

DATABASE KONSUMEN DAN SOP PENJUALAN SEBAGAI PELUANG PENINGKATAN UMKM MIE PANGSIT AHUAT

CONSUMER DATABASE AND SALES SOP AS AN OPPORTUNITY FOR MSME IMPROVEMENT AT MIE PANGSIT AHUAT

Wendy Wihue Tarekar^{1*}, Renny Christiarini²

¹⁾ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Internasional Batam

*Email korespondensi: 2141097.windy@uib.edu

Abstract

This community service program aims to improve the operational performance of Ahuat Dumpling Noodle MSMEs through the implementation of a customer database and a structured sales Standard Operating Procedure (SOP). The implementation of this program showed positive results, such as increased customer satisfaction with product quality (76.9%) and service speed (74.4%). Most customers prefer to dine-in (74.4%), demonstrating the importance of a hands-on dining experience. The program also succeeded in improving service efficiency and product consistency, although there are still opportunities for improvement, such as order management and payment systems. With these results, Mie Pangsit Ahuat is expected to improve its competitiveness in the market through data-driven strategies and consistent service, as well as capitalize on opportunities for product innovation development and delivery services.

Keywords: SOPs, Consumer Database, MSMEs.

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja operasional UMKM Mie Pangsit Ahuat melalui implementasi basis data konsumen dan Standard Operating Procedure (SOP) penjualan yang terstruktur. Implementasi program ini menunjukkan hasil positif, seperti peningkatan kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk (76,9%) dan kecepatan pelayanan (74,4%). Sebagian besar pelanggan memilih untuk makan di tempat (74,4%), menunjukkan pentingnya pengalaman makan langsung. Program ini juga berhasil meningkatkan efisiensi pelayanan dan konsistensi produk, meskipun masih ada peluang perbaikan, seperti pengelolaan pesanan dan sistem pembayaran. Dengan hasil ini, diharapkan Mie Pangsit Ahuat dapat meningkatkan daya saingnya di pasar melalui strategi berbasis data dan pelayanan yang konsisten, serta memanfaatkan peluang untuk pengembangan inovasi produk dan layanan pesan antar.

Kata kunci: SOP, Database Konsumen, UMKM.



CC Attribution-ShareAlike 4.0

Copyright © 2025 Author

Diterima: 14 Januari 2025; Disetujui: 22 April 2025; Terbit: 24 April 2025

PENDAHULUAN

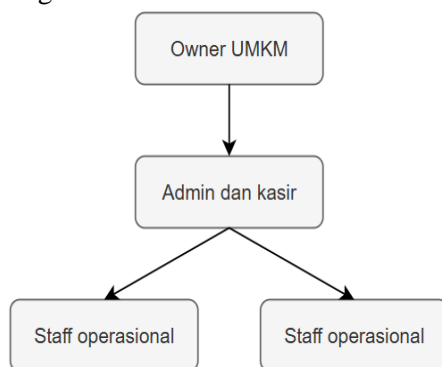
Mie Pangsit Ahuat merupakan salah satu usaha makanan rumahan non halal yang menawarkan berbagai varian menu makanan seperti bihun, kwetiau, nasi goreng, mie pangsit, dan lainnya. Berlokasi di Kota Batam tepatnya di Perumahan Taman Kota Mas Blok B2 Nomor 11 dan letaknya dekat dengan Universitas Internasional Batam. Waktu operasional mitra buka setiap hari dan mulai berjualan dari jam 8 pagi hingga jam 7 malam.

Mie Pangsit Ahuat menjadi pilihan utama bagi warga sekitar perumahan yang ingin menikmati hidangan non halal yang lezat dan menggugah selera. Usaha ini berdiri sejak tahun 2022 berawal dari pemilik yang melihat adanya peluang bisnis dan memiliki hobi memasak sehingga adanya keinginan untuk membawa cita rasa autentik produknya ke masyarakat sekitar. Sejak saat itu, pemilik memutuskan untuk membuka usaha Mie Pangsit Ahuat dan usaha tersebut berkembang dan menarik pelanggan baru.



