

Optimalisasi *Human Resource Management* dan *Customer Relationship Management* di Restoran Menjamu Ubud

Ni Luh Putu Eka Yudi Prastiwi¹, Ni Putu Widya Wahini²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma^{1,2}

Kata kunci:

pengabdian masyarakat, human resource management, customer relationship management, restoran, UMKM

ABSTRAK

Pengelolaan sumber daya manusia (Human Resource Management/HRM) dan hubungan pelanggan (Customer Relationship Management/CRM) merupakan dua aspek strategis dalam mendukung keberhasilan usaha, khususnya di sektor kuliner. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan praktik HRM dan CRM di Restoran Menjamu Ubud yang menghadapi tantangan dalam manajemen karyawan dan pengelolaan pelanggan. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui observasi, pelatihan, serta implementasi sistem sederhana berbasis teknologi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kinerja karyawan, kepuasan kerja, serta hubungan pelanggan. Tercatat peningkatan interaksi media sosial sebesar 45% dan peningkatan kunjungan ulang pelanggan sebesar 37% setelah implementasi strategi CRM. Program ini menunjukkan bahwa intervensi berbasis kebutuhan lokal dan berkelanjutan dapat menjadi solusi efektif dalam peningkatan daya saing UMKM di sektor kuliner.

Keywords:

community service, human resource management, customer relationship management, restaurant, MSMEs

ABSTRACT

Human Resource Management (HRM) and Customer Relationship Management (CRM) are two strategic aspects that play a vital role in supporting business success, particularly in the culinary sector. This community service program aimed to optimize HRM and CRM practices at Menjamu Ubud Restaurant, which was facing challenges in managing employees and customer engagement. A participatory approach was employed through observation, training, and the implementation of simple technology-based systems. The results showed a significant improvement in employee performance, job satisfaction, and customer relationships. Social media engagement increased by 45%, and repeat customer visits rose by 37% following the CRM strategy implementation. This program demonstrates that locally tailored and sustainable interventions can effectively enhance the competitiveness of culinary MSMEs.

PENDAHULUAN

Restoran Menjamu Ubud merupakan salah satu destinasi kuliner di Bali yang menawarkan pengalaman bersantap dengan konsep ramah lingkungan dan tradisional. Restoran ini berlokasi di kawasan wisata Ubud yang dikenal sebagai pusat seni, budaya, dan kuliner. Dengan nuansa alami dan arsitektur tradisional, restoran ini menyajikan hidangan lokal Bali serta menu internasional yang diolah menggunakan bahan-bahan organik dari petani lokal.

Ubud merupakan daerah yang ramai dikunjungi wisatawan, baik domestik maupun manca negara, sehingga restoran Menjamu Ubud mendapatkan pangsa pasaryangluas. Namun, persaingan disektor pariwisata dan perhotelan dikawasan Ubud sangat ketat. Restoran Menjamu Ubud berfokus pada pengalaman konsumen, mulai dari desa intempat, pelayanan, hingga penyajian makanan, yang disesuaikan dengan tren saat ini, yaitu kuliner sehat dan ramah lingkungan.

Selain persaingan, pandemi COVID-19 memberikan dampak signifikan terhadap pariwisata Bali. Kebijakan pembatasan mobilitas dan menurunnya kunjungan wisatawan menyebabkan penurunan jumlah tamu yang berkunjung ke restoran. Namun, dengan adanya pemulihan pasca-pandemi, restorasi restoran kembali bertumbuh, berusaha menyesuaikan strategi pemasaran dan operasional untuk menarik lebih banyak pengunjung. Aspek manajemen sumber daya manusia(SDM) direstoran Menjamu Ubud juga merupakan elemen kunci dalam menjaga keberlangsungan operasional. Pengelolaan SDM yang baik, terutama dalam hal pelatihan dan pengembangan keterampilan pegawai,

2 | Pengabdian

sangat penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan citra restoran di mata konsumen.

