

OPTIMALISASI PENERAPAN *BUSINESS PLAN* PADA NA-MI *GUEST HOUSE* CANGGU

Ni Made Dwi Puspitawati^{1,*}, Ni Made Sri Puspita Dewi²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: dwipuspitawati10@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat di Na-Mi Guest House Canggu bertujuan untuk mengoptimalkan penerapan *business plan* guna meningkatkan kinerja pemasaran dan efisiensi operasional. *Guest house* ini menghadapi tantangan dalam merumuskan strategi pemasaran dan sistem yang efektif. Program ini melibatkan empat tahap: observasi, edukasi, pelatihan, dan pendampingan. Pada tahap observasi, mahasiswa menganalisis proses pemasaran yang ada untuk merumuskan rekomendasi perbaikan. Edukasi diberikan untuk meningkatkan pemahaman tim pemasaran mengenai strategi pemasaran baru. Pelatihan fokus pada penggunaan platform digital dan pengelolaan konten. Tahap pendampingan mendukung penerapan strategi baru dan peningkatan keterampilan tim secara berkelanjutan. Implementasi program menunjukkan dampak positif, termasuk perbaikan dalam panduan fasilitas, promosi melalui website dan media sosial, serta penataan ulang struktur organisasi pemasaran. Dukungan manajemen senior dan partisipasi aktif tim pemasaran menjadi kunci keberhasilan, memungkinkan Na-Mi *Guest House* untuk bersaing lebih baik, meningkatkan reputasi, dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi tamu.

Kata Kunci: *Business Plan*, Pemasaran Digital, Pelatihan Pemasaran, Optimalisasi Operasional.

ANALISIS SITUASI

Pengabdian masyarakat merupakan bagian integral dari kurikulum Universitas Denpasar yang bertujuan untuk melatih mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki untuk memecahkan permasalahan di masyarakat. Idealnya, pengabdian masyarakat dilakukan secara langsung dengan berinteraksi secara konvensional dengan masyarakat sasaran.

Na-Mi *Guest House*, yang berlokasi di Canggu, menghadapi beberapa tantangan dalam pengelolaan pemasaran. Menurut Puspitawati & Riana (2014) menjelaskan bahwa bisnis yang bergerak di sektor jasa seperti hotel memiliki tanggung jawab untuk memastikan kualitas layanan yang berpengaruh, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap kepuasan konsumen. Dalam hal ini, *guest house* sebagai bisnis yang bergerak di sektor jasa juga penting untuk memastikan hal tersebut. Namun yang terjadi pada Na-Mi *Guest House* yaitu meliputi rendahnya pengetahuan dalam merumuskan strategi, kebijakan, prosedur, sistem, anggaran, dan standar yang diperlukan untuk mencapai tujuan pemasaran yang efektif. Selain itu, kendala juga terjadi dalam manajemen pemasaran dan dalam pelaksanaan serta sistem pengorganisasian.

Business plan merupakan panduan strategis yang penting bagi setiap usaha (Lintang et al,2023). Termasuk Na-Mi *Guest House*. Ini mencakup rencana strategis yang terstruktur untuk mencapai tujuan pemasaran, mengelola sumber daya, mengidentifikasi target pasar, serta merumuskan langkah-langkah operasional yang konkret dan terukur (Abidin,2021).

Dalam konteks ini, pengabdian masyarakat di Na-Mi *Guest House* berjudul "Optimalisasi Penerapan Business Plan pada Na-Mi *Guest House* Canggu". Fokusnya adalah membantu Na-Mi *Guest House* untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan business plan dalam operasional mereka. Melalui kolaborasi dengan mahasiswa, diharapkan dapat disusun panduan praktis mengenai strategi pemasaran, penyusunan paket penawaran fasilitas yang menarik, dan pengembangan terobosan baru dalam pemasaran. Selain itu, struktur organisasi dalam departemen pemasaran juga akan diperkuat melalui penugasan job desk yang jelas kepada staf, sehingga proses kerja dapat berjalan lebih efisien dan terorganisir.

Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini bukan hanya memberikan manfaat langsung bagi Na-Mi *Guest House* dalam meningkatkan kinerja pemasaran mereka, tetapi juga memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa dalam mengaplikasikan teori dan konsep yang dipelajari di bangku kuliah ke dalam konteks dunia nyata.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, permasalahan utama yang teridentifikasi di Na-Mi *Guest House* adalah rendahnya pengetahuan dalam merumuskan strategi, kebijakan, prosedur, sistem, anggaran, dan standar yang diperlukan untuk mencapai tujuan pemasaran yang efektif. Selain itu, terdapat kendala dalam manajemen pemasaran yang menghambat upaya mereka untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing di pasar. Permasalahan lain yang juga terjadi adalah kurangnya efisiensi dalam proses pelaksanaan dan sistem pengorganisasian internal, yang mempengaruhi koordinasi dan kinerja tim secara keseluruhan.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh Na-Mi *Guest House*, beberapa solusi dapat diusulkan:

1. Memberikan Panduan dan Menyusun Paket Penawaran Fasilitas
2. Mengoptimalkan Promosi dan Kehadiran *Online*
3. Membuat Struktur Organisasi yang Optimal

METODE PELAKSANAAN

Program kerja yang direncanakan untuk Na-Mi *Guest House* mencakup berbagai strategi untuk meningkatkan pemasaran dan efisiensi operasional, serta memperbaiki pengelolaan fasilitas. Pemberian edukasi dilakukan di Na-Mi *Guest House*, edukasi yang diberikan yaitu :

1. Tahap Observasi

Pada tahap ini, mahasiswa melakukan observasi mendalam terhadap proses pemasaran yang sedang berlangsung di *Na-Mi Guest House*. Observasi akan mencakup analisis terhadap panduan fasilitas yang sudah ada, paket penawaran yang disusun, serta evaluasi terhadap strategi pemasaran yang telah diterapkan. Data yang terkumpul akan menjadi dasar untuk merumuskan rekomendasi perbaikan dan pengembangan lebih lanjut.

2. Tahap Edukasi

Setelah observasi dilakukan, tahap selanjutnya adalah menyelenggarakan sesi edukasi bagi tim pemasaran *Na-Mi Guest House*. Edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep-konsep baru dalam pemasaran, termasuk penggunaan strategi terobosan untuk meningkatkan daya tarik dan pengalaman pelanggan di *guest house*. Materi edukasi akan disesuaikan dengan hasil observasi untuk memastikan relevansi dan efektivitasnya.

3. Tahap Pelatihan

Pelatihan lanjutan akan dilaksanakan untuk memberikan keterampilan praktis kepada tim pemasaran *Na-Mi Guest House*. Pelatihan akan fokus pada penggunaan platform digital seperti website, media sosial (Instagram, Facebook, TikTok), dan kolaborasi dengan influencer untuk memaksimalkan potensi promosi *guest house*. Selain itu, akan diajarkan juga teknik pengelolaan konten yang menarik dan relevan.

4. Tahap Pendampingan

Tahap terakhir adalah pendampingan aktif terhadap tim pemasaran dalam menerapkan strategi baru dan meningkatkan kinerja mereka secara individu. Pendampingan akan dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan implementasi yang efektif dari strategi pemasaran yang baru dan optimalisasi struktur organisasi. Dengan pendampingan ini, diharapkan tim pemasaran *Na-Mi Guest House* dapat lebih percaya diri dan terampil dalam menghadapi tantangan di lapangan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah melalui tahapan observasi, edukasi, pelatihan, dan pendampingan yang intensif, *Na-Mi Guest House* berhasil mencapai berbagai pencapaian signifikan. Tim pemasaran kini memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran efektif dan mampu mengimplementasikan terobosan baru dalam menyusun paket penawaran fasilitas, memperbarui konten secara berkala di website, serta memanfaatkan platform media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik *guest house*. Struktur organisasi pemasaran juga telah diperbaiki, memastikan bahwa setiap anggota tim memiliki peran yang jelas dan terukur dalam mencapai tujuan pemasaran. Realisasi capaian program kerja menunjukkan keberhasilan penuh dalam pemberian panduan fasilitas, promosi digital, dan penyusunan struktur organisasi.

Keberhasilan kegiatan didorong oleh dukungan penuh manajemen senior, komitmen tim pemasaran, dan fasilitas yang memadai. Namun, terdapat beberapa faktor penghambat seperti ketidakmampuan mengatasi perubahan dan keterbatasan pengetahuan serta keterampilan. Partisipasi aktif dan bersemangat dari seluruh pegawai menjadi kunci utama dalam kesuksesan implementasi program. Dengan partisipasi ini, setiap anggota tim tidak hanya berkontribusi dalam penyusunan panduan dan paket penawaran tetapi juga aktif mempromosikan guest house melalui berbagai platform digital. Struktur organisasi yang diperbaiki mendorong peran yang jelas, memastikan bahwa langkah-langkah yang diambil mendukung peningkatan pengalaman tamu dan daya saing di pasar perhotelan.