Gambar 1. Lokasi UMKM Mie Pangsit Ahuat

Struktur organisasi dalam bisnis merupakan elemen penting yang berfungsi untuk menetapkan pembagian tugas dan tanggung jawab, membantu memastikan kelancaran operasional, komunikasi yang efisien, dan pencapaian tujuan perusahaan. Berikut merupakan struktur organisasi UMKM Mie Pangsit Ahuat:



Gambar 2. Bagan Struktur Organisasi UMKM Mie Pangsit Ahuat

Berdasarkan bagan di atas adapun uraian tanggung jawab masing-masing posisi dalam bisnis ini:

- Pemilik Usaha:** Bertanggung jawab atas keputusan strategis dan manajerial bisnis secara keseluruhan.
- Admin dan kasir:** Menangani administrasi, mendukung kelancaran operasional sehari-hari, mengelola transaksi keuangan, dan memastikan pembayaran pelanggan tercatat dengan baik.
- Staff Operasional:** Terlibat langsung dalam produksi, kebersihan, dan memastikan operasional bisnis berjalan lancar setiap hari.

Masing-masing posisi dalam bisnis saling mendukung untuk memastikan bahwa usaha mie pangsit ahuat berjalan dengan efisien dan menghasilkan produk yang memuaskan pelanggan. Kondisi mitra dewasa ini yaitu belum memiliki pemahaman terhadap tipe-tipe konsumen Mie Pangsit Ahuat yang berguna untuk menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan kinerja usahanya akibat kurangnya pemahaman yang mendalam tentang karakteristik dan perilaku konsumen. Tanpa adanya database konsumen yang terorganisir, usaha ini kesulitan dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat sasaran dan mengidentifikasi segmen pasar yang paling potensial.

Hal ini mengakibatkan promosi yang kurang efektif dan pengembangan produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, penerapan SOP penjualan yang tidak terstruktur dengan baik menyebabkan inkonsistensi dalam kualitas produk, pelayanan yang tidak standar, dan proses transaksi yang lambat. Tanpa SOP yang jelas, Mie Pangsit Ahuat kesulitan mempertahankan kualitas layanan, terutama saat volume pesanan meningkat, yang berdampak pada kepuasan pelanggan dan potensi pertumbuhan usaha yang terbatas.

Mie Pangsit Ahuat merupakan salah satu usaha makanan yang memiliki pangsa pasar yang cukup luas dan kompetitif. Dari anak-anak hingga orang dewasa menggemari produk yang ditawarkan oleh Mie Pangsit Ahuat karena kelezatan dan harganya relatif terjangkau. Namun, persaingan yang ketat serta perubahan preferensi konsumen akibat adanya usaha sejenis membuat Mie Pangsit Ahuat membutuhkan strategi yang lebih terukur dan adaptif untuk bisa terus berkembang.

Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh usaha Mie Pangsit Ahuat adalah belum optimalnya pemahaman terhadap tipe konsumen yang membeli produk tersebut. Kurangnya data terkait perilaku konsumen seringkali menyebabkan kesulitan dalam menyusun strategi pemasaran dan pengembangan produk yang efektif. Konsumen Mie Pangsit Ahuat dapat berasal dari berbagai segmen, seperti pelajar, pekerja kantoran, hingga keluarga, yang masing-masing memiliki kebutuhan, preferensi, dan kebiasaan yang berbeda. Tanpa adanya analitik konsumen yang tepat, usaha cenderung menggunakan strategi pemasaran yang generik sehingga tidak maksimal dalam menjangkau target pasar yang spesifik.

Selain itu, standar operasional prosedur (SOP) dalam penjualan juga sering kali kurang diperhatikan oleh pelaku usaha. Hal ini bisa mengakibatkan inkonsistensi dalam kualitas produk, pelayanan yang tidak standar, hingga proses transaksi yang lambat. SOP penjualan yang tidak terstruktur dengan baik dapat menghambat pertumbuhan usaha, terutama jika bisnis mulai berkembang dan memerlukan peningkatan kapasitas layanan. Tanpa SOP yang jelas, usaha sulit untuk mempertahankan kualitas produk dan layanan yang konsisten, terutama saat volume pesanan meningkat.

Untuk mengatasi masalah-masalah tersebut, analitik tipe konsumen dan SOP penjualan yang baik dapat menjadi solusi strategis bagi usaha Mie Pangsit Ahuat. Dengan memanfaatkan data konsumen seperti preferensi makanan, frekuensi pembelian, dan demografi, pelaku usaha dapat mengidentifikasi segmen pasar utama dan merancang promosi yang lebih tepat sasaran. Misalnya, penawaran paket Mie Pangsit Ahuat untuk pelajar dengan harga terjangkau, atau promosi online yang lebih intensif untuk menarik kalangan pekerja kantoran.

