



## Sosialisasi Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada Kelompok Usaha Bareng Raya

### *Socialization Customer Satisfaction in Bareng Raya Small Group Business*

Granita Hajar<sup>1\*</sup>, Muhammad Dzulfikar Fauzi<sup>2</sup>, Nicko Nur Rakhmaddian<sup>3</sup>, Matteo Ibastian<sup>4</sup>

<sup>1,3,4</sup> Fakultas Teknologi Elektro dan Industri Cerdas, Institut Teknologi Telkom Surabaya, Surabaya

<sup>2</sup> Fakultas Teknologi Informasi dan Bisnis, Institut Teknologi Telkom Surabaya, Surabaya

Korespondensi penulis : [granita@ittelkom-sby.ac.id](mailto:granita@ittelkom-sby.ac.id)

---

#### Article History:

Received: 30 Mei 2023

Revised: 30 Juni 2023

Accepted: 14 Juli 2023

**Keywords:** MSMEs, Criteria, Customer Satisfaction

**Abstract:** *After the Covid-19 pandemic hit for two years, UMKM began to move to improve themselves. The pandemic has made UMKM owners feel their turnover has dropped drastically. One way to increase sales turnover is by increasing customer satisfaction. Customer satisfaction is one of the essential things that UMKM must pay more attention to, by fulfilling customer desires it will increase customer satisfaction and UMKM will gain customer loyalty. Partners in community service this time are several UMKM in the Bareng Raya area, Malang. So that in this community service program, there will be an increase in customer satisfaction by providing knowledge and training on customer satisfaction criteria. Several methods can be used in measuring customer satisfaction, one of which is Service Quality (Servqual). We socialize with partners regarding appropriate criteria to increase customer satisfaction. Partners already understand the meaning of customer satisfaction and the criteria that are expected to be applied in developing their business.*

---

**Abstrak.** Setelah pandemi Covid-19 melanda dua tahun lamanya, UMKM mulai bergerak untuk membenahi diri. Pandemi membuat para pemilik UMKM merasakan omset yang turun secara drastis. Pemilik UMKM mulai melakukan perubahan agar omset mereka naik dan dapat kembali seperti sedia kala. Salah satu cara untuk menaikkan omset penjualan dapat melalui dengan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu hal penting yang harus diberikan perhatian lebih oleh UMKM, dengan memenuhi keinginan pelanggan akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan UMKM mendapatkan loyalitas dari pelanggan. Mitra dalam pengabdian masyarakat kali ini yaitu beberapa UMKM di daerah

---

\* Granita Haiar. [granita@ittelkom-sbv.ac.id](mailto:granita@ittelkom-sbv.ac.id)

Bareng Raya, Malang. Mitra kami mengalami dampak akibat pandemi covid-19 dan sedang berjuang untuk memulihkan ekonomi mereka. Sehingga dalam program pengabdian masyarakat ini akan dilakukan peningkatan kepuasan pelanggan dengan memberikan pengetahuan dan pelatihan mengenai kriteria-kriteria kepuasan pelanggan. Ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan, salah satunya adalah Service Quality (Servqual). Servqual merupakan metode tepat yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kami melakukan sosialisasi kepada mitra mengenai kriteria yang sesuai guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Mitra telah mengerti mengenai arti dari kepuasan pelanggan dan kriteria-kriterianya sehingga diharapkan dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha mereka.

**Kata Kunci:** UMKM, Kriteria, Kepuasan Pelanggan

## PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang tak kunjung usai ini disebabkan oleh virus yang biasa disebut dengan Corona virus. Berdasarkan data dari laman Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Corona virus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai flu biasa hingga penyakit yang serius seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Sindrom Pernafasan Akut Berat/ Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). Corona virus jenis baru yang ditemukan pada manusia sejak kejadian luar biasa muncul di Wuhan Cina, pada Desember 2019, kemudian diberi nama Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-COV2), dan menyebabkan penyakit Coronavirus Disease- 2019 (COVID-19) (Kementerian Kesehatan, 2020).

