

MEMBANGUN BRAND IMAGE DALAM KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PADA BISNIS HOSPITALITY DI PALANGKA RAYA

Rita Yuanita Toendan^{1*}, Hansly¹, Peridawaty¹

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya, Indonesia

Email: rita.yuanita@feb.upr.ac.id*

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 04 April 2024

Revised : 24 April 2024

Accepted : 29 April 2024

Key words:

Bisnis Hospitality, Brand Image,
Kota Palangka Raya, Pengabdian
Kepada Masyarakat

DOI: 10.62335

ABSTRACT

Brand image assistance for hospitality businesses in Palangka Raya aims to help business actors understand and manage their brand image more effectively. Mentoring activities include training and workshops, individual consultation sessions, brand audits and needs analysis, as well as periodic monitoring and evaluation. This training is a community outreach activity that provides basic education on brand image, marketing, and reputation management, while individual consultations help businesses design specific and relevant brand strategies. Brand audits and needs analysis help assess the current state of the brand and determine strategic measures. The benefits of this assistance are given to hospitality businesses in Palangka Raya including increasing knowledge and skills, improving brand strategy, improving service quality, better competitiveness, adapting to market trends, and managing crises more effectively. Overall, brand image mentoring activities have a significant positive impact on the success and growth of hospitality businesses in Palangka Raya, by helping them build and maintain a strong and attractive brand image.

ABSTRAK

Pendampingan brand image untuk usaha hospitality di Palangka Raya bertujuan untuk membantu pelaku usaha memahami dan mengelola citra brand mereka dengan lebih efektif. Kegiatan pendampingan meliputi pelatihan dan workshop, sesi konsultasi individual, audit brand dan analisis kebutuhan, serta pemantauan dan evaluasi berkala. Pelatihan ini merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dengan memberikan edukasi dasar tentang brand image, pemasaran, dan manajemen reputasi, sementara konsultasi individual membantu usaha merancang strategi brand yang spesifik dan relevan. Audit brand dan analisis kebutuhan membantu menilai kondisi brand saat ini dan menentukan langkah-langkah strategis. Manfaat dari pendampingan ini diberikan pada igas jenis usaha hospitality di Palangka Raya meliputi peningkatan pengetahuan dan keterampilan, perbaikan strategi brand, peningkatan kualitas layanan, daya saing yang lebih baik, adaptasi terhadap tren pasar, dan pengelolaan krisis yang lebih efektif. Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan brand image memberikan dampak positif yang signifikan terhadap keberhasilan dan pertumbuhan usaha

hospitality di Palangka Raya, dengan membantu mereka membangun dan mempertahankan brand image yang kuat dan menarik.

PENDAHULUAN

Brand image memiliki peran yang sangat penting dalam usaha hospitality, terutama di kota seperti Palangka Raya yang sedang berkembang sebagai destinasi pariwisata dan bisnis. Berikut adalah beberapa alasan mengapa brand image penting dalam industri hospitality (Buhalis et al., 2023): Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan. Sebuah brand image yang kuat dapat menarik lebih banyak wisatawan, baik domestik maupun internasional. Ketika sebuah hotel atau restoran memiliki citra yang baik, wisatawan cenderung memilih tempat tersebut dibandingkan dengan kompetitor.

Membangun Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan. Brand image yang positif membantu membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Ini sangat penting dalam industri hospitality, di mana pengalaman pelanggan sangat menentukan (Bashir et al., 2020). Pelanggan yang puas kemungkinan besar akan kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Pembeda dari Kompetitor. Di industri hospitality yang kompetitif, memiliki brand image yang unik dan berbeda bisa menjadi faktor kunci yang membedakan suatu usaha dari kompetitor. Hal ini penting untuk menarik segmen pasar tertentu yang mungkin lebih mengidentifikasi diri dengan citra brand tersebut.