Selain itu, penerapan SOP penjualan yang baik akan memastikan proses operasional berjalan dengan lebih efisien dan konsisten. SOP yang mencakup proses pembuatan, penyajian, hingga pembayaran, dapat membantu mengurangi kesalahan operasional, meningkatkan kecepatan layanan, dan menjaga kualitas produk di setiap transaksi. SOP yang baik juga mempermudah pelatihan karyawan baru dan menjaga kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas konsumen. Dengan menerapkan analitik tipe

konsumen dan SOP penjualan yang terstruktur, usaha Mie Pangsit Ahuat akan lebih mudah untuk tumbuh dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Lingkup dari program ini untuk membantu usaha Mie Pangsit Ahuat dalam menganalisa tipe konsumen dan mengembangkan SOP penjualan di Mie Pangsit Ahuat, sehingga usaha ini dapat berkembang lebih maju dan memuaskan konsumen (Utarsih et al., 2020). Lingkup kegiatan ini berawal dari analisis SWOT sampai rancangan anggaran biaya yang dibutuhkan.

Tujuan kerja profesi di Mie Pangsit Ahuat adalah untuk meningkatkan kinerja bisnis melalui pemahaman yang lebih dalam tentang pelanggan dan pengelolaan operasional yang efisien. Dengan menganalisis data konsumen, kegiatan ini bertujuan untuk memahami preferensi dan perilaku pelanggan (Puspita et al., 2024), sehingga Mie Pangsit Ahuat dapat menyesuaikan produk dan layanan sesuai kebutuhan pasar. Informasi ini akan memberikan wawasan tentang apa yang diinginkan konsumen, membantu dalam pengembangan produk baru, dan meningkatkan pengalaman pelanggan (Prasetya et al., 2022). Selanjutnya, dengan merumuskan SOP penjualan yang jelas dan terstruktur, proyek ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dalam proses pelayanan. SOP yang baik akan memastikan bahwa karyawan mengikuti langkah-langkah yang konsisten, sehingga pengalaman pelanggan menjadi lebih baik dan layanan dapat dilakukan secara cepat dan tepat (Putri et al., 2024). Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga mendorong peningkatan penjualan melalui layanan yang lebih profesional (Sari et al., 2024).

Di sisi lain, analitik konsumen juga akan membantu dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif (Djaja & Al Amin, 2016). Dengan memahami segmen pasar yang paling potensial, Mie Pangsit Ahuat dapat melakukan pemasaran yang lebih tepat sasaran, meningkatkan kemungkinan konversi dan loyalitas pelanggan (Rahman, 2023). Akhirnya, melalui evaluasi kinerja penjualan dan tindak lanjut terhadap pelanggan, proyek ini bertujuan untuk menciptakan hubungan yang lebih baik dengan konsumen, sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan menciptakan pelanggan tetap. Dengan semua upaya ini, Mie Pangsit Ahuat diharapkan dapat mencapai

pertumbuhan yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saing di pasar makanan.

Target keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan yang berfokus pada pengembangan database konsumen dan penyusunan SOP penjualan untuk UMKM Mie Pangsit Ahuat meliputi beberapa aspek strategis. Pertama, terciptanya database konsumen yang terstruktur dan mencakup minimal 80% pelanggan aktif, sehingga dapat digunakan untuk analisis preferensi dan pengembangan strategi pemasaran berbasis data. Kedua, tersusunnya SOP penjualan yang detail dan terimplementasi secara efektif oleh seluruh tim, sehingga proses operasional menjadi lebih efisien, konsisten, dan dapat meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan.

Berdasarkan luaran yang telah dirancang akan terdapat implementasi luaran untuk mencapai tujuan kegiatan ini kepada mitra. Berikut luaran yang akan dihasilkan:

Tabel 1. Deskripsi luaran kegiatan

No	Nama luaran	Deskripsi
1.	Database konsumen	Membantu mitra untuk menganalisis tipe dan karakteristik konsumen UMKM Mie Pangsit Ahuat dari usia, preferensi menu, demografi, dan lain-lain. Dengan cara menyebarkan kuesioner secara online ke pelanggan mitra.
2.	SOP Penjualan	Membantu mitra untuk menganalisis tipe dan karakteristik konsumen UMKM Mie Pangsit Ahuat dari usia, preferensi menu, demografi, dan lain-lain. Dengan cara menyebarkan kuesioner secara online ke pelanggan mitra.

