

**PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PENGELOLAAN
KAMPUNG WISATA LAWAS MASPATI
SEBAGAI DESTINASI UNGGULAN BARU SURABAYA**

Dian Yulie Reindrawati
Universitas Airlangga Surabaya, Indonesia
e-mail: dian.reindrawati@voaksi.unair.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this activity is to improve the ability of the management and residents of Maspati Surabaya Tourism Village on how to manage a tourist destination. This is important considering that as of January 24, 2016, Maspati Surabaya Tourism Village has been officially designated as a New History Leading Destination in Surabaya. Therefore, managers and residents really need knowledge and skills regarding the management of tourist villages absolutely necessary. After the training, they are expected to understand and have knowledge about aspects in managing a destination.

Keywords: *tourism, tourism village, destination*

Accepted: Januari 05 2020	Reviewed: Januari 04 2020	Publised: Februari 28 2020
------------------------------	------------------------------	-------------------------------

PENDAHULUAN

Pariwisata Surabaya menunjukkan pertumbuhan yang cukup mengembirakan. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah wisatawan internasional yang datang ke Surabaya. Pertumbuhan ini dapat dilihat dari data peningkatan kunjungan wisatawan nusantara tahun 2018 di Surabaya. Menurut BPS Surabaya, realisasi kunjungan wisatawan nusantara di Surabaya pada 2018 berjumlah 27.575.125. Angka ini meningkat dari tahun sebelumnya yang berjumlah 22.713.892. Tak hanya dalam negeri, wisatawan mancanegara pun menjadikan Surabaya sebagai tujuan wisata. Pada 2018, angka wisatawan mancanegara mencapai 1.728.194. Angka ini juga meningkat bila dibanding tahun sebelumnya. Pada 2017, wisatawan asing yang datang ke Surabaya berjumlah 1.569.130.

Beberapa sarjana berpendapat bahwa pariwisata memiliki potensi untuk menjadi sarana untuk meningkatkan perekonomian daerah, khususnya melalui kemampuannya untuk menciptakan lapangan kerja, pendapatan ekspor dan

pendapatan bagi pemerintah dan individu (Sharma, dkk., 2008). Namun hal itu tentu saja harus diimbangi dengan dukungan yang kuat dari masyarakat pada umumnya dan para pelaku wisata pada khususnya. Ini berarti peningkatan kemampuan untuk melayani wisatawan atau tamu mutlak diperlukan.

Destinasi wisata yang baik harus mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya, menahan mereka dalam waktu yang cukup lama dan memberi kepuasan pada wisatawan yang datang berkunjung. Untuk mencapai hasil tersebut, beberapa syarat harus dipenuhi.

1. Kegiatan dan obyek yang merupakan atraksi itu sendiri harus dalam keadaan baik.
2. Cara penyajian harus tepat.
3. Atraksi wisata adalah terminal dari suatu mobillitas spasial suatu perjalanan. Oleh karena itu, juga harus memenuhi semua determinan mobilitas spasial, yaitu akomodasi, transportasi dan promosi serta pemasaran.
4. Keadaan di tempat atraksi wisata harus menahan wisatawan cukup lama.
5. Kesan yang baik harus didapat setelah meninggalkan obyek tersebut (Soekadijo, 1996).

Dari kelima syarat sebuah destinasi yang baik, maka perlu kiranya untuk memberikan pemahaman dan kemampuan pengelola pada warga masyarakat Kampung Wisata Lawas Maspati Surabaya.

Selain itu, peningkatan *skill* pelayanan wisata juga diperlukan. Pelayanan merupakan suatu proses. Proses tersebut menghasilkan suatu produk yang berupa pelayanan kemudian diberikan kepada pelanggan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Standar pelayanan mengandung baku mutu pelayanan. Pengertian mutu menurut Goetsch dan Davis (dalam Sutopo dan Suryanto, 2003:10) merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya.

Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah "*excellent service*" yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan. Pelayanan umum dapat diartikan memproses pelayanan kepada masyarakat / *customer*, baik berupa barang atau jasa melalui tahapan, prosedur, persyaratan-persyaratan, waktu dan pembiayaan yang dilakukan secara transparan untuk mencapai kepuasan sebagaimana visi yang telah ditetapkan dalam organisasi (Tjiptono, 2017). Pelayanan Prima sebagaimana tuntutan pelayanan yang memuaskan pelanggan/masyarakat

memerlukan persyaratan bahwa setiap pemberi layanan yang memiliki kualitas kompetensi yang profesional, dengan demikian kualitas kompetensi profesionalisme menjadi sesuatu aspek penting dan wajar dalam setiap transaksi.

Analisis Situasi Surabaya

Surabaya memiliki luas sekitar 333,063 kilometer persegi, dengan jumlah penduduk 2.813.847 jiwa menurut sensus 2010 (Statistik Jawa Timur). Kota Surabaya merupakan ibukota Provinsi Jawa Timur dan merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Daerah metropolitan Surabaya yaitu Gerbangkertosusila yang berpenduduk sekitar 10 juta jiwa, adalah metropolitan terbesar kedua di Indonesia setelah Jabodetabek. Surabaya dilayani oleh Bandar Udara Internasional Juanda, Pelabuhan Tanjung Perak, dan Pelabuhan Ujung. Posisi tersebut membuat kota Surabaya menjadi pusat perdagangan dan jasa di kasawan Indonesia Timur.

