



**Journal of Human And Education**

Volume 4, No. 6, Tahun 2024, pp 692-699

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

## **Pendampingan Kelompok UMKM Binaan Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Pelanggan Melalui Implementasi Manajemen Pelayanan Surabaya Timur**

**Nurul Iman<sup>1</sup>, Elly Yuniar Nitawati<sup>2</sup>**

Universitas Bhayangkara Surabaya<sup>1-2</sup>

Email: nuruliman@ubhara.ac.id<sup>1</sup>, ellyyuniar@ubhara.ac.id<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Program pendampingan UMKM di Surabaya Timur bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan melalui pelatihan dan pendampingan terstruktur. Program ini melibatkan 15 kelompok UMKM dari berbagai sektor usaha, dengan fokus pada peningkatan komunikasi, penanganan keluhan, dan pemanfaatan teknologi digital. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam aspek kualitas layanan, komunikasi, serta pemanfaatan teknologi digital, yang berdampak pada peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan sebesar 25% dan 20% secara berturut-turut. Pendampingan ini juga meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya teknologi digital dalam memperbaiki layanan, meningkatkan jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi. Kesimpulannya, program ini berhasil memperkuat daya saing UMKM di pasar lokal dengan memberikan keterampilan yang relevan dan praktis dalam pengelolaan layanan pelanggan. Hal ini berkontribusi positif terhadap keberlanjutan usaha dan pertumbuhan ekonomi lokal di Surabaya Timur.

**Kata Kunci:** *Pendampingan UMKM, Kualitas Layanan Pelanggan, Pemanfaatan Teknologi Digital, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*

### **Abstract**

The MSME mentoring program in East Surabaya aims to improve the quality of customer service through structured training and mentoring. The program involved 15 groups of MSMEs from various business sectors, with a focus on improving communication, handling complaints, and utilizing digital technology. The evaluation results showed significant improvements in the aspects of service quality, communication, and digital technology utilization, which resulted in an increase in customer satisfaction and loyalty by 25% and 20% respectively. The mentoring also increased MSME players' understanding of the importance of digital technology in improving services, increasing market reach, and improving efficiency. In conclusion, the program successfully strengthened MSMEs' competitiveness in the local market by providing relevant and practical skills in customer service management. This has positively contributed to business sustainability and local economic growth in East Surabaya.

**Keywords:** *MSME Mentoring, Customer Service Quality, Digital Technology Utilization, Customer Satisfaction And Loyalty*

### **PENDAHULUAN**

Peningkatan kualitas layanan pelanggan menjadi salah satu elemen penting dalam menjaga kelangsungan dan pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia, termasuk di Surabaya Timur. Seiring dengan meningkatnya persaingan di pasar, pelaku UMKM dituntut untuk tidak hanya menawarkan produk dengan kualitas baik, tetapi juga memberikan pelayanan prima kepada pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan keunggulan kompetitif bagi UMKM (Sembiring, 2023). Namun, kenyataannya, banyak pelaku UMKM yang masih memiliki keterbatasan dalam memahami dan mengimplementasikan manajemen pelayanan secara efektif. Hal ini dapat menyebabkan rendahnya loyalitas pelanggan serta potensi kehilangan peluang bisnis. Di Surabaya Timur, terdapat berbagai

kelompok UMKM yang bergerak di sektor makanan, kerajinan tangan, jasa, dan produk-produk lainnya. Kelompok-kelompok UMKM ini memiliki potensi besar dalam menggerakkan ekonomi lokal, namun mereka masih menghadapi berbagai kendala dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan. Banyak UMKM masih berfokus pada aspek produksi dan belum sepenuhnya menyadari pentingnya layanan pelanggan sebagai bagian dari strategi bisnis yang terintegrasi. Dalam banyak kasus, pemilik UMKM beranggapan bahwa jika produk yang dihasilkan berkualitas tinggi, pelanggan akan datang dengan sendirinya (Sembiring, 2023). Layanan pelanggan yang tidak konsisten atau bahkan buruk dapat menghambat perkembangan usaha dan mengurangi daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Tantangan lain yang dihadapi oleh UMKM di Surabaya Timur adalah kurangnya pemahaman tentang konsep dasar manajemen pelayanan dan bagaimana cara mengimplementasikannya dalam kegiatan sehari-hari. Mereka mungkin tidak menyadari pentingnya manajemen pelayanan dalam menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Pelatihan yang kurang memadai tentang keterampilan layanan pelanggan juga menjadi hambatan (Harahap, 2023). Banyak pelaku usaha yang masih memandang layanan pelanggan hanya sebatas kegiatan menerima keluhan tanpa adanya pemahaman lebih lanjut mengenai kebutuhan pelanggan dan upaya pencegahan masalah yang serupa di masa depan. Ketidaksiapan dalam memberikan layanan yang berkualitas dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan, yang pada akhirnya mengarah pada penurunan penjualan dan hilangnya potensi pertumbuhan.

