

Strategi Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Kedai Om Bew & Biliar

Yaafi'ah Aziizah*, Faiq Billah, Syahira Fazreen, Faris Faruqi , & Hendriyadi 

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta

*Email Korespondensi: yaafiazizah@gmail.com

ABSTRACT

This community service activity aims to increase sales by 45% within three months compared to the previous quarter, through enhanced customer satisfaction and loyalty by optimizing service quality at Kedai Om Bew & Billiard, located at Ruko Marco, Jatiluhur, Jatiasih District, Bekasi City, West Java. The activity adopts an action research approach, focusing on employee training to improve service skills and monitoring customer satisfaction through surveys and direct observation. The evaluation of human resource strategies is carried out in cycles, including planning, implementation, observation, and reflection. The results indicate that service quality improvement significantly contributes to customer satisfaction, increasing from 46.5% to 93%, and repeat purchases reach 92%. Thus, improving service quality has proven effective in building customer loyalty and supporting sales growth at Kedai Om Bew & Billiard.

Keywords

Service Quality, Sales, MSMEs



BERDAYA : Jurnal
Pendidikan dan
Pengabdian Kepada
Masyarakat
Vol 7, No.2, 2025, pp.
243 - 256
eISSN 2721-6381

Article History

Received : 4/14/2025 / Accepted : 5/8/2025 / First Published: : 5/19/2025

To cite this article

Aziizah, Y., Billah, F., Fazreen, S., Faruqi, F., & Hendriyadi, H. (2025). Strategi kualitas layanan dalam meningkatkan penjualan pada usaha Kedai Om Bew & Billiard. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 243–256. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v7i2.1613>



© The Author(s)2025

This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan sebesar 45% dalam jangka waktu tiga bulan dibandingkan kuartal sebelumnya, melalui peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan mengoptimalkan kualitas layanan di Kedai Om Bew & Biliar yang berlokasi di Ruko Marco, Jatiluhur, Kecamatan Jatiasih, Kota Bekasi, Jawa Barat. Kegiatan ini menggunakan pendekatan action research dengan fokus pada pelatihan karyawan guna meningkatkan keterampilan dalam memberikan layanan, serta pemantauan tingkat kepuasan pelanggan melalui survei dan observasi langsung. Evaluasi strategi sumber daya manusia dilakukan secara siklus, yang mencakup tahap perencanaan, implementasi, observasi, dan refleksi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan peningkatan dari 46,5% menjadi 93%, serta tingkat pembelian ulang yang mencapai 92%. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan terbukti efektif dalam membangun loyalitas pelanggan dan mendukung pertumbuhan penjualan di Kedai Om Bew & Biliar.

Profil Penulis

Yaafi'ah Aziizah, Faiq Billah,
Syahira Fazreen, Faris Faruqi, &
Hendriyadi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Indonesia Jakarta, Jakarta,
Indonesia