Visi dan misi kota Surabaya adalah pada tahun 2025 kota Surabaya ditargetkan menjadi kota perdagangan dan jasa, yang mampu memajukan semua aspek pembangunan kota yang didorong oleh kemandirian ekonomi berdaya saing nasional dan internasional yang memiliki karakter lokal. Pemahaman makna karakter lokal ini mencakup aspek yang sangat luas baik dalam aspek ekonomi, sosial-budaya maupun dalam aspek lingkungan fisiknya.

Kampung Lawas Maspati Surabaya

Kampung Wisata Lawas Maspati Surabaya merupakan sebuah destinasi unggulan baru di Surabaya (ditetapkan per 24 Januari 2016). Kampung wisata ini menyajikan sejarah Surabaya zaman kolonial. Bangunan-bangunan bersejarah yang dipertahankan hingga kini menjadi daya tarik kampung wisata ini. Kampung Lawas Maspati terletak di Kelurahan Bubutan, Kecamatan Bubutan, Kota Surabaya, Jawa Timur. Kebanyakan dari penduduk merupakan keluarga para pejuang kemerdekaan, khususnya yang turut serta di pertempuran 10 November. Karenanya, di kampung tersebut masih banyak dijumpai bangunan-bangunan asli perkampungan Surabaya zaman dahulu yang masih berdiri kokoh, yang kini dihuni anak cucu para pejuang Surabaya.

Kampung Lawas Maspati mempunyai sejarah luar biasa. Kampung ini dikelilingi bangunan modern dan dihuni oleh penduduk yang konsisten menjaga budaya kearifan lokal menjaga tradisi-tradisi kampung. Pada waktu kerajaan Mataram, kampung Maspati merupakan pemukiman para temenggung adipati

yang pada waktu itu dipimpin oleh Raden Fakih Kerajaan Mataram. Hingga kini, kampung maspati masih terdapat bangunan-bangunan dan barang-barang kerajaan yang tersimpan rapi dan disimpan oleh warga. Adapun keunggulan kampung wisata ini adalah sebagai berikut.

- 1) Bangunan kuno yang masih berdiri kokoh.
- 2) Barang-barang peninggalan sejarah masih disimpan rapi oleh warga.
- 3) Penghijauan, pembibitan dan *urban farming*.
- 4) Warga masih mempunyai tradisi-tradisi sejarah yang dijaga.
- 5) Mempunyai agenda rutin setiap tahun di bulan Mei yaitu Festival Kampung Lawas Maspati.
- 6) Ada penginapan kampung bagi para wisatawan.

Di Kampung lawas Maspati terdapat dua makam suami istri yaitu Raden Karyo Sentono dan Mbah Buyut Suruh. Mereka adalah kakek dan neneknya Sawungaling. Masa hidupnya Mbah Buyut Suruh dan Raden Karyo Sentono menjadi panutan warga dan mempunyai rasa kepedulian sosial terhadap warga sekitar sehingga oleh warga beliau menjadi tumpuan harapan warga sekitar. Setelah wafat, akhirnya Mbah Buyut Suruh dan Raden Karyo Sentono dimakamkan di Maspati. Raden Karyo Sentono dan Mbah Buyut Suruh wafat sebelum masa kolonial Belanda. Mbah Buyut Suruh dikenal oleh warga hingga sekarang sebagai pelopor yang mendirikan Maspati.

Terkait dengan potensi sejarah yang tersimpan di Kampung Maspati, kampung wisata tersebut sangat memerlukan pelatihan tentang manajemen pengelolaan destinasi wisata. Dalam manajemen pengelolaan destinasi wisata baru tersebut meliputi:

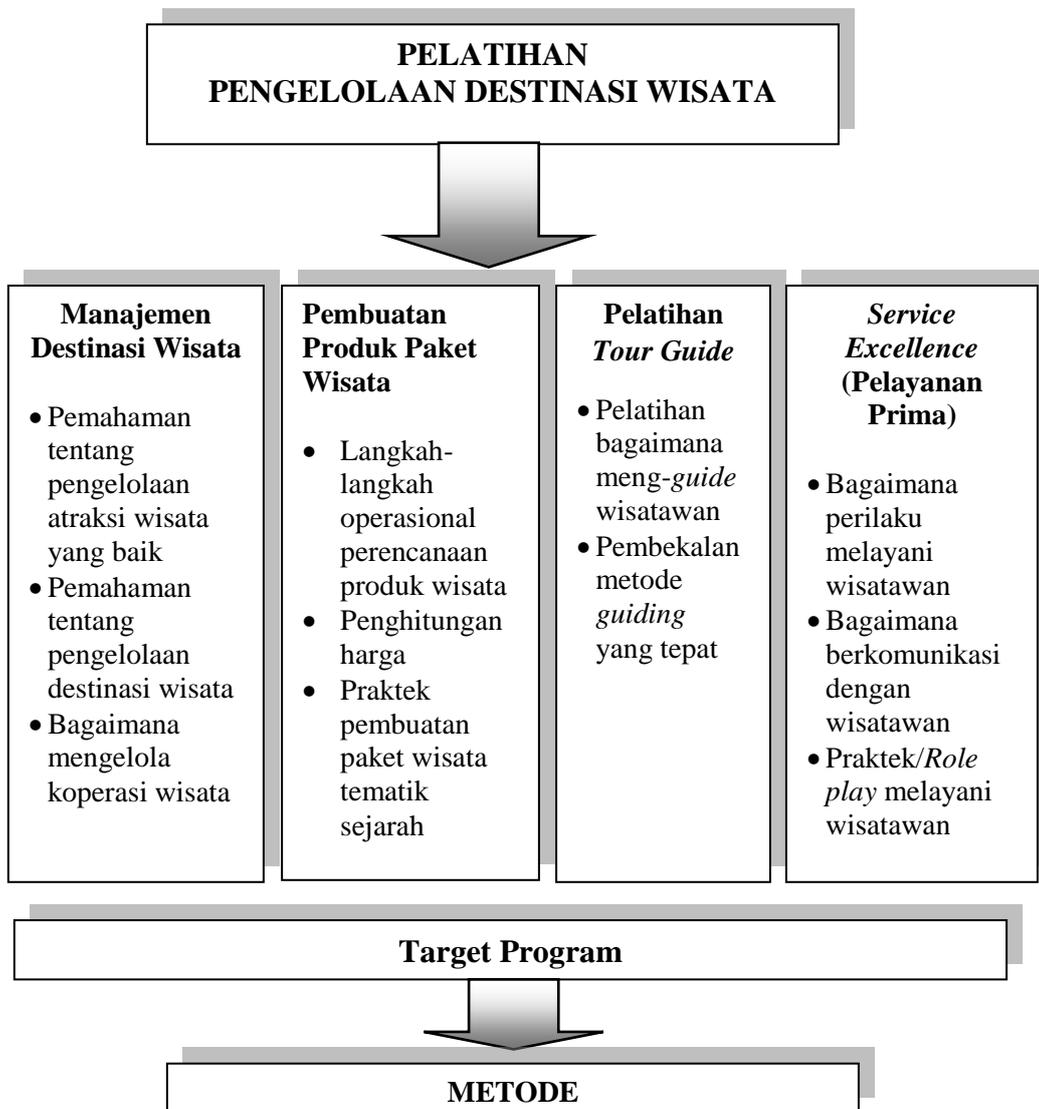
- a. pembuatan paket wisata tematik sejarah Kampung Wisata Lawas Maspati;
- b. pelatihan *tour guide* bagi pengelola & warga Kampung Wisata Lawas Maspati;
- c. pelatihan pelayanan prima.

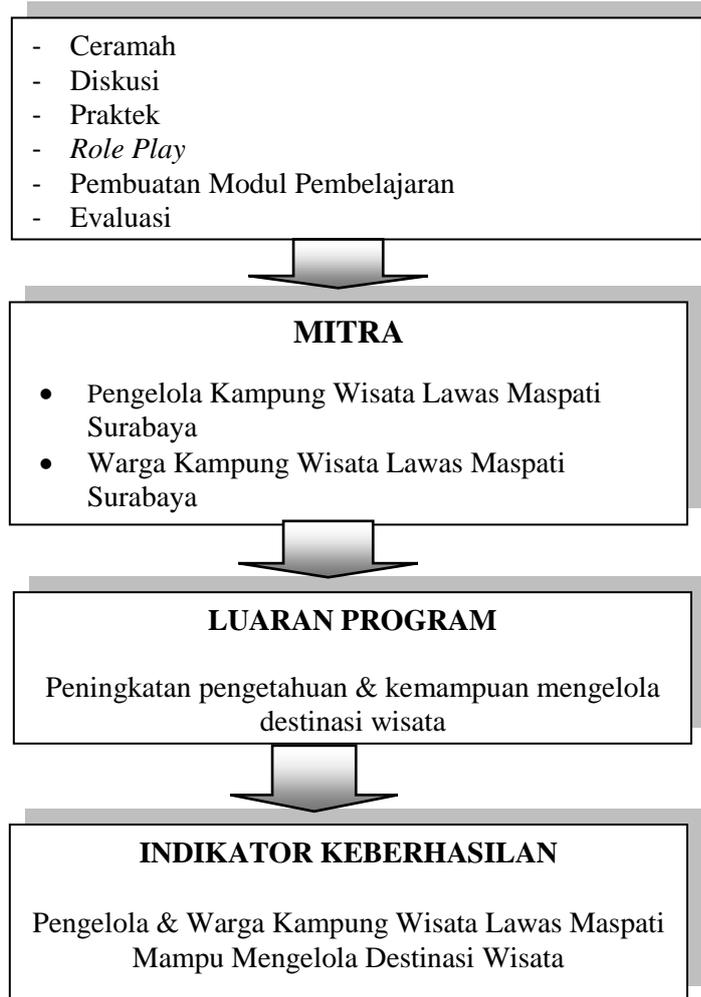
Pelatihan tersebut perlu dilakukan agar para pelaku wisata di Surabaya secara khusus dapat menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan memberikan layanan jasa wisata yang baik sesuai harapan wisatawan yang berkunjung ke Surabaya. Seiring peningkatan kemampuan layanan prima tersebut diharapkan pelaku jasa wisata setempat semakin profesional yang pada akhirnya dapat juga meningkatkan kepuasan pengunjung.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan beberapa metode mulai dari Ceramah, Diskusi, Praktek, Pembuatan Modul, *Role play* dan Evaluasi. Peta perencanaan metode kegiatan dipaparkan dalam Diagram 1 berikut.

