



Pelatihan Peningkatan Kualitas Layanan bagi Komunitas UMKM GIK di Kawasan Kota Lama Semarang untuk Mendorong Kepuasan Konsumen

Erawati Kartika^{1*}, Rahmat Budi Santoso², Yohana Tri Widayati³, Yani Prihati⁴, Ita Noviana⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Akuntansi, Universitas AKI, Indonesia

E-mail:* erawati.kartika@unaki.ac.id

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i4.3111>

Kata Kunci: kualitas layanan, UMKM, service excellence, kepuasan konsumen

Keywords: service quality, MSMEs, service excellence, customer satisfaction

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan pelaku UMKM di kawasan Kota Lama Semarang melalui pelatihan service excellence. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah rendahnya pemahaman mengenai kualitas layanan, belum adanya standar operasional pelayanan, serta keterbatasan keterampilan komunikasi dengan pelanggan. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui pelatihan, simulasi, studi kasus, dan pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa lebih dari 85% peserta mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Selain itu, terjadi peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 20% setelah pelatihan. Kegiatan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan profesionalisme pelaku UMKM serta memperkuat daya saing usaha di sektor ekonomi kreatif.

Abstract: This community service activity aims to improve service quality among MSMEs in the Kota Lama Semarang area through service excellence training. The main problems faced by partners include a lack of understanding of service quality, absence of standard operating procedures, and limited communication skills. The method used was a participatory approach involving training, simulations, case studies, and mentoring. The results showed that more than 85% of participants improved their service skills, and customer satisfaction increased by 20%. This program contributes to enhancing MSME professionalism and strengthening competitiveness in the creative economy sector.

Pendahuluan

Kawasan Kota Lama Semarang merupakan salah satu destinasi wisata yang mengalami perkembangan pesat, khususnya dalam sektor kuliner dan ekonomi kreatif. Keberadaan komunitas UMKM di kawasan ini menjadi penggerak utama aktivitas ekonomi berbasis wisata. Namun, persaingan usaha yang semakin meningkat menuntut pelaku UMKM untuk tidak hanya mengandalkan kualitas produk, tetapi juga mampu memberikan layanan yang memuaskan dan konsisten kepada konsumen .

Berdasarkan hasil observasi awal dan interaksi dengan pelaku UMKM komunitas GIK, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih menjalankan pelayanan secara sederhana dan belum terstandarisasi. Pelayanan kepada pelanggan cenderung dilakukan berdasarkan kebiasaan, tanpa adanya acuan yang jelas mengenai kualitas layanan yang baik. Hal ini terlihat dari belum adanya standar operasional prosedur (SOP) pelayanan, kurangnya kemampuan komunikasi dalam menghadapi pelanggan, serta belum optimalnya penanganan keluhan konsumen.

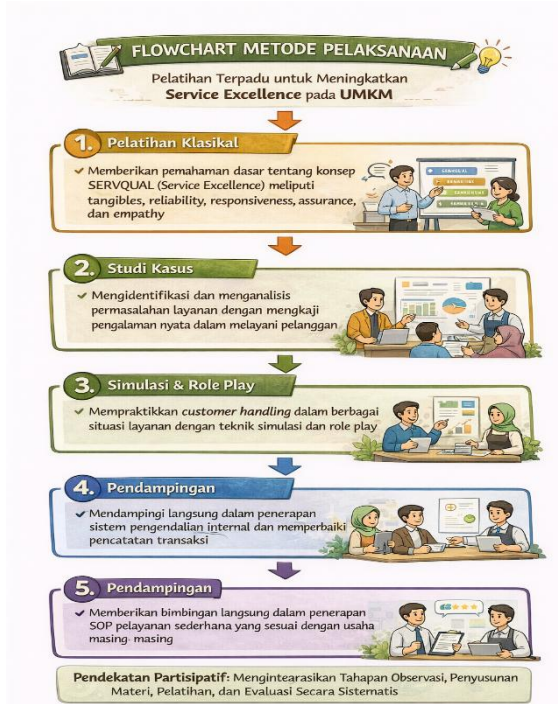
Selain itu, pelaku UMKM juga belum sepenuhnya memahami bahwa pelayanan merupakan bagian penting dari strategi bisnis. Dalam praktiknya, banyak pelaku usaha masih berfokus pada penjualan produk, sementara pengalaman pelanggan (customer experience) belum menjadi perhatian utama. Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketidakpuasan pelanggan, yang dalam jangka panjang dapat mempengaruhi loyalitas dan keberlanjutan usaha.