Sumber: Penulis, 2024

METODE

Dalam kegiatan ini untuk memperoleh data mitra UMKM, penulis melakukan observasi dan wawancara langsung dengan pemilik usaha UMKM Mie Pangsit Ahuat yang bertujuan untuk melihat secara langsung

interaksi pelanggan dan pemilik usaha (Nafisatur, 2024). Mengidentifikasi pola perilaku mitra dan pelanggan seperti cara pelanggan memesan, mengamati jumlah pelanggan pada jam sepi dan sibuk, dan menilai efektivitas proses pelayanan di tempat (Ardiansyah et al., 2023).

Penyebaran kuesioner secara online kepada pelanggan mitra dilakukan juga untuk pengumpulan data dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan yang akan diisi oleh pelanggan. Bertujuan untuk mengetahui sudut pandang pelanggan terhadap mitra serta mengumpulkan data kuantitatif terkait tingkat kepuasan, harapan pelanggan, dan saran/kritik dari setiap pelanggan (Mukhamad Fathoni, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan luaran kegiatan program kegiatan pengabdian masyarakat terhadap Mie Pangsit Ahuat terdiri dari beberapa tahap mulai dari analisis permasalahan, solusi yang akan diimplementasikan, kerja sama dengan mitra, survei pelanggan dengan menyebarkan kuesioner, dan membuat SOP penjualan yang terstruktur yang bertujuan untuk meningkatkan peluang dan kinerja mitra.

Analisis SWOT

a) *Strength*

- mitra memiliki cita rasa produk yang khas dan autentik, hal ini menjadi daya tarik utama bagi pelanggan mitra
- memiliki menu ekonomis, inovasi menu ini sangat menarik dikarenakan pelanggan mitra kebanyakan pelajar/mahasiswa
- berlokasi strategis di wilayah tempat tinggal mahasiswa
- pilihan menu yang bervariasi sehingga pelanggan tidak akan bosan

b) *Weakness*

- Kurangnya pemahaman terkait perilaku konsumen akibat tidak adanya database konsumen sehingga strategi mitra kurang efektif
- SOP tidak terstruktur mengakibatkan kualitas produk dan layanan tidak konsisten
- Proses transaksi yang lambat karena tidak adanya standar operasional

c) *Opportunities*

- Target pasar mahasiswa, lokasi yang dekat dengan universitas memberikan

peluang untuk menjangkau segmen pasar mahasiswa

- Pengembangan produk baru, memperluas varian menu yang inovatif sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan

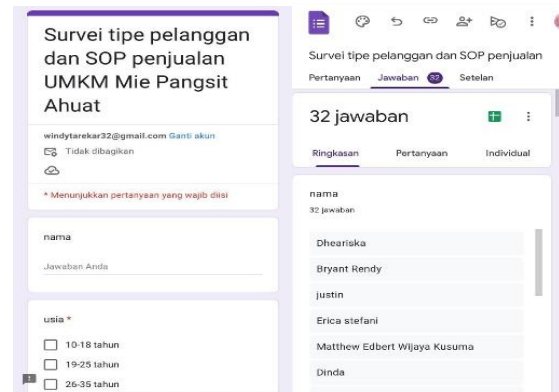
d) *Threats*

- Persaingan dengan usaha makanan serupa di area yang sama dapat mengurangi pangsa pasar
- Kepuasan pelanggan, jika kualitas produk dan layanan tidak konsisten dapat menyebabkan pelanggan beralih ke kompetitor.

Rancangan luaran kegiatan ini yaitu menganalisis tipe dan karakteristik konsumen UMKM Mie Pangsit Ahuat dari usia, preferensi menu, demografi, dan lain-lain. Dengan cara menyebarkan kuesioner secara online ke pelanggan mitra. Dan merancang Standard Operating Procedure (SOP) penjualan yang terstruktur dan jelas untuk mitra sehingga kegiatan operasional mitra menjadi lebih efisien dan efektif sehingga dapat menjaga konsistensi kualitas produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelatihan karyawan mengenai SOP akan memberikan dampak positif dalam hal pelayanan, yang dapat dilihat dari feedback konsumen.