Pengaruh pada Harga dan Nilai Persepsi, Sebuah brand image yang baik memungkinkan usaha hospitality untuk menetapkan harga yang lebih tinggi, karena pelanggan merasa mereka mendapatkan nilai lebih dari pengalaman yang ditawarkan. Ini bisa meningkatkan profitabilitas usaha (Errajaa et al., 2021). Memudahkan Ekspansi Usaha, Brand image yang kuat memudahkan proses ekspansi usaha. Misalnya, ketika sebuah hotel atau restoran dengan reputasi baik membuka cabang baru, pelanggan cenderung memberikan kepercayaan lebih cepat karena sudah mengenal brand tersebut. Contoh Usaha Hospitality di Palangka Raya: **1. Hotel dan Penginapan:** **1) Swiss-Belhotel Danum Palangka Raya:** Hotel bintang empat yang terkenal di Palangka Raya, sering dipilih oleh wisatawan maupun pebisnis yang berkunjung ke kota ini, **2) M Bahalap Hotel:** Hotel modern dengan fasilitas lengkap, menjadi salah satu pilihan utama untuk akomodasi mewah di Palangka Raya; **2. Restoran dan Kafe:** **1) Rumah Makan SAMBA:** Restoran yang menawarkan masakan khas Kalimantan dengan suasana yang nyaman, **2) Cafe Tjilik Riwut:** Kafe dengan konsep unik yang sering menjadi tempat nongkrong dan bersantai bagi warga lokal maupun wisatawan; **3. Pusat Spa dan Kebugaran:** **1) Tangkiling Mountain Spa:** Tempat spa yang menawarkan pengalaman relaksasi dengan pemandangan alam khas Kalimantan, **2) Fitness Center di Swiss-Belhotel Danum:** Pusat kebugaran dengan fasilitas lengkap, termasuk sauna dan kolam renang.

Brand image yang kuat dalam usaha-usaha ini tidak hanya membantu menarik pelanggan tetapi juga memperkuat posisi Palangka Raya sebagai destinasi yang menarik di sektor pariwisata dan bisnis. Membangun dan menjaga brand image dalam industri hospitality dapat menghadapi berbagai tantangan. Sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada tiga jenis lokasi di Palangka Raya.

Berikut adalah beberapa pendapat penelitian terdahulu, terkait permasalahan yang sering muncul dalam usaha mempertahankan brand image (Hardjono & San, 2017): **1. Konsistensi Kualitas Layanan:** Menjaga kualitas layanan yang konsisten di semua titik kontak dengan pelanggan (front desk, housekeeping, restoran, dll.) bisa menjadi tantangan besar. Bahkan satu pengalaman buruk dapat merusak brand image dan menyebar cepat melalui ulasan negatif di media sosial atau situs review. Keterlibatan Karyawan: Karyawan yang tidak terlibat atau tidak memiliki motivasi dapat menyebabkan penurunan kualitas layanan. Karena karyawan adalah wajah dari brand, ketidakpuasan atau kurangnya antusiasme mereka bisa

