

Sosialisasi Pentingnya Peningkatan Kualitas Produk Serta Layanan di UMKM Untuk Menghadapi Tantangan Digitalisasi

Socialization of the Importance of Improving Product and Service Quality in MSMEs to Face Digitalization Challenges

Suriyanti Suriyanti^{1*}, Novi Fitria Hermiati², Prasetyo Hari Sandi³, Arif Widodo Nugroho⁴

¹⁻³Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

⁴Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Indonesia

Alamat: Jl. Inspeksi Kalimalang No. 9, Cibatu, Cikarang Selatan, Kab. Bekasi

Korespondensi penulis: suriyanti308@gmail.com*

Article History:

Received: Desember 17, 2024;

Revised: Desember 31, 2024;

Accepted: Januari 20, 2025;

Published: Januari 22, 2025

Keywords : *Improvement, Product Quality, Service, Digitalization Challenges.*

Abstract. *The business world has undergone a major transformation as a result of the digital era, and this is also true for Indonesian MSMEs. While MSMEs play an important role in the economy, many of them still struggle to adjust to the rapid changes brought about by digital technology. MSMEs must be able to adapt to the increasingly fierce business competition to meet evolving consumer expectations. To stay relevant and compete in a dynamic market, MSMEs must quickly go digital as digitalization increases consumer expectations of service quality and shopping experience. The aim is to provide a Strategy for Improving Product and Service Quality in facing the challenges of digitalization. The method used has three stages, namely preparation, implementation and evaluation. Service activities provide implementation around strengthening digital marketing, product innovation, improving product quality, developing human resources, and opening collaborations with other parties that allow MSMEs to face challenges in this digitalization era. The results obtained are products that are easily accessible, innovative, and of high quality, and can adjust quickly to advances in digital technology.*

Abstrak.

Dunia bisnis telah mengalami transformasi besar sebagai akibat dari era digital, dan ini juga berlaku untuk UMKM Indonesia. Meskipun UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian, banyak di antaranya masih kesulitan menyesuaikan diri dengan perubahan cepat yang dibawa oleh teknologi digital. UMKM harus mampu beradaptasi dengan persaingan bisnis yang semakin ketat untuk memenuhi ekspektasi konsumen yang terus berkembang. Untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang dinamis, UMKM harus segera beralih ke digital karena digitalisasi meningkatkan ekspektasi konsumen terhadap kualitas layanan dan pengalaman belanja. Tujuan untuk memberikan Strategi Peningkatan Kualitas Produk dan Layanan dalam menghadapi tantangan digitalisasi. Metode yang digunakan ada tiga tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Kegiatan Pengabdian memberikan implementasi seputar Penguatan pemasaran digital, Inovasi produk, Peningkatan kualitas produk, Pengembangan sumber daya manusia, dan membuka Kolaborasi dengan pihak lain yang memungkinkan UMKM dapat menghadapi tantangan di era digitalisasi ini. Hasil yang didapatkan produk yang mudah diakses, inovatif, dan berkualitas tinggi, serta dapat menyesuaikan diri dengan cepat dengan kemajuan teknologi digital.

Kata kunci: Peningkatan, Kualitas Produk, Layanan, Tantangan Digitalisasi.

1. LATAR BELAKANG

Di era digital yang terus berkembang, keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, termasuk UMKM Dimsum Mentai Rice, menghadapi tantangan dan peluang yang semakin kompleks. Digitalisasi telah mengubah cara bisnis beroperasi secara signifikan dan menciptakan lanskap yang sangat kompetitif (Anggraeni et al., 2021). Meski pertumbuhan UMKM di Indonesia sudah mencapai 99% dari seluruh unit usaha, namun masih banyak di antara mereka yang kesulitan beradaptasi dengan teknologi baru. Digitalisasi tidak hanya memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengakses berbagai macam produk, namun hal ini juga berarti UMKM harus beradaptasi dengan cepat untuk memenuhi ekspektasi konsumen yang terus berubah (Andaiyani & Igamo, 2023).