Dalam perspektif pemasaran modern, kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga membentuk persepsi positif terhadap usaha dan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM, terutama di kawasan wisata yang memiliki karakteristik pelanggan yang beragam dan dinamis.

Melihat kondisi tersebut, diperlukan upaya yang terarah untuk meningkatkan kompetensi pelaku UMKM dalam memberikan layanan yang berkualitas. Kegiatan pengabdian ini dirancang melalui pelatihan service excellence yang menekankan pada aspek pemahaman konsep, keterampilan komunikasi, serta praktik langsung dalam melayani pelanggan. Dengan pendekatan ini, diharapkan pelaku UMKM tidak hanya memahami pentingnya pelayanan, tetapi juga mampu menerapkannya secara konsisten dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di kawasan Kota Lama Semarang dengan melibatkan 25 pelaku UMKM yang tergabung dalam komunitas GIK sebagai mitra utama. Kegiatan dirancang menggunakan pendekatan partisipatif, yaitu metode yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam seluruh tahapan kegiatan agar proses pembelajaran lebih kontekstual dan aplikatif.



Gambar 1. Alur Kegiatan

Metode pelaksanaan terdiri atas beberapa bentuk kegiatan yang saling terintegrasi. Pertama, **pelatihan klasikal**, yang bertujuan memberikan pemahaman dasar mengenai konsep *service excellence* berbasis dimensi SERVQUAL, meliputi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif dengan contoh-contoh kasus yang relevan dengan kondisi usaha peserta.

Kedua, **studi kasus**, yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan layanan yang dihadapi oleh masing-masing pelaku UMKM. Peserta diminta mengkaji pengalaman nyata dalam melayani pelanggan, sehingga mampu mengenali kelemahan dan potensi perbaikan dalam sistem pelayanan yang telah dijalankan.

Ketiga, **simulasi dan role play**, yang difokuskan pada praktik langsung dalam menangani pelanggan (*customer handling*). Peserta dilatih menghadapi berbagai situasi layanan, seperti menerima pesanan, menangani keluhan, serta membangun komunikasi yang efektif dengan pelanggan. Metode ini bertujuan meningkatkan keterampilan praktis dan kepercayaan diri peserta dalam memberikan layanan.

Keempat, **pendampingan**, yang dilakukan untuk memastikan implementasi hasil pelatihan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Pada tahap ini, tim pengabdian membantu peserta dalam menyusun dan menerapkan standar operasional prosedur (SOP) pelayanan sederhana yang sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing. Tahapan kegiatan pengabdian dilaksanakan secara sistematis, meliputi :

- (1) **Identifikasi masalah**, melalui observasi awal dan diskusi dengan mitra untuk mengetahui kondisi layanan yang ada;
- (2) **Penyusunan materi pelatihan**, yang disesuaikan dengan kebutuhan dan permasalahan mitra;
- (3) **Pelaksanaan pelatihan**, yang mengintegrasikan teori dan praktik secara langsung; serta
- (4) **Evaluasi pasca pelatihan**, yang dilakukan untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta, serta menilai efektivitas kegiatan.