berdampak negatif pada persepsi pelanggan terhadap brand tersebut, **2. Komunikasi dan Pesan yang Tidak Jelas:** Brand image bisa terganggu jika pesan yang disampaikan kepada pelanggan tidak konsisten atau membingungkan. Ini bisa terjadi ketika ada perubahan manajemen, rebranding, atau ketika usaha tidak memiliki strategi komunikasi yang jelas dan terarah. **Persaingan yang Ketat:** Dalam industri hospitality, persaingan sangat ketat, terutama dengan munculnya platform seperti Airbnb yang menawarkan alternatif penginapan. Usaha yang gagal menonjolkan unique selling proposition (USP) mereka dapat kehilangan daya tarik di mata pelanggan (Shanti & Joshi, 2022), **3. Perubahan Ekspektasi Pelanggan:** Ekspektasi pelanggan terus berkembang, terutama dengan perkembangan teknologi dan perubahan demografi. Brand yang tidak mampu beradaptasi dengan cepat terhadap tren baru, seperti kebutuhan akan layanan digital, pengalaman yang dipersonalisasi, atau inisiatif ramah lingkungan, bisa tertinggal dan kehilangan relevansi. **Krisis Reputasi:** Insiden seperti keluhan pelanggan yang viral, tuduhan pelanggaran, atau masalah keamanan dan kebersihan dapat dengan cepat merusak brand image. Menangani krisis reputasi dengan cepat dan efektif adalah tantangan besar yang memerlukan strategi komunikasi krisis yang baik (Majeed et al., 2024), **4. Inovasi yang Terlambat:** Ketidakmampuan untuk terus berinovasi dalam layanan atau produk bisa membuat brand terlihat usang. Pelanggan mencari pengalaman yang baru dan segar; jika sebuah usaha tidak mampu memberikan hal tersebut, mereka mungkin akan beralih ke kompetitor. **Pengelolaan Ulasan Online:** Di era digital, ulasan online sangat berpengaruh terhadap brand image. Permasalahan muncul ketika usaha tidak memiliki strategi yang baik untuk menangani ulasan negatif atau tidak memanfaatkan ulasan positif untuk memperkuat brand image mereka (Preko et al., 2022), **5. Fluktuasi Ekonomi dan Sosial:** Perubahan ekonomi atau sosial yang mendadak, seperti krisis ekonomi atau pandemi, dapat mempengaruhi kemampuan usaha hospitality untuk menjaga brand image mereka. Misalnya, pembatasan perjalanan atau penurunan daya beli masyarakat bisa memaksa usaha untuk mengurangi kualitas layanan atau menyesuaikan strategi bisnis mereka. **Pencitraan yang Salah atau Berlebihan:** Jika usaha terlalu berlebihan dalam menggambarkan fasilitas atau layanan mereka, dan kemudian tidak mampu memenuhi ekspektasi tersebut, pelanggan akan merasa kecewa. Hal ini dapat merusak kepercayaan dan membuat brand image negatif.

Memahami dan mengatasi permasalahan ini adalah kunci untuk membangun brand image yang kuat dan berkelanjutan dalam industri hospitality. Pendampingan dalam memberikan edukasi tentang peran brand image pada usaha hospitality di Palangka Raya memerlukan pendekatan yang terstruktur dan relevan dengan kondisi lokal.

Berikut adalah langkah-langkah yang dapat diambil untuk melakukan pendampingan:

- 1. Analisis Kebutuhan Usaha Hospitality Lokal.** Survei Awal: Lakukan survei atau wawancara dengan pemilik dan manajer usaha hospitality di Palangka Raya untuk memahami tingkat pemahaman mereka tentang brand image dan tantangan yang mereka hadapi. Identifikasi Kebutuhan Spesifik: Kenali area yang memerlukan perhatian khusus, seperti kualitas layanan, pemasaran digital, atau manajemen ulasan online, **2. Menyelenggarakan Workshop dan Pelatihan.** Pelatihan Dasar Brand Image: Adakan workshop yang membahas konsep dasar brand image, pentingnya dalam industri hospitality, dan bagaimana cara membangun serta mempertahankannya. Studi Kasus Lokal: Gunakan contoh-contoh usaha lokal yang telah berhasil dalam membangun brand image untuk memberikan inspirasi dan relevansi kepada peserta. Praktik Langsung: Sediakan sesi praktik di mana peserta dapat mempelajari cara merancang identitas brand, strategi komunikasi, dan teknik pemasaran digital, **3. Mentoring dan Konsultasi Individu.** Pendampingan Personal: Tawarkan sesi mentoring satu lawan satu dengan para pemilik usaha atau manajer untuk membantu mereka merancang dan menerapkan strategi brand image yang sesuai dengan karakteristik usaha mereka. Pengembangan Rencana Brand: Bantu usaha dalam membuat rencana jangka panjang untuk mengembangkan brand image, termasuk strategi untuk pengelolaan reputasi dan adaptasi terhadap tren pasar, **4.**