Restoran Menjamu Ubud menghadapi beberapa permasalahan dalam pengelolaan operasional dan sumber daya manusia. Permasalahan yang paling menonjol meliputi: Tingginya Tingkat Pergantian Karyawan: Restoran ini menghadapi tantangan dalam mempertahankan karyawan, terutama pada posisi pelayanan. Pergantian karyawan yang tinggi dapat menyebabkan penurunan kualitas pelayanan dan membutuhkan biaya lebih untuk pelatihan karyawan baru. Kurangnya Pengelolaan Data Pelanggan: Sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM) yang digunakan belum optimal. Data pelanggan tidak dikelola dengan baik, sehingga restoran sulit menargetkan promosi yang tepat kepada pelanggan setia. Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi, beberapa solusi dapat diimplementasikan oleh restoran Menjamu Ubud:

1. Peningkatan Manajemen SDM: Restoran dapat menerapkan sistem insentif yang lebih baik untuk karyawan, serta menyediakan program pelatihan yang berkelanjutan guna meningkatkan keterampilan dan motivasi kerja. Hal ini diharapkan dapat menurunkan tingkat pergantian karyawan dan meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Optimalisasi Sistem CRM: Dengan mengadopsi sistem CRM yang lebih canggih, restoran dapat mengelola data pelanggan secara efektif. Hal ini akan memungkinkan restoran untuk menjalankan kampanye promosi yang lebih tepat sasaran dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Peningkatan Digital Marketing: Restoran harus memaksimalkan penggunaan platform digital, seperti media sosial dan situs web, untuk meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan. Penerapan strategi pemasaran digital yang baik akan mendukung pertumbuhan bisnis secara signifikan.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam mengimplementasikan solusi di atas, beberapa metode pelaksanaan yang dapat digunakan antara lain:

1. Pelatihan Karyawan: Menyediakan program pelatihan intensif untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan. Pelatihan dapat mencakup manajemen pelayanan, keterampilan komunikasi, serta pengetahuan tentang standar kesehatan dan keamanan.
2. Implementasi Teknologi CRM: Restoran harus bekerjasama dengan penyedia layanan CRM untuk mengintegrasikan sistem ini ke dalam operasional bisnis. CRM yang baik memungkinkan restoran untuk mengelola interaksi dengan pelanggan secara efisien.
3. Strategi Digital Marketing: Melibatkan tim pemasaran digital untuk memaksimalkan penggunaan media sosial dan situs web. Restoran perlu membuat konten yang menarik dan relevan dengan tren saat ini guna menarik perhatian audiens.

Lokasi penelitian ini adalah di Restaurant Menjamu Ubud yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah karyawan dan pelanggan di Restaurant Menjamu Ubud. Metode yang digunakan ialah metode Observasi dan studi dokumentasi dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan. Observasi dilakukan dengan Survei yang akan memberikan hasil mengenai kepuasan karyawan dan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Hasil Observasi Awal

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan manajemen serta staf operasional Restoran Menjamu Ubud, ditemukan beberapa permasalahan mendasar dalam praktik Human Resource Management (HRM) dan Customer Relationship Management (CRM). Dari aspek HRM, sistem rekrutmen belum menggunakan standar kompetensi yang terstruktur, pelatihan karyawan bersifat informal, dan belum ada evaluasi kinerja secara berkala. Sementara dari aspek CRM, belum terdapat database pelanggan yang terkelola dengan baik, program loyalitas pelanggan belum berjalan optimal, serta kurangnya pemanfaatan media sosial sebagai alat interaksi pelanggan.

2. Intervensi dan Strategi Optimalisasi

Tim pengabdian masyarakat melaksanakan rangkaian kegiatan optimalisasi yang dirancang secara partisipatif bersama pihak manajemen dan staf Restoran Menjamu Ubud. Intervensi ini dibagi ke dalam dua fokus utama, yaitu Human Resource Management (HRM) dan Customer Relationship Management (CRM).

Pada aspek HRM, langkah pertama yang dilakukan adalah menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) terkait proses rekrutmen dan pelatihan karyawan. SOP ini bertujuan untuk memberikan panduan yang jelas dan terukur dalam proses perekrutan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan restoran, sekaligus memastikan keberlanjutan pelatihan secara sistematis. Selanjutnya, dilakukan pelatihan keterampilan pelayanan dan manajemen konflik bagi seluruh staf operasional. Materi pelatihan disesuaikan dengan kondisi lapangan dan tantangan yang sering dihadapi dalam pelayanan pelanggan, guna meningkatkan kompetensi dan profesionalisme staf. Selain itu, restoran mulai menerapkan sistem evaluasi kinerja berbasis indikator kinerja utama (Key Performance Indicators/KPI), sehingga proses penilaian menjadi lebih objektif dan terarah, serta dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan karier karyawan.