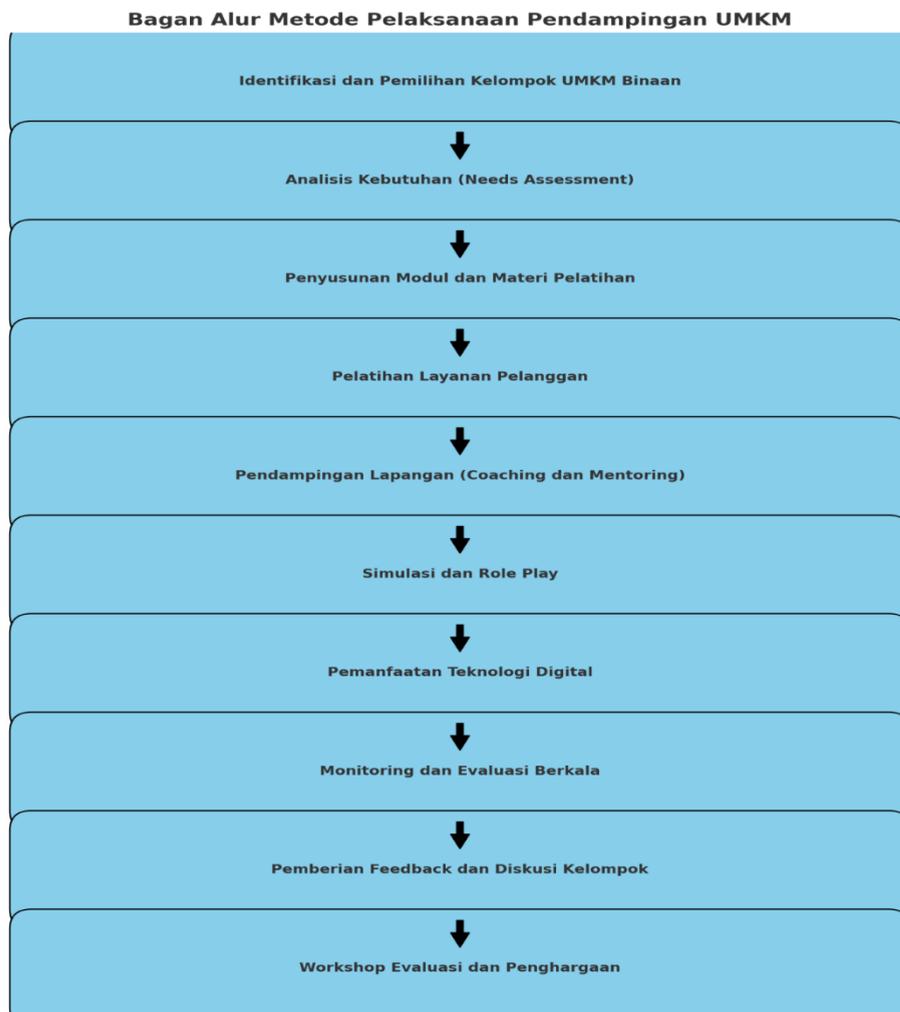
Manajemen pelayanan bukan hanya tentang memperbaiki kualitas produk atau memperbaiki kesalahan yang terjadi, tetapi juga tentang membangun pengalaman positif bagi pelanggan. UMKM dapat meningkatkan kualitas layanan mereka dan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan (Oltra-Badenes & Lozano-Quilis, 2020). Dalam konteks Surabaya Timur, di mana perkembangan ekonomi dan mobilitas masyarakat cukup tinggi, UMKM harus lebih adaptif dan proaktif dalam memberikan layanan yang responsif dan berorientasi pada pelanggan. Kemampuan UMKM untuk memahami ekspektasi pelanggan dan memberikan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas dan menjadi pendorong utama keberhasilan usaha. Dalam beberapa tahun terakhir, digitalisasi juga telah memainkan peran penting dalam mempengaruhi preferensi dan perilaku konsumen. Pelanggan saat ini semakin cerdas dan memiliki akses ke berbagai informasi yang memungkinkan mereka untuk membandingkan layanan dan produk dengan lebih mudah. Digitalisasi tidak hanya membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar tetapi juga dalam mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan efisiensi operasional (Kilay et al., 2022). Oleh karena itu, penting bagi UMKM di Surabaya Timur untuk memanfaatkan teknologi digital dalam mendukung peningkatan kualitas layanan pelanggan, baik melalui media sosial, platform e-commerce, maupun sistem manajemen pelanggan. Dengan demikian, implementasi manajemen pelayanan yang memanfaatkan teknologi digital menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing. Selain itu, kualitas layanan pelanggan yang baik tidak hanya mendatangkan keuntungan ekonomi, tetapi juga menciptakan ikatan emosional antara UMKM dan pelanggannya. Hal ini berperan dalam menciptakan kepercayaan, meningkatkan nilai merek, dan mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut yang sangat berharga. Dengan kata lain, pelayanan yang baik tidak hanya mendatangkan pelanggan baru, tetapi juga menjaga pelanggan lama, sehingga memungkinkan UMKM untuk berkembang secara berkelanjutan.