Corresponding Author: maria-
yaafiaziizah@gmail.com

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Penjualan, UMKM

Reviewing Editor
Maya Mustika

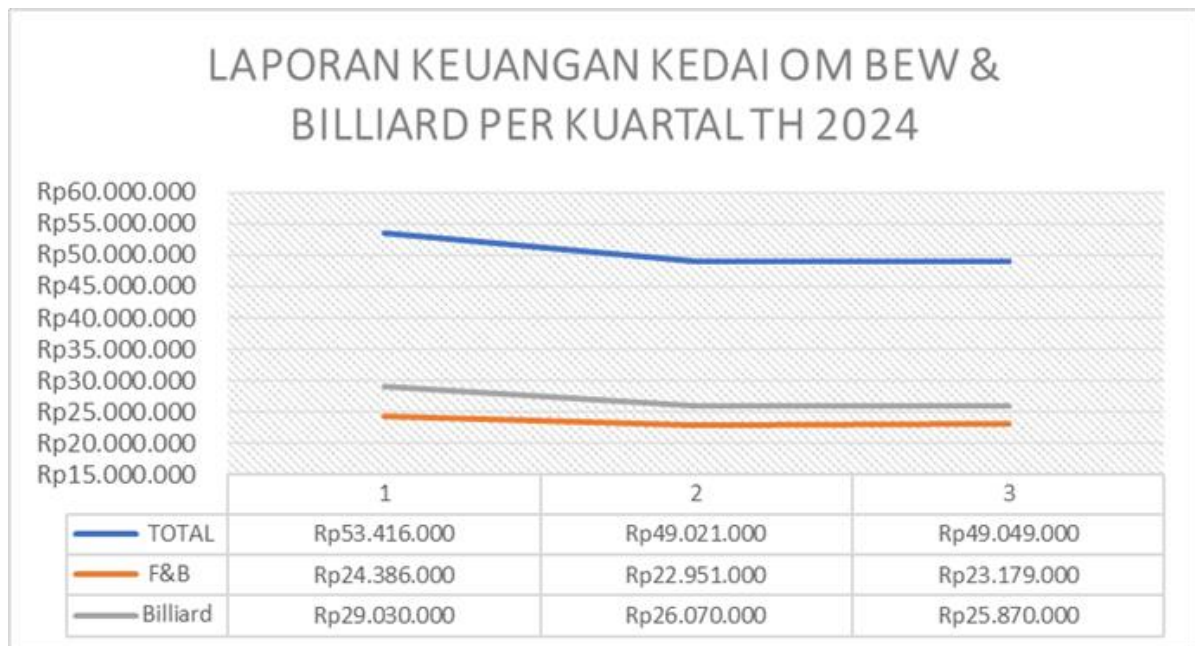
PENDAHULUAN

Kedai Om Bew & Billiard merupakan salah satu bisnis kedai kopi yang menggabungkan konsep hiburan berupa F&B (*food and beverage*) dan *entertainment*. Usaha ini menyasar segmen anak muda hingga dewasa yang mencari tempat bersantai sekaligus bermain biliar dalam satu lokasi. Namun, dalam tiga bulan terakhir, Kedai Om Bew & Billiard mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan, sehingga manajemen perlu segera merumuskan strategi baru demi menjaga keberlangsungan usahanya.

Berdasarkan laporan keuangan bulanan per kuartal tahun 2024, diketahui bahwa faktor utama penyebab penurunan tersebut adalah kurang optimalnya kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Beberapa keluhan yang muncul antara lain terkait kecepatan pelayanan, kurangnya keramahan staf, serta ketidakkonsistenan dalam penyajian produk. Di tengah meningkatnya persaingan dalam industri F&B dan *entertainment*, Kedai Om Bew & Billiard perlu segera menerapkan strategi bisnis yang tepat dan terukur untuk memperbaiki kualitas layanan.

Peningkatan kualitas layanan menjadi prioritas utama, karena hal ini berperan penting dalam membentuk persepsi pelanggan dan memengaruhi keputusan mereka untuk kembali

berkunjung. Selain itu, peningkatan kualitas layanan juga berpotensi mendorong pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang positif, sehingga dapat menarik pelanggan baru. Upaya ini diharapkan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan jumlah penjualan. Mengingat semakin banyaknya kompetitor dengan konsep serupa di area sekitar Kedai, strategi diferensiasi berbasis layanan menjadi salah satu kunci dalam mempertahankan posisi bisnis di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 1. Laporan Keuangan Kedai Om Bew & Billiard selama 3 Kuartal (Excel, 2024)

Strategi sumber daya manusia khususnya untuk peningkatan kualitas layanan menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing bisnis. Menurut Parasuraman *et al.* (2017) dalam Sinurat (2024), kualitas layanan sangat bergantung pada sejauh mana pelanggan merasa layanan tersebut memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi mereka. Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, menciptakan pengalaman positif, serta mendorong pembelian berulang. Handoko (2014) dalam Fatimah (2022) juga menegaskan bahwa manajemen sumber daya manusia yang efektif berperan dalam meningkatkan kualitas layanan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Beberapa penelitian mendukung pengaruh kualitas layanan terhadap peningkatan penjualan. Sinurat (2024) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan di Hunian Homestay Huta Siallagan. Junita *et al.* (2020) menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan di Toko Bintang Terang Motor Rantauprapat. Selain itu, penelitian oleh Fadilah & Supendi (2024) mengungkap bahwa kualitas layanan berkontribusi positif terhadap volume penjualan Toko Kopi Seduh, sementara penelitian Maulla *et al.* (2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan berdampak signifikan terhadap volume penjualan di Alifah Griya Muslimah. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa nilai pelanggan,

kepuasan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Alif & Engkur (2020) menemukan bahwa faktor tersebut memengaruhi loyalitas pasien di RSU Persahabatan. Triana (2017) mengungkap bahwa kualitas pelayanan berdampak positif pada kepuasan pelanggan Soerabi Bandung Enhaii. Zulkarnaini *et al.* (2024) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan citra merek memengaruhi kepuasan pelanggan OPBekasi. Selain itu, Puspitasari & Aprileny (2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen aplikasi Grab. Temuan ini menegaskan pentingnya kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.