Diagram 1
Peta Perencanaan Metode Kegiatan





Ceramah

Kegiatan ceramah diisi dengan penjelasan materi sebagai berikut.

1. Manajemen Destinasi Wisata
2. Pembuatan Produk Paket Wisata
3. Pelatihan Tour Guide
4. Service Excellence (Pelayanan Prima)

Selain metode ceramah dalam kegiatan pelatihan juga digunakan metode diskusi, praktek, dan role play dalam penyampaian materi pelatihan.

Rincian Materi Kegiatan

Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Metode	Media
	<ul style="list-style-type: none"> • Pengantar pariwisata • Pemahaman tentang pengelolaan atraksi wisata yang baik 	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi • Tanya Jawab 	LCD/PC, <i>whiteboard</i> /multimedia
	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman tentang pengelolaan destinasi wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi • Tanya Jawab 	LCD/PC, <i>whiteboard</i> /multimedia
	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana mengelola koperasi wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi • Tanya Jawab • Praktek 	LCD/PC, <i>whiteboard</i> /multimedia
	<ul style="list-style-type: none"> • Langkah-langkah operasional perencanaan produk wisata • Penghitungan harga • Praktek 	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi • Tanya Jawab • Praktek 	LCD/PC, <i>whiteboard</i> /multimedia
	<ul style="list-style-type: none"> • Praktek Penghitungan harga paket 	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi • Tanya Jawab • Praktek 	LCD/PC, <i>whiteboard</i> /multimedia
	<ul style="list-style-type: none"> • Praktek membuat paket 	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi • Tanya Jawab • Praktek 	LCD/PC, <i>whiteboard</i> /multimedia

Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Metode	Media
Pelatihan Tour Guide	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan bagaimana meng-<i>guide</i> wisatawan • Pembekalan metode <i>guiding</i> yang tepat 	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi • Tanya Jawab • Praktek 	LCD/PC, <i>whiteboard</i> /multimedia
	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan bagaimana meng-<i>guide</i> wisatawan • Pembekalan metode <i>guiding</i> yang tepat 	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi • Tanya Jawab • Praktek 	LCD/PC, <i>whiteboard</i> /multimedia
Service Excellence (Pelayanan Prima)			
Pengertian dasar etika pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian etika • Pengertian pelayanan • Unsur-unsur pelayanan • Dimensi-dimensi pelayanan • Keterkaitan antara pelayanan dan industri jasa (perhotelan) • Tujuan 	Ceramah	LCD/PC, <i>whiteboard</i> /multi media

9 | Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Kampung Wisata Lawas Maspati Sebagai Destinasi Unggulan Baru Surabaya

Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Metode	Media
	<p>elayanan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kegunaan mempelajari etika pelayanan 		
Kepribadian sebagai penunjang pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian kepribadian • Unsur-unsur kepribadian • Teori kepribadian 	Ceramah	LCD
Kepribadian petugas pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> • Kepribadian petugas pelayanan 	Ceramah, <i>Brain storming</i>	LCD
Memahami psikologi konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian dasar psikologi konsumen • Menjual sebagai bentuk pelayanan • Motivasi orang membeli • Karakteristik konsumen • Mengukur kepuasan konsumen 	Ceramah, <i>Brain storming, Case study</i>	LCD
Etiket berpakaian dan berpenampilan dalam bekerja	<ul style="list-style-type: none"> • Pentingnya penampilan dalam bekerja • Fungsi penampilan • Penggunaan seragam dalam 	Ceramah, diskusi	LCD

Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Metode	Media
	pelayanan <ul style="list-style-type: none"> • Etiket berbusana dalam menunjang pelayanan 		
Pelayanan prima	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian pelayanan prima • Perilaku melayani 	Ceramah/Diskusi	LCD
Komunikasi dalam pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian komunikasi • Unsur-unsur dalam komunikasi • Hambatan komunikasi • Komunikasi dan pelayanan 	Ceramah/Diskusi	LCD

Kegiatan Praktek

Kegiatan praktek ini akan dilakukan dengan 2 metode, yaitu:

- 1) di sela-sela pemberian materi,
- 2) di waktu khusus.

