



Pengembangan Manajemen terhadap Kualitas Pelayanan UMKM Ayam Bakar di Cikarang Utara

Management Development on Service Quality of Grilled Chicken MSMEs in North Cikarang

Etty Zuliawati Zed^{1*}, Muh Rofif Perdana², Firda Farida³, Titin Oktaviana⁴

¹⁻⁴ Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Alamat: Jl. Inspeksi Kalimalang No.9, Cibatu, Cikarang Sel., Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530

Korespondensi email: ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id

Article History:

Received: November 01, 2024

Revised: November 18, 2024

Accepted: Desember 09, 2024

Published: Desember 10, 2024

Keywords: Management, Quality, Service, MSMEs

Abstract: This study aims to analyze the effect of management development on improving service quality in grilled chicken MSMEs. The research method used is a quantitative approach with survey techniques on a number of grilled chicken MSMEs. The results showed that management development, which includes aspects of resource management, operational system development, and customer satisfaction, has a significant effect on service quality. These findings are expected to be a reference for MSME players in increasing competitiveness through structured management improvements. The implication of this study is the importance of continuous management improvement in improving service quality.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengembangan manajemen terhadap peningkatan kualitas pelayanan pada UMKM ayam bakar. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei pada sejumlah UMKM ayam bakar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan manajemen, yang meliputi aspek pengelolaan sumber daya, pengembangan sistem operasional, dan kepuasan pelanggan, berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing melalui perbaikan manajemen yang terstruktur. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya perbaikan manajemen berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Manajemen, Kualitas, Pelayanan, UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya menjadi penyumbang signifikan bagi produk domestik bruto (PDB), tetapi juga berkontribusi pada penyerapan tenaga kerja dalam jumlah besar. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, lebih dari 60% PDB Indonesia berasal dari sektor UMKM, menjadikannya tulang punggung ekonomi nasional. Namun, di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, keberlangsungan UMKM sangat bergantung pada kemampuannya dalam beradaptasi dan meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini terutama berlaku bagi sektor kuliner seperti usaha Ayam Bakar, di mana pengalaman pelanggan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi loyalitas dan keberlanjutan usaha.

Pelayanan berkualitas adalah aspek fundamental yang dapat memberikan nilai tambah bagi UMKM, terutama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun, banyak UMKM menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten, kurangnya pelatihan, dan manajemen usaha yang belum optimal (Juli, Studi, and Ayam 2023). Padahal, pengelolaan manajemen yang baik berperan penting dalam menciptakan standar layanan yang konsisten, efisien, dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam konteks ini, manajemen yang terstruktur tidak hanya mampu meningkatkan kualitas pelayanan, tetapi juga membantu UMKM menghadapi perubahan pasar yang dinamis dan meningkatkan daya saing usaha di tingkat lokal maupun nasional. Menurut Hardana & Damisa dalam berbisnis para pelaku usaha kecil menengah perlu adanya pelatihan sebagai bentuk penguatan bisnis agar bisnis bisa berjalan secara keberlanjutan (Ernayani et al. 2023).

Berbagai penelitian sebelumnya telah menyoroti pentingnya penerapan strategi manajemen dalam meningkatkan kualitas layanan UMKM. Namun, implementasi konsep tersebut di lapangan masih menghadapi banyak kendala, terutama karena minimnya pemahaman tentang penerapan manajemen modern yang sesuai dengan kebutuhan usaha kecil. Sektor kuliner, seperti Ayam Bakar, sering kali memiliki potensi besar untuk berkembang tetapi kurang memanfaatkan pendekatan berbasis manajemen strategis. Hal ini mengakibatkan rendahnya efisiensi operasional dan kesulitan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, meskipun produk yang ditawarkan berkualitas baik (Baharsyah and Suherman 2023).

