

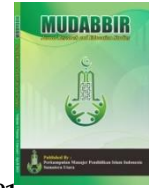


# JURNAL MUDABBIR

(Journal Research)

Volume 5 Nomor 2 Tahun 2025

<http://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/mudabbir> ISSN: 2774-8391



## Implementasi Sistem Pelayanan Pelanggan pada Donat Jingga untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Rorin Selinggo Putri<sup>1</sup>, Putri Asri Ramadhani<sup>2</sup>, Victoria<sup>3</sup>, Ramdani Bayu Putra<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang, Indonesia

Email: [rorinselinggo@gmail.com](mailto:rorinselinggo@gmail.com)

### ABSTRAK

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini dilaksanakan oleh mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang pada UMKM Donat Jingga. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk mengimplementasikan sistem pelayanan pelanggan yang lebih terstruktur guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Melalui identifikasi masalah, ditemukan bahwa Donat Jingga belum memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan, pencatatan umpan balik pelanggan, maupun strategi retensi konsumen. Oleh karena itu, tim PKL merancang SOP pelayanan pelanggan, formulir pencatatan feedback, serta program loyalitas sederhana untuk mendorong repeat order. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa adanya peningkatan kesadaran pemilik usaha terhadap pentingnya pelayanan pelanggan, terbentuknya sistem pelayanan yang lebih konsisten, dan peningkatan keterlibatan pelanggan melalui optimalisasi media sosial. Kegiatan PKL ini diharapkan dapat menjadi fondasi bagi Donat Jingga untuk mengembangkan usahanya secara berkelanjutan di tengah persaingan pasar kuliner. Kata Kunci: Praktek Kerja Lapangan, UMKM, Donat Jingga, Pelayanan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

### ABSTRACT

*This Field Work Practice (PKL) activity was carried out by students of the Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang at the UMKM Donat Jingga. The main objective of this activity is to implement a more structured customer service system to increase customer loyalty. Through problem identification, it was found that Donat Jingga did not yet have a Standard Operating Procedure (SOP) for service, recording customer feedback, or a customer retention strategy. Therefore, the PKL team designed a customer service SOP, feedback recording form, and a simple loyalty program to encourage repeat orders. The results of the activity showed that there was an increase in business owners' awareness of the importance of customer service, the formation of a more consistent service system, and increased customer engagement through optimization of social media. This PKL activity is expected to be a foundation for Donat Jingga to develop its business sustainably amidst the competition in the culinary market.*

*Keywords: Internship, SMEs, Donat Jingga, Customer Service, Customer Loyalty*

## PENDAHULUAN

Praktek Kerja Lapangan (PKL) merupakan salah satu bentuk implementasi kurikulum berbasis praktik di Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang. Melalui PKL, mahasiswa diharapkan mampu menerapkan teori yang diperoleh di bangku kuliah secara langsung di dunia usaha, sehingga dapat meningkatkan kompetensi dan kesiapan menghadapi dunia kerja. Kegiatan PKL ini dilaksanakan di UMKM Donat Jingga, sebuah usaha rumahan yang bergerak di bidang produksi dan penjualan donat dengan cita rasa khas dan harga terjangkau di Kota Padang, Sumatera Barat.

Indonesia dikenal sebagai negara dengan keragaman kuliner yang kaya dan memiliki potensi besar di sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM menjadi tulang punggung perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Namun, di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, banyak UMKM menghadapi tantangan dalam mempertahankan konsumen. Salah satu faktor kunci keberhasilan UMKM adalah pelayanan pelanggan yang unggul dan konsisten. Menurut Tjiptono (2018), pelayanan pelanggan berperan penting dalam menciptakan kepuasan yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas pelanggan. Loyalitas ini akan mendorong pembelian ulang dan promosi dari mulut ke mulut (Kotler & Keller, 2016).

Donat Jingga sebagai UMKM skala rumahan masih menghadapi berbagai kendala, antara lain belum memiliki sistem pelayanan pelanggan yang baku. Pelayanan masih dilakukan secara spontan tanpa adanya Standar Operasional Prosedur (SOP), tidak adanya sistem pencatatan database pelanggan, minimnya tindak lanjut terhadap kritik dan saran pelanggan, serta belum diterapkannya strategi retensi pelanggan seperti program loyalitas. Padahal, Lovelock dan Wirtz (2016) menegaskan bahwa implementasi sistem pelayanan pelanggan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi bisnis kecil untuk bertahan di pasar yang kompetitif.

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, kegiatan PKL ini bertujuan untuk membantu Donat Jingga menyusun dan mengimplementasikan SOP pelayanan pelanggan, sistem pencatatan feedback, program loyalitas pelanggan, serta strategi komunikasi melalui media sosial. Selain itu, mahasiswa juga memberikan pelatihan dasar mengenai pelayanan pelanggan kepada pemilik usaha agar mampu memberikan layanan yang lebih ramah, cepat tanggap, dan profesional.

