

Peningkatan Pengetahuan Pelaku UMKM Tentang Pentingnya Kepuasan Pelanggan Di Toko Risols AH

Anita Lestari¹, Muhammad Nur Afiat², Syamsu Rijal³, Muh. Ihsan Said Ahmad⁴, Harsano Jayadi⁵, Sufrina Keumala Ayu⁶

¹Politeknik Teknokrat Internasional Kolaka, ²Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Halu Oleo, ³Jurusan Ilmu Ekonomi, fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, ⁴Pendidikan ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, ⁵Program Studi Geofisika, Universitas Tadulako, ⁶Universitas Muhammadiyah Mahakarya Aceh

*Corresponding author

E-mail: lestarianitalestari@gmail.com (Anita Lestari)*

Article History:

Received: Agustus, 2023

Revised: Agustus, 2023

Accepted: Agustus, 2023

Abstract: *Pengabdian ini bertujuan untuk mengulas upaya peningkatan pengetahuan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengenai pentingnya kepuasan pelanggan dalam konteks operasional Toko Risols AH. Fokus utama Pengabdian ini adalah untuk menganalisis efektivitas pendekatan yang diambil untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan pelaku UMKM tentang hubungan antara kepuasan pelanggan dan keberhasilan bisnis. Metode Pengabdian melibatkan survei pendapat, pelatihan interaktif, serta analisis data kuantitatif dan kualitatif. Melalui pendekatan pemberian pelatihan dan penyuluhan, Pengabdian ini menunjukkan bahwa pengetahuan pelaku UMKM Toko Risols AH tentang pentingnya memahami dan memenuhi kepuasan pelanggan mengalami peningkatan yang signifikan. Survei menunjukkan bahwa setelah mengikuti pelatihan, pelaku UMKM lebih mampu mengidentifikasi preferensi pelanggan, mengukur kualitas pelayanan, serta merencanakan strategi perbaikan. Hasil Pengabdian ini memberi wawasan tentang betapa krusialnya pemahaman tentang kepuasan pelanggan dalam mengelola usaha UMKM. Pengalaman dari Toko Risols AH memberikan ilustrasi konkret tentang bagaimana pendekatan pelatihan dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis dan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.*

Keywords:

Kepuasan Pelanggan, Pelatihan Bisnis, Peningkatan Pengetahuan, Toko Risols AH, UMKM

Pendahuluan

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam kesuksesan Bisnis (Bala et al., 2021; Zulfikri & Iskandar, 2021). Untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, bisnis perlu

mempertimbangkan sejumlah elemen, seperti kualitas layanan, harga, dan lokasi (Nur Wahyuningsih, Sri Ernawati, 2021). Ketiga faktor ini sangat penting bagi persepsi dan kepuasan pelanggan (Wariki et al., 2015).

Pertama, faktor terpenting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan (Santoso, 2016). Persepsi pelanggan terhadap kualitas yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dipengaruhi oleh harga produk atau jasa yang serupa dengan manfaatnya (Putra Setiawan & Frianto, 2021). Pelanggan umumnya merasa puas jika mereka percaya bahwa mereka mendapatkan barang atau jasa dengan harga yang wajar dan kompetitif (Rahim & Mohamad, 2021). Oleh karena itu, penentuan harga harus mempertimbangkan nilai yang diberikan kepada pelanggan, baik dalam bentuk kualitas produk maupun pengalaman yang diberikan (Putri et al., 2021). Keselarasan antara harga dan nilai yang diberikan adalah kunci untuk memenangkan hati pelanggan (Andika & Hati, 2018).

Kedua yaitu kualitas layanan mencakup elemen-elemen seperti daya tanggap, keahlian, keramahan, dan kemampuan perusahaan untuk menanggapi kebutuhan pelanggan (Gofur, 2019). Jika pelanggan merasa dilayani dengan baik, diperhatikan, dan keluhan atau masalah mereka ditangani dengan cepat dan tepat, layanan yang baik akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang dengan perusahaan (Naomi & Ardhiyansyah, 2021).