Membangun Jaringan dan Komunitas. Forum Diskusi: Buat kelompok atau forum diskusi di mana para pelaku usaha hospitality dapat berbagi pengalaman, tantangan, dan solusi terkait brand image. Kolaborasi dengan Stakeholder: Libatkan pihak-pihak seperti Dinas Pariwisata, asosiasi pengusaha, dan komunitas lokal untuk mendukung inisiatif pendampingan ini, serta mengintegrasikan usaha hospitality ke dalam strategi promosi pariwisata Palangka Raya, **5**. Penggunaan Media Digital dan Sumber Daya Online. Pendidikan Online: Buat materi edukasi online seperti artikel, video tutorial, dan e-book yang dapat diakses oleh pelaku usaha kapan saja. Ini akan membantu mereka yang mungkin tidak dapat menghadiri workshop langsung. Promosi Digital: Ajarkan cara memanfaatkan platform digital seperti media sosial, Google My Business, dan situs review untuk membangun dan memperkuat brand image, **6**. Monitoring dan Evaluasi. Pemantauan Berkala: Lakukan follow-up dengan usaha-usaha yang telah menerima pendampingan untuk memantau kemajuan mereka dan memberikan masukan lanjutan. Evaluasi Efektivitas: Kumpulkan umpan balik dari peserta tentang efektivitas pendampingan dan buat perbaikan untuk program-program mendatang **7**. Mengadakan Program Penghargaan. Penghargaan Brand Terbaik: Selenggarakan program penghargaan untuk usaha hospitality di Palangka Raya yang berhasil dalam membangun brand image yang kuat. Ini akan memotivasi pelaku usaha lain untuk mengikuti jejak mereka, **8**. Kemitraan dengan Institusi Pendidikan. Kolaborasi dengan Universitas: Bekerja sama dengan universitas atau sekolah tinggi yang memiliki program studi pariwisata atau bisnis untuk memberikan pendidikan terkait brand image kepada mahasiswa, yang bisa menjadi generasi penerus dalam industri hospitality. Dengan pendekatan yang komprehensif ini, usaha-usaha hospitality di Palangka Raya dapat lebih memahami pentingnya brand image dan bagaimana cara membangunnya, yang pada akhirnya akan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa pendampingan brand image pada usaha hospitality di Palangka Raya. Dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan spesifik, kondisi lokal, dan karakteristik usaha di wilayah tersebut. Berikut adalah beberapa metode yang bisa diterapkan untuk pendampingan brand image:

1. Pelatihan dan Workshop

Workshop Pendidikan: Selenggarakan workshop yang berfokus pada konsep brand image, termasuk identifikasi dan pengembangan brand, strategi pemasaran, dan manajemen reputasi. Kursus Online dan Webinar: Tawarkan kursus dan webinar yang bisa diakses oleh pemilik usaha dan staf mereka untuk mempelajari berbagai aspek brand image secara fleksibel (Kristinae et al., 2023).

2. Pendampingan dan Konsultasi Individu

Sesi Konsultasi: Adakan sesi konsultasi satu lawan satu untuk membantu pemilik usaha dalam merancang dan menerapkan strategi brand image yang sesuai dengan karakteristik usaha mereka. Pembuatan Rencana Brand: Bantu usaha dalam membuat rencana brand yang mencakup visi, misi, nilai, dan strategi komunikasi (Vivy Kristinae et al., 2023).

3. Audit Brand dan Analisis Kebutuhan

Audit Brand: Lakukan audit untuk menilai kondisi brand saat ini, termasuk kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT analysis) yang mempengaruhi brand image. Analisis Kompetitor: Teliti pesaing lokal untuk memahami posisi mereka di pasar dan mengidentifikasi area di mana usaha dapat membedakan diri mereka.

4. Pengembangan Strategi Komunikasi

Strategi Pemasaran: Bantu usaha dalam merancang strategi pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, kampanye iklan, dan strategi konten untuk

memperkuat brand image. Manajemen Ulasan Online: Ajarkan cara mengelola ulasan online dengan baik, termasuk cara merespons ulasan negatif dan memanfaatkan ulasan positif.