Faktor pendukung keberhasilan kegiatan adalah :

- 1) Dukungan penuh dari manajemen senior dan pemilik guest house dalam merancang dan melaksanakan strategi baru.
- 2) Komitmen dan partisipasi aktif dari seluruh tim pemasaran dalam mengikuti semua tahapan observasi, edukasi, pelatihan, dan pendampingan dengan sungguh-sungguh.
- 3) Ketersediaannya fasilitas yang memadai dalam menjalankan kegiatan.

Faktor Penghambat Kegiatan adalah :

- 1) Ketidakmampuan Mengatasi Perubahan Kurangnya protokol kesehatan sehingga perlu ditingkatkan lagi.
- 2) Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan



Gambar 1. Memberikan informasi terkait penggunaan dan juga fasilitas- fasilitas yang disediakan pada Na-Mi Guest House Canggü



Gambar 2. Menyusun desain- desain postingan dan mengunggah ke sosial media



Gambar 3. Menyusun struktur organisasi

Partisipasi pegawai

Partisipasi aktif dan bersemangat dari seluruh pegawai Na-Mi Guest House merupakan kunci utama dalam kesuksesan implementasi program peningkatan pemasaran dan manajemen. Dengan partisipasi ini, setiap anggota tim pemasaran tidak hanya berkontribusi dalam penyusunan panduan fasilitas dan paket penawaran yang menarik bagi pelanggan, tetapi juga aktif dalam mempromosikan guest house melalui berbagai platform digital seperti website dan media sosial. Selain itu, struktur organisasi yang diperbaiki juga mendorong setiap anggota tim untuk mengambil peran yang jelas dalam mengoptimalkan proses kerja dan memastikan bahwa setiap langkah yang diambil mendukung tujuan keseluruhan guest house untuk meningkatkan pengalaman tamu dan daya saing di pasar perhotelan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Secara keseluruhan, implementasi program kerja di Na-Mi *Guest House* telah memberikan dampak positif yang signifikan. Melalui tahapan observasi, edukasi, pelatihan, dan pendampingan yang komprehensif, guest house berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan tim pemasaran dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan inovatif. Langkah-langkah konkret seperti penyusunan panduan fasilitas, promosi aktif melalui website dan media sosial, serta penataan ulang struktur organisasi pemasaran telah membawa perubahan positif dalam mencapai tujuan pemasaran dan manajemen yang ditetapkan. Dukungan penuh dari manajemen senior, partisipasi aktif seluruh tim pemasaran, dan penanganan secara efektif terhadap faktor penghambat juga menjadi kunci kesuksesan dalam mengimplementasikan perubahan ini. Dengan demikian, Na-Mi *Guest House* siap bersaing di pasar perhotelan dengan lebih baik, meningkatkan reputasi, dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi setiap tamu yang menginap.

Saran

Untuk memastikan keberlanjutan dan kemajuan Na-Mi *Guest House* dalam industri perhotelan, disarankan untuk melakukan monitoring terus-menerus terhadap

kinerja pemasaran dan manajemen, serta melakukan evaluasi rutin untuk mengidentifikasi potensi perbaikan. Penting juga untuk terus melatih dan mengembangkan keterampilan tim pemasaran dalam hal teknologi digital dan strategi pelayanan pelanggan. Kolaborasi yang lebih erat dengan komunitas lokal dan influencer di media sosial dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik guest house. Selain itu, adaptasi cepat terhadap perubahan lingkungan industri dan penggunaan teknologi yang lebih efektif dalam operasional akan membantu Na-Mi *Guest House* tetap kompetitif dan memberikan pengalaman terbaik bagi setiap tamu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. Z. (2021). Analisis business plan pelaku UMKM di kecamatan Mlarak. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(2), 166- 172.
- Aini, M., Syifana, T., Wijayanti, E., Adinugraha, H. H., & Gunawan, A. (2022). Pelatihan Business Plan di Kalangan Mahasiswa di Kos Istikomah Jl. Raya Rowoloaku Kajen. *Jurnal Inovasi Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 180-186.
- Lintang, S., Marjuk, Y., Pahmi, P., Hamsiah, H., Sabaria, S., Khairunisa, N. A., ... & Musriani, M. (2023). Pelatihan Pembuatan Business Plan Menggunakan metode BMC (Business Model Canvas) Pada Bunda Paud Kabupaten Raja Ampat. *Jurnal Abdimasa Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 59-67.
- Puspitawati, N. M. D., & Riana, I. G. (2014). Pengaruh kepuasan kerja terhadap komitmen organisasional dan kualitas layanan. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(1), 68-80.
- Wijayaningsih, R., Rizal, A., Parhusip, A. S., Ranjani, D. E., Al Bayhaqi, F., Andiwa, G. R., ... & Putri, R. N. V. (2024). IMPLEMENTASI BUSINESS PLAN. *Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 5(10), 101-110