Dimsum Mentai Rice, berfokus pada hidangan khas dimsum dengan variasi mentai dan telah muncul sebagai salah satu pemain di industri makanan cepat saji yang sedang berkembang pesat. Produk ini tidak hanya menyasar konsumen yang mencari makanan cepat saji, namun juga mereka yang mencari pengalaman bersantap unik. Namun pertumbuhan bisnis kuliner Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ditandai dengan banyaknya bermunculan pelaku bisnis baru yang menggunakan platform digital untuk menjangkau konsumen. Persaingan ini menjadi semakin ketat seiring dengan meningkatnya kesadaran dan preferensi konsumen terhadap produk makanan berkualitas tinggi, inovatif, dan mudah didapat secara online (Cao et al., 2021).

Dimsum Mentai Rice menawarkan produk yang menarik, namun tantangan yang dihadapi pemilik Ibu Iyusiana Mutiara Rahayu cukup besar. Sebagai pemilik tunggal, Ibu Iyusiana kesulitan mengelola operasional bisnis seperti pemasaran dan inovasi produk. Keterbatasan sumber daya manusia menjadi salah satu kendala utama, itulah sebabnya ia menjalankan usaha saat ini tanpa bantuan karyawan. Berdasarkan studi yang dilakukan (Dewi & Nasution, 2023), UMKM yang dikelola secara individual cenderung mengalami kesulitan dalam mengoptimalkan platform digital dan inovasi produk, yang sangat penting untuk meningkatkan daya saing. Hal ini membatasi kemampuan kami untuk mengoptimalkan berbagai platform digital dan mengembangkan inovasi yang diperlukan agar tetap kompetitif. Selain itu, kualitas dan konsistensi produk juga menjadi perhatian penting.

Dalam industri makanan, menjaga cita rasa dan kualitas produk adalah kunci untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Namun tantangan ini menjadi semakin kompleks karena cepatnya perubahan preferensi konsumen dan tuntutan untuk terus memberikan

inovasi baru (Noeraini & Sugiyono, 2016). Oleh karena itu, Dimsum Mentai Rice memerlukan sistem pengendalian produksi yang baik untuk memastikan seluruh produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang diharapkan konsumen.

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan, terdapat beberapa tantangan pada Dimsum Mentai Rice yang perlu diidentifikasi dan diatasi. Pertama dengan memahami situasi dan tantangan, Dimsum Mentai Rice dapat menyusun strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas produk dan layanannya serta mencapai pertumbuhan berkelanjutan di tengah tantangan digitalisasi. Pendekatan yang terencana dan sistematis akan membantu UMKM ini tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang di pasar yang sangat kompetitif. Kedua, Ibu Iyusiana menjalankan bisnis ini tanpa karyawan, sehingga memiliki sumber daya yang terbatas dan menyulitkan optimalisasi berbagai platform digital, sehingga membatasi inovasi dan pengembangan bisnis. Ketiga, tantangan menjaga konsistensi produk yang mengharuskan tetap menjaga kualitas dan rasa meskipun preferensi konsumen berubah dengan cepat, memerlukan sistem pengendalian produksi yang baik.

2. KAJIAN TEORITIS

Berdasarkan informasi yang kami dapatkan dari hasil wawancara pada UMKM Dimsum Mentai Rice, terdapat beberapa permasalahan diantaranya strategi pemasaran digital yang kurang efektif, kurangnya inovasi produk yang membedakan produk Dimsum Mentai Rice dengan produk Dimsum Mentai Rice lainnya, dan kurang akuratnya hasil laporan keuangan sehingga membutuhkan bantuan teknologi. Banyak UMKM, termasuk Dimsum Mentai Rice, menghadapi masalah besar di era modern. Faktor utama yang menghalangi pertumbuhan perusahaan adalah persaingan yang semakin ketat, kebutuhan konsumen yang terus berubah, dan keterbatasan sumber daya manusia. UMKM ini menghadapi tantangan untuk berinovasi secara berkelanjutan dan mengoptimalkan platform digital mereka meskipun telah berhasil menarik minat konsumen. Selain itu, menjaga kualitas produk tetap sama meskipun preferensi konsumen berubah juga menjadi tantangan tersendiri. Ini menunjukkan bahwa UMKM harus memiliki strategi yang komprehensif jika mereka ingin menghadapi dinamika pasar yang terus berubah (Harahap et al., 2021).

