

Peningkatan Kualitas Pelayanan Kepada Konsumen Akhir Melalui Variasi Produk Kue UKM

Iwan Mulyana

Institut Manajemen Koperasi Indonesia

iwan_mulyana@ikopin.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada pelaku bisnis usaha kecil menengah yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Kegiatan ini dilakukan di Kabupaten Pangandaran berdasarkan pertimbangan peluang bisnis UKM makanan dan minuman masih tinggi karena Kabupaten Pangandaran masih dalam pembenahan wilayah dalam berbagai sektor termasuk bidang ekonomi yang berbasis pariwisata. Dengan pertimbangan itu maka Eti Snack menjadi pilihan untuk melakukan Tridharma dalam pengabdian kepada masyarakat ini. Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode konsultasi. Tujuannya untuk peningkatan kualitas pelayanan UKM tersebut melalui variasi produk. Berdasarkan hasil konsultasi tersebut Eti Snack mulai mengembangkan variasi produknya dengan bahan baku yang berkualitas dan proses produksi yang lebih higienis dan pengemasan yang lebih cantik buat meningkatkan pelayanan yang lebih baik. Atas hasilnya tersebut pelanggan tetap loyal untuk membeli produk yang dihasilkan Eti Snack.

Kata Kunci: *Kualitas pelayanan, Variasi Produk, UKM*

I. PENDAHULUAN

Tahun 2021 sudah masuk periode kasus terjadinya pandemi Covid-19. Kejadian ini semakin menambah beban berat atau ujian bagi para pengusaha besar, menengah dan usaha kecil. Kondisi seperti ini mendorong semua pelaku bisnis untuk membuat terobosan-terobosan yang signifikan untuk mencegah terjadinya kebangkrutan atau kepailitan bagi usahanya. Mereka berupaya agar tetap eksis walaupun sampai pada kinerja titik *break even*, yang penting mereka masih bisa mempertahankan jalannya usaha dengan tidak memutuskan hubungan para pekerja. Fenomena yang terjadi di lapangan justru semakin terlihat jelas dampak dari pandemi Covid-19 ini. Mal-mal besar semakin terlihat sepi dan jarang pengunjung sementara beban yang harus ditanggung tidak bisa dihindarkan. Industri tekstil dan industri barang-barang non tekstil pun sudah mulai melakukan upaya-upaya mengurangi produksi dan pembagian *shift* kerja untuk menghindari terjangkitnya Covid-19.

Di tengah himpitan pandemik yang mengakibatkan sektor-sektor ekonomi terkena

dampak yang cukup berat, pelaku bisnis menengah dan kecil masih tetap bisa berjalan dengan cukup kuat. Para UKM ini dapat dikatakan cukup kuat dalam setiap terjadinya kesulitan perekonomian yang menimpa dunia usaha. Bahkan mereka dapat menjadi penopang perekonomian yang sedang terpuruk. Mereka dapat menyesuaikan dengan perubahan lingkungan yang terjadi secara mendadak. Kekuatan mereka tidak bisa dipungkiri lagi dan sebagai penyelamat dari kehancuran perekonomian negara Indonesia. Pengangguran yang terjadi sebagai dampak Covid-19 ini dapat ditanggulangi dengan tumbuhnya sektor-sektor yang dijalani oleh para UKM.

Tulisan inipun akan terkait dengan salah satu UKM yang bergerak di sektor kuliner atau makanan. Di mana usaha yang dijalankannya masih tetap dapat eksis walaupun ditimpa pandemi Covid-19. Keberadaannya ada di Provinsi Jawa Barat Kabupaten Pangandaran. Eti Snack yang merupakan UKM kuliner makanan khususnya dalam bidang kue-kue. UKM yang satu ini sudah melalui atau merasakan bisnis saat sebelum dan saat sedang terjadi Covid-19.