Ketiga yaitu lokasi merupakan faktor penting dalam kepuasan pelanggan (Ardhiyansyah & Nugroho, 2020). Pelanggan lebih mungkin mendapatkan barang atau jasa yang mereka butuhkan jika lokasinya strategis dan mudah dijangkau (Kelly, 2020). Karena waktu dan kesulitan yang terlibat dalam mencapai tujuan mereka, pelanggan cenderung lebih memilih bisnis yang dekat dengan rumah atau tempat kerja mereka (Herlyana, 2012). Lokasi yang juga menawarkan fasilitas tambahan, seperti tempat parkir yang memadai atau akses yang baik, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Ardhiyansyah & Nugroho, 2020).

Oleh karena itu, peran kualitas layanan, harga, dan lokasi dalam kepuasan pelanggan sangat penting (Hasanuddin, 2016; Lesmana & Iskandar, 2022). Bisnis yang sukses akan memiliki keunggulan kompetitif dalam memenangkan pelanggan jika mereka menawarkan layanan yang baik, harga yang tepat, dan lokasi yang strategis (Iskandar et al., 2020; Juniarto et al., 2022). Penting bagi bisnis untuk fokus pada ketiga faktor ini dan mengelolanya dengan baik untuk memenuhi harapan pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka (Setyawan, 2018).

Metode

Pelaksanaan pengabdian di Toko Risols AH dirancang dengan mengintegrasikan serangkaian metode yang beragam dan komprehensif. Tujuan utama dari pengabdian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang berbagai aspek toko, termasuk operasional, pelanggan, dan potensi pengembangan. Metode-metode yang akan digunakan dalam pengabdian ini adalah observasi, wawancara dengan angket, dan diskusi.

1. Observasi:

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung kegiatan. Beberapa referensi menjelaskan bahwa observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Tim pengabdian akan secara aktif mengamati berbagai aspek toko, seperti tata letak, penataan produk, interaksi dengan pelanggan, sistem pembayaran, dan wawancara dengan pelanggan.

2. Wawancara dengan Angket:

Metode wawancara dengan angket melibatkan interaksi langsung antara tim pengabdian dan pihak responden yang menjadi pelanggan di Risols AH. Angket akan disusun sebelumnya dengan pertanyaan-pertanyaan yang relevan untuk mendapatkan informasi lebih mendalam tentang berbagai aspek toko khususnya kepuasan konsumen. Wawancara tersebut kami gunakan untuk membantu UMKM Risols AH dalam mengetahui apa saja yang kurang dari segi pelayanan, harga, lokasi dan lain-lain.

3. Diskusi:

Diskusi adalah metode interaktif di mana tim pengabdian akan berkomunikasi secara langsung dengan pemilik toko dan karyawan. Tujuan dari diskusi ini adalah untuk mendapatkan pandangan yang lebih mendalam, mendiskusikan ide-ide, dan merumuskan solusi bersama dari hasil wawancara dengan pelanggan Risols AH.

Hasil dan Diskusi

Hasil studi yang dilakukan membuktikan bahwa harga memainkan peran penting dalam cara pelanggan memandang suatu produk atau layanan, dan dalam kepuasan mereka secara keseluruhan. Di mana harga yang di tawarkan oleh

pedagang yang ada relatif terjangkau oleh semua kalangan. Tidak hanya orang dewasa melainkan anak sekolah pun banyak yang membeli makanan ini.



Gambar 1. UMKM Risols AH

Dilihat dari hasil jawaban responden yang menjelaskan pendapatnya dalam kuesioner mengenai harga mayoritas responden menjawab "setuju" dan "sangat setuju", hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan respons yang positif terhadap setiap pernyataan yang ada dalam kuesioner yaitu : harga Risols A.H terjangkau oleh semua kalangan, harga Risols A.H sesuai dengan kualitas produk, harga Risols A.H dapat bersaing dengan produk lain dan saya merasa harga yang ditawarkan Risols A.H sesuai dengan daya beli saya.