Kasus Dimsum Mentai Rice menunjukkan kesulitan yang dihadapi oleh UMKM yang dikelola secara pribadi. Bisnis ini menghadapi banyak hambatan, termasuk keterbatasan sumber daya manusia, kesulitan mengelola operasional bisnis secara efektif, dan ketidakmampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. Meskipun produk yang

ditawarkan menarik, kurangnya inovasi dan kesulitan menjaga kualitas produk yang sama dapat menghambat Dimsum Mentai Rice dari persaingan yang semakin ketat di industri kuliner. Oleh karena itu, solusi yang tepat diperlukan untuk mengatasi masalah-permasalahan tersebut.

Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi UMKM Dimsum Mentai Rice, perlu dilakukan sejumlah solusi strategis. Pertama, mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif sangat penting untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing Anda. Mengoptimalkan penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok dapat membantu Anda menjangkau khalayak yang lebih luas. Konten yang kreatif dan informatif seperti foto dan video produk dapat menarik perhatian konsumen dan membangun hubungan emosional dengannya. Selain itu, tarik pelanggan dengan fitur iklan berbayar di media sosial dan diskon khusus untuk pembelian online.

Selanjutnya, untuk membedakan Dimsum Mentai Rice dengan kompetitor harus menerapkan inovasi produk dan layanan. Bereksperimen dengan variasi rasa baru dan layanan yang dipersonalisasi dapat menciptakan pengalaman unik bagi pelanggan. Untuk menjaga konsistensi kualitas produk, penting juga untuk memiliki sistem standarisasi proses produksi. Dari perspektif perkembangan perusahaan, perekrutan pekerja dan pelatihan profesional merupakan langkah penting. Meskipun merekrut karyawan baru meningkatkan biaya operasional, hal ini memungkinkan pemilik untuk fokus pada pengembangan produk dan strategi pemasaran.

Optimalisasi teknologi juga harus menjadi perhatian. Pengenalan sistem pembayaran digital dan penggunaan aplikasi pemesanan online akan mempermudah transaksi dan memperluas jangkauan pasar. Membangun website profesional yang memberikan informasi jelas tentang produk dan pilihan pemesanan meningkatkan kredibilitas perusahaan. Terakhir, kualitas tinggi produk kami dipertahankan melalui penggunaan bahan baku berkualitas tinggi dan penerapan pengendalian kualitas berkelanjutan seperti sistem dokumentasi yang tepat. Dengan langkah-langkah strategis ini, Dimsum Mentai Rice bertujuan untuk memperkuat posisi pasarnya dan lebih baik dalam menghadapi tantangan digitalisasi.

2. METODE

Kegiatan ini dilakukan pada UMKM Dimsum Mentai Rice yang dilakukan dengan cara pendampingan pada pelaku UMKM di Jl. Kedadiah VII No. 47 Blok D 1 Perumahan Cikarang Baru, Kab. Bekasi dalam mencapai tujuan untuk memberikan Strategi Peningkatan Kualitas Produk dan Layanan dalam menghadapi tantangan digitalisasi. Terdapat beberapa tahapan yang

kami lakukan. Tahap awal kami melakukan perisapan berupa survey permasalahan yang dihadapi mitra dan kebutuhan yang memang dianggap menjadi urgenitas dalam melakukan ini, setelah itu kami Analisa permasalahannya dan mencari solusi yang tepat untuk permasalahan yang dihadapi pelaku usaha sehingga dapat dirasakan hasilnya. Setelahnya dilakukan persiapan materi dan edukasi yang cocok dan sesuai untuk disampaikan. Pada tahap pelaksanaan kamu melakukan metode peluang dan strategi adaptasi pada pelaku usaha seputar apa yang dimaksud dan memberikan pemahaman tentang lanskap ekonomi di era digital selanjutnya metode diskusi memberikan kesempatan untuk saling bertukar pikiran akan kasus-kasus di lapangan yang sering dihadapi senjutnya metode tutorial atau didampingi langsung pengaplikasiannya di lapangan seperti apa. Setelah selesai pelaksanaan pendampingan ini kami lakukan Tahapan akhir yaitu evaluasi yang mana setiap minggunya kami follow up perubahan dan kendala yang terjadi agar menjadi bahan evaluasi dan pengoptimalisasian pemberian materi. Hal tersebut dilakukan dapat via kunjungan ke tempat usaha ataupun via whatsapp untuk selalu memonitoring perkembangan yang terjadi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan kunjungan dan wawancara ini dilaksanakan secara offline di lokasi usaha Ibu Iyusianana di Jl. Kedasih VII No. 47 Blok D 1 Perumahan Cikarang Baru Bekasi yang menjual Mentai Rice. Kegiatan wawancara dan kunjungan ini dilaksanakan pada tanggal 27 Desember 2024 sampai dengan selesai yang dihadiri oleh Ibu Iyusiana Mutiara Rahayu selaku pemilik usaha Mentai Rice.