Adapun variasi kegiatan praktek direncanakan dilakukan dengan:

- a. mendatangkan praktisi pariwisata yang berkecimpung di bidang pelayanan;
- b. menonton video;
- c. praktek pelayanan dengan set-up yang riil, misalnya dengan memakai kostum kantor yang rapi seolah-olah sedang melayani tamu;
- d. dan sebagainya.

Kegiatan Kunjungan

Kegiatan kunjungan/studi banding bertujuan untuk melihat dari dekat bagaimana kegiatan pelayanan yang terjadi, menganalisa aktivitas pelayanan yang ada, sehingga pada akhir kegiatan kunjungan dapat menyimpulkan bagaimana

kegiatan pelayanan yang seharusnya. Secara lebih terperinci maka kegiatan kunjungan akan mengobservasi hal-hal sebagai berikut.

- a) Melihat bagaimana kegiatan pelayanan di tempat yang dikunjungi.
- b) Mengobservasi bagaimana staf terlibat dalam pen-*deliver*-an kegiatan pelayanan tersebut.
- c) Terpenuhi unsur-unsur pelayanan seperti senyum dan sapa.
- d) Bagaimana etika melayani.
- e) Analisa kegiatan pelayanan dari obyek wisata/tempat yang dikunjungi tersebut.
- f) Mengidentifikasi permasalahan pelayanan di tempat kunjungan dan obyek wisata secara umum.
- g) dan sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Pelaksanaan Kegiatan

Beberapa kali pertemuan informal mengenai materi pelatihan digelar oleh tim dan pengurus Kampung Lawas Maspati juga digelar. Bagaimana pengelolaan koperasi wisata yang baik juga disampaikan dalam kegiatan kunjungan informal ini. Dalam beberapa kali kunjungan informal ini juga dilakukan pemaparan dan penyampaian materi kepada pengurus dan tokoh masyarakat. Kegiatan informal ini juga membuat keakraban terasa semakin erat dan hangat. Banyak pertanyaan-pertanyaan terkait materi pelatihan yang terlontar dalam pertemuan informal ini. Kunjungan keliling kampung wisata juga kerap dilakukan pada saat kunjungan informal.

Persiapan pelaksanaan kegiatan sangatlah diperhatikan. Persiapan yang bersifat teknis seperti pembelian spanduk dan penggandaan *copy* materi dilakukan sejak dari Surabaya. Selain itu diperhatikan pula layar LCD dan materi *power point* serta *lighting* juga sangat diperhatikan. Hal ini penting karena jangan sampai acara terkendala hanya karena masalah teknis dan sangat pula diperhatikan agar materi pelatihan benar-benar sampai pada peserta secara efisien dan efektif. Sementara itu, *snack* dan nasi sebagai konsumsi juga dipersiapkan sebaik mungkin oleh tim pelaksana agar kegiatan benar-benar dapat terlaksana dan peserta juga nyaman dalam kegiatan (tidak merasa kehausan dan kelaparan).

Setelah diterima oleh beberapa perangkat Kampung Lawas Maspati, maka tim pelaksana dan dibantu oleh beberapa masyarakat desa segera menata meja dan kursi serta LCD di lokasi. Beberapa saat kemudian peserta mulai berduyun-

duyun mendatangi lokasi. Banyak peserta undangan yang membawa tetangga atau temannya (di luar undangan yang tertulis). Banyaknya peserta yang melebihi undangan menunjukkan antusiasme peserta terhadap kegiatan pelatihan serta keingintahuan yang besar dari peserta untuk mengetahui dan menambah wawasan dan *skill* tentang bagaimana membuat paket wisata dan memberikan pelayanan kepada tamu.

Berdasarkan pertimbangan tersebut maka peserta di luar undangan tetap diperbolehkan mengikuti kegiatan pelatihan. Salah seorang pengurus Kampung Lawas Maspati mengatakan bahwa kegiatan pelatihan sebagaimana yang dilakukan oleh Tim Unair merupakan kegiatan yang sangat penting dan langka dilakukan. Oleh sebab itu, pengurus meminta anggota komunitas untuk datang ke acara pelatihan.

Kegiatan inti yakni pemaparan materi dilakukan dalam tiga sesi, sebagai berikut:

1. Sesi pertama adalah presentasi tentang pentingnya manajemen destinasi wisata yang dilakukan oleh Dian Yulie Reindrawati, S.Sos, MM, PhD.
2. Sesi kedua adalah pemaparan tentang standarisasi pelayanan SDM melalui pelayanan prima yang disampaikan oleh Nur Emma Suriani, S.Sos, MSi.
3. Sesi ketiga adalah pemaparan tentang pariwisata dan paket wisata oleh Edwin Fiatiano, S.Sos, MSi

Dalam sesi penjelasan materi ini dilakukan secara dialogis atau dua arah. Apabila ada peserta yang belum paham dan ingin menanyakan seputar materi atau dalam hal mengelola suatu objek wisata dapat langsung menanyakan kepada pematerinya. Dengan metode ini maka pesertapun terlihat bersemangat mengikuti jalannya acara karena terlibat dalam dialog-dialog di sesi penjelasan materi-materi tersebut.