Proses implementasi luaran terdiri dari beberapa tahap. Tahap pertama yaitu pengumpulan data dan menganalisis permasalahan yang ada. Tahap kedua akan menciptakan luaran yang menjadi solusi untuk permasalahan yang ada. Tahap ketiga implementasi luaran yaitu pengumpulan database pelanggan mitra dan penerapan SOP penjualan yang terstruktur terhadap mitra. Tahap keempat adalah tahap evaluasi pada hasil implementasi dan data yang diperoleh. Di akhir akan ada pelaporan hasil kegiatan melalui laporan program kegiatan pengabdian masyarakat. Berikut ini merupakan bukti implementasi luaran yang telah dilaksanakan sampai bulan Desember dan tindak lanjut akan disajikan pada laporan akhir:

1. Penyebaran kuesioner untuk database konsumen



Gambar 3. Kuesioner database konsumen

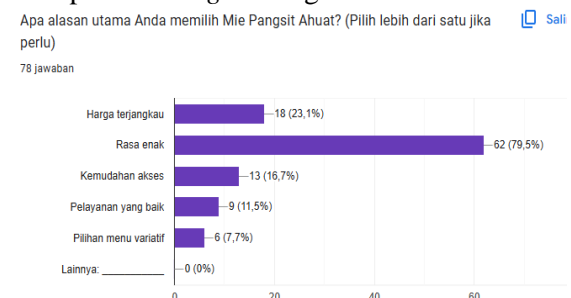
2. Rancangan SOP penjualan yang terstruktur untuk mitra



Gambar 4. Implementasi SOP penjualan

Kondisi Setelah Implementasi

Implementasi basis data konsumen dan Standar Operasional Prosedur (SOP) penjualan melalui penyebaran kuesioner secara online kepada pelanggan Mie Pangsit Ahuat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja mitra. Mie Pangsit Ahuat memperoleh *insight* sebagai berikut:

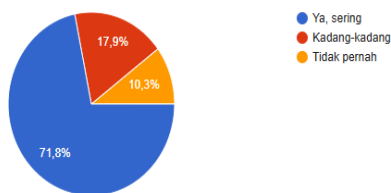


Gambar 5. Diagram alasan pelanggan memilih mitra

Berdasarkan grafik di atas menunjukkan, bahwa sebanyak 79,5% responden setuju bahwa alasan utama pelanggan membeli produk di Mie Pangsit Ahuat yaitu karena produk berhasil memberikan kepuasan rasa yang diharapkan konsumen. Dari perspektif analitik, ini mengindikasikan bahwa mitra harus fokus pada kualitas bahan dan inovasi rasa perlu dipertahankan atau ditingkatkan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Sementara untuk sisa jumlah presentase yang lain ditemukan bahwa pelanggan memiliki alasan lain yang membuat pelanggan memilih mitra untuk menikmati produknya seperti harga yang terjangkau, pelayanan yang baik, pilihan menu variatif, dan lain-lain. Melalui data tersebut mitra bisa mengelompokkan tipe-tipe konsumen mitra berdasarkan alasan-alasan tersebut, sehingga mitra juga dapat menyesuaikan berbagai strategi terhadap preferensi pelanggan misalnya diskon/promo bagi pelanggan yang memilih alasan utamanya harga produk terjangkau.

Apakah Anda cenderung membeli produk tambahan saat berkunjung?

78 jawaban

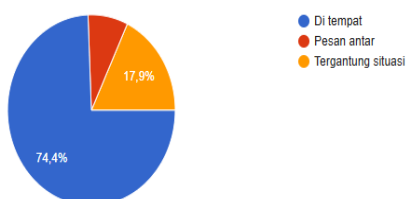


Gambar 6. Diagram Upselling

Hasil survei menunjukkan bahwa ada peluang signifikan sebanyak 71,8% responden untuk meningkatkan pendapatan melalui strategi *upselling* dan promosi produk tambahan. Dengan memanfaatkan database analitik konsumen, Mie Pangsit Ahuat dapat mengoptimalkan penawaran produk tambahan agar lebih sesuai dengan preferensi pelanggan.

Apakah Anda lebih memilih membeli produk di tempat atau menggunakan layanan pesan antar?