Namun, dalam implementasi manajemen pelayanan, tantangan yang sering dihadapi adalah minimnya pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada pelaku UMKM, terutama dalam aspek pelayanan pelanggan. Manajemen hubungan yang baik membantu UMKM untuk memahami kebutuhan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan (Sembiring, 2023). Para pelaku UMKM seringkali kekurangan akses terhadap pengetahuan, keterampilan, dan bimbingan yang dibutuhkan untuk mengelola hubungan pelanggan secara efektif. Oleh karena itu, program pendampingan yang fokus pada peningkatan kualitas layanan pelanggan menjadi sangat relevan untuk diterapkan di Surabaya Timur. Dengan melakukan pendampingan kepada kelompok UMKM binaan, diharapkan para pelaku usaha dapat memahami pentingnya manajemen pelayanan dan mampu mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dalam layanan yang mereka berikan. Pendampingan ini juga dapat memberikan pemahaman praktis mengenai cara-cara meningkatkan kualitas layanan, mulai dari teknik komunikasi yang baik, penanganan keluhan pelanggan, hingga pengelolaan sistem informasi yang mendukung proses pelayanan. Dengan demikian, para pelaku UMKM dapat lebih percaya diri dan mampu bersaing dalam memenuhi kebutuhan pasar yang semakin kompleks.

Program pendampingan ini juga akan memberikan manfaat jangka panjang bagi UMKM dalam hal peningkatan kinerja dan keberlanjutan usaha. Melalui pendekatan yang partisipatif, UMKM binaan akan didorong untuk aktif terlibat dalam proses perbaikan dan inovasi layanan pelanggan. Partisipasi aktif ini sangat penting agar setiap pelaku usaha merasa memiliki tanggung jawab dan motivasi untuk terus memperbaiki kualitas layanan yang mereka berikan. Oleh karena

itu, pelatihan dan peningkatan keterampilan sumber daya manusia dalam bidang digital sangat penting untuk mendukung keberhasilan UMKM dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif (Atika, 2023). Keberhasilan dalam implementasi manajemen pelayanan akan tercermin dari meningkatnya tingkat kepuasan pelanggan serta daya saing yang lebih kuat di pasar lokal. Dalam hal ini, sinergi antara pelaku usaha, pendamping, dan pemerintah setempat sangat dibutuhkan untuk menciptakan ekosistem bisnis yang kondusif bagi perkembangan UMKM di Surabaya Timur. Melalui pendampingan yang terstruktur, kelompok UMKM binaan diharapkan mampu memahami strategi manajemen pelayanan, serta mengembangkan keterampilan dalam berinteraksi dengan pelanggan secara lebih efektif. Dengan demikian, UMKM di Surabaya Timur dapat menjadi lebih profesional dalam mengelola layanan pelanggan dan mampu memberikan pengalaman positif yang berkesan bagi konsumen. Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk membantu kelompok UMKM binaan di Surabaya Timur dalam meningkatkan kualitas layanan pelanggan melalui implementasi manajemen pelayanan yang efektif. Dengan layanan yang lebih berkualitas, UMKM diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, mempertahankan eksistensi usaha, serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

## METODE



### 1. Identifikasi dan Pemilihan Kelompok UMKM Binaan

Langkah awal dalam kegiatan ini adalah melakukan identifikasi dan seleksi terhadap kelompok UMKM yang akan dibina. Proses ini melibatkan kerja sama dengan perangkat daerah setempat dan asosiasi UMKM di Surabaya Timur. Kriteria pemilihan mencakup aspek kesiapan UMKM dalam mengikuti pendampingan, jenis usaha, serta potensi dampak dari peningkatan layanan terhadap bisnis mereka.