Inti dari pengabdian desa ini yaitu untuk mempraktikkan bagaimana cara mengelola dan melayani pengunjung yang datang dengan benar sesuai yaitu melayani dengan standart pelayanan yang prima. Dalam kegiatan ini dilakukan penjelasan materi dengan orang yang telah berpengalaman dalam dunia pariwisata. Pemateri yang juga sebagai dosen di D3 Vokasi Universitas Airlangga mulai memberikan materi dimulai dari bagaimana ciri-ciri sesuatu bisa dijadikan sebagai objek wisata, di antaranya yaitu ada sebuah tempat dan ada yang di tonjolkan dari tempat tersebut. Di sini di Kampung Lawas Maspati sudah menggambarkan sesuatu yang bisa untuk menciptakan suatu objek wisata, yaitu

tempat, yang bertempat di jalan maspati tersebut, lalu sesuatu yang ditonjolkan yaitu kampung yang memiliki sejarah. Pada zaman dahulu sebelum Indonesia merdeka, bangunan dalam Gang Maspati tersebut memang sudah banyak yang direnovasi oleh pemiliknya, mungkin bertujuan untuk mempercantik rumahnya, namun beberapa rumah masih nampak bangunan yang sengaja memang di biarkan seperti bangunan sejak dahulu. Ada bangunan yang sengaja dikosongkan dan tidak berpenghuni dan bangunan tersebut masih berdiri dan belum pernah sekalipun dilakukan renovasi. Jadi intinya bangunan tersebut memang bangunan sejak dulu kala.

Sesi kedua, yaitu dijelaskan oleh Nur Emma Suriani, S.Sos, M.Si., yang selaku dosen dari D3 Vokasi Universitas Airlangga, menjelaskan bagaimana suatu memberikan suatu pelayanan yang prima kepada pengunjung yang datang, pelayanan sendiri adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pengertian pelayanan prima adalah salah satu usaha yang dilakukan untuk melayani pembeli (pelanggan) dengan sebaik-baiknya, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, baik yang berupa produk barang atau jasa. Dalam melayani pengunjung yang datang tidak hanya sekedar memberi sapa kepada tamu yang baru saja datang, namun harus memperhatikan sepenuh hati kebutuhan dari pengunjung tersebut.

B. Penerapan Pelayanan Prima

Di dalam mewujudkan pelayanan prima seorang pramuwisata berkewajiban memiliki kemampuan untuk menerapkan unsur-unsur pelayanan yang memberikan tingkat kepuasan yang prima bagi wisatawan, yang ditunjukkan melalui: daya tanggap (*responsiveness*), berupa kemampuan memberikan berbagai penjelasan dengan bijaksana, mendetail, sesuai bentuk-bentuk pelayanannya. Mengarahkan wisatawan yang dilayani untuk menyiapkan, melaksanakan, dan mengikuti berbagai ketentuan pelayanan yang harus dipenuhi. Memberikan pembinaan dan membujuk wisatawan yang dilayani apabila menghadapi suatu permasalahan yang dianggap bertentangan, berlawanan, atau tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jaminan (*assurance*), kemampuan yang meyakinkan wisatawan melalui perilaku (*personality behavior*) dan pemberian pelayanan yang baik, sehingga dampak yang ditimbulkan dari segala aktivitas pelayanan tersebut diyakini oleh wisatawan, bahwa dia akan dilayani dengan baik, lancar, oleh orang yang tepat dan berkualitas sesuai dengan integritas kerja, etos kerja, dan budaya kerja

pelayanan yang dimiliki, serta diyakini sesuai dengan kepastian pelayanan (*performance*).

Bukti fisik (*tangible*), merupakan kemampuan menunjukkan prestasi kerja secara efisien dan efektif. Kemampuan menunjukkan integritas diri sesuai dengan penampilan yang menunjukkan kecakapan, kewibawaan, dan dedikasi kerja. Empati (*empathy*), kemampuan menunjukkan perhatian dan keseriusan terhadap berbagai bentuk pelayanan yang diberikan, sehingga wisatawan mempunyai kesan bahwa pramuwisata menyikapi pelayanan yang diinginkannya, dan merasa menjadi orang penting. Menunjukkan rasa simpatik, pengertian yang mendalam, dan keterlibatannya dalam memberikan pelayanan atas berbagai hal yang dilakukan, sehingga wisatawan merasa tertolong menghadapi berbagai kesulitan pelayanan yang diterimanya. Keandalan (*reliability*), kemampuan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan pengalaman kerja yang dimiliki, sehingga wisatawan dapat mengetahui serta merasakan setiap pekerjaan dilakukan secara cepat, tepat, mudah dan berkualitas sesuai dengan pengalaman pramuwisata.

