

Optimalisasi Kualitas Pelayanan pada UMKM Mars Chicks

Abdul Basit¹, Endang Silaningsih²

Universitas Djuanda, Indonesia

abdulbasit310803@gmail.com¹, endang.silaningsih@unida.ac.id²

Submitted: 13th August 2026 | **Edited:** 30th September 2026 | **Issued:** 01st October 2026

Cited on: Basit, A., & Silaningsih, E. (2026). Optimalisasi Kualitas Pelayanan pada UMKM Mars Chicks. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 9(4), 2104-2115.

ABSTRACT

Service quality is an important factor in maintaining customer satisfaction and competitiveness among culinary micro, small, and medium enterprises (MSMEs). MARS CHICKS, a fast-food MSME in Bogor Regency with three outlets in Ciawi, Seuseupan, and Puncak, faces service quality problems, including inconsistent service procedures, slow responses during busy periods, inadequate cleanliness, and limited employee knowledge of products. This community service activity aimed to identify service quality problems based on the SERVQUAL dimensions and implement practical improvements suited to the operational conditions of the partner. The activity used a participatory descriptive qualitative approach involving observation, semi-structured interviews, discussions, problem analysis, and implementation. The findings identified four relevant service quality dimensions: reliability, responsiveness, tangibles, and assurance. The improvement program resulted in the development and implementation of employee SOP posters, a customer complaint handling flow, a cleanliness SOP, and a product menu poster. These supporting media provided clearer service guidelines, strengthened employee readiness, and supported greater consistency in service processes. The activity demonstrates that simple, practical, and low-cost interventions can support service quality improvement in culinary MSMEs when adapted to the partner's actual needs.

Keywords: Service Quality, MSMEs, SERVQUAL, Service SOP, Customer Service

PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman (Food and Beverage/F&B) merupakan salah satu sektor usaha yang berkembang dan memiliki peran penting dalam aktivitas ekonomi Indonesia, terutama melalui kontribusi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pertumbuhan tersebut diikuti perubahan perilaku konsumen yang semakin mempertimbangkan kecepatan, kenyamanan, kebersihan, serta kemudahan dalam memperoleh produk. Dalam situasi persaingan yang semakin ketat, kualitas produk saja tidak cukup untuk mempertahankan pelanggan karena pengalaman selama proses pelayanan turut menentukan kepuasan dan kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Supriyanto et al. (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berperan dalam membentuk loyalitas, sedangkan Hasibuan et al. (2022) menemukan bahwa kualitas pelayanan pada usaha kuliner berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pada konteks UMKM Indonesia, peningkatan kualitas pelayanan juga menjadi bagian penting dalam menghadapi keluhan pelanggan dan mempertahankan hubungan dengan konsumen (Yulianto & Suhaimi, 2020). Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan kualitas

pelayanan perlu menjadi perhatian, khususnya bagi UMKM kuliner yang berhadapan langsung dengan konsumen dalam aktivitas operasional sehari-hari.

Pada tingkat operasional, UMKM kuliner menghadapi tantangan berupa keterbatasan sumber daya manusia, belum seragamnya prosedur kerja, serta ketergantungan terhadap kebiasaan dan pengalaman karyawan. Kondisi tersebut dapat menyebabkan kualitas pelayanan berbeda antarpegawai maupun antarcabang. MARS CHICKS merupakan UMKM kuliner cepat saji berbasis olahan ayam yang beroperasi di Kabupaten Bogor dan memiliki tiga cabang, yaitu Ciawi, Seuseupan, dan Puncak. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dalam kegiatan pengabdian, masih ditemukan permasalahan berupa ketidaksesuaian jam operasional, keterlambatan penyajian, pelayanan yang melambat pada jam sibuk, kurang proaktifnya karyawan dalam menangani keluhan, kondisi fasilitas yang belum konsisten, serta keterbatasan pengetahuan karyawan mengenai produk. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa persoalan pelayanan MARS CHICKS bukan terutama terletak pada produk, tetapi pada konsistensi proses pelayanan. Hal ini sejalan dengan penelitian pada UMKM yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan kinerja usaha (Mulia, 2021; Nisa & Siregar, 2022). Penelitian pada usaha kuliner juga memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan bersama dengan kualitas produk dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan (Wijaya & Bernardo, 2022).

Secara konseptual, kualitas pelayanan dapat dipahami melalui lima dimensi SERVQUAL, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Pendekatan tersebut memberikan kerangka untuk melihat kesesuaian antara harapan pelanggan dan pelayanan yang diterima serta membantu organisasi menentukan aspek pelayanan yang perlu diprioritaskan. Chandra et al. (2020) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berkaitan dengan pengalaman pelanggan terhadap berbagai aspek layanan, sedangkan penelitian empiris menunjukkan bahwa SERVQUAL masih relevan digunakan untuk mengidentifikasi kesenjangan kualitas pelayanan dan menentukan area perbaikan. Slamet dan Sulistiyowati (2022), misalnya, menggunakan SERVQUAL untuk mengidentifikasi indikator kualitas pelayanan yang perlu mendapatkan perhatian, sementara Wilujeng dan Herlina (2025) menerapkannya pada usaha kecil sektor pangan untuk menganalisis faktor pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat diposisikan sebagai bagian dari upaya mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Rita & Pandaleke, 2022; Restiani & Ardiansyah, 2023). Dengan demikian, SERVQUAL tidak hanya relevan sebagai kerangka evaluasi, tetapi juga dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan tindakan perbaikan yang sesuai dengan permasalahan operasional UMKM.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan atau loyalitas pelanggan serta penggunaan SERVQUAL untuk mengidentifikasi kesenjangan pelayanan, masih terdapat ruang untuk pendekatan yang lebih aplikatif pada UMKM kuliner yang memiliki beberapa cabang dan menghadapi persoalan pelayanan yang berbeda pada setiap lokasi. Sebagian penelitian terdahulu lebih banyak menempatkan kualitas pelayanan sebagai variabel yang diukur secara kuantitatif, sedangkan kebutuhan UMKM seperti MARS CHICKS tidak hanya membutuhkan identifikasi masalah, tetapi juga pendampingan untuk menerjemahkan hasil identifikasi tersebut menjadi solusi yang dapat langsung digunakan oleh karyawan. Studi mengenai SME di Indonesia menunjukkan bahwa analisis kualitas layanan akan lebih bermanfaat ketika diikuti tindakan perbaikan yang sesuai dengan kondisi operasional usaha (Yulianto