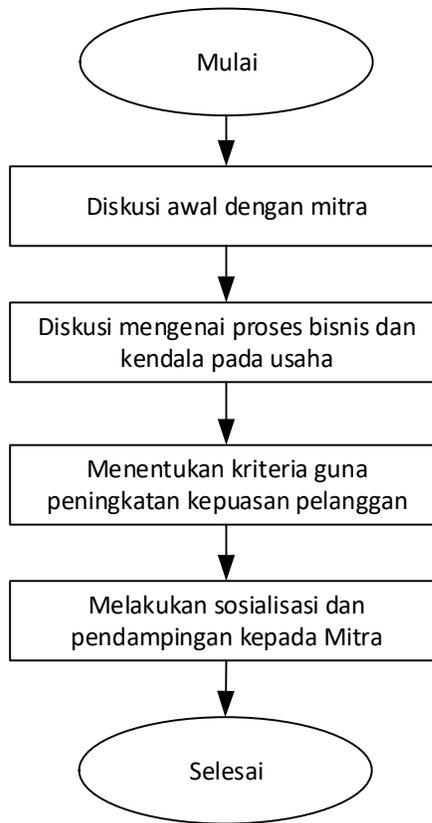
COVID-19 berdampak pada berbagai aspek kehidupan masyarakat mulai dari pendidikan, sosial, budaya, perekonomian, dan lain-lain. Dari segi perekonomian, Negara Indonesia turut terganggu oleh adanya pandemi COVID-19 ini. Salah satu sektor yang berpengaruh dalam perekonomian negara adalah UMKM. Berdasarkan Undang-Undang No 20 Tahun 2008, UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa UMKM mampu menyerap banyak tenaga kerja di Indonesia sehingga bisa mengurangi pengangguran yang berdampak pada perekonomian Negara Indonesia (Sri Lestari, 2014). Saat ini Indonesia memasuki era new normal seiring berkurangnya wabah covid-19. Hal ini membuat pemerintah berkeinginan mengembangkan perekonomian di masyarakat bawah yang pada awal masa pandemi terpuruk (Kominfo, 2022). Beberapa UMKM yang sebagai mitra kami, yaitu Kelompok Usaha Bareng Raya

merespon hal tersebut dengan mengembangkan usaha yang dimiliki dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang timbul seperti senang atau kecewa setelah membandingkan persepsi pelanggan terhadap hasil dari suatu produk dengan harapannya (Kotler, 2004). Ada berbagai macam cara dalam meningkatkan pendapatan, salah satunya dengan cara memenuhi kepuasan pelanggan (Setiadi, 2021). Loyalitas pelanggan menimbulkan kestabilan pendapatan dari sebuah usaha (Smith dan Clark, 2019).

Ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan, salah satunya adalah Service Quality (Servqual). Servqual merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi (Nuryani, 2014). Meningkatkan kepuasan pelanggan dapat berdampak pada meningkatkan penjualan dan timbulnya loyalitas konsumen terhadap usaha berbentuk jasa (Kotler, 2017). Hal ini lah yang membuat UMKM tersebut ingin meningkatkan penjualan dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan hingga menimbulkan loyalitas konsumen.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat yaitu metode sosialisasi. Sosialisasi ini berfokus pada kegiatan penyuluhan mengenai bagaimana meningkatkan loyalitas konsumen dengan menggunakan kriteria-kriteria dalam servqual. Berikut ini merupakan Tahapan pelaksanaan kegiatan sosialisasi peningkatan kepuasan pelanggan pada kelompok usaha Bareng Raya pada Gambar.1



**Gambar 1. Alur Kegiatan Pengabdian Masyarakat**

Tahapan awal kegiatan dimulai dengan kegiatan diskusi dan perkenalan dengan kelompok usaha Bareng Raya. Tahapan ini diharapkan ada kecocokan antara mitra dengan pengabdian sehingga dapat bekerjasama dengan baik untuk melaksanakan program kami. Tahapan selanjutnya merupakan tahapan diskusi mengenai proses bisnis dari masing-masing usaha di kelompok usaha Bareng Raya, pada tahapan ini diharapkan dapat ditemukan masalah-masalah apa saja yang sedang dihadapi oleh mitra. Tahapan selanjutnya kami melakukan analisa dan menentukan kriteria apa saja yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Setelah menemukan kriteria untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, tahapan selanjutnya yaitu melakukan sosialisasi mengenai kriteria tersebut dan pendampingan terhadap mitra.

## **HASIL**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan melakukan diskusi awal dengan mitra yaitu Kelompok Usaha Bareng Raya. Kelompok Usaha Bareng Raya ini merupakan sekumpulan UMKM yang berada di daerah Bareng Raya yang dengan beragam

jenis usaha, mulai dari pedagang sayur, jasa potong rambut, catering, jasa cuci sepatu dan lain sebagainya. Gambar 1 dan 2 merupakan kegiatan dalam menjalin komunikasi dan diskusi awal guna mengetahui proses bisnis masing-masing usaha. Selain itu kami juga berdiskusi mengenai kendala dan keluhan dari mitra.