Sementara itu, dalam ranah CRM, intervensi dimulai dengan pembuatan dan implementasi sistem database pelanggan menggunakan platform sederhana seperti Google Sheets. Sistem ini memungkinkan restoran untuk mulai mendokumentasikan data pelanggan secara terstruktur, termasuk frekuensi kunjungan dan preferensi menu. Langkah berikutnya adalah menyusun strategi komunikasi digital melalui media sosial, khususnya melalui Instagram dan WhatsApp Business, sebagai sarana interaksi aktif dan promosi digital. Strategi ini mencakup perencanaan konten, pengelolaan respon pelanggan, serta pelacakan efektivitas kampanye digital. Terakhir, tim membantu restoran dalam merancang program loyalitas pelanggan berbasis poin, yang memberikan insentif bagi pelanggan yang melakukan pembelian ulang, dengan harapan dapat meningkatkan retensi dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan. Pendekatan intervensi ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga melibatkan proses peningkatan kapasitas manajerial dan penguatan sistem kerja internal yang adaptif terhadap kebutuhan bisnis lokal.

3. Hasil Implementasi

Setelah pelaksanaan program pengabdian berlangsung selama dua bulan, diperoleh sejumlah hasil yang menunjukkan dampak positif dari intervensi yang dilakukan, baik pada aspek Human Resource Management (HRM) maupun Customer Relationship Management (CRM). Dari sisi HRM, terdapat peningkatan yang signifikan dalam kepuasan kerja staf. Berdasarkan survei internal yang dilakukan setelah pelatihan dan penerapan SOP baru, kepuasan kerja meningkat sebesar 22%. Hal ini mencerminkan respons positif terhadap lingkungan kerja yang lebih terstruktur dan profesional. Selain itu, tercatat adanya penurunan keluhan pelanggan terhadap pelayanan sebesar 35%, yang mengindikasikan adanya perbaikan nyata dalam kualitas interaksi antara staf dan pelanggan. Salah satu faktor pendukung capaian ini adalah implementasi sistem evaluasi kinerja berbasis KPI, yang mulai digunakan secara aktif oleh manajemen sebagai dasar dalam mengambil keputusan terkait promosi dan evaluasi kerja karyawan.

4 | Pengabdian

Sementara itu, dari aspek CRM, pengelolaan data pelanggan menunjukkan kemajuan yang pesat. Dalam waktu enam minggu sejak sistem database pelanggan mulai diterapkan, sebanyak 213 pelanggan berhasil didata secara sistematis. Hal ini memberikan dasar penting bagi restoran untuk memahami perilaku dan preferensi pelanggan secara lebih mendalam. Di sisi digital, strategi komunikasi melalui media sosial juga menunjukkan hasil yang menggembirakan. Engagement rate meningkat hingga 45%, yang mencerminkan meningkatnya interaksi antara restoran dan pelanggan di platform digital, terutama Instagram. Selain itu, program loyalitas pelanggan berbasis poin yang dirancang sebagai bagian dari strategi CRM terbukti efektif, dengan sebanyak 37% pelanggan tercatat melakukan kunjungan ulang dalam periode satu bulan setelah peluncuran program tersebut. Secara keseluruhan, hasil implementasi ini menunjukkan bahwa intervensi sederhana namun tepat sasaran dalam HRM dan CRM dapat memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kinerja operasional dan kepuasan pelanggan di sektor usaha kuliner berbasis UMKM.

Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan beberapa tahapan. Pertama, observasi dan wawancara dilakukan untuk memperoleh data yang mengenai kepuasan dan permasalahan yang dihadapi. Hasil observasi menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan masih dapat ditingkatkan, terutama pada aspek kecepatan layanan dan keramahan staf. Pelatihan karyawan dilakukan secara bertahap, dengan fokus pada peningkatan keterampilan komunikasi dan pelayanan. Karyawan diberikan pelatihan mengenai standar pelayanan restoran serta pelaksanaan protokol kesehatan yang ketat. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pelanggan. Restoran juga mulai mengimplementasikan sistem CRM baru yang lebih efisien. Dengan adanya sistem ini, restoran dapat mengelola data pelanggan secara lebih baik, termasuk melakukan segmentasi dan menjalankan promosi yang tepat sasaran.