Secara keseluruhan, pendekatan partisipatif yang digunakan memungkinkan terjadinya proses pembelajaran dua arah, sehingga peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga aktif terlibat dalam proses analisis dan penerapan, yang pada akhirnya meningkatkan efektivitas kegiatan pengabdian.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pelatihan menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Evaluasi Pelatihan

Indikator	Sebelum (%)	Sesudah (%)
Pemahaman layanan	50	85
Keterampilan komunikasi	55	80
Kepuasan pelanggan	60	80
Loyalitas pelanggan	50	75

Pelaksanaan pelatihan memberikan perubahan yang cukup terlihat pada peserta, terutama dalam cara mereka memahami dan menerapkan pelayanan kepada pelanggan. Sebelum pelatihan, sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan pelayanan secara sederhana, tanpa pola yang jelas dan cenderung mengikuti kebiasaan masing-masing.

Berdasarkan hasil evaluasi, terjadi peningkatan pada seluruh indikator. Pemahaman layanan meningkat dari 50% menjadi 85%, yang menunjukkan bahwa peserta mulai memahami konsep dasar pelayanan yang baik. Keterampilan komunikasi juga mengalami peningkatan dari 55% menjadi 80%, terlihat dari cara peserta lebih aktif berinteraksi dan lebih percaya diri saat melayani pelanggan.

Selain itu, persepsi terhadap kepuasan pelanggan meningkat dari 60% menjadi 80%, dan loyalitas pelanggan dari 50% menjadi 75%. Angka ini menunjukkan bahwa peserta mulai menyadari bahwa pelayanan yang baik tidak hanya berdampak pada transaksi, tetapi juga pada hubungan jangka panjang dengan pelanggan.



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan

Dalam praktiknya, beberapa perubahan sederhana mulai diterapkan, seperti menyapa pelanggan dengan lebih ramah, menjelaskan produk dengan lebih jelas, serta merespon pertanyaan dengan lebih cepat. Meskipun belum sepenuhnya konsisten, perubahan ini sudah menunjukkan adanya pergeseran cara melayani yang lebih terarah.

Secara keseluruhan, sekitar 85% peserta sudah mampu mencoba menerapkan prinsip service excellence dalam aktivitas usahanya. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya dipahami secara teori, tetapi mulai diterapkan dalam praktik sehari-hari.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa pendekatan berbasis praktik memberikan dampak yang cukup nyata terhadap peningkatan kompetensi layanan pelaku UMKM. Peserta tidak hanya memahami konsep service excellence secara teoritis, tetapi juga mulai mampu menerapkannya dalam situasi pelayanan sehari-hari. Hal ini terlihat dari perubahan cara berinteraksi dengan pelanggan yang menjadi lebih terarah dan tidak lagi sekadar berdasarkan kebiasaan.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Puspitasari (2023) yang menyatakan bahwa metode pelatihan interaktif, seperti simulasi dan praktik langsung, lebih efektif dalam meningkatkan keterampilan pelayanan dibandingkan metode ceramah semata. Dalam kegiatan ini, peserta memperoleh pengalaman langsung melalui role play dan studi kasus, sehingga lebih mudah memahami bagaimana menghadapi berbagai karakter pelanggan.

Selain itu, peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 20% menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh langsung terhadap pengalaman konsumen. Meskipun peningkatan ini belum sepenuhnya menggambarkan perubahan jangka panjang, namun sudah menunjukkan adanya perbaikan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Hal ini menjadi indikasi awal bahwa pelayanan yang lebih baik dapat meningkatkan peluang pelanggan untuk kembali.

Dari sisi manajerial, kegiatan ini menghasilkan beberapa output yang cukup penting bagi pengembangan usaha. Pertama, adanya SOP layanan sederhana yang dapat menjadi acuan dasar bagi pelaku UMKM dalam memberikan pelayanan yang lebih konsisten. Kedua, tersusunnya modul pelatihan yang dapat digunakan kembali sebagai panduan praktis. Ketiga, terbentuknya jejaring kolaborasi antar pelaku UMKM, yang membuka peluang untuk saling berbagi pengalaman dan meningkatkan kualitas layanan secara bersama-sama.