Berikut tahapan penerapan solusi yang dirancang untuk membantu UMKM Dimsum Mentai Rice mengatasi tantangan digitalisasi dan meningkatkan daya saingnya. Tahap pertama meliputi pengumpulan data dan analisis awal, termasuk pemahaman pendapatan, umpan balik pelanggan, dan analisis pesaing. Langkah ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang situasi pasar dan isu-isu utama, sehingga memungkinkan solusi dikembangkan secara tepat sasaran(Kottler, n.d.). Selain itu, strategi pemasaran digital diterapkan dengan mengoptimalkan penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok, dengan konten menarik dan kampanye iklan berbayar untuk memperluas jangkauan audiens(Režek Jambrak et al., 2021).Inovasi produk seperti bereksperimen dengan rasa baru dan penambahan topping juga dilakukan sebagai respons terhadap hasil survei preferensi pelanggan untuk meningkatkan variasi produk dan memenuhi preferensi konsumen(Cao et al., 2021).

Pada minggu-minggu berikutnya, karyawan kami meningkatkan keterampilan mereka melalui pemasaran digital dan pelatihan layanan pelanggan, menjadikan komunikasi online

kami lebih responsif. Hal ini mencerminkan implikasi pengabdian yang menunjukkan pentingnya keterampilan komunikasi dalam membangun loyalitas pelanggan(Ritz et al., 2019). Optimalisasi teknologi juga dilakukan dengan menawarkan sistem pembayaran digital dan mendaftarkan produk pada aplikasi pemesanan makanan online seperti GrabFood dan GoFood. Hal ini tidak hanya memudahkan transaksi tetapi juga memperluas akses pasar(Krisviana et al., n.d.). Evaluasi efektivitas pemasaran dilakukan secara berkala dengan meninjau data dari interaksi media sosial, pertumbuhan penjualan, dan umpan balik pelanggan untuk mengukur keberhasilan strategi yang diterapkan dan area yang memerlukan perbaikan(Shafiee & Bazargan, 2018).

Sebagai langkah terakhir, pengendalian kualitas berkelanjutan diterapkan untuk menjaga konsistensi produk dengan menetapkan standar bahan baku dan proses produksi yang terukur. Pemantauan kualitas dilakukan untuk memastikan kepuasan pelanggan dan segera menanggapi keluhan dan masukan. Tingkat pengendalian kualitas ini sejalan dengan prinsip total quality management (TQM) yang mengutamakan perbaikan berkelanjutan dan fokus pada kebutuhan pelanggan(Harahap et al., 2021). Penerapan yang terstruktur ini akan memungkinkan UMKM Dimsum Mentai Rice dapat meningkatkan pelayanan dan kualitas produk, menarik pelanggan baru, menjaga loyalitas pelanggan yang sudah ada, dan lebih bersaing di pasar yang terus berkembang.

Pelaku UMKM akan diperkenalkan pada penggunaan software akuntansi yang dapat diunduh secara gratis, seperti BukuKas, yang memudahkan pencatatan dan pelaporan keuangan. Dengan demikian, pengelolaan keuangan menjadi lebih akurat dan efisien, yang sangat penting untuk keberlangsungan usaha. Edukasi dan pelatihan juga menjadi bagian integral dari program ini. Metode pembelajaran interaktif, termasuk penggunaan video konferensi dan aplikasi pembelajaran online, akan diterapkan untuk memberikan pelatihan yang menarik dan mudah diakses Implementasi IPTEK di UMKM Mentai Rice berfokus pada pemanfaatan teknologi digital yang mendukung efisiensi operasional dan pengembangan kualitas layanan dan produk. Salah satu komponen IPTEK utama yang diterapkan adalah teknologi pemasaran digital. Penggunaan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business akan membantu memperluas jangkauan pasar sekaligus membangun komunikasi yang lebih dekat dengan pelanggan. Dengan strategi pemasaran berbasis konten yang kreatif, seperti foto produk berkualitas tinggi, video tutorial penyajian, dan testimoni pelanggan.