Gambar 1. Kompetensi karyawan Restoran Menjamu

Di sisi pemasaran, tim digital marketing mulai mengaktifkan kampanye promosi di media sosial dengan menargetkan wisatawan domestik dan internasional. Strategi pemasaran ini berhasil meningkatkan awareness restoran, serta menarik lebih banyak pelanggan baru. Hasil menunjukkan bahwa optimalisasi HRM dan CRM memiliki dampak langsung terhadap kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Dengan perbaikan pada proses internal (HRM), restoran mampu menghadirkan pengalaman pelanggan yang lebih konsisten dan profesional. Hal ini berkontribusi pada persepsi positif

pelanggan yang kemudian diperkuat oleh strategi CRM yang terstruktur. Implementasi teknologi sederhana seperti Google Sheets dan media sosial menjadi solusi praktis dan efektif untuk UMKM di sektor kuliner. Selain itu, pendekatan pelatihan berbasis kebutuhan langsung (need-based training) terbukti meningkatkan motivasi kerja staf secara nyata. Pendekatan kolaboratif antara tim pengabdian dan manajemen restoran juga menjadi faktor keberhasilan, karena intervensi dilakukan dengan mempertimbangkan konteks lokal, sumber daya yang tersedia, dan karakteristik bisnis.

SIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat yang dilakukan di Restoran Menjamu Ubud berhasil menunjukkan bahwa optimalisasi Human Resource Management (HRM) dan Customer Relationship Management (CRM) dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja internal dan kepuasan pelanggan. Penerapan standar rekrutmen, pelatihan terstruktur, dan sistem evaluasi kinerja mendorong peningkatan kualitas sumber daya manusia yang pada akhirnya berdampak pada pelayanan yang lebih profesional. Di sisi lain, pengembangan sistem CRM sederhana, pemanfaatan media sosial, dan program loyalitas pelanggan terbukti mampu meningkatkan hubungan jangka panjang dengan konsumen serta mendorong kunjungan ulang. Pendekatan yang adaptif, berbasis kebutuhan lokal, dan partisipatif menjadi kunci keberhasilan dalam pelaksanaan program ini. Dengan keterlibatan aktif dari pihak restoran, strategi optimalisasi ini tidak hanya bersifat temporer, tetapi juga berpotensi untuk menjadi sistem yang berkelanjutan dalam mendukung pertumbuhan usaha.

Saran untuk Restoran Menjamu Ubud:

Disarankan untuk melanjutkan evaluasi kinerja karyawan secara berkala dan menjadikan hasilnya sebagai dasar pengembangan karier. Perlu dilakukan digitalisasi lanjutan terhadap sistem CRM, seperti penggunaan aplikasi CRM sederhana yang kompatibel dengan kebutuhan UMKM. Perluasan program loyalitas pelanggan dengan segmentasi berbasis data pelanggan agar lebih personal dan efektif.

Saran untuk Pengembangan Program Pengabdian Masyarakat Selanjutnya:

Kegiatan pengabdian sebaiknya mencakup pelatihan lanjutan terkait digital marketing dan penggunaan tools CRM berbasis aplikasi. Kolaborasi dengan institusi pendidikan atau pelaku industri lain bisa dikembangkan untuk memperluas dampak dan pertukaran pengetahuan. Perlu adanya monitoring dan evaluasi pasca-program untuk memastikan keberlanjutan implementasi di lapangan.

DAFTAR RUJUKAN

- Armstrong, M. (2020). *Armstrong's handbook of human resource management practice* (15th ed.). Kogan Page.
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen sumber daya manusia*. Bumi Aksara.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Laporan tahunan perkembangan UMKM Indonesia*. Kemenkop UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Payne, A., & Frow, P. (2013). *Strategic customer management: Integrating relationship marketing and CRM*. Cambridge University Press.
- Prastiwi, N. L. P. E. Y., Ningsih, L. K., & Suardika, K. (2019). POLA PIKIR DAN PERILAKU KEWIRAUSAHAAN UMKM DI BULELENG, BALI. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 61-70. Retrieved from <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2159>
- Setiawan, J., & Lestari, P. (2021). Optimalisasi CRM pada UMKM kuliner di era digital. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 101-110.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.