5. Penerapan Teknologi Digital

Pemasaran Digital: Bantu usaha dalam memanfaatkan alat pemasaran digital seperti SEO, PPC (pay-per-click), dan email marketing untuk meningkatkan visibilitas online. **Media Sosial:** Ajarkan cara menggunakan media sosial untuk membangun komunitas, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan mempromosikan brand (Aref Puadi et al., 2023).

6. Pembinaan dalam Pelayanan Pelanggan

Pelatihan Staf: Selenggarakan pelatihan untuk staf tentang pelayanan pelanggan yang baik, karena kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap brand image. **Standar Layanan:** Bantu usaha dalam merumuskan dan menerapkan standar layanan yang konsisten untuk memastikan pengalaman pelanggan yang positif.

7. Pengembangan Konten dan Identitas Visual

Brand Identity: Bantu usaha dalam mengembangkan elemen visual brand seperti logo, desain situs web, dan materi pemasaran untuk menciptakan citra yang kohesif dan profesional. **Konten Kreatif:** Bantu dalam pembuatan konten kreatif yang mencerminkan nilai dan pesan brand, seperti video promosi, artikel blog, dan foto berkualitas tinggi.

8. Kemitraan dan Jaringan

Kolaborasi Lokal: Bekerja sama dengan organisasi lokal, asosiasi industri, dan lembaga pendidikan untuk meningkatkan pemahaman dan dukungan terhadap brand image.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan metode pendampingan brand image pada usaha hospitality di Palangka Raya adalah:

1. Pentingnya Pendidikan. Pendampingan brand image harus mencakup pelatihan dan workshop untuk memberikan pemahaman mendalam tentang konsep brand image, strategi pemasaran, dan manajemen reputasi.
2. Pendampingan Individual. Sesi konsultasi satu lawan satu dapat membantu usaha dalam merancang dan menerapkan strategi brand image yang spesifik sesuai dengan karakteristik masing-masing usaha.
3. Audit dan Analisis. Melakukan audit brand dan analisis kebutuhan membantu dalam mengevaluasi kondisi brand saat ini dan menentukan langkah-langkah strategis yang diperlukan untuk pengembangan brand image.
4. Keterlibatan Berkelanjutan. Pendampingan harus melibatkan pemantauan dan evaluasi berkala untuk memastikan implementasi strategi berjalan efektif dan memberikan feedback untuk perbaikan.
5. Sumber Daya Online. Memanfaatkan kursus online, webinar, dan materi digital untuk edukasi yang fleksibel dan dapat diakses oleh pemilik usaha dan staf mereka.

Dengan pendekatan yang komprehensif ini, usaha hospitality di Palangka Raya dapat lebih memahami dan mengelola brand image mereka dengan lebih baik, meningkatkan daya saing dan relevansi mereka di pasar.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan pendampingan brand image untuk usaha hospitality di Palangka Raya melibatkan beberapa kegiatan kunci:

- **Pelatihan dan Workshop:** Memberikan pendidikan dasar tentang brand image, strategi pemasaran, dan manajemen reputasi melalui workshop dan kursus online.

- Pendampingan Individual: Menyediakan sesi konsultasi satu lawan satu untuk membantu usaha dalam merancang dan menerapkan strategi brand yang sesuai dengan karakteristik masing-masing.
- Audit Brand dan Analisis: Melakukan audit untuk menilai kondisi brand saat ini dan menganalisis kebutuhan serta menentukan langkah-langkah strategis yang diperlukan.
- Monitoring dan Evaluasi: Memantau kemajuan implementasi strategi brand image dan memberikan feedback serta saran perbaikan.
- Sumber Daya Digital: Menggunakan materi edukasi online seperti artikel, video, dan e-book untuk akses yang fleksibel.