Tempat bisnis UKM Eti Snack berada di wilayah Kabupaten Pangandaran dan memiliki demografi Batas Wilayah sebagai berikut :

- Utara : Kabupaten Ciamis
- 1
- 2 Timur : Kabupaten Cilacap
- 3 Selatan : Samudera Hindia
- 4 Barat : Kabupaten Tasikmalaya

Kabupaten Pangandaran memiliki 10 kecamatan yang tersebar di seluruh wilayahnya :

- 1) Kec. Cigugur dengan memiliki 7 desa/kelurahan
- 2) Kec. Cijulang memiliki 7 desa/kelurahan
- 3) Kec. Cimerak mempunyai 11 desa/kelurahan
- 4) Kec. Kalipucang memiliki 9 desa/kelurahan
- 5) Kec. Langkaplancar terdiri dari 15 desa/kelurahan
- 6) Kec. Mangunjaya meliputi 5 desa/kelurahan
- 7) Kec. Padaherang terdiri dari 14 desa/kelurahan
- 8) Kec. Pangandaran meliputi 8 desa/kelurahan
- 9) Kec. Parigi terdiri dari 10 desa/kelurahan
- 10) Kec. Sidamulih meliputi 7 desa/kelurahan

Sedangkan jumlah penduduk Kabupaten Pangandaran ini sebanyak 560.698 orang pada tahun 2020 yang tersebar pada luas tanah seluas 1.680 km² di mana kepadatan penduduknya adalah 330/km² .Lokasi Eti Snack berada di Jalan Raya Kalipucang No. 281 Cibuluh Pangandaran Jawa Barat, Kode Pos 46397 Telepon 088218374062.

II. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan metode pragmatis melalui konsultasi dengan tahapan sebagai berikut :

1) Perkenalan

Tahap ini dilakukan dengan berdiskusi secara *offline* membicarakan tentang usaha yang sedang dijalankan saat ini. Mulai dari bahan baku, kegiatan produksi hingga pemasaran.

2) Konsultasi

Tahap ini dilakukan dengan memberikan arahan-arahan kepada peningkatan kualitas pelayanan melalui variasi produk untuk memenuhi keinginan konsumen.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tahap Perkenalan

Pada tahap ini dijelaskan tentang kegiatan usaha yang dijalankan oleh Ibu Eti.

Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang diberikan produsen pada konsumen atau pelanggan akan menjadi titik awal yang sangat menentukan apakah bisnis tersebut nantinya disukai atau tidak. Termasuk dalam bisnis makanan dan minuman. Eti snack yang menjalankan bisnis makanan berupa kue dan makanan basah ini tentunya mengedepankan pada bagaimana agar pelayanan yang diberikan dalam bentuk produk ini bisa memuaskan atau diterima oleh masyarakat khususnya para pelanggannya

Pelayanan dan Kualitas pelayanan yang dimaksud seperti yang diungkapkan oleh beberapa literatur yaitu

1	Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.	Kotler (2002)
2	Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan	(Tjiptono, 2001).
3	Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen	(Tjiptono, 2007).

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang baik Eti Snack dalam menjalankan bisnis nya didukung dengan menggunakan alat-alat produksi kue Seperti di bawah ini :

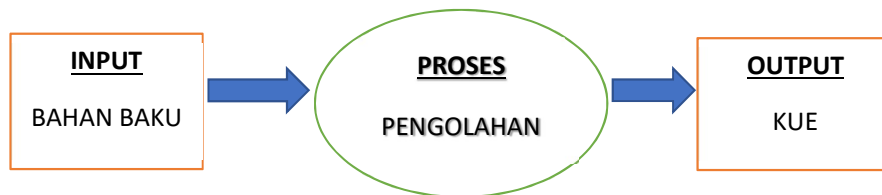
- Mixer
- Oven
- Ayakan
- Spatula kue
- Kertas roti
- Penyendol es krim
- Alat Penggilas
- Kuas
- Kompor
- Loyang
- Dan lain-lain

Bahan baku yang digunakan oleh Eti Snack adalah:

- Tepung terigu
- Telur
- Bahan Pengembang
- Gula
- Margarin
- Susu
- Ragam coklat
- Bahan topping kering Kepiting, kismis
- Minyak
- Brown sugar
- Dan lain-lain



Proses Produksi kue bolu :



Kualitas pelayanan yang diberikan Eti Snack dilakukan dengan jalan memenuhi keinginan atau harapan konsumen/pelanggan yang memesan kue tersebut yaitu rasa yang enak, bentuk indah sesuai pesanan konsumen. Di samping itu dengan memperhatikan kebersihan. Jadi Eti Snack memberikan kualitas pelayanan melalui variasi produk-produk sesuai dengan kekinian.