UMKM Donat Jingga adalah usaha rumahan yang bergerak di bidang produksi dan penjualan donat dengan cita rasa khas dan harga terjangkau. Namun, dalam menjalankan usahanya, Donat Jingga menghadapi beberapa tantangan internal yang berkaitan dengan pelayanan pelanggan dan manajemen usaha. Pada persoalan yang ditemukan Belum Tersedianya Standar Operasional Pelayanan (SOP) Donat Jingga belum memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) yang mengatur cara pelayanan pelanggan, baik untuk penjualan langsung maupun pesanan online. Akibatnya, kualitas pelayanan sering kali tidak konsisten dan bergantung pada kondisi individu yang melayani, sehingga memengaruhi kepuasan pelanggan. Kemudian tidak Adanya Database Pelanggan Sampai saat ini, Donat Jingga belum memiliki sistem pencatatan data pelanggan. Tanpa database, usaha ini kesulitan memantau perilaku pembelian, preferensi konsumen, dan pola repeat order, sehingga strategi pemasaran sulit diarahkan secara tepat sasaran. Dan Kurangnya Tindak Lanjut terhadap Masukan Pelanggan Kritik, saran, atau komplain pelanggan belum ditangani secara sistematis. Masukan pelanggan umumnya hanya diterima secara lisan dan jarang terdokumentasi. Hal ini membuat peluang untuk memperbaiki kualitas produk atau layanan tidak termanfaatkan secara maksimal. Belum Diterapkannya Program Loyalitas

Pelanggan Donat Jingga belum memiliki strategi retensi pelanggan, seperti diskon pembelian berulang, sistem poin, atau hadiah khusus bagi pelanggan setia. Padahal strategi loyalitas sangat penting untuk mendorong repeat order dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Kurangnya Pemahaman Pemilik tentang Pentingnya Pelayanan Pelanggan Fokus pemilik usaha selama ini masih dominan pada produksi dan distribusi produk, sedangkan aspek pelayanan pelanggan sering terabaikan. Padahal, pelayanan pelanggan yang prima dapat menjadi pembeda di pasar kuliner yang sangat kompetitif.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah penelitian terapan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan untuk mendeskripsikan kondisi nyata di lapangan terkait sistem pelayanan pelanggan pada UMKM Donat Jingga, mengidentifikasi permasalahan, serta merumuskan solusi yang dapat diterapkan secara praktis melalui kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL). Penelitian dilaksanakan pada UMKM Donat Jingga yang beralamat di Jln. Aru Indah No. 5, RT 03 RW 11, Kelurahan Kubu Dalam Parak Karakah, Kota Padang, Sumatera Barat. Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama dua bulan, yaitu pada Mei hingga Juni 2025, sesuai dengan jadwal PKL mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang. Subjek penelitian ini adalah pemilik/pengelola Donat Jingga serta pihak-pihak yang terlibat langsung dalam operasional usaha, khususnya yang berhubungan dengan pelayanan pelanggan, seperti karyawan yang melayani pembelian langsung maupun pemesanan daring.

Data yang diperoleh dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif. Data dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dikategorikan berdasarkan permasalahan yang dihadapi. Selanjutnya, data dianalisis untuk menemukan pola-pola permasalahan, akar penyebab, serta merumuskan langkah-langkah perbaikan melalui penyusunan SOP, pembuatan database pelanggan, sistem pencatatan feedback, serta program loyalitas. Mahasiswa PKL terlibat aktif dalam merancang SOP, formulir feedback, dan program loyalitas melalui diskusi bersama pemilik usaha. Selain itu, Observasi langsung dilakukan di lokasi usaha untuk memahami proses pelayanan pelanggan, interaksi antara karyawan dan konsumen, serta alur kerja yang diterapkan. Melalui metode ini, UMKM dapat memastikan bahwa kepuasan kerja karyawan terjaga, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan dan retensi pelanggan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang di UMKM Donat Jingga berlangsung selama bulan Mei hingga Juni 2025. Selama masa pelaksanaan, tim mahasiswa telah menjalankan berbagai program kerja sesuai dengan yang dirancang dalam proposal awal. Adapun hasil kegiatan secara rinci adalah sebagai berikut:

### **A. Masalah yang Dihadapi:**

1. Sosialisasi Pentingnya Pelayanan Pelanggan  
Tim mahasiswa menyampaikan materi kepada pemilik usaha tentang pentingnya pelayanan pelanggan dalam membangun loyalitas konsumen. Materi disampaikan dalam bentuk presentasi, diskusi interaktif, serta pemberian contoh nyata dari bisnis kuliner yang berhasil karena pelayanan pelanggan yang prima.
2. Penyusunan dan Implementasi SOP Pelayanan

Tim menyusun dokumen Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan pelanggan yang berisi langkah-langkah dalam melayani konsumen, baik secara langsung (offline) maupun pemesanan online. SOP mencakup:

- a. Tata cara menyambut pelanggan
  - b. Prosedur pemesanan dan pembayaran
  - c. Penanganan keluhan atau komplain
  - d. Proses follow-up dan pengiriman produk
  - e. Dokumen ini kemudian dijelaskan kepada pemilik dan diberikan dalam bentuk cetak serta digital.
3. Penerapan Sistem Pencatatan Feedback
- Dibuat formulir manual dan digital sederhana yang dapat digunakan untuk mencatat kritik, saran, maupun ulasan pelanggan. Dengan formulir ini, Donat Jingga mulai menerapkan sistem pengumpulan data pelanggan, yang ke depannya bisa digunakan untuk evaluasi dan peningkatan layanan.
4. Program Loyalitas Pelanggan
- Dirancang program loyalitas sederhana berupa sistem “Beli 5 Gratis 1” dan kupon diskon untuk pembelian berikutnya. Program ini diharapkan dapat meningkatkan repeat order dan membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dan UMKM.
5. Optimalisasi Media Sosial
- Akun Instagram dan WhatsApp Business Donat Jingga ditata ulang. Tim membantu membuat konten promosi seperti desain flyer, caption menarik, serta template katalog produk. Respons pelanggan terhadap promosi di media sosial menunjukkan peningkatan engagement.
6. Pelatihan Dasar untuk Pemilik Usaha
- Tim memberikan pelatihan ringan kepada pemilik tentang teknik komunikasi efektif, cara menangani keluhan, dan pentingnya pelayanan yang ramah. Pelatihan dilakukan secara informal namun aplikatif, langsung berdasar pada kondisi harian usaha.

Dari kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat dilakukan analisis sebagai berikut:

1. Peningkatan Kesadaran Pemilik Usaha:  
Sebelum kegiatan, fokus utama Donat Jingga hanya pada kualitas produk. Setelah PKL, pemilik mulai memahami bahwa pelayanan pelanggan adalah aspek strategis yang tidak kalah penting.
2. Konsistensi Pelayanan Terbentuk:  
Dengan adanya SOP, pelayanan menjadi lebih terstruktur dan konsisten, sehingga pelanggan merasa lebih dihargai dan nyaman saat melakukan transaksi.
3. Respons Positif Terhadap Promosi Sosial Media:  
Postingan yang dibuat mahasiswa mendapatkan likes dan komentar yang lebih tinggi dibandingkan sebelumnya. Artinya, strategi digital marketing mulai menunjukkan dampak.
4. Kendala yang Dihadapi:  
Masih terdapat keterbatasan dalam penerapan teknologi digital secara menyeluruh, karena keterbatasan perangkat dan pemahaman teknologi dari pemilik usaha.

## **B. Evaluasi Kegiatan:**

### **a. Keberhasilan**

- 1) Peningkatan pemahaman pemilik usaha tentang pentingnya pelayanan pelanggan.
- 2) Terbentuknya dokumen SOP dan program loyalitas pelanggan.
- 3) Optimalisasi media sosial berjalan baik dan mulai memberikan efek positif.

### **b. Kendala**

- 1) Keterbatasan waktu untuk mengadakan pelatihan secara mendalam.
- 2) Belum adanya karyawan khusus untuk menangani pelayanan pelanggan secara penuh waktu.

### **c. Rekomendasi**

- 1) Donat Jingga disarankan untuk melakukan evaluasi rutin terhadap SOP dan sistem feedback agar tetap relevan.
- 2) Pemilik usaha dapat mempertimbangkan merekrut bantuan tambahan atau part-time untuk bagian pelayanan dan promosi online.
- 3) Mengikuti pelatihan UMKM dari dinas terkait untuk memperluas wawasan dalam pengelolaan bisnis dan layanan pelanggan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang telah dilaksanakan di UMKM Donat Jingga, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pelayanan pelanggan merupakan aspek penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen, khususnya dalam industri kuliner skala kecil.
2. Donat Jingga memiliki potensi untuk berkembang melalui penerapan sistem pelayanan yang lebih terstruktur dan profesional.
3. Implementasi SOP pelayanan, pencatatan feedback pelanggan, serta program loyalitas sederhana terbukti membantu usaha ini menjadi lebih responsif dan menarik bagi konsumen.
4. Kegiatan PKL ini memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu manajemen pemasaran secara langsung di lapangan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aryansyah, J. E., Mirani, D., & Martina. (2020). Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19. *Semnas AVOER (Applicable Innovation of Engineering and Science Research)*, November, 323-329. <http://ejournal.ft.unsri.ac.id/index.php/avoer/article/view/165>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Data UMKM Tahun 2023. Diakses dari <https://kemenkopukm.go.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (8th ed.). Pearson Education.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, T. (2022). *Digital Marketing untuk UMKM: Strategi Efektif di Era Media Sosial*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Yulianto, D. (2021). Strategi Meningkatkan Loyalitas Pelanggan UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 121–133. <https://doi.org/10.33319/jeb.v18i2.456>.