78 jawaban



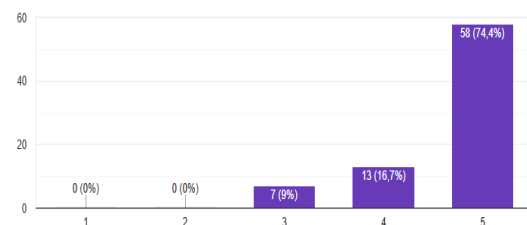
Gambar 7. Diagram preferensi membeli produk mitra

Berdasarkan grafik di atas hasil survei menyatakan bahwa preferensi konsumen Mie Pangsit Ahuat sebanyak 74,4% responden lebih suka membeli di tempat. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman di tempat, termasuk suasana, pelayanan, dan kualitas makanan yang disajikan langsung menjadi faktor penting bagi konsumen. Tetapi perlu diperhatikan, ada peluang untuk meningkatkan penggunaan layanan pesan antar dengan strategi pemasaran yang berbasis data dan perbaikan kualitas layanan. Dengan memanfaatkan database analitik konsumen, Mie Pangsit Ahuat dapat menyusun pendekatan yang lebih relevan untuk setiap segmen pelanggan.

Seberapa puas Anda dengan kecepatan pelayanan di Mie Pangsit Ahuat?

Salin diagram

78 jawaban

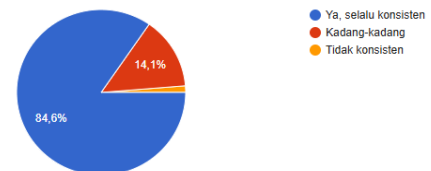


Gambar 8. Diagram Kecepatan pelayanan mitra

Berdasarkan data grafik di atas diketahui bahwa sebanyak 74,4% responden merasa sangat puas dengan kecepatan pelayanan di Mie Pangsit Ahuat yang berarti bahwa mitra sudah menjaga konsistensi pelayanan kepada konsumen dengan baik. Oleh karena itu, mitra perlu mempertahankan secara berkelanjutan pada konsistensi pelayanan yang diberikan.

Apakah Anda merasa pelayanan di Mie Pangsit Ahuat konsisten setiap kali berkunjung?

78 jawaban

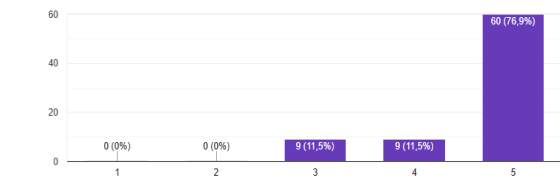


Gambar 9. Diagram Konsistensi pelayanan mitra

Grafik di atas menunjukkan tanggapan dari konsumen mengenai konsistensi pelayanan di Mie Pangsit Ahuat, Sebagian besar responden yaitu sebanyak 84,6% merasa bahwa pelayanan mitra selalu konsisten setiap kali mereka berkunjung. Ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan puas dengan pelayanan

yang diberikan. Namun, masih ada celah untuk meningkatkan konsistensi, terutama untuk mengurangi jumlah pelanggan yang merasa pelayanan mitra hanya kadang-kadang atau tidak konsisten. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan staf, standarisasi prosedur pelayanan, atau evaluasi secara berkala.

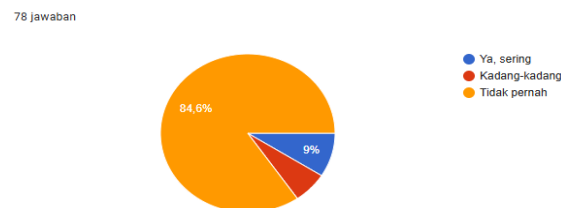
Seberapa puas anda dengan kualitas produk yang disajikan di Mie Pangsit Ahuat? [Salin diagram](#)
78 jawaban



Gambar 10. Diagram Kualitas produk mitra

Berdasarkan grafik di atas menunjukkan bahwa sebanyak 76,9% pelanggan sangat puas dengan kualitas produk yang disajikan oleh Mie Pangsit Ahuat. Namun, 11,5% responden memberikan skor 3, yang mengindikasikan adanya peluang untuk meningkatkan kualitas produk agar dapat memenuhi atau melampaui harapan semua pelanggan.