**Gambar 2. Diskusi Awal dengan Mitra**



**Gambar 3. Diskusi Awal dengan Mitra**

Setelah melakukan diskusi awal, hasil dari diskusi tersebut kami gunakan sebagai acuan dalam perbaikan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Kami melakukan survei sederhana kepada beberapa pelanggan dari kelompok usaha Bareng Raya untuk menentukan kriteria yang perlu diperbaiki. Tahapan selanjutnya yaitu melakukan sosialisasi kepada mitra, sosialisasi ini menyampaikan hasil dari analisis kami mengenai kriteria-kriteria yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan masing-masing usaha. Kami tidak hanya melakukan sosialisasi namun juga memberikan bantuan dan pendampingan untuk mitra jika ada kendala dalam proses melakukan perbaikan terhadap usaha mereka. Gambar 3

## Sosialisasi Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada Kelompok Usaha Bareng Raya

dan 4 merupakan dokumentasi dari sosialisasi dan bantuan usaha kepada mitra. Setelah melakukan sosialisasi dan pemberian bantuan, mitra diberikan pendampingan agar mereka segera menerapkan kriteria-kriteria tersebut, dengan penerapan tersebut diharapkan loyalitas konsumen masing-masing mitra tumbuh secara signifikan dan pendapatan mitra meningkat.



**Gambar 4. Penyuluhan Bantuan untuk Mitra**



**Gambar 4. Sosialisai Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada Mitra**

## KESIMPULAN

Sosialisasi peningkatan kepuasan pelanggan pada kelompok usaha Bareng Raya disambut dengan baik oleh Mitra. Mitra kami saat ini telah mengerti mengenai pentingnya pelanggan sebagai endcustomer yang menopang laju dari bisnis mereka. Selain itu, mitra juga telah mengerti kriteria-kriteria apa saja yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan,

sehingga mitra dapat melakukan maintenance terhadap pelanggan dengan kriteria tersebut. Manfaat dari pengabdian masyarakat dapat dilihat pada Tabel.1 berikut ini.

**Tabel. 1 Output dan Manfaat**

<b>Aspek</b>	<b>Output</b>	<b>Manfaat</b>
Aspek Ekonomi	Mitra telah mengerti mengenai kepuasan pelanggan. Kriteria-kriteria dalam meningkatkan kepuasan pelanggan	Peningkatan kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen pada Mitra
Aspek Ekonomi	Mitra telah mengetahui cara menumbuhkan loyalitas pelanggan	

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Accessed June 14, 2023. <https://www.kemkes.go.id/folder/view/full-content/structure-faq.html>.
- Sri Lestari. 2014. "ANALISIS USABILITY WEB (STUDI KASUS WEBSITE UMKM BINAAN BPPKU KADIN KOTA BANDUNG)" 1, no. 1 (December). <https://doi.org/10.33197/jitter.vol1.iss1.2014.46>.
- Kotler, Philip. 2017. Marketing for Hospitality and Tourism. Boston: Pearson.
- Kotler, Philip., dan Gary A. 2004. Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi kesembilan, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks
- KOMINFO, PDSI. n.d. "Digitalisasi, Kesempatan Emas Bagi Pemuda Dalam Era New Normal." Website Resmi Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI. Accessed Mei 14, 2023. <https://kominfo.go.id/content/detail/37352/digitalisasi-kesempatan-emas-bagi-pemuda-dalam-era-new-normal/0/berita>.
- Smith, J. G., and Fred. E. Clark. 2019. "Principles of Marketing." The Economic Journal 38, no. 151 (17th Edition September): 450. <https://doi.org/10.2307/2224326>.
- Setiadi, Arip Rahman . 2021. Review of Determinan Strategi Pelayanan Era New Normal Terhadap Loyalitas Konsumen Implikasi Pada Meningkatnya Hasil Penjualan (Studi Empiris Pada Ojek Online & UMKM Kota Depok). HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings) 01, no. 2 (June): 226–39.
- Nuryani, Ayu Rahma Putri (2014) Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode Servqual (Studi Kasus di Ria Djenaka Coffee House & Resto, Malang). Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.