& Suhaimi, 2020), sementara penelitian mengenai kualitas layanan pada SME juga menekankan pentingnya kesesuaian solusi dengan kebutuhan pelanggan dan karakteristik usaha (Abdullah et al., 2021). Berdasarkan kesenjangan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan mendampingi UMKM MARS CHICKS dalam mengidentifikasi kelemahan kualitas pelayanan berdasarkan dimensi SERVQUAL sekaligus merumuskan dan menerapkan solusi yang sesuai dengan kondisi masing-masing cabang. Pendekatan dilakukan melalui observasi, wawancara, diskusi, analisis permasalahan, dan implementasi media pendukung pelayanan berupa SOP karyawan, alur penanganan keluhan pelanggan, SOP kebersihan, serta poster menu produk. Pendekatan tersebut diharapkan dapat membantu menciptakan proses pelayanan yang lebih terarah, konsisten, dan mudah diterapkan oleh karyawan pada kegiatan operasional sehari-hari.

LANDASAN TEORI

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan proses pengelolaan aktivitas organisasi yang diarahkan untuk menciptakan dan menyampaikan nilai kepada pelanggan serta membangun hubungan yang berkelanjutan. Dalam konteks UMKM, pengelolaan pemasaran tidak hanya berkaitan dengan promosi dan penjualan, tetapi juga mencakup bagaimana pengalaman pelanggan dibentuk melalui kualitas produk dan pelayanan. Yulianto dan Suhaimi (2020) menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dapat menjadi bagian dari intervensi manajerial pada UMKM restoran karena perbaikan standar pelayanan berhubungan langsung dengan pengalaman pelanggan. Sejalan dengan itu, Suryani et al. (2020) menegaskan bahwa kualitas layanan merupakan bagian penting dari kemampuan UMKM dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, meskipun bentuk layanan dapat berkembang mengikuti karakteristik interaksi yang digunakan. Dengan demikian, dalam usaha kuliner seperti MARS CHICKS, manajemen pemasaran perlu dipandang secara lebih luas sebagai upaya mengelola nilai pelanggan melalui produk, proses pelayanan, sumber daya manusia, dan pengalaman yang diterima konsumen.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menggambarkan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui proses pelayanan yang konsisten. Alomari (2020) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat dianalisis melalui kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan, sehingga penilaian kualitas tidak hanya didasarkan pada standar internal perusahaan. Dalam konteks bisnis yang berhadapan langsung dengan konsumen, kualitas pelayanan menjadi bagian dari pengalaman pelanggan yang dapat memengaruhi kepuasan. Balinado et al. (2021), misalnya, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan dan bahwa dimensi tertentu dapat memberikan pengaruh yang berbeda bergantung pada konteks layanan. Pada sektor restoran, Adriatico et al. (2022) juga memperlihatkan bahwa pelanggan menilai pengalaman makan bukan hanya dari kualitas produk, tetapi juga dari kualitas pelayanan, penampilan fisik, dan daya tanggap karyawan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan pada UMKM kuliner perlu dipahami sebagai hasil interaksi antara karyawan, proses pelayanan, kondisi fisik usaha, serta kemampuan usaha memenuhi ekspektasi pelanggan.

Indikator Kualitas Pelayanan

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisis kualitas pelayanan adalah SERVQUAL yang mencakup reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Alsheyadi dan Albalushi (2020) menunjukkan bahwa kelima dimensi tersebut

dapat digunakan untuk menjelaskan kualitas layanan dan kepuasan pengguna, meskipun kontribusi masing-masing dimensi dapat berbeda sesuai dengan konteks layanan. Mathong et al. (2020) juga menekankan bahwa instrumen SERVQUAL perlu disesuaikan dengan karakteristik sektor yang dianalisis sehingga indikator yang digunakan benar-benar merepresentasikan kondisi layanan. Dalam sektor makanan cepat saji, Gabrow (2021) menggunakan lima dimensi SERVQUAL untuk mengevaluasi kualitas pelayanan restoran dan menunjukkan bahwa dimensi tersebut dapat digunakan untuk membandingkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Sementara itu, Kasim (2021) menemukan bahwa *responsiveness* dan *empathy* menjadi dimensi yang signifikan dalam konteks layanan yang ditelitinya. Berdasarkan kerangka tersebut, *reliability* berkaitan dengan kemampuan memberikan layanan secara tepat dan konsisten, *responsiveness* berkaitan dengan kesiediaan dan kecepatan membantu pelanggan, *assurance* berkaitan dengan pengetahuan serta kemampuan