Gambar 1. Produk dan Kegiatan Pengabdian

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam artikel ini, UMKM, khususnya UMKM kuliner seperti Dimsum Mentai Rice, menghadapi masalah. Sulit yang dihadapi termasuk, Persaingan yang ketat yang mana banyak bisnis baru masuk ke industri kuliner. Selain itu, Konsumen semakin menginginkan produk yang mudah diakses, inovatif, dan berkualitas tinggi. Selanjutnya, Keterbatasan sumber daya dimana UMKM biasanya memiliki keterbatasan dalam hal keuangan, sumber daya manusia, dan teknologi. Ada pula Kesulitan dalam mengadopsi teknologi, Beberapa UMKM tidak dapat menyesuaikan diri dengan cepat dengan kemajuan teknologi digital. Sedangkan Beberapa masalah utama dibahas dalam Pengabdian ini yaitu 1) Penguatan pemasaran digital: Meningkatkan jangkauan pelanggan melalui penggunaan media sosial dan platform online lainnya. 2) Inovasi produk: Membuat produk baru yang menarik dan sesuai dengan tren pasar. 3) Peningkatan kualitas produk: Menerapkan sistem pengendalian kualitas yang ketat untuk memastikan bahwa rasa dan kualitas produk konsisten. 4) Pengembangan sumber daya manusia: Memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka. 5) Kolaborasi dengan pihak lain: Bekerja sama dengan perusahaan lain, pemerintah, atau lembaga terkait untuk mendapatkan dukungan dan sumber daya yang diperlukan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pelita Bangsa yang telah mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini sepenuhnya. Keberhasilan proyek ini sangat bergantung pada penyediaan fasilitas, dana, dan petunjuk. Selain itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua siswa yang telah berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan ini. Semoga pengalaman ini menjadi inspirasi bagi Anda untuk membantu masyarakat lebih banyak lagi. Ini adalah tindakan pengabdian masyarakat yang bagus. Saya berharap kegiatan ini dapat menjadi inspirasi bagi kita semua untuk terus bekerja untuk memperbaiki masyarakat. Untuk mencapai tujuan bersama, mari kita lebih erat bekerja sama.

DAFTAR REFERENSI

- Andaiyani, S., & Igamo, A. M. (2023). Digital entrepreneurship: Socio-demographics and consumer behavior in Indonesia. *Problems and Perspectives in Management*, 21(3), 290.
- Anggraeni, W. C., Ningtiyas, W. P., & Nurdiah, N. (2021). Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia. *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 3(1), 47–65.
- Cao, D., Meadows, M., Wong, D., & Xia, S. (2021). Understanding consumers' social media engagement behaviour: An examination of the moderation effect of social media context. *Journal of Business Research*, 122, 835–846.
- Dewi, N. P. N. C., & Nasution, D. A. D. (2023). Pentingnya penerapan e-commerce bagi UMKM sebagai salah satu bentuk pemasaran digital dalam menghadapi revolusi industri 4.0. *Jurnal Pijar*, 1(3), 566–577.
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan digital marketing bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 3(2), 77–85.
- Kotler, K., Cunningham, & Sivaramakrishnan. (2017). Department of Marketing and Consumer Studies College of Management and Economics Advanced Marketing MCS 3000/FALL 2010. *Marketing Management*.
- Krisviana, H., Simanjuntak, R. A., & Nurmuhhammad, A. F. (n.d.). Internet skills to increase small business competitiveness in developing countries.
- Noeraini, I. A., & Sugiyono, S. (2016). Pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan JNE Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Režek Jambrak, A., Nutrizio, M., Djekić, I., Pleslić, S., & Chemat, F. (2021). Internet of nonthermal food processing technologies (Iontp): Food industry 4.0 and sustainability. *Applied Sciences*, 11(2), 686.

- Ritz, W., Wolf, M., & McQuitty, S. (2019). Digital marketing adoption and success for small businesses: The application of the do-it-yourself and technology acceptance models. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(2), 179–203.
- Shafiee, M. M., & Bazargan, N. A. (2018). Behavioral customer loyalty in online shopping: The role of e-service quality and e-recovery. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 13(1), 26–38.