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi bagaimana pengembangan manajemen dapat diterapkan guna memperbaiki kualitas pelayanan pada UMKM Ayam Bakar, sehingga dapat mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan, memberikan rekomendasi langkah strategis, serta merancang pendekatan manajemen yang praktis dan relevan dengan kebutuhan UMKM. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademis, tetapi juga menjadi referensi praktis bagi pengelola UMKM dalam mengembangkan usaha di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

2. METODE PENELITIAN

Pengabdian ini dilakukan untuk membantu UMKM Ayam Bakar di Cikarang Utara meningkatkan pengelolaan usaha sekaligus memperbaiki kualitas pelayanan melalui

pendekatan praktis. Metode yang digunakan melibatkan beberapa langkah strategis, yaitu *pelatihan dan pendampingan, peningkatan kapasitas SDM (karyawan), dan fasilitasi penggunaan teknologi*. Fokus pengabdian mencakup lima poin penting: visi misi, standar kualitas produk, pelatihan SDM, evaluasi, dan inovasi.

Visi dan Misi

Dalam pengabdian ini, visi dan misi usaha dijadikan landasan untuk merancang strategi pengembangan. Sebagai pemilik, saya percaya usaha ini tidak hanya soal menjual makanan, tapi juga memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan. Visi kami adalah "menjadi UMKM makanan terdepan yang dikenal dengan cita rasa otentik dan pelayanan ramah." Misinya, menjaga kualitas rasa ayam bakar, memperbaiki pelayanan, dan memperluas pasar dengan teknologi.

Standar Kualitas Ayam Bakar

Tim pengabdian membantu menyusun standar kualitas untuk menjaga konsistensi rasa. Proses ini melibatkan cara memilih bahan baku, proses marinasi, hingga penyajian. Kami memastikan ayam yang digunakan selalu segar, bumbu diolah tanpa bahan pengawet, dan setiap sajian memenuhi ekspektasi pelanggan. Tim juga memberikan saran untuk mengatur waktu penyajian agar pelanggan tidak menunggu terlalu lama.

Pelatihan SDM (Karyawan)

Karena hanya memiliki satu karyawan, pelatihan dilakukan dengan pendekatan sederhana namun langsung ke inti masalah. Karyawan dilatih untuk:

- a. Melayani pelanggan dengan ramah dan profesional.
- b. Menjaga kebersihan dapur dan area makan.
- c. Mengelola pesanan dari platform digital seperti GoFood dan ShopeeFood agar tidak ada keterlambatan.



Gambar 1. Tempat Pelayanan Pelanggan

Evaluasi Operasional

Setelah pelatihan dan pendampingan, evaluasi rutin dilakukan. Contohnya, kami melihat bagaimana karyawan menerapkan SOP dalam melayani pelanggan. Feedback dari pelanggan, baik pujian maupun keluhan, juga dijadikan bahan evaluasi. Selain itu, penjualan harian dipantau untuk melihat apakah ada peningkatan setelah inovasi diterapkan.

Inovasi dalam Pengelolaan Bisnis

Inovasi menjadi fokus utama pengabdian ini. Dengan bantuan tim, kami mulai menggunakan pembayaran digital QRIS untuk memudahkan transaksi pelanggan. Kami juga belajar memanfaatkan media sosial untuk promosi, seperti membuat konten video sederhana tentang proses memasak ayam bakar. Selain itu, kami merancang variasi menu baru, seperti ayam bakar rasa pedas manis yang menjadi favorit pelanggan.

Pengabdian ini dijalankan dengan melibatkan pemilik usaha secara aktif dalam proses pelatihan, implementasi, dan evaluasi, sehingga solusi yang diterapkan sesuai dengan kebutuhan nyata di lapangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan

UMKM Ayam Bakar menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan usaha dan peningkatan kualitas pelayanannya. Permasalahan utama yang teridentifikasi meliputi:

Persaingan Pasar yang Ketat

Keberadaan pesaing dengan modal lebih besar menjadi ancaman signifikan. Mereka mampu menjual produk serupa dengan harga lebih rendah, sehingga memengaruhi daya saing UMKM ini. Kondisi ini mendorong kebutuhan untuk menemukan strategi baru agar tetap relevan di pasar.