Gambar 1. Hasil wawancara

Hasil studi yang dilakukan membuktikan bahwa pelayanan yang berkualitas memegang peranan yang sangat penting dalam kepuasan pelanggan. Pelanggan yang

puas biasanya akan menjadi pelanggan setia dan akan menyarankan perusahaan kepada orang lain, sehingga layanan yang baik sangat penting bagi kesuksesan perusahaan.

Tabel 1. Hasil wawancara

No	Pertanyaan	Hasil
1	Pemilik Risols A.H sigap dalam melayani pelanggan.	Pelanggan sangat setuju dengan pernyataan tersebut karena memang pemilik Risols A.H selalu sigap dalam melayani pelanggan.
2	Pemilik Risols A.H melayani pelanggan dengan ramah.	Pelanggan sangat setuju dengan pernyataan tersebut karena memang pemilik Risols A.H selalu melayani pelanggannya dengan ramah.
3	Pemilik Risols A.H tepat waktu dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janjinya.	Pelanggan sangat setuju dengan pernyataan tersebut karena memang pemilik Risols A.H selalu tepat waktu dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janjinya.
4	Pemilik Risols A.H melayani pelanggan dengan penampilan rapi dan bersih.	Pelanggan sangat setuju dengan pernyataan tersebut karena memang pemilik Risols A.H selalu melayani pelanggan dengan penampilan rapi dan bersih.

Dilihat dari hasil jawaban responden yang menjelaskan pendapatnya dalam kuesioner mengenai kualitas pelayanan mayoritas responden menjawab "setuju" dan "sangat setuju", hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan respons yang positif terhadap setiap pernyataan yang ada dalam kuesioner yaitu : pemilik Risols A.H sigap dalam melayani pelanggan, pemilik Risols A.H melayani pelanggan dengan ramah, pemilik Risols A.H tepat waktu dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janjinya, dan pemilik Risols A.H melayani pelanggan dengan penampilan rapi dan bersih.

Hasil yang dilakukan membuktikan bahwa peran lokasi terhadap kepuasan pelanggan sangat penting dalam bisnis dan jasa. Lokasi yang strategis dapat

menawarkan banyak keuntungan bagi pelanggan dan berpotensi meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

Dilihat dari hasil jawaban responden yang menjelaskan pendapatnya dalam kuesioner mengenai lokasi mayoritas responden menjawab "setuju" dan "sangat setuju" hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan respons yang positif terhadap setiap pernyataan yang ada dalam kuesioner yaitu : Risols A.H terletak di lokasi yang strategis dan mudah di jangkau, Risols A.H dapat diakses dengan mudah menggunakan kendaraan pribadi atau umum, dan Lokasi Risols A.H mudah dikenali oleh banyak orang. Namun, dalam pernyataan Risols A.H menyediakan lahan parkir yang luas untuk para pelanggan, mayoritas responden menjawab "kurang setuju" hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan respons yang negatif terhadap pernyataan tersebut.

Kesimpulan

Berdasarkan Pengabdian yang dilakukan, dapat menyimpulkan kualitas pelayanan, dan lokasi memainkan peran penting dalam cara pelanggan memandang suatu produk atau layanan, dan dalam kepuasan mereka secara keseluruhan terhadap Risols A.H. Dilihat dari hasil jawaban responden yang menjelaskan pendapatnya dalam kuesioner mengenai harga, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan mayoritas responden menjawab "setuju" dan "sangat setuju" hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan respons yang positif terhadap setiap bahwa harga, pernyataan yang ada dalam kuesioner.