Gambar 2. Analisis Penyebab Ketidakpuasan Pelanggan di Kedai Om Bew (Temuan Sebelum Proyek di Kedai Om Bew & Billiard, 2024)

Berdasarkan gambar analisis penyebab ketidakpuasan pelanggan di Kedai Om Bew di atas, terdapat beberapa faktor utama yang menjadi perhatian dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Dari sisi fasilitas, ketidakpuasan muncul akibat fasilitas yang tidak terawat dan peralatan usang, yang berdampak pada kenyamanan pengunjung. Kualitas karyawan juga menjadi fokus, terutama karena belum adanya sistem absensi yang jelas serta pembagian tugas yang kurang terstruktur. Hal ini menyebabkan pelayanan belum maksimal karena belum diterapkannya standar kerja yang baku di Kedai. Selain itu, tidak adanya menu autentik dan pengelolaan stok yang kurang optimal juga menjadi permasalahan yang mengakibatkan pengalaman pengunjung terasa monoton dan kurang memuaskan.

Temuan terkait kualitas layanan karyawan di Kedai Om Bew & Billiard diperoleh dari survei yang melibatkan 112 pengunjung selama kurang lebih satu minggu melalui *Google Form*. Tingkat kepuasan pelanggan hanya mencapai 46,5%, sementara ketidakpuasan mencapai 53,5% (Tim Proyek, 2024). Kondisi ini menunjukkan adanya permasalahan nyata pada kualitas layanan yang berpotensi menurunkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peningkatan kualitas layanan menjadi fokus utama dalam upaya mendukung peningkatan penjualan sebesar 45% dari kuartal 3 ke kuartal 4. Strategi yang diterapkan diharapkan dapat meningkatkan daya tarik bisnis, menarik lebih

banyak pelanggan, serta menciptakan pengalaman positif yang berdampak langsung pada peningkatan penjualan dan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

Sasaran Kegiatan

Sasaran utama proyek ini adalah generasi Z berpenghasilan menengah yang aktif menyukai permainan billiard, dan memiliki gaya hidup sosial tinggi. Mereka cenderung mencari pengalaman baru saat nongkrong dan memiliki daya beli yang memungkinkan mereka mengalokasikan penghasilan untuk hiburan. Pemilihan audiens ini didasarkan pada karakteristik dan kebiasaan mereka yang sesuai dengan konsep dan jam operasional Kedai Om Bew & Billiard, yaitu pukul 13.00 hingga 00.00. Selain itu, diadakan juga survei melalui *Google Form* untuk menilai keberhasilan strategi dalam proyek ini. Hasil survei mendapatkan 112 populasi pengunjung yang datang pada periode minggu ke-4 bulan Desember.

Masalah yang ingin dipecahkan

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Kedai Om Bew & Billiard serta survei yang telah dilakukan sebelum proyek dimulai, tim proyek menemukan beberapa permasalahan utama yang dihadapi kedai dalam aspek layanan dan pemasaran. (1) Kualitas layanan karyawan masih sangat kurang, terutama dalam hal performa dan respons terhadap pesan pengunjung. Hal ini disebabkan oleh kurangnya perhatian dari pemilik dalam memberikan arahan kepada karyawan terkait penanganan keluhan dan saran pelanggan. (2) Sistem kerja karyawan belum terstruktur dengan baik, terbukti dari tidak adanya sistem absensi yang jelas serta pembagian tugas yang belum terorganisir dengan optimal. (3) Fasilitas di kedai tidak terawat, dengan peralatan yang sudah usang dan kurangnya upaya perbaikan yang berdampak pada kenyamanan pengunjung. (4) Menu yang ditawarkan didominasi oleh makanan instan tanpa keunikan atau ciri khas yang membedakan kedai ini dari kompetitor lainnya. (5) Manajemen stok masih belum terorganisir dengan baik, sehingga dapat menghambat operasional kedai. Permasalahan ini berdampak pada penurunan penjualan dari kuartal pertama hingga kuartal ketiga.

Sebelum kegiatan dimulai, tim telah melakukan survei terhadap 112 pengunjung yang dipilih secara acak, di mana hanya 46,5% yang merasa puas dengan layanan kedai, sementara 53,5% lainnya merasa kurang puas dan menilai adanya aspek yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu, proyek ini difokuskan untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui perbaikan sistem kerja karyawan, peningkatan fasilitas, serta pengembangan menu autentik guna meningkatkan daya saing dan penjualan Kedai Om Bew & Billiard.