Masuk dalam sesi ketiga yakni dilakukan oleh Ibu Dian selaku ketua dari tim pelaksanaan juga selaku Ketua Prodi Jurusan Manajemen Perhotelan D3 Vokasi Universitas Airlangga memberikan sedikit tambahan materi tentang apa yang belum dijelaskan oleh kedua pemateri sebelumnya, juga membuka sesi tanya jawab bagi peserta yang ingin menanyakan sesuatu yang belum di pahami dan mengerti sehingga diharapkan dalam penyuluhan ini peserta mampu memahami dan mengerti apa yang belum diketahui bagaimana pelayanan prima ini diterapkan. Setiap usai pemaparan dalam setiap sesi maka acara dilanjutkan dengan sesi tanya jawab.

Pemaparan materi awal berupa manajemen destinasi wisata ini sangat penting sebagai awal pembuka kegiatan pelatihan. Dari kasak-kusuk informal peserta didapatkan masih ada beberapa peserta yang datang karena terpaksa misalnya datang karena dihimbau oleh pengurusnya datang atau diundang oleh perangkat desa. Pola pikir yang tradisional membuat mereka memiliki pemikiran yang tradisional dalam pengelolaan pariwisata. Sehingga mereka merasa sudah cukup dan tidak perlu melakukan hal-hal lain di luar apa yang sudah dilakukannya saat ini. Oleh karena itu, dengan menyadari pentingnya pelayanan prima dalam obyek wisata maka mereka akan menyadari pentingnya kegiatan pelayanan pariwisata dan menyadari perlunya mengikuti kegiatan pelatihan tentang hal tersebut. Dengan kesadaran penuh dan motivasi yang kuat maka diharapkan materi yang disampaikan akan masuk secara efisien dan efektif.

Harapan ke depan tentu saja peserta dapat mempraktekkan dalam kegiatan pengelolaan usaha wisatanya.

Pemaparan materi tidak hanya dilakukan secara searah dan teoritis saja. Namun pemaparan materi ini dilakukan secara dialogis atau dua arah. Apabila ada peserta yang ingin menyampaikan pendapatnya terkait dengan pemaparan materi maka mereka pun diperkenankan melakukannya. Dengan metode ini maka pesertapun terlihat bersemangat mengikuti acara karena mereka merasa terlibat dalam dialog-dialog dan pemaparan materi. Bentuk pemaparan materi yang melibatkan peserta di dalamnya tidak saja menghindari peserta yang ngantuk dan bosan, namun benar-benar membuat peserta *involve* dalam pemaparan.

Selain itu, pemaparan materi tidak hanya dilakukan dengan menekankan aspek-aspek teoritis saja. Namun juga mengedepankan atau menampilkan aspek-aspek *practice*-nya. Misalnya, dalam menjelaskan aspek pelayanan maka narasumber mengajak salah seorang mahasiswa untuk memperagakan bagaimana melayani yang baik. Sebagai contoh ditampilkan seorang mahasiswa yang pura-pura sebagai tamu dan menanyakan informasi mengenai latar belakang historis bangunan bersejarah di kampung tersebut. Kemudian narasumber memberikan contoh nyata tentang bagaimana cara memberikan informasi yang dimaksud dengan peragaan dan contoh nyata. Hal ini penting agar pengetahuan peserta tidak hanya terbatas pada teoritis saja, tapi mereka bisa langsung praktek.

Acara peragaan nyata tentang pelayanan usaha akomodasi dan obyek wisata dan pelayanan prima diselingi dengan kegiatan *role playing* yang diperagakan sendiri oleh peserta. Di sini banyak gelak tawa terjadi, karena banyak sekali kekeliruan kecil yang kerap terjadi dalam kegiatan pelayanan. Menghadapi hal ini maka tim pelaksana dengan sabar dan *detail* mengarahkan peserta untuk memperbaiki kegiatan pelayanannya.

Keingintahuan akan kegiatan pelayanan pariwisata yang besar menunjukkan keinginan dari pelaku usaha wisata di Kampung Lawas Maspati untuk berubah menjadi lebih baik. Dalam sesi tanya jawab banyak sekali peserta yang sedikit berkeluh kesah mengenai bagaimana cara melayani wisatawan dan bagaimana mengajak atau mendidik masyarakat untuk mau dengan berperilaku ramah dan sopan terhadap wisatawan. Dalam pengamatan singkat memang masih ditemukan para pelaku wisata yang kurang ramah dan terkesan malas dan ogah-ogahan dalam menjawab atau memberikan informasi kepada pengunjung. Akibat pelayanan yang kurang ramah tersebut maka tentu saja pengunjung tidak akan terkesan dengan wisata di kampung Lawas Maspati tersebut.

Seain itu, banyak pula peserta yang setuju tentang pentingnya kebersihan dalam pengelolaan sebuah obyek wisata. Misalnya dengan kurang bersihnya toilet dan kurangnya sarana bak-bak sampah di lokasi obyek wisata. Seorang peserta yang mengaku sebagai pengurus kampung menanyakan bagaimana cara menjaga kebersihan di sekitar obyek wisata dan bagaimana cara menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk selalu menjaga kebersihan.