Keterbatasan Sumber Daya

hanya satu karyawan yang tersedia, efisiensi operasional menjadi tantangan besar. Pengelolaan waktu dan sumber daya yang kurang optimal dapat berdampak pada kepuasan pelanggan dan produktivitas usaha.

Kurangnya Inovasi Teknologi

UMKM Ayam Bakar belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital, seperti penggunaan platform e-commerce atau aplikasi pemesanan online. Hal ini menyebabkan terbatasnya jangkauan konsumen dan kurangnya kemudahan dalam proses transaksi.

Lambatnya Respons terhadap Tren Pasar

Meskipun memiliki produk dengan cita rasa yang teruji, usaha ini sering terlambat dalam menyesuaikan diri dengan tren pasar, seperti memperkenalkan menu baru atau metode pemasaran modern. Keterlambatan ini dapat mengurangi daya tarik konsumen terhadap usaha (Putra et al. 2022)

Minimnya Strategi Peningkatan Pelayanan

Pelanggan sering kali memberikan masukan positif, tetapi kritik terhadap lambat nya pelayanan dan kurangnya variasi menu menunjukkan perlunya perbaikan di aspek pelayanan dan pengembangan produk untuk memenuhi ekspektasi konsumen.

Permasalahan-permasalahan ini membutuhkan pendekatan yang komprehensif dalam pengembangan manajemen, inovasi layanan, dan adaptasi teknologi agar UMKM Ayam Bakar dapat meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bagaimana pengembangan manajemen dapat meningkatkan kualitas pelayanan pada UMKM Ayam Bakar. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan, serta observasi langsung di lokasi usaha. Penelitian ini memfokuskan pada evaluasi aspek manajemen yang sudah diterapkan dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Berikut adalah rangkuman hasil dari wawancara berbasis 7 pertanyaan utama yang diajukan kepada narasumber:

Apa yang mendorong Bapak/Ibu untuk memulai usaha UMKM ayam bakar?

Pada awalnya sebelum menjual ayam bakar pemilik jualan pecel 3th dan semakin banyak pesaingan, pemilik beralih menjual ayam bakar dan sop karna lebih banyak peminatnya.

Apa kendala utama saat ini dalam pengelolaan usaha?

Kendala sangat berat dalam penjualan adalah munculnya pesaing baru yang memiliki modal lebih besar hingga menjual dibawah standar.

Apa rencana pengembangan yang Anda miliki untuk meningkatkan kualitas pelayanan di masa depan?

Mengikuti perkembangan saat ini seperti penggunaan qris untuk metode pembayaran dan menggunakan jasa seperti go food dan shopee food dalam menjangkau konsumen.

Bagaimana tanggapan pelanggan atas layanan yang diberikan?

Pemilik sering mendapatkan saran positif dari konsumen dalam perkembangan usahanya dikarenakan lambat dalam mengikuti trend yang ada.

Apa yang membedakan usaha ayam bakar Anda dengan pesaing di sekitar Anda?

Selain dari cita rasa yang sudah tidak diragukan lagi, pelayanan dan harga yang ditawarkan juga menjadi daya tarik konsumen untuk tetap membeli ayam bakar.

Bagaimana cara Anda mengembangkan produk ayam bakar agar tetap menarik dan tidak monoton bagi pelanggan?

Dalam pengembangan menjaga rasa dari tahun ke tahun sangat penting dan selalu mengikuti perkembangan yang ada.

Seberapa lama Bapak/Ibu telah menjalankan usaha ini?

Usaha ayam bakar telah berdiri dari tahun 2006 hingga saat ini dan memiliki 1 orang karyawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan manajemen, seperti pemanfaatan teknologi, pelayanan dan menjaga cita rasa dapat menjadi solusi efektif untuk mengatasi berbagai permasalahan yang ada dalam meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan manajemen pada UMKM Ayam Bakar memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus menjaga daya saing di tengah persaingan yang semakin ketat. Pembahasan ini berfokus pada analisis lebih mendalam terkait temuan penelitian, mulai dari motivasi pemilik dalam memulai usaha, kendala utama yang dihadapi, hingga strategi pengembangan yang telah direncanakan (Sobar et al. 2023).