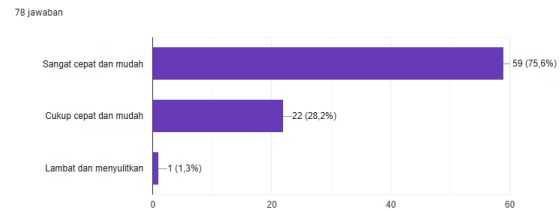
Apakah Anda pernah menerima produk yang tidak sesuai dengan pesanan Anda? [Salin diagram](#)
78 jawaban



Gambar 11. Diagram Kesesuaian produk

Grafik tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 84,6% responden tidak pernah mengalami masalah terkait kesesuaian pesanan, yang mencerminkan kinerja mitra yang baik dalam pengelolaan pesanan. Yang berarti bahwa proses pemenuhan pesanan di Mie Pangsit Ahuat berjalan dengan baik dan akurat untuk mayoritas pelanggan. Namun, hampir 30% pelanggan pernah atau sering mengalami masalah ini. Untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, Mie Pangsit Ahuat dapat memperbaiki sistem pengecekan pesanan, memberikan pelatihan tambahan kepada staf, atau meningkatkan komunikasi internal saat menangani pesanan.

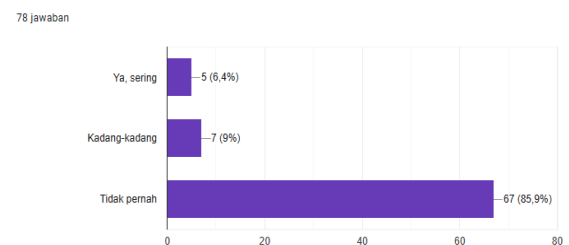
Seberapa cepat dan mudah Anda merasa dalam proses pembayaran di Mie Pangsit Ahuat? [Salin diagram](#)
78 jawaban



Gambar 12. Diagram kemudahan pembayaran

Pada grafik di atas secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa sangat puas dengan kecepatan dan kemudahan proses pembayaran, dengan lebih dari 70% memberikan tanggapan positif. Namun, ada peluang untuk meningkatkan layanan agar lebih banyak pelanggan merasa bahwa prosesnya sangat cepat dan mudah.

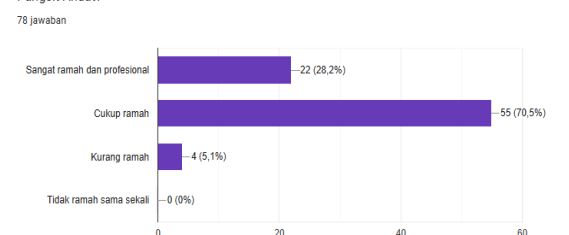
Apakah Anda pernah mengalami kesalahan atau kebingungan saat melakukan transaksi pembayaran? [Salin di](#)
78 jawaban



Gambar 13. Diagram transaksi pembayaran

Berdasarkan grafik yang ditampilkan sebanyak 85,9% responden menyatakan bahwa mereka tidak pernah mengalami kesalahan atau kebingungan saat melakukan transaksi pembayaran. Mayoritas responden ini menunjukkan bahwa proses pembayaran di Mie Pangsit Ahuat berjalan dengan baik dan mudah dipahami. Namun, terdapat beberapa yang pernah mengalami kesalahan atau kebingungan. Hal ini menunjukkan bahwa ada peluang untuk meningkatkan kejelasan atau sistem pembayaran guna meminimalkan kesalahan dan memastikan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Seberapa ramah dan profesional Anda merasa pelayanan karyawan di Mie Pangsit Ahuat? [Salin diagram](#)
78 jawaban

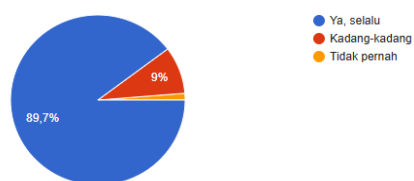


Gambar 14. Diagram Karakteristik karyawan mitra

Grafik di atas menampilkan mayoritas pelanggan dengan presentase 70,5% memberikan tanggapan positif terhadap keramahan dan profesionalitas karyawan, dengan kategori "cukup ramah". Ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa puas dengan keramahan karyawan, meskipun adanya 5,1% responden yang merasa pelayanan kurang ramah menunjukkan perlunya pelatihan tambahan untuk memastikan standar pelayanan yang lebih konsisten dan optimal.

Apakah Anda merasa bahwa karyawan Mie Pangsit Ahuat memahami kebutuhan Anda?

78 jawaban



Gambar 15. Diagram Pemahaman kebutuhan konsumen

Berdasarkan grafik di atas dapat disimpulkan bahwa sebanyak 89,7% responden menyatakan bahwa karyawan Mie Pangsit Ahuat selalu memahami kebutuhan mereka. Hal ini menunjukkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Sebagian kecil merasa kebutuhan mereka hanya dipahami kadang-kadang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil implementasi program pengabdian masyarakat pada Mie Pangsit Ahuat, diperoleh berbagai temuan yang signifikan. Implementasi basis data konsumen dan Standard Operating Procedure (SOP) penjualan terbukti meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan. Sebagian besar pelanggan memberikan tanggapan positif terhadap kualitas produk (75%), keramahan karyawan (96,9%), dan kecepatan pelayanan (76%). Selain itu, survei menunjukkan bahwa 85% pelanggan lebih memilih makan di tempat, sehingga pengalaman makan langsung menjadi aspek penting. Namun, masih terdapat peluang untuk perbaikan, seperti meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi ekspektasi semua pelanggan, memperbaiki sistem pengecekan pesanan, dan mengurangi masalah dalam transaksi pembayaran. Secara keseluruhan, program ini memberikan dampak positif

terhadap kinerja Mie Pangsit Ahuat, baik dari sisi operasional maupun kepuasan pelanggan.

Adapun saran dari penulis yaitu Mie Pangsit Ahuat dapat terus mengoptimalkan SOP dan memberikan pelatihan kepada karyawan untuk menjaga konsistensi layanan. Inovasi produk perlu ditingkatkan untuk menarik lebih banyak pelanggan, didukung oleh strategi pemasaran berbasis data yang relevan dengan preferensi konsumen. Pengalaman makan di tempat harus tetap dijaga kualitasnya, sementara peluang pada layanan pesan antar dapat dimanfaatkan dengan perbaikan layanan dan promosi. Terakhir, peningkatan sistem pembayaran dan pengelolaan pesanan akan memberikan dampak positif pada pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Dengan langkah-langkah ini, Mie Pangsit Ahuat dapat memperkuat posisinya di pasar dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada UMKM Mie Pangsit Ahuat karena telah mengizinkan dan menjadi mitra penulis dalam menjalankan program kerja praktik serta kepada dosen pembimbing karena telah membantu dan mengarahkan penulis dalam proses program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Djaja, S., & Al Amin, Y. (2016). ANALISIS STRATEGI KERAGAMAN PRODUK OLAHAN MIE DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA KEDAI MIE JEMBER Yudi Al Amin *) Sutrisno Djaja **). *Fkip Unej*, 83–96. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPE/article/view/3419>
- Mukhamad Fathoni, M. P. I. (2019). Teknik Pengumpulan Data Penelitian. In *Jurnal Keperawatan* (Issue July).
- Nafisatur, M. (2024). Metode Pengumpulan

- Data Penelitian. *Metode Pengumpulan Data Penelitian*, 3(5), 5423–5443.
- Prasetya, T., Yanti, J. E., Purnamasari, A. I., Dikananda, A. R., & Nurdiawan, O. (2022). Analisis Data Transaksi Terhadap Pola Pembelian Konsumen Menggunakan Metode Algoritma Apriori. *INFORMATICS FOR EDUCATORS AND PROFESSIONAL : Journal of Informatics*, 6(1), 43. <https://doi.org/10.51211/itbi.v6i1.1688>
- Puspita, A. C., Setiawan, B., Ayu, C., & Heikal, J. (2024). Analisis Preferensi Konsumen dan Profil Pembeli di Industri Otomotif: Studi Kasus Pembelian Kendaraan di Wilayah Jabodetabek. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1036–1050. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i3.870>
- Putri, A. N. R. F., Purwidiani, N., Dewi, I. H. P., & Miranti, M. G. (2024). Penerapan Standard Operating Procedure (SOP) Pengolahan Makanan Menu Ala-Carte Section Asia Di Restaurant 209 Hotel Vasa Surabaya. *Lencana: Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 2(4), 312-326.
- Rahman, A. V. (2023). Analisis Segmentasi Pasar Dalam Pembelian Produk Minarako Padang Untuk Menentukan Target Pasar. *Journal of Science Education and Management Business*, 2(3), 17–23. <https://doi.org/10.62357/joseamb.v2i3.215>
- Sari, S., Atlantika, Y. N., Beni, S., & Usman. (2024). STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA MIE AYAM SOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN MARKETING STRATEGY IN AYAM SOSI Noodle BUSINESS IN INCREASING CONSUMER INTEREST IN BUYING. *Inovasi Pembangunan Jurnal Kelitbangan (JIP)*, 12(1), 71–81.
- Utarsih, H., Vidyastuti, H., & Sari, W. P. (2020). Pengembangan Pola Penjualan