### 2. Analisis Kebutuhan (*Needs Assessment*)

Setelah kelompok UMKM terpilih, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis kebutuhan untuk mengetahui aspek-aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan. Kegiatan ini dilakukan melalui wawancara, survei, dan observasi terhadap kegiatan operasional UMKM. Dari analisis ini akan didapatkan gambaran mengenai area kritis yang membutuhkan intervensi, seperti manajemen komunikasi, penanganan keluhan, atau penggunaan teknologi dalam pelayanan.

### 3. Penyusunan Modul dan Materi Pelatihan

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tim pelaksana akan menyusun modul dan materi pelatihan yang relevan. Materi ini mencakup berbagai aspek layanan pelanggan, seperti teknik

komunikasi yang efektif, strategi peningkatan kepuasan pelanggan, penanganan keluhan, dan pemanfaatan teknologi untuk mendukung layanan. Materi pelatihan disusun sedemikian rupa agar mudah dipahami oleh pelaku UMKM, dengan pendekatan praktis dan contoh-contoh kasus yang sesuai dengan kondisi lapangan.

#### 4. Pelatihan Layanan Pelanggan

Pelatihan akan dilakukan secara tatap muka dan online dengan memanfaatkan fasilitas seperti ruang pelatihan di balai desa atau tempat pertemuan lainnya yang tersedia di Surabaya Timur. Pelatihan ini disampaikan dalam bentuk seminar, diskusi interaktif, dan studi kasus, di mana para peserta dilibatkan secara aktif untuk berdiskusi dan menyelesaikan berbagai masalah terkait layanan pelanggan.

#### 5. Pendampingan Lapangan (*Coaching Mentoring*)

Setelah pelatihan selesai, pendampingan akan dilanjutkan dengan kegiatan coaching dan mentoring secara langsung di lapangan. Tim pendamping akan mengunjungi UMKM binaan untuk membantu mereka mengaplikasikan materi yang sudah dipelajari ke dalam aktivitas sehari-hari. Pendampingan ini juga mencakup evaluasi terhadap penerapan strategi pelayanan dan pemberian masukan untuk perbaikan.

#### 6. Simulasi dan *Role Play*

Untuk meningkatkan keterampilan praktis pelaku UMKM, kegiatan simulasi dan role play akan dilakukan. Simulasi ini mencakup berbagai situasi pelayanan pelanggan, seperti menghadapi keluhan atau memberikan rekomendasi produk. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM dapat lebih memahami teknik-teknik komunikasi yang efektif dan mengembangkan kemampuan problem-solving dalam situasi yang berkaitan dengan pelayanan.

#### 7. Pemanfaatan Teknologi Digital

Salah satu komponen penting dalam program pendampingan adalah pengenalan dan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan kualitas layanan. Pelaku UMKM akan diajarkan cara menggunakan platform media sosial dan aplikasi manajemen pelanggan untuk memperluas jangkauan pelanggan serta meningkatkan interaksi dengan mereka. Tim pendamping juga akan membantu UMKM dalam membuat konten yang menarik untuk meningkatkan engagement di media sosial.

#### 8. Monitoring dan Evaluasi Berkala

Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk melihat perkembangan yang dicapai oleh kelompok UMKM binaan. Evaluasi dilakukan melalui penilaian tingkat kepuasan pelanggan, peningkatan penjualan, dan indikator lain yang relevan. Monitoring ini tidak hanya berfungsi untuk mengukur keberhasilan program, tetapi juga untuk memberikan rekomendasi perbaikan jika ada kendala atau hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

#### 9. Pemberian Feedback dan Diskusi Kelompok

Feedback dari pendamping akan diberikan secara rutin kepada pelaku UMKM agar mereka bisa memahami kelemahan dan kelebihan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, diskusi kelompok juga dilakukan untuk berbagi pengalaman dan best practice antar-UMKM binaan. Melalui diskusi ini, pelaku usaha dapat saling belajar dan termotivasi untuk meningkatkan pelayanan.

#### 10. Workshop Evaluasi dan Penghargaan

Pada akhir program, akan diadakan workshop evaluasi untuk mengulas capaian dan tantangan yang dihadapi selama proses pendampingan. Selain itu, penghargaan akan diberikan kepada UMKM binaan yang berhasil menunjukkan peningkatan signifikan dalam kualitas layanan pelanggan. Penghargaan ini diberikan sebagai bentuk apresiasi dan motivasi untuk terus berinovasi dalam pelayanan.