VARIASI PRODUK

Bersaing dalam bisnis makanan dan minuman tidak semudah yang dibayangkan. Pebisnis harus memproduksi makanan dan minuman dengan berbagai varian rasa dan bentuk yang variatif sehingga konsumen dapat memilih sesuai dengan keinginan mereka dari rasa dan bentuk.

Definisi variasi produk menurut literatur adalah :

NO	DEFINISI	AUTHOR
1	Unit tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri lainnya	Kotler (2002),
3	Strategi perusahaan dengan penganekaragaman produknya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan produk yang di inginkan dan dibutuhkannya.	Vony Novitasari Saputra Awin mulyati Sri Andayani
5	Produk yang memiliki desain atau jenis yang berbeda dan diproduksi oleh sebuah pabrik	Mikell P. Groover (2010 : 6)
6	Aneka ragam produk yang dihasilkan dan ditunjukkan untuk dipasarkan).	Seng dan Piller (2003 : 13), dalam Vony Novitasari.

Eti Snack pun untuk mempertahankan pelanggan dan menarik konsumen baru selalu berusaha dengan memberikan kualitas pelayanan melalui variasi produk kue yang diproduksinya. Dengan variasi produk diharapkan minat pelanggan atau konsumen pada produk yang dihasilkan Eti Snack tetap loyal sehingga terus berulang membeli atau memesan di setiap even-even yang dilakukan pelanggan, jadi bukan hanya untuk perayaan ulang tahun saja tetapi untuk acara-acara lain seperti pernikahan atau hajatan-hajatan yang diadakan di wilayah pelanggan tersebut. Peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan Eti Snack terus dikembangkan dengan memperhatikan perkembangan bentuk dan rasa dari kue-kue yang sedang tren di media sosial. Berikut ini contoh variasi produk yang sudah dibuat oleh Eti Snack di bawah ini :

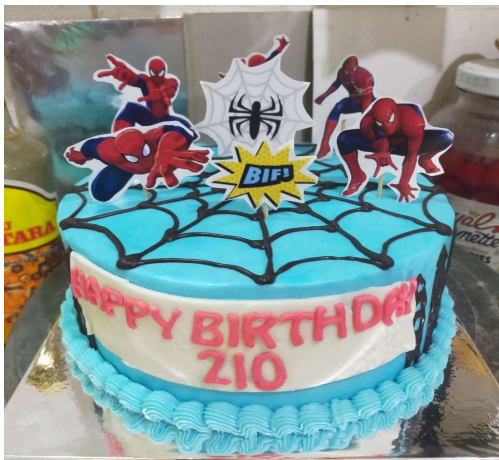
Kue Tart (Kue Bolu)

Produk kue ini ditujukan kepada konsumen yang akan mengadakan syukuran ulang tahun, Perayaan Pernikahan dan Perayaan Khitanan. Pelayanan terhadap pelanggan segmen ini melalui penciptaan produk yang sangat *up to date* karena harus menyesuaikan dengan *trend* yang sedang terjadi di dunia media sosial (medsos). Untuk membuat produk ini Eti snack tidak terlalu sulit karena dengan

contoh-contoh produk yang tersedia di medsos seperti *Facebook*, *Youtube* dan *Instagram* tersedia cukup banyak dan mudah diakses. Selain itu bahan baku untuk membuat produk tersebut tersedia dengan mudah di daerah Pangandaran termasuk di pasar terdekat. Dengan demikian selain bentuk, warna dan rasa Eti snack selalu menyesuaikan dengan keinginan pelanggan atau konsumen. Berikut contoh produk yang dihasilkan nya:

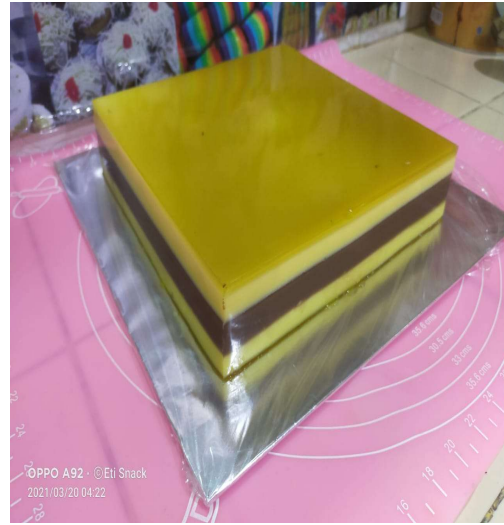
- Kue Ulang Tahun







- Kue Lapis



- Kue Donat



- Kue Lebaran





- Kue Basah





- Kue Basah Pelengkap Kegiatan

B. Tahap Konsultasi

Pada tahap konsultasi ini lebih diarahkan kepada pemberian motivasi dan arahan terkait peningkatan kualitas melalui variasi produk-produk yang dihasilkan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan atau konsumen. Mengingat perkembangan teknologi semakin canggih dan pengaruh media sosial terhadap penyebaran informasi kepada masyarakat semakin mudah maka Eti Snack harus lebih kreatif dan terus mengikuti perkembangan kue-kue yang sangat diminati di setiap daerah baik di perkotaan maupun di pedesaan. Dengan begitu Eti Snack akan lebih memahami karakteristik pelanggan yang berada di wilayah Kabupaten Pangandaran khususnya dan di luar wilayah untuk meraih peluang pasar yang lebih besar lagi.

Eti Snack diarahkan untuk membuat gambar-gambar variasi produk yang ditawarkan sehingga memudahkan pelanggan untuk memilih produk yang dibutuhkan dan yang diminatinya. Di samping itu peningkatan modernisasi peralatan perlu dimulai dari sekarang untuk efektivitas dan efisiensi sehingga keuntungan dapat diperoleh lebih besar lagi. Selain itu Eti Snack dianjurkan untuk membuat akun diaplikasi-aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat seperti *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp* dan media sosial lainnya. Eti Snack diharapkan untuk menjalin hubungan dengan pelanggan-pelanggan lama karena kegiatan atau acara yang dilakukan mereka selalu berulang.



IV. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Eti snack merupakan salah satu usaha kecil menengah yang masih memiliki potensi untuk dikembangkan di wilayah Pangandaran. Hal ini dimungkinkan karena pesaing masih rendah dan pengembangan wilayah di Kabupaten Pangandaran sedang dalam tahap pembangunan dan pengembangan ekonomi yang berbasis pariwisata. Dengan demikian Eti Snack menjadi salah satu usaha yang menunjang perekonomian kabupaten Pangandaran.

Saran

Mempertahankan kualitas pelayanan melalui diversifikasi produk perlu ditingkatkan oleh Eti Snack dengan jalan :

- Membuat SOP dalam menentukan bahan untuk setiap jenis kue dan makanan
- Membuat SOP dalam membuat kue atau cake
- Membuat SOP dalam mengemas produk
- Membuat SOP dalam membuat makanan
- Membuat SOP dalam melayani penerimaan pesanan
- Membuat SOP dalam mengantarkan pesanan

BIBLIOGRAFI

- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia. Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2009), Hal. 166
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta

Groover P, Mikel.2010. Fundamentals of Modern Manufacturing: Materials, Process, and systems 4Th Edition. London: John Wiley Sons, Inc.

Indra Nurrahman, Dian Herdiana Utama, Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Journal of Business Management and Entrepreneurship Education. Vol 1 No.1 (2016)

Vony Novitasari Saputra ,Awin Mulyati, Sri Andayani, Analisis Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Dan Higienitas Terhadap Minat Beli Konsumen. Jurnal Dinamika Adminastrasi Vol 1, No 2 (2015)

[https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten Pangandaran](https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Pangandaran)