Solusi untuk mengatasi permasalahan di Kedai Om Bew & Billiard berfokus pada peningkatan kualitas layanan. Peningkatan kualitas layanan dilakukan dengan memperbaiki kecepatan respons karyawan, baik di media sosial (maksimal 20 menit) maupun dalam penyajian pesanan (maksimal 20 menit). Kedisiplinan ditingkatkan dengan aturan keterlambatan maksimal tiga kali dan izin absen maksimal dua kali per bulan. Selain itu, sistem penanganan keluhan diperbaiki dengan mencatat dan menindaklanjuti masukan pelanggan, dengan target mengurangi jumlah keluhan menjadi maksimal empat topik per bulan.

MATERI DAN METODE

Materi

Kualitas layanan yang diberikan pun berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pengunjung untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan, karena kualitas dan harga merupakan indikator pembelian yang digunakan oleh pengunjung (Cahya *et al.*, 2021). Menurut Lovelock (2010) dalam Riana & Nafiati (2021), kualitas layanan adalah sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi dan melampaui harapan para pengunjung. Menurut Febriani & Surono (2022), kualitas layanan berkaitan erat dengan persepsi pelanggan tentang mutu suatu usaha, semakin baik pelayanan yang akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga usaha tersebut akan dinilai semakin bermutu. Sedangkan menurut Rushton & Caron (1989) dalam Purnomo (2022) berpendapat bahwa kualitas layanan mengacu pada kualitas hasil sebagaimana yang diterima pengunjung dan kualitas proses sebagai cara pelayanan disampaikan. Di sisi lain, Maulla *et al.* (2022) mengatakan kalau kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan berdasarkan perbandingan antar keinginan dan kinerja yang dirasakan pelanggan setelah menerima jasa tersebut.

Kualitas layanan berdampak pada kepuasan pengunjung dalam membangun hubungan dengan suatu usaha (Fadilah & Supendi, 2024). Pengaruh kualitas layanan ini dapat meningkatkan kepercayaan pengunjung, mendorong mereka untuk kembali menjadi pengunjung, yang pada akhirnya berkontribusi volume penjualan. Dengan demikian, volume penjualan akan bertambah seiring pengalaman pengunjung yang positif, dan kualitas layanan yang baik dari usaha tersebut dapat mengurangi kemungkinan pengalaman kurang menyenangkan bagi pengunjung (Fadilah & Supendi, 2024).

Jong (2021) mengatakan terdapat faktor utama yang menentukan kualitas layanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang diterima (*perceived service*). Menurut Cahya *et al.* (2021), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas layanan yang diharapkan dan diakui oleh pengunjung, di antaranya: (1) Janji perusahaan, (2) Tradisi dan pemikiran, (3) Pengalaman sebelumnya, (4) Tradisi lisan dan komunikasi, dan (5) Keinginan Pribadi. Selain itu, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi layanan yang diakui, ada tiga faktor (Cahya *et al.*, 2021): (1) Fisik perusahaan dan sumber daya teknis, (2) Pekerja dari layanan pengunjung, dan (3) Klien yang berpartisipasi.

Menurut Kotler *et al.* (2017) dalam Muhtarom *et al.* (2022), ada lima indikator utama dalam mengukur kualitas pelayanan ini, di antaranya: (1) *Tangibles* atau aspek fisik, (2) *Reliability* atau keandalan, (3) *Responsiveness* atau tanggapan, (4) *Assurance* atau jaminan, dan (5) *Empathy* atau empati.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode action research dengan pendekatan partisipatif, reflektif, dan bersifat siklus berulang. Evaluasi proyek dilakukan secara berkelanjutan melalui tahapan perencanaan, implementasi, observasi, dan refleksi untuk mengidentifikasi serta mengatasi permasalahan terkait kualitas layanan di Kedai Om Bew & Biliar. Tahap perencanaan diawali dengan identifikasi tantangan utama, yaitu

penurunan penjualan dan kualitas layanan yang belum optimal. Untuk mengatasinya, strategi peningkatan kualitas layanan diterapkan melalui pelatihan karyawan berbasis daring serta evaluasi berkala terhadap performa kerja mereka.

Keberhasilan strategi ini diukur berdasarkan kinerja karyawan dan efektivitas dalam penanganan keluhan pelanggan. Penilaian terhadap kinerja karyawan mencakup indikator seperti kecepatan merespons pelanggan, ketepatan waktu dalam memberikan layanan, serta kedisiplinan terkait kehadiran dan ketepatan waktu. Di samping itu, respons terhadap keluhan pelanggan menjadi aspek penting, di mana setiap masukan yang berkaitan dengan fasilitas maupun layanan ditindaklanjuti secara cepat guna meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung.