Acara diakhiri dengan penutupan yakni berupa kegiatan silaturahmi dan jalan-jalan tim pelaksana dan dipandu dengan pengurus Kampung Lawas Maspati untuk berkeliling. Acara ini diakhiri dengan penutupan yakni pemberian semacam *souvenir* berupa piagam dari tim pelaksana bahwa telah di berikan suatu penyuluhan bagaimana mengelolah, menjual dan mendatangkan pengunjung yang lebih dari sebelumnya , dan kegiatan kerjasama antara tim pelaksana dan tim dari pengurus tersebut.



Gambar 1. Pemaparan oleh Narasumber



Gambar 2. Suasana pada Saat Jalannya Acara

C. Peserta

Sebanyak 20 peserta menghadiri kegiatan pelatihan dan pendampingan ini. Peserta ini berasal dari ibu-ibu dan tokoh pemuda dan masyarakat Kampung Lawas Maspati. Menurut keterangan Pak Sabar selaku Ketua RW di Kampung Lawas Maspati ini, peran ibu-ibu di kampung tersebut tidak bisa diremehkan. Hal ini karena ibu-ibu sehari-hari menjadi garda depan penyambutan dan pemberi pelayanan kepada tamu. Di samping ibu-ibu, beberapa tokoh masyarakat juga tampak menghadiri kegiatan pelatihan.

Acara dimulai tepat pada pukul 09.30 WIB dan diawali dengan pengisian presensi peserta. Mereka terlihat sangat antusias berdatangan. Bahkan ada yang mengajak serta anak dan tetangganya untuk ikut hadir dalam acara. Menurut salah satu dari mereka, kegiatan ini sangat penting bagi mereka untuk menambah pengetahuan dan meningkatkan kepercayaan diri dalam menyambut tamu yang datang ke Kampung Lawas Maspati.

SIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah masyarakat khususnya pengurus maupun warga sekitar Kampung Lawas Maspati keluarahan Bubutan Surabaya masih perlu adanya sosialisasi dan penyuluhan bagaimana mengelola suatu objek

wisata. Oleh karena itu, mereka masih membutuhkan informasi dan wawasan yang lebih untuk mengelola suatu objek wisata dan melayani pengunjung dengan pelayanan prima. Oleh karenanya, kegiatan penyuluhan mengelolah objek wisata dan pelayanan prima ini penting bagi masyarakat setempat untuk dilakukan agar pengetahuan dan *skill* untuk mengelola objek wisata ini menjadi meningkat dalam segi menjual dan mendatangkan pengunjung yang lebih dari sebelumnya.

Saran dari kegiatan pelatihan dan pendampingan ini adalah kegiatan tidak dilakukan di hari Sabtu mengingat adalah hari libur untuk sebagian pekerja, karena jika pengunjung yang datang ke wisata Kampung Lawas Maspati dan melihat bahwa pengurus masih butuh suatu pelatihan, maka mayoritas pengunjung akan berfikir bahwa pengurus masih nampak belum menguasai bagaimana cara mengelolah suatu objek wisata tersebut. Oleh karena itu, masalah waktu pelaksanaan juga akan menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan kegiatan di masa mendatang.

Selain itu, bagaimana cara menjual suatu objek wisata dengan tidak hanya dari mulut ke mulut saja. Penggunaan berbagai media sosial harus aktif untuk selalu *update* dalam mempromosikan suatu wisata. Di zaman yang modern, *gadget* sudah identik dengan setiap orang, bahkan mayoritas orang kota tidak bisa menjalani hari tanpa *gadget*, maka update di sosial media sangat perlu.

Fasilitas-fasilitas pendukung lainnya juga harus di perhatikan untuk pengunjung-pengunjung yang datang, misal yang tak kalah pentingnya yaitu sebuah kamar mandi yang harus disediakan jika ada pengunjung ingin buang air kecil, atau bahkan buang air besar. Juga tempat untuk beristirahat bagi pengunjung yang lelah berjalan, misal tempat duduk. Di samping itu perlunya diadakan lagi pelatihan beberapa bulan lagi kedepan untuk meninjau bagaimana kedepannya cara pengurus dalam mengelolah wisata Kampung Lawas Maspati, jika memang masih diperlukannya.

DAFTAR RUJUKAN

BPS Surabaya. (2020). <https://surabayakota.bps.go.id/>

Nurhasyim. (2004). *Pelayanan Prima*. Jakarta: Graha Ilmu.

Sharma, B., Dyer, P., Carter, J., dan Gursoy, D. (2008). Exploring residents' perceptions of the social impacts of tourism on the Sunshine Coast, Australia. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 9 (3), 288-311.

19 | Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Kampung
Wisata Lawas Maspati Sebagai Destinasi Unggulan Baru
Surabaya

Soekadijo, R.G. (1996). *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sutopo dan Suryanto. (2006). *Pelayanan Prima*. Jakarta: LAN.

Tjiptono, F. (2017). *Service Management*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.