#### 11. Penyusunan Laporan Akhir dan Publikasi Hasil Kegiatan

Setelah kegiatan pendampingan selesai, tim pelaksana akan menyusun laporan akhir yang berisi rangkuman proses pelaksanaan, hasil yang dicapai, serta analisis dampak dari kegiatan pendampingan terhadap kelompok UMKM binaan. Laporan ini juga akan dipublikasikan untuk mendokumentasikan best practice yang dapat diadopsi oleh UMKM lain di wilayah yang berbeda.

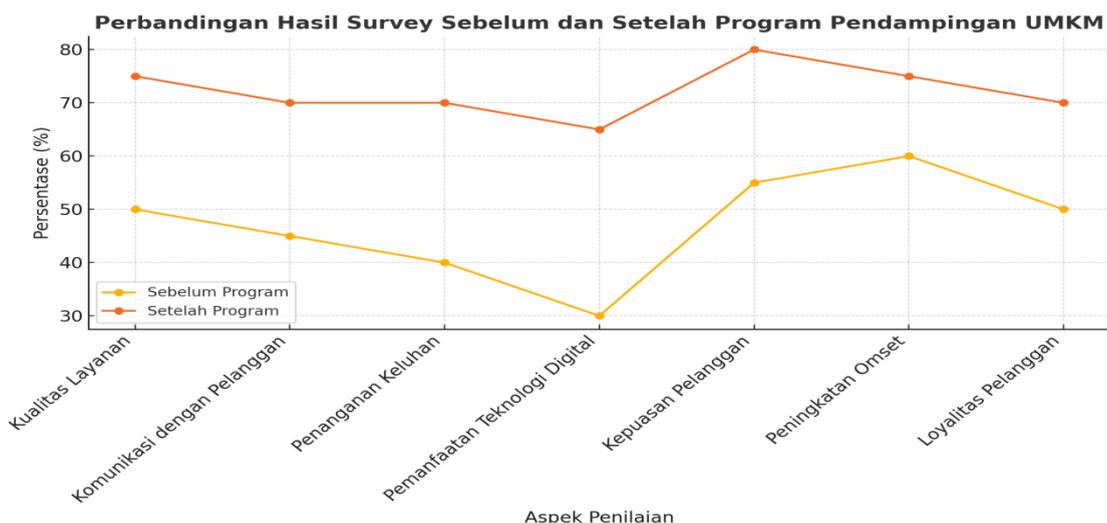
#### 12. Fasilitasi Jaringan Usaha (*Networking*)

Langkah terakhir adalah memfasilitasi UMKM untuk menjalin jejaring dengan pihak lain, seperti pemerintah, lembaga pembiayaan, serta pelaku usaha lainnya. Jaringan ini penting untuk mendukung keberlanjutan usaha dan membantu UMKM mengakses berbagai sumber daya yang diperlukan, baik dalam bentuk pengetahuan, modal, maupun pasar. Networking juga akan memperkuat posisi UMKM di pasar lokal dan memungkinkan mereka untuk lebih kompetitif.

Metode pelaksanaan ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM di Surabaya Timur dalam memahami pentingnya manajemen pelayanan yang berkualitas dan menerapkannya secara berkelanjutan. Dengan pendampingan yang intensif dan terstruktur, UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Penilaian	Sebelum Program (%)	Setelah Program (%)	Peningkatan (%)
Kualitas Layanan	50	75	25
Komunikasi dengan Pelanggan	45	70	25
Penanganan Keluhan	40	70	30
Pemanfaatan Teknologi Digital	30	65	35
Kepuasan Pelanggan	55	80	25
Peningkatan Omset	60	75	15
Loyalitas Pelanggan	50	70	20



Berikut adalah interpretasi dari hasil survei yang ditunjukkan pada tabel dan grafik mengenai program pendampingan UMKM di Surabaya Timur:

### Interpretasi Hasil Survei

Program pendampingan yang dilakukan terhadap kelompok UMKM di Surabaya Timur menunjukkan peningkatan signifikan pada berbagai aspek layanan pelanggan. Pada aspek kualitas layanan, terdapat peningkatan sebesar 25%, dari 50% sebelum program menjadi 75% setelah program. Ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan telah berhasil membantu UMKM dalam memberikan layanan yang lebih baik dan berfokus pada kebutuhan pelanggan. Pelaku UMKM menjadi lebih mampu dalam memahami ekspektasi pelanggan dan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan.