Sebagai indikator utama dalam menilai efektivitas strategi ini, survei kepuasan pelanggan digunakan untuk memastikan bahwa langkah-langkah perbaikan yang diterapkan memberikan dampak positif terhadap pengalaman pelanggan. Jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan belum mencapai hasil yang diharapkan, maka dilakukan penyesuaian strategi secara berkelanjutan sebagai upaya untuk mendorong loyalitas pelanggan dan mendukung peningkatan penjualan di Kedai Om Bew & Biliar.

Waktu dan Lokasi Pelaksanaan

Jangka waktu proyek ini dilakukan selama 3 bulan, yaitu dari bulan Oktober 2024 sampai dengan Desember 2024. Proyek dilaksanakan di Kedai Om Bew & Billiard yang terletak di Ruko Marco, Jl. Wibawa Mukti II No.2, RT.004/RW.001, Jatiluhur, Kec. Jatiasih, Kota Bekasi, Jawa Barat 17425. Lokasi Kedai Om Bew & Billiard sangat strategis karena terletak di pemukiman padat yang juga dekat dengan pintu tol Jati Asih 2, dan berada di jalur utama yang sering dilalui pekerja pulang kerja dari PT/pabrik sekitar, sehingga menjadikannya mudah diakses pengunjung dari berbagai area.

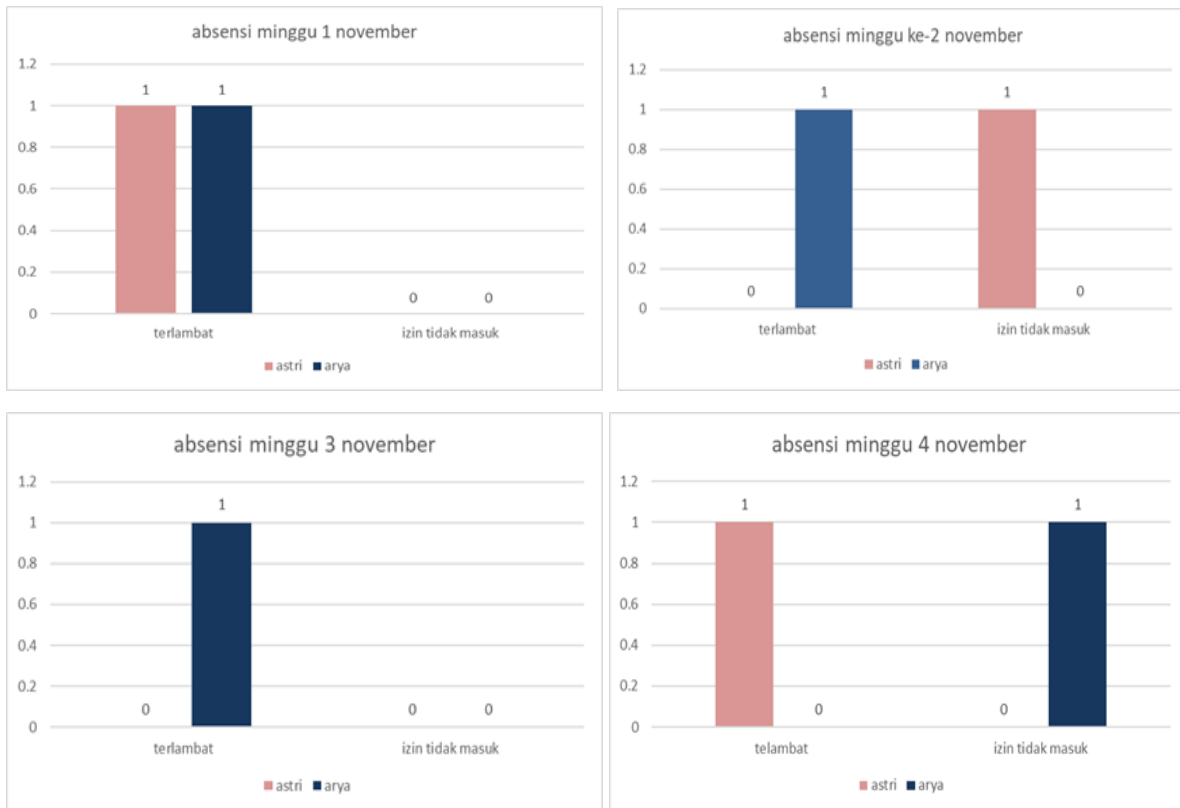
HASIL DAN EVALUASI

Pelaksanaan Kegiatan

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kedai Om Bew & Biliar, standar kehadiran karyawan menjadi salah satu aspek yang dievaluasi sebagai bagian dari upaya peningkatan kualitas layanan. Ketentuan absensi yang berlaku menetapkan batas maksimal keterlambatan sebanyak tiga kali, dengan toleransi keterlambatan maksimal 15 menit, serta izin tidak masuk sebanyak dua kali dalam satu bulan. Sistem absensi karyawan yang digunakan bertujuan untuk memantau kinerja secara berkala dan memastikan kedisiplinan dalam menjalankan tugas operasional harian.

