK Super



Gambar 9. Tampilan Branding Promosi Penerimaan Siswa Baru dan Promosi kegiatan di SMK Super



Gambar 10. SOP Hotel SMK Super

Kegiatan ke 5 dari program Pengabdian ini adalah pemberian materi terkait perundangan dan cakap hukum untuk siswa-siswa kelas IX dari SMK Super. Kegiatan ini yang mengisi adalah dari tim pengabdian langsung dan dari mahasiswa-mahasiswa yang tergabung dalam pengabdian masyarakat ini.

Link Publikasi kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut :

1. <https://www.kompasiana.com/hansrayn/6338b74b4addee40ca3be372/semarak-sosialisasi-penguatan-karakter-peserta-didik-di-smk-negeri-1-pagerwojo-tulungagung-dalam-program-pmm-mitra-dosen-umm-2022>
2. <https://medium.com/@wahyukhp/seberapa-penting-mengikuti-peerkembangan-promosi-platform-digital-bc4f620602cb>
3. <https://www.kompasiana.com/fadhlih23362/633ec91b0788a33088596e52/pmm-mitra-dosen-kelompok-27-sukses-melaksanakan-kelas-editing-di-smkn-1-pagerwojo>
4. <https://medium.com/@riosankha10/pmm-mitra-dosen-kelompok-27-berkolaborasi-dengan-smkn-1-pagerwojo-dalam-meningkatkan-skill-editing-5c3534037824>

KESIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan kegiatan ini berjalan dengan lancar dan sesuai dengan target pengabdian yang sudah kami rencanakan dari awal. Branding perhotelan di lingkungan sekolah juga perlahan sudah mulai ada perkembangan. Rencana kegiatan selanjutnya adalah pemantauan kegiatan branding apakah berjalan maksimal ataukah belum. Kegiatan yang sudah berhasil dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Pemberian pelatihan terkait *sequence of service*
2. Pemberian Pelatihan terkait *branding*
3. Pemberian materi terkait perundangan
4. Pelaksanaan kegiatan branding membuat brosur promosi
5. Penyusunan SOP perhotelan
6. Pelaksanaan MoU dengan Vokasi Universitas Muhammadiyah Malang
7. Pelaksanaan MoU dengan CV Selnajaya dibawah Direktorat Vokasi untuk memberikan pendampingan pada siswa siswi SMK yang berkesempatan berkarier di luar negeri

REFERENSI

- Asfiah, N., Anshori, M., & Mawardi, I. (2018). Analysis of Women Social Entrepreneurship on Micro and Small Enterprises. *Journal of Innovation in Business and Economics*, 2(01), 1-12. doi:<https://doi.org/10.22219/JIBE.Vol2.No01.1-12>
- Khairiyani, K. (2018). Bagaimana Tata Kelola Internal Perusahaan Pertambangan?. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 9(2), 365-376. doi:<http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2018.04.9022>
- Esfandiari, F. (2021). Ethical Draft Preparation of Boarding House Res. *Dedikasi Hukum*, 1(1), 73-86. <https://doi.org/https://doi.org/10.2229/jdh.v1i1.16332>
- Febriani, R., Lestari, N. P., & Yuliati, U. (2021). Pendampingan Pengelolaan Digital Marketing Pengusaha Muslim Korwil Dau Malang. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 05(01).
- Kemendikbud. (2021). *Kemendikbud Luncurkan Merdeka Belajar Kedelapan: SMK Pusat Keunggulan*. Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan.
- Nur Putri Hidayah, F. E. (2022). Upaya Menumbuhkan Nilai-Nilai Anti Korupsi Pada Siswa Sekolah Dasar Di Masa Pandemi Covid-19. *JPHI*, 5(1), 77-88.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Profil SMKN 1 Pagerwojo Tulungagung*. (2022).
- Rofik, M., & Lestari, N. P. (2019). Keseimbangan Muatan Informasi dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 4(02). <https://doi.org/10.22219/jiko.v4i2.9819>