Peningkatan yang serupa terlihat pada aspek komunikasi dengan pelanggan dan penanganan keluhan, yang masing-masing meningkat sebesar 25% dan 30%. Hal ini menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi dan kemampuan dalam menangani keluhan pelanggan menjadi lebih baik setelah pelatihan. Para pelaku UMKM lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan pelanggan dan lebih efektif dalam menangani keluhan atau masukan yang diberikan. Hasil ini juga menunjukkan bahwa pendekatan role play dan simulasi yang dilakukan selama pendampingan sangat membantu UMKM dalam menghadapi berbagai situasi pelayanan di dunia nyata.

Pada aspek pemanfaatan teknologi digital, peningkatan yang dicapai adalah sebesar 35%, yang merupakan salah satu peningkatan tertinggi di antara aspek lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM semakin sadar akan pentingnya teknologi digital dalam mendukung layanan pelanggan, baik melalui media sosial maupun platform lainnya. Dengan adanya pemanfaatan teknologi yang lebih baik, UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan secara daring dan

meningkatkan efisiensi dalam pelayanan, yang juga berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 25%.

Dampak dari peningkatan layanan pelanggan juga terlihat pada peningkatan omset sebesar 15% dan loyalitas pelanggan sebesar 20%. Ini mengindikasikan bahwa pelanggan yang puas dengan layanan cenderung untuk kembali membeli dan merekomendasikan UMKM tersebut kepada orang lain. Peningkatan ini menunjukkan bahwa program pendampingan tidak hanya berhasil dalam meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga memberikan dampak positif secara finansial bagi UMKM. Secara keseluruhan, hasil survei ini menunjukkan bahwa program pendampingan berhasil membantu UMKM dalam mengembangkan keterampilan dan strategi pelayanan, yang berdampak pada peningkatan daya saing di pasar lokal.

Berikut adalah tiga topik pembahasan yang relevan dengan hasil survei dari program pendampingan UMKM di Surabaya Timur, dengan masing-masing pembahasan terdiri dari tiga paragraf yang mengelaborasi teori dan penguatan lainnya:

#### 1) Pentingnya Kualitas Layanan dalam Menarik Loyalitas Pelanggan

Kualitas layanan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, terutama dalam konteks UMKM. Menurut teori *\*Service Quality\** (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988), kualitas layanan terdiri dari lima dimensi, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. UMKM yang mampu meningkatkan kualitas layanan pada dimensi-dimensi ini, seperti ketanggapan terhadap keluhan dan empati terhadap pelanggan, akan lebih mudah memperoleh kepercayaan dan loyalitas. Febria Febria (2024) menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan, tetapi juga oleh nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Nilai pelanggan, yang merupakan perbandingan antara manfaat dan biaya, berperan penting dalam membangun loyalitas. Dengan meningkatkan kualitas layanan, UMKM dapat meningkatkan nilai yang dirasakan oleh pelanggan, yang pada gilirannya akan memperkuat loyalitas mereka. Dengan loyalitas pelanggan yang kuat, UMKM tidak hanya mempertahankan basis pelanggan yang sudah ada, tetapi juga berpeluang untuk memperoleh pelanggan baru melalui word-of-mouth positif.

Dalam konteks Surabaya Timur, hasil survei menunjukkan peningkatan loyalitas pelanggan sebesar 20% setelah program pendampingan. Ini membuktikan bahwa perbaikan pada dimensi kualitas layanan yang diajarkan selama program, seperti penanganan keluhan dan komunikasi dengan pelanggan, berhasil memperkuat keterikatan emosional antara pelanggan dan UMKM. Peningkatan loyalitas pelanggan memiliki manfaat jangka panjang, seperti penurunan biaya pemasaran, peningkatan nilai umur pelanggan (*customer lifetime value*), serta peluang untuk menciptakan hubungan bisnis yang berkelanjutan. Dwipa Dwipa (2024) menemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan cenderung lebih loyal kepada UMKM yang mampu memberikan layanan berkualitas tinggi.