Berdasarkan hasil rekapitulasi absensi bulan November (lihat Gambar 3), seluruh karyawan masih berada dalam batas toleransi yang telah ditentukan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kedisiplinan karyawan dalam hal kehadiran relatif baik dan tidak memerlukan intervensi khusus dalam siklus awal kegiatan. Fokus kegiatan pun diarahkan pada aspek lain yang lebih mendesak, seperti pelatihan keterampilan pelayanan.

Namun demikian, monitoring tetap dilakukan secara berkelanjutan untuk mengantisipasi potensi penurunan kedisiplinan di masa mendatang, terutama apabila terjadi penambahan beban kerja atau perubahan jadwal operasional. Evaluasi terhadap absensi ini juga menjadi landasan dalam menentukan fokus pengembangan sumber daya manusia berikutnya, agar pelatihan dan pembinaan yang diberikan dapat lebih tepat sasaran. Kedisiplinan dalam kehadiran merupakan elemen penting dalam mendukung efektivitas pelayanan dan menjaga kepuasan pelanggan secara konsisten.



Gambar 3.

Absensi Bulan November (Lembar Excel yang Diambil dari Olsera Kedai Om Bew & Billiard)

Melalui hasil tersebut, fokus kegiatan pada siklus kedua dialihkan kepada pelatihan peningkatan keterampilan pelayanan, khususnya dalam aspek penanganan komplain dan saran dari pelanggan. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas karyawan dalam menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung.

Selain aspek pelatihan, kegiatan juga mencakup penanganan keluhan pelanggan sebagai bentuk komitmen mendengarkan dan menindaklanjuti aspirasi pengunjung. Dalam siklus pertama, tim proyek melakukan evaluasi terhadap menu makanan dan minuman yang tersedia di Kedai Om Bew & Biliar. Berdasarkan hasil evaluasi (lihat Gambar 4), diketahui bahwa menu yang berbasis *frozen food* masih mendominasi. Tim melakukan inovasi dengan menambahkan menu khas yang lebih autentik, seperti *pancong*, untuk meningkatkan daya tarik dan keunikan kedai.



Gambar 4. Penanganan-penanganan Keluhan di Kedai Siklus 1 (Dokumentasi Tim Proyek, 2024)

Selain diversifikasi menu, dilakukan juga penambahan stok makanan dan minuman secara signifikan. Sebelum pelaksanaan proyek, nilai stok berada di bawah Rp500.000,00. Namun, setelah intervensi proyek, jumlah tersebut meningkat menjadi Rp4.000.000,00. Langkah ini bertujuan untuk mengantisipasi permintaan pelanggan, meskipun pengelolaan persediaan tetap perlu dioptimalkan agar tidak terjadi kekurangan atau kelebihan stok.

Dari sisi fasilitas, kedai sebelumnya belum memiliki alat penyimpanan yang memadai. Sebagai solusi, tim bersama pemilik usaha menambahkan *freezer* dan *showcase* untuk mendukung penyimpanan produk secara lebih efisien.

Untuk mendukung layanan secara digital, tim juga menetapkan standar pelayanan respons terhadap pesan langsung (*direct message/DM*) di media sosial, dengan waktu maksimal balasan selama 20 menit. Namun, standar ini belum dapat diterapkan secara konsisten. Tim menetapkan satu orang karyawan yang bertanggung jawab secara khusus untuk menangani pesan masuk guna meningkatkan responsivitas dan kualitas pelayanan *online*.

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan pada siklus kedua proyek, yang berlangsung pada bulan Desember. Fokus evaluasi ini adalah perbaikan terhadap hasil pelaksanaan siklus pertama, khususnya dalam peningkatan kualitas layanan di Kedai Om Bew & Billiard. Upaya ini merupakan bagian dari strategi berkelanjutan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan mendukung peningkatan penjualan.