Meskipun demikian, penerapan hasil pelatihan masih memerlukan waktu dan konsistensi. Beberapa pelaku usaha masih berada pada tahap penyesuaian dalam menerapkan standar pelayanan yang baru. Oleh karena itu, keberlanjutan melalui pendampingan menjadi faktor penting agar perubahan yang telah terjadi tidak bersifat sementara.

Kesimpulan

Kegiatan pelatihan yang dilakukan pada pelaku UMKM komunitas GIK di kawasan Kota Lama Semarang menunjukkan hasil yang cukup nyata, terutama dalam peningkatan cara pandang dan praktik pelayanan kepada pelanggan. Sebelum kegiatan, pelayanan masih dilakukan secara sederhana dan belum memiliki pola yang jelas. Setelah pelatihan, peserta mulai memahami bahwa pelayanan merupakan bagian penting dari usaha yang perlu dikelola secara lebih terarah.

Perubahan ini terlihat dari meningkatnya pemahaman peserta terhadap konsep layanan, kemampuan komunikasi yang lebih baik, serta mulai diterapkannya cara melayani yang lebih konsisten, seperti menyapa pelanggan, menjelaskan produk, dan merespon kebutuhan pelanggan dengan lebih cepat. Meskipun masih dalam tahap awal, langkah ini menunjukkan adanya pergeseran dari pelayanan yang bersifat spontan menjadi lebih terstruktur.

Selain itu, kegiatan ini juga memberikan dampak pada aspek manajerial, seperti mulai disusunnya SOP layanan sederhana dan meningkatnya kesadaran pelaku usaha untuk menjaga kepuasan pelanggan sebagai bagian dari keberlanjutan usaha.

Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya menambah pengetahuan, tetapi juga mulai mempengaruhi cara pelaku UMKM dalam mengelola interaksi dengan

pelanggan. Namun demikian, diperlukan pendampingan lanjutan agar penerapan pelayanan yang telah dipelajari dapat dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas AKI melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pelaku UMKM komunitas GIK di kawasan Kota Lama Semarang yang telah berpartisipasi aktif selama kegiatan berlangsung. Keterbukaan dan keterlibatan peserta dalam setiap sesi pelatihan dan praktik menjadi bagian penting dalam keberhasilan kegiatan ini.

Referensi

- Abboodi, M. (2025). Measuring customer satisfaction using SERVQUAL and Six Sigma. *International Journal of Service Science*.
- Aprilia, D. (2026). Pengaruh dimensi kualitas layanan SERVQUAL terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Arli, D., van Esch, P., & Weaven, S. (2024). The impact of service quality on consumers' satisfaction and loyalty. *Journal of Promotion Management*, 30(7), 1159–1188.
- Falahat, M., et al. (2026). Service quality and customer satisfaction using SERVQUAL model in restaurant industry. *Journal of Service Research*.
- Fitriani, N. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM kuliner di Kabupaten Kediri.
- Gultom, P., Utari, C., & Manalu, M. W. (2024). Impact of service quality on customer loyalty through satisfaction in UMKM. *Journal of Management Analytical and Solution*, 4(2), 59–70.
- Hidayat, R., & Andriani, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen UMKM.
- Hoo, W. C., et al. (2024). Customer satisfaction through service quality dimensions in digital services. *Journal of Consumer Behaviour*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management*. Pearson.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*.
- Puspitasari, E. (2023). Kepuasan konsumen UMKM kuliner Labuan Bajo.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Vera, L. O., Rumalessin, U. A. T., & Alamsyah, R. (2025). Service quality based on SERVQUAL dimension and its impact on customer satisfaction. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1357–1367.
- Wahyudi, T. (2024). Service quality measurement system using SERVQUAL method. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*.
- Wandana, Y. A. (2025). Service quality improvement using Kano model in retail. *IJSE Journal*, 8(3).
- Wandana, Y. A., & Aryanny, E. (2025). Analysis of service quality on customer satisfaction with SERVQUAL and Kano model. *IJSE*, 8(3), 13333–13349.