Manfaat dan Implikasi dari Kegiatan Pendampingan/PKM:

- Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan: Usaha hospitality memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang brand image, pemasaran, dan manajemen reputasi, yang meningkatkan keterampilan mereka dalam mengelola brand.
- Perbaikan Strategi Brand: Dengan adanya konsultasi dan audit, usaha dapat merancang strategi brand yang lebih efektif dan relevan, yang dapat meningkatkan citra dan daya tarik mereka di pasar.
- Peningkatan Kualitas Layanan: Fokus pada brand image sering kali juga meningkatkan kualitas layanan, karena usaha akan lebih sadar akan pentingnya konsistensi dan pengalaman pelanggan.
- Daya Saing yang Lebih Baik: Usaha yang memiliki brand image yang kuat dan positif dapat bersaing lebih baik di pasar, menarik lebih banyak pelanggan, dan mempertahankan pelanggan yang ada.
- Adaptasi Terhadap Tren dan Perubahan: Edukasi dan konsultasi membantu usaha untuk beradaptasi dengan tren terbaru dan perubahan pasar, menjaga brand mereka tetap relevan dan menarik.
- Peningkatan Reputasi dan Loyalitas Pelanggan: Manajemen brand image yang baik meningkatkan reputasi usaha dan membangun loyalitas pelanggan, yang dapat menghasilkan ulasan positif dan rekomendasi dari mulut ke mulut.
- Pengelolaan Krisis yang Lebih Baik: Dengan pemahaman yang lebih baik tentang brand image, usaha dapat lebih siap untuk menangani krisis reputasi dengan lebih efektif dan cepat.

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan brand image memberikan dampak positif yang signifikan terhadap keberhasilan dan pertumbuhan usaha hospitality di Palangka Raya, dengan membantu mereka membangun dan mempertahankan brand image yang kuat dan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aref Puadi, Meitiana, & Kristinae, V. (2023). The Relationship between Price Bundling, Brand Image and Purchasing Decisions on Shopee Indonesia E-Commerce. *Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi*. <https://doi.org/10.52300/jms0.v4i3.10965>
- Bashir, S., Khwaja, M. G., Rashid, Y., Turi, J. A., & Waheed, T. (2020). Green Brand Benefits and Brand Outcomes: The Mediating Role of Green Brand Image. *SAGE Open*. <https://doi.org/10.1177/2158244020953156>
- Buhalis, D., O'Connor, P., & Leung, R. (2023). Smart hospitality: from smart cities and smart tourism towards agile business ecosystems in networked destinations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0497>
- Errajaa, K., Legohérel, P., Daucé, B., & Bilgihan, A. (2021). Scent marketing: linking the scent congruence with brand image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2020-0637>

- Hardjono, B., & San, L. P. (2017). Customer Relationship Management Implementation and its Implication to Customer Loyalty in Hospitality Industry. *Jurnal Dinamika Manajemen*. <https://doi.org/10.15294/jdm.v8i1.10414>
- Kristinae, V., Sambung, R., Meitiana, Mering, L., Dwiatmadja, C., & Tunjang, H. (2023). Application of RBV theory in entrepreneurial orientation, dynamic capability and customer relationship management. *Uncertain Supply Chain Management*. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.1.010>
- Majeed, S., Zhou, Z., & Kim, W. G. (2024). Destination brand image and destination brand choice in the context of health crisis: Scale development. *Tourism and Hospitality Research*. <https://doi.org/10.1177/14673584221126798>
- Preko, A., Mohammed, I., & Allaberganov, A. (2022). Antecedents of brand equity on halal tourism destination. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2020-0283>
- Shanti, J., & Joshi, G. (2022). Examining the impact of environmentally sustainable practices on hotel brand equity: a case of Bangalore hotels. *Environment, Development and Sustainability*. <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01682-9>
- Vivy Kristinae, Roby Sambung, & Ni Luh Eka Permoni. (2023). Penguatan Strategi Bisnis Pasca Pandemi Covid-19 Di Desa Wisata Batu Mahasur, Provinsi Kalimantan Tengah. *ABDI SATYA DHARMA*. <https://doi.org/10.55822/absd.v1i1.272>