Sebagai langkah awal, tim melaksanakan pelatihan *customer service* secara daring melalui platform MySkill. Pelatihan ini mencakup beberapa topik penting yang relevan dengan operasional kedai, antara lain *Basic Customer service Skills*, *Service Excellence*, *Handling Complaints*, *Customer service Workflow*, dan *Importance of Customer service Skills*. Pelatihan ini diikuti oleh seluruh karyawan sebagai bentuk penguatan kapasitas pelayanan dalam menghadapi berbagai situasi dengan pelanggan.



Gambar 5.
Pelatihan Service Excellence Karyawan Kedai Om Bew & Billiard (Dokumentasi Tim Proyek, 2024)

Di samping pelatihan, penanganan keluhan pelanggan kembali menjadi perhatian utama dalam siklus kedua. Evaluasi dilakukan terhadap efektivitas penyelesaian keluhan yang masuk, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Tim mencatat adanya peningkatan responsivitas serta perubahan pendekatan yang lebih empatik dari para karyawan dalam menangani komplain.

Pada bulan Desember, pengelolaan stok makanan dan minuman juga mengalami peningkatan. Nilai stok bertambah dari Rp4.000.000,00 menjadi Rp7.000.000,00 guna mengantisipasi lonjakan kunjungan dan memperluas pilihan menu. Dari sisi fasilitas, beberapa perbaikan telah dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung, seperti penambahan enam stik billiard sesuai masukan pelanggan, serta pengecatan ulang lantai 1 untuk meningkatkan daya tarik visual kedai.

Meski demikian, beberapa target perbaikan belum terealisasi karena keterbatasan anggaran dan waktu. Hal-hal tersebut antara lain pengecatan ulang lantai 2 dan 3, renovasi kamar mandi lantai 3, perluasan mushola dan tempat wudhu, serta penggantian sistem penerangan yang masih dinilai terlalu redup. Tim mencatat poin-poin ini sebagai prioritas perbaikan lanjutan pada tahap berikutnya.

Sebagai bentuk evaluasi berbasis data, pada minggu ke-4 bulan Desember tim proyek melaksanakan survei melalui *Google Form* yang disebarluaskan kepada pengunjung kedai selama periode tersebut. Survei ini berhasil mengumpulkan 112 responden, dan hasilnya menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan mencapai 93%, meningkat signifikan sebesar 46,5% dibandingkan sebelum proyek dimulai. Selain itu, 92% responden menyatakan akan melakukan pembelian ulang (*repeat order*), dan 88% menyatakan bersedia merekomendasikan kedai kepada orang lain.

Hasil ini menunjukkan bahwa strategi penguatan kualitas SDM dan perbaikan fasilitas yang diterapkan selama dua siklus kegiatan memberikan dampak nyata dan positif terhadap peningkatan kepuasan serta loyalitas pelanggan Kedai Om Bew & Billiard.

Tim juga berhasil menyelesaikan sebagian besar dari 12 permasalahan awal yang diidentifikasi, sehingga tersisa hanya 3 permasalahan yang belum teratasi dan 2 permasalahan lainnya yang masih memerlukan tindak lanjut. Keberhasilan ini tercermin dari peningkatan pendapatan pada kuartal keempat, yaitu sebesar 52,54% dibandingkan kuartal sebelumnya. Pendapatan yang awalnya mencapai Rp53.416.000 pada kuartal pertama mengalami penurunan menjadi Rp46.181.000 dan Rp45.449.000 pada kuartal kedua dan ketiga, sebelum akhirnya melonjak menjadi Rp69.325.000 pada kuartal keempat, tepat saat proyek pengabdian ini berjalan. Data tersebut menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan memberikan kontribusi signifikan dalam mendongkrak penjualan serta mendorong pertumbuhan bisnis di Kedai Om Bew & Billiard.

SIMPULAN

Hasil evaluasi dari 112 responden menunjukkan peningkatan signifikan dalam tingkat kepuasan pengunjung Kedai Om Bew & Billiard, dari 46,5% menjadi 93%. Peningkatan ini berdampak positif pada tingkat repeat order, dengan 92% pengunjung menyatakan akan kembali, serta loyalitas pelanggan yang tercermin dari 88% pengunjung yang bersedia merekomendasikan kedai kepada orang lain. Selain itu, tim berhasil menyelesaikan sebagian besar dari 12 permasalahan awal, menyisakan hanya 3 permasalahan yang belum teratasi dan 2 yang masih perlu tindak lanjut. Keberhasilan ini tercermin pada peningkatan pendapatan kuartal keempat sebesar 52,54% dibandingkan kuartal sebelumnya. Keseluruhan hasil ini menegaskan bahwa strategi peningkatan kualitas layanan secara langsung berkontribusi pada peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis di Kedai Om Bew & Billiard.