Kualitas layanan yang baik juga menjadi diferensiasi yang kuat bagi UMKM dalam bersaing di pasar yang kompetitif. Dalam dunia yang semakin kompetitif, kualitas layanan menjadi salah satu elemen yang membedakan satu bisnis dari yang lainnya. Penelitian lain oleh Mardian dan Muhammad Mardian & Muhammad (2020) menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik dapat membentuk loyalitas pelanggan, yang menunjukkan bahwa UMKM harus fokus pada peningkatan kualitas layanan untuk mempertahankan pelanggan. Dengan demikian, usaha untuk terus memperbaiki layanan pelanggan sangat penting agar UMKM dapat membangun keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing. Hal ini selaras dengan teori *Resource-Based View (RBV)*, yang menekankan pentingnya sumber daya dan kapabilitas yang unik untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

#### 2) Peran Teknologi Digital dalam Meningkatkan Efisiensi Pelayanan UMKM

Pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan kualitas layanan pelanggan di era modern. Menurut teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1989), adopsi teknologi didasarkan pada dua faktor utama, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Dalam konteks UMKM di Surabaya Timur, peningkatan pemanfaatan teknologi digital sebesar 35% setelah program pendampingan menunjukkan bahwa pelaku usaha semakin memahami manfaat teknologi dalam meningkatkan efisiensi pelayanan, seperti penggunaan media sosial untuk berkomunikasi dengan pelanggan atau aplikasi manajemen pelanggan untuk memudahkan pengelolaan pesanan. Yuniar (2023) menunjukkan bahwa pemahaman dan pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan akses layanan bagi UMKM. UMKM dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas layanan mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan teknologi digital, UMKM dapat lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Penggunaan platform seperti WhatsApp Business, Instagram, dan *e-commerce* memungkinkan

UMKM untuk berinteraksi dengan pelanggan secara real-time, memproses pesanan lebih cepat, serta memberikan informasi mengenai produk secara lebih efektif. Responsivitas adalah salah satu dimensi penting dari kualitas layanan menurut *SERVQUAL Model*, dan pemanfaatan teknologi digital menjadi alat yang dapat membantu UMKM dalam memenuhi ekspektasi pelanggan akan layanan yang cepat dan akurat. Transformasi digital dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing pasar. Dengan mengadopsi teknologi digital, UMKM dapat mengurangi waktu dan biaya dalam aktivitas bisnis, serta meningkatkan akses pasar. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Mardikaningsih (Mardikaningsih, 2023), yang menunjukkan bahwa pemasaran melalui media sosial dapat meningkatkan keunggulan bersaing UMKM. Pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan dan mendapatkan umpan balik yang berharga untuk perbaikan layanan.

Pemanfaatan teknologi digital juga meningkatkan aksesibilitas dan jangkauan pasar UMKM. Menurut teori *Long Tail* yang dikemukakan oleh Anderson (2006), internet memungkinkan bisnis kecil untuk menjangkau pelanggan di luar pasar tradisional mereka. Hal ini relevan dengan UMKM di Surabaya Timur, di mana pemanfaatan teknologi digital memungkinkan mereka untuk menjangkau pelanggan baru yang lebih luas dan lebih beragam. Dengan peningkatan pemanfaatan teknologi, UMKM dapat meningkatkan skala bisnisnya secara lebih efisien, dan ini berdampak positif pada peningkatan omset serta pertumbuhan jangka panjang.

### 3) Pengaruh Pelatihan dan Pendampingan terhadap Peningkatan Kompetensi Layanan

Pelatihan dan pendampingan yang terstruktur memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan kompetensi layanan UMKM. Menurut teori *Experiential Learning* yang dikembangkan oleh Kolb (1984), pembelajaran yang efektif melibatkan siklus pengalaman langsung, refleksi, pembentukan konsep, dan penerapan. Pelatihan layanan pelanggan yang dilakukan melalui simulasi, role play, dan coaching memberikan pengalaman langsung bagi pelaku UMKM untuk belajar dari situasi nyata dan memperbaiki pendekatan mereka dalam berinteraksi dengan pelanggan. Hal ini memungkinkan pelaku UMKM untuk mengalami perubahan dalam cara mereka memberikan layanan, bukan hanya sekadar pengetahuan teoritis. Marasabessy & Karman (2022) mengungkapkan bahwa pendampingan usaha, baik secara parsial maupun simultan, memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kompetensi layanan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan yang komprehensif dapat meningkatkan kompetensi layanan UMKM secara keseluruhan.

Peningkatan kompetensi layanan terlihat dari hasil survei yang menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek komunikasi dan penanganan keluhan pelanggan. Menurut teori *Capability Development*, pengembangan kemampuan adalah proses yang memerlukan perencanaan strategis dan penerapan berulang. Pendampingan secara langsung memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk mengimplementasikan keterampilan yang baru dipelajari dan memperoleh umpan balik secara cepat dari mentor. Ini memperkuat proses pembelajaran dan membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan kepercayaan diri mereka saat menghadapi pelanggan. Sobar (2023) dengan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang kualitas produk dan layanan, UMKM dapat memenuhi kebutuhan pasar dan meningkatkan daya saing mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang terfokus pada kualitas layanan dapat membantu UMKM untuk lebih beradaptasi dengan tuntutan pasar.