Pertama, alasan utama pemilik usaha beralih ke bisnis ayam bakar adalah karena faktor peluang pasar yang lebih besar dibandingkan usaha sebelumnya, yaitu pecel. Keputusan ini mencerminkan kemampuan adaptasi pemilik dalam membaca perubahan tren konsumen. Namun, tantangan yang muncul di kemudian hari, seperti keberadaan pesaing dengan modal lebih besar yang mampu menjual produk di bawah harga standar, menjadi pengingat pentingnya inovasi dan pengelolaan manajemen yang strategis untuk mempertahankan pelanggan dan menarik konsumen baru.



Gambar 2. Warung Ayam Bakar Ibu Mus

Dalam hal kendala, salah satu masalah utama yang dihadapi adalah persaingan harga dari pesaing yang lebih besar. Masalah ini menuntut UMKM untuk tidak hanya berkompetisi melalui harga, tetapi juga meningkatkan nilai tambah dari produk dan layanan yang ditawarkan. Nilai tambah ini dapat berupa kualitas cita rasa yang konsisten, pelayanan pelanggan yang lebih baik, atau penggunaan teknologi untuk memperluas jangkauan konsumen, seperti melalui aplikasi pemesanan online dan metode pembayaran berbasis digital (Nenden Liska Gipari et al. 2024).

Selain itu, pemilik usaha menyadari pentingnya mengikuti perkembangan teknologi untuk menjawab kebutuhan konsumen modern. Rencana untuk menerapkan metode pembayaran QRIS dan memanfaatkan platform digital seperti GoFood dan ShopeeFood menunjukkan komitmen pemilik dalam berinovasi. Hal ini sejalan dengan kebutuhan pasar saat ini, di mana kemudahan dalam proses transaksi menjadi salah satu faktor yang meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tanggapan pelanggan menjadi aspek penting lain yang perlu dipertimbangkan. Konsumen memberikan masukan positif terhadap produk, terutama terkait cita rasa ayam bakar yang konsisten. Namun, beberapa kritik yang menyebut lambatnya usaha dalam mengikuti tren juga menjadi pengingat bahwa inovasi tidak hanya penting di tingkat produk, tetapi juga dalam pendekatan bisnis secara keseluruhan. UMKM perlu lebih responsif terhadap perubahan preferensi konsumen, misalnya dengan memperkenalkan menu baru atau meningkatkan efisiensi pelayanan.

Salah satu kekuatan utama yang dimiliki oleh UMKM Ayam Bakar ini adalah cita rasa produk yang telah teruji selama bertahun-tahun. Berdiri sejak 2006, usaha ini menunjukkan ketahanan yang baik dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis. Keberhasilan dalam menjaga cita rasa dari waktu ke waktu menjadi nilai jual unik yang membedakan usaha ini dari para pesaingnya (Setiawardani 2022). Hal ini didukung oleh upaya pemilik dalam memastikan bahwa kualitas produk tetap menjadi prioritas utama.

Namun, keberlanjutan usaha tidak hanya bergantung pada produk, tetapi juga pada kemampuan manajemen untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Dengan hanya memiliki satu orang karyawan, UMKM ini menghadapi tantangan dalam menjaga efisiensi operasional sambil tetap memberikan pelayanan terbaik. Oleh karena itu, investasi dalam pelatihan karyawan dan pengelolaan waktu operasional menjadi langkah penting untuk diambil.