Saran Kegiatan Lanjutan

Kedai Om Bew & Billiard perlu menyelesaikan perbaikan fasilitas yang belum terealisasi, seperti pengecatan lantai 2 dan 3, renovasi mushola, kamar mandi, dan pencahayaan area billiard. Pengembangan menu autentik juga perlu dilanjutkan, bisa bekerjasama dengan UMKM lokal untuk menambah variasi.

Pelatihan karyawan harus rutin dilakukan untuk menjaga kualitas layanan, serta evaluasi sistem absensi dan pembagian tugas agar operasional lebih efisien. Selain itu, penambahan kursi dan meja serta penataan ulang area kasir dianjurkan untuk meningkatkan kapasitas dan kenyamanan pelanggan.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Faris Faruqi, SE., ME., CSRS dari STIE Indonesia Jakarta, selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama proses pelaksanaan kegiatan ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada pemilik dan seluruh karyawan Kedai Om Bew & Billiard atas dukungan, kerja sama, serta kemudahan akses data yang diberikan, sehingga kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan lancar. Semoga kerja sama yang terjalin dapat terus berlanjut di masa yang akan datang.

REFERENSI

- Alif, A., & Engkur, E. (2020). Pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas (Studi Kasus pada Pasien RSUD. Persahabatan). *Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia* Jakarta. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2616>
- Cahya, A. D., Puteri, A. J., & Sukma, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Penjualan (Studi pada Tongkleng Nglotok Yogyakarta). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(2), 940-951. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.418>
- Fadilah, N. Z., & Supendi, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan Usaha Toko Kopi Seduh. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 8(1), 37-50. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpeka/article/view/25815>
- Fatimah, A. (2022). Pengaruh CRM (Customer Relationship Management) Dan Kualitas Kerja terhadap Omzet Penjualan pada PT Dok Dan Perkapalan Kodja Bahari (Persero) Cabang Banjarmasin. *BIMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1(1), 26-33. <https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/IBM/article/view/1316>
- Febriani, I. D., & Surono, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Cheese Chicken Palembang. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 831-839. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/809>
- Jong, N. W. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen PT. Sentra Oli, Pare Pare, Sulawesi Selatan. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 6(2), 162-171. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2076>
- Junita, J., Nasution, A. P., & Simanjourang, E. F. S. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan Dan Brand Preference Terhadap Tingkat Penjualan Pada Toko Bintang Terang Motor Rantauprapat. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 1-8. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1431>
- Maula, N. M., Ikhwan, S., & Fitralisma, G. (2022). Pengaruh E-commerce, Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Penetapan Harga Terhadap Volume Penjualan Hijab pada Alifah Griya Muslimah. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 5077-5086. <https://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/1864>
- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). Analisis persepsi harga, kualitas pelayanan, customer relationship marketing, dan kepercayaan terhadap peningkatan

- penjualan dimediasi loyalitas pelanggan pada umkm ayam potong *online* elmonsu. *Jesyia (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 743-755. DOI: <https://doi.org/10.36778/jesyia.v5i1.628>
- Purnomo, S. (2022). Pengaruh Kualitas E-Service Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Penjualan *Online* Repurchase in Lazada Indonesia di Kota Semarang. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3), 616-620. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i3.1204>
- Puspitasari, R., & Aprileny, I. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab di PT. Sido Muncul Kebon Jeruk). *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/3393>
- Riana, I. R., & Nafiati, L. (2021). Pengaruh Persepsi Etika Bisnis Islam, Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan Umkm Kota Yogyakarta. *Jurnal REKSA: Rekayasa Keuangan, Syariah Dan Audit*, 8(1), 59-66. <https://doi.org/10.12928/j.reksa.v8i1.3871>
- Sinurat, C. W. (2024). Strategi Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Penjualan Hunian Homestay di Huta Siallagan, Kabupaten Samosir. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 5(01), 69-87. <https://doi.org/10.54209/jasmien.v5i01.804>
- Triannah, L., Pranitasari, D., & Rahmanasari, T. E. (2017). Analisis kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi kasus pada Soerabi Bandung Enhaii cabang Rawamangun). *Media Studi Ekonomi*, 20(1).
- Zulkarnaini, Z., Suhardi, Y., Akhmadi, A., Darmawan, A., & Fanindia, R. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 7(1), 13-22. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v7i1.1111>

FUNDING

Tidak ada informasi mengenai sumber pendanaan kegiatan ini

COMPETING INTERESTS

Tidak ada konflik kepentingan untuk diungkapkan.