Rekomendasi

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, saran untuk pemilik Risols A.H demi berkembangnya bisnis yang sedang dijalani dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, yaitu mengenai area parkir yang terbatas. Pelanggan ingin memiliki area parkir yang cukup luas ketika ingin membeli produk dari Risols A.H, sehingga dengan adanya penambahan area parkir, pelanggan dapat terpuaskan.

Pengakuan/Acknowledgements

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada seluruh Toko Risols AH atas kerjasama, dukungan, dan kesediaan mereka dalam mengizinkan pelaksanaan pengabdian ini. Pengabdian ini tidak akan mungkin terlaksana tanpa kontribusi berharga dari pemilik toko, karyawan, dan pelanggan yang telah dengan

sabar berbagi waktunya untuk berpartisipasi dalam observasi, wawancara, dan diskusi. Kami juga menghargai kesempatan yang diberikan oleh Toko Risols AH untuk dapat membantu dalam mengidentifikasi potensi pengembangan dan perbaikan.

Daftar Referensi

- Andika, H., & Hati, S. W. (2018). Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan Antara Minimarket Indomaret Dengan Alfamart Di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 119–134. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v6i2.651>
- Ardhiyansyah, A., & Nugroho, S. S. (2020). Sikap Konsumen Pada Toko Daring Produk Fesyen di Indonesia: Efek Pada Kualitas Website, Getok Tular Elektronik Manfaat dirasakan dan Kepercayaan. *Jurnal Businessman : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 1–22.
- Bala, H., Hossain, M. M., Bhagwatwar, A., & Feng, X. (2021). Ownership and governance, scope, and empowerment: how does context affect enterprise systems implementation in organisations in the Arab World? *European Journal of Information Systems*, 30(4), 425–451.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Hasanuddin, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen UNSRAT*, 4(1), 49–66.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfiyyāt*, 13(1), 188–204.
- Iskandar, Y., Zulfainarni, N., & Jahroh, S. (2020). Pengaruh karakteristik usaha dan wirausaha terhadap kinerja UMKM industri pengolahan perikanan di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 4(1), 1–12.
- Juniarso, A., Ardhiyansyah, A., & Maharani, D. P. (2022). Oriflame Company's Personal Selling and Green Marketing Strategy on Consumer Purchase Interest: A Literature Review. *International Conference on Economics, Management and Accounting (ICEMAC 2021)*, 297–304.
- Kelly, T. P. M. F. (2020). Pemasaran Jasa. In *Angewandte Chemie International Edition*,

6(11), 951–952.

- Lesmana, T., & Iskandar, Y. (2022). Strategi Pengembangan UMKM Industri Penginapan Berbasis Masyarakat Dengan Metode Swot (Studi Literatur). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 1(01), 50–56.
- Naomi, I. P., & Ardhiyansyah, A. (2021). The effects of online customer reviews and online customer ratings on purchasing intentions in west java marketplaces. *Inovasi*, 17(4), 810–816. <https://doi.org/10.30872/jinv.v17i4.10224>
- Nur Wahyuningsih, Sri Ernawati. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rocket Chicken Kota Bima. *Journal Scientific Of Mandalika (JSM) e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543*, 2(5), 175–185. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol2iss5pp175-185>
- Putra Setiawan, B., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 352–366. <https://doi.org/10.33752/bima.v3i3.293>
- Putri, A. L., Setiawati, L., & Senalasari, W. (2021). Eksplorasi Faktor Harga Layanan untuk Agensi Sosial Media. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 12, 1177–1182.
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Santoso, I. (2016). Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 94–109. <https://doi.org/10.12695/jmt.2016.15.1.7>
- Setyawan, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Tiga Perusahaan Fabrikasi Lepas Pantai di Batam dan Karimun). *Journal of Accounting & Management Innovation*, 2(1), 67–89.
- Wariki, G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1073–1085. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9286>
- Zulfikri, A., & Iskandar, Y. (2021). Kemandirian Bisnis Wirausaha: Sebuah Tinjauan Literatur. *Senmabis: Conference Series*, 9–18.