Hasil penelitian juga menyoroti bahwa inovasi dalam menjaga variasi menu dan mengikuti tren dapat membantu UMKM ini tetap relevan di pasar. Misalnya, menambahkan variasi rasa atau memperkenalkan paket menu keluarga bisa menjadi langkah yang menarik bagi konsumen. Selain itu, fokus pada pemasaran yang lebih aktif, seperti melalui media sosial, dapat membantu usaha ini menjangkau lebih banyak pelanggan (Ula et al. 2024).

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa pengembangan manajemen menjadi kunci utama untuk mengatasi kendala yang ada, seperti persaingan pasar, keterbatasan sumber daya, dan kebutuhan untuk mengikuti perubahan tren konsumen. Dengan memanfaatkan teknologi, menjaga konsistensi produk, dan meningkatkan kualitas pelayanan, UMKM Ayam Bakar dapat mempertahankan posisinya sebagai pilihan utama bagi konsumen, sekaligus meningkatkan efisiensi operasional secara berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan manajemen memiliki peran krusial dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada UMKM Ayam Bakar. Faktor utama yang mendorong keberlanjutan usaha ini adalah kemampuan pemilik untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, menjaga cita rasa produk yang konsisten, dan memberikan pelayanan yang menarik bagi pelanggan.

Namun, beberapa kendala seperti persaingan harga dari usaha yang memiliki modal lebih besar, keterbatasan tenaga kerja, dan lambatnya adopsi teknologi masih menjadi tantangan yang perlu diatasi. Solusi yang diusulkan meliputi pemanfaatan teknologi seperti metode pembayaran QRIS dan platform pemesanan online, peningkatan efisiensi operasional melalui pelatihan karyawan, serta penerapan inovasi produk agar tetap relevan dengan kebutuhan konsumen.

Dengan strategi pengelolaan yang tepat, UMKM Ayam Bakar dapat mempertahankan daya saingnya di pasar yang kompetitif. Peningkatan kualitas pelayanan, pengelolaan manajemen yang lebih baik, dan penerapan inovasi berkelanjutan diyakini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus mendukung keberlanjutan usaha di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Baharsyah, S., & Universitas Medika Suherman. (2023). Pelatihan manajemen pemasaran untuk peningkatan kualitas pelayanan dan promosi pada usaha mikro kecil dan menengah. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5636(3), 298–307.

- Ernayani, R., Rakhmawati, E., Leuhery, F., Handayani, S., Sari, P., & Djaniar, U. (2023). Pelatihan manajemen usaha kecil dan menengah (UKM) untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. *Community Development Journal*, 4(4), 8393–8397.
- Gipari, N. L., Deswita, D. A., Fauzi, M. R., & Baihakhi, M. A. (2024). Strategi pengembangan kualitas UMKM untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Dusun IV Desa Wargaluyu Kabupaten Bandung. *Community Empowerment: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 45–54. <https://doi.org/10.15575/commen.v1i2.641>
- Juli, N., UMKM Studi, & Pada Ayam. (2023). Analisis kualitas produk untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal*, 2(7), 2518–2527.
- Putra, E. Y., Ng, D., Wilson, J., Alvina, J., & Ng, S. (2022). Peningkatan pelayanan pelanggan dan promosi UMKM La Sano Life untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan angka penjualan. *Abdi Wina Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 31. <https://doi.org/10.58300/abdiwina.v2i1.257>
- Setiawardani, M. (2022). Peran inovasi dalam membangun keunggulan bersaing sektor UMKM bidang kuliner pascadisrupsi akibat pandemi COVID-19 di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 8(1), 25–38. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v8i1.2616>
- Sobar, A., Permadi, I., Alhidayatullah, A., & Fathussyadah, E. (2023). Peningkatan kualitas produk dan layanan UMKM untuk meningkatkan daya saing. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(4), 3782. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i4.16383>
- Ula, R., Fauzi, A., Citaningtyas, D., Kadi, A., Unzia, R. A., & Hidayanti, T. R. (2024). Pendampingan UMKM dan peningkatan brand awareness pada usaha Ayam Bakar Layah Mas Bro. *Citakarya Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 1–10. <https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/citakarya>