Selain itu, keberlanjutan pendampingan juga penting untuk memastikan bahwa perubahan dalam kompetensi layanan dapat berlangsung dalam jangka panjang. Menurut teori *Continuous Improvement* atau *Kaizen*, perbaikan harus dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan. Dalam konteks UMKM di Surabaya Timur, pendampingan yang berkelanjutan membantu memastikan bahwa peningkatan yang telah dicapai dapat dipertahankan dan bahkan ditingkatkan dari waktu ke waktu. Dengan terus melakukan perbaikan layanan, UMKM dapat menghadapi tantangan bisnis yang berubah dan memenuhi ekspektasi pelanggan yang semakin tinggi. Sutoyo Sutoyo (2023) mencatat bahwa bimbingan yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kompetensi layanan.

## SIMPULAN

Program pendampingan UMKM di Surabaya Timur dalam meningkatkan kualitas layanan pelanggan telah menunjukkan hasil yang signifikan. Dengan pelatihan yang terstruktur dan pendampingan lapangan, UMKM mengalami peningkatan dalam berbagai aspek layanan, seperti komunikasi dengan pelanggan, penanganan keluhan, dan pemanfaatan teknologi digital. Peningkatan ini berpengaruh langsung pada tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan serta peningkatan omset usaha. Pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung layanan pelanggan juga menjadi salah satu capaian penting dari program ini. Pelaku UMKM yang sebelumnya kurang familiar dengan teknologi digital kini mulai memanfaatkan platform seperti media sosial dan

aplikasi manajemen pelanggan untuk meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan. Peningkatan ini tidak hanya memperbaiki efisiensi operasional tetapi juga memperluas jangkauan pasar mereka. Secara keseluruhan, program pendampingan ini berhasil memberikan dampak positif terhadap kemampuan UMKM dalam memberikan layanan pelanggan yang lebih baik dan profesional. Dengan peningkatan kualitas layanan, UMKM di Surabaya Timur memiliki daya saing yang lebih kuat dan mampu mempertahankan serta meningkatkan loyalitas pelanggan mereka, yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Sembiring, L. D., Setyawati, A., Indajang, K., Doloksaribu, W. S. A., & Sudirman, A. (2023). Analysis of increasing the competitiveness of msme business through entrepreneurial competence, entrepreneurial orientation, and customers relationship management. *FIRM Journal of Management Studies*, 8(2), 250.
- Harahap, M. A. K., Junianto, P., Astutik, W. S., Risdwiyanto, A., & Almaududi Ausat, A. M. (2023). Use of chatgpt in building personalisation in business services. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 1212-1219.
- Oltra-Badenes, R. and Lozano-Quilis, J. A. (2020). Customer relationship management: digital transformation and sustainable business model innovation. *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*, 33(1), 2733-2750.
- Kilay, A. L., Simamora, B. H., & Putra, D. P. (2022). The influence of e-payment and e-commerce services on supply chain performance: implications of open innovation and solutions for the digitalization of micro, small, and medium enterprises (msmes) in indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 119.
- Febria, F., Ciamas, E. S., & Sutarno, S. (2024). Kualitas layanan dan nilai pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di pt. horti jaya lestari. *INVESTASI : Inovasi Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 13-21.
- Mardian, I. and Muhammad, M. (2020). Pengaruh kualitas layanan dalam membentuk loyalitas pelanggan pada dealer yamaha tugu mas bima. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 125-131.
- Dwipa, P. A. and Wardhani, S. L. (2024). Pengaruh service quality, price perception, dan trust terhadap customer loyalty di thanks for solution hair studio. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 3(2), 119-129.
- Yuniar, E. \*. S., Rahwana, K. A., Nurhayati, I., & Juliawati, D. (2023). Inklusi keuangan dan transformasi digital sebagai upaya pendorong sustainability umkm kota tasikmalaya. *Journal of Management and Business Review*, 20(3), 383-393.
- Mardikaningsih, R. (2023). Strategi inovasi dan pemasaran media sosial untuk meningkatkan keunggulan kompetitif umkm di kota surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(2), 58-67.
- Marasabessy, M. and Karman, A. (2022). Pengaruh pinjaman modal dan pendampingan usaha terhadap peningkatan kesejahteraan nasabah pada bank wakaf mikro honai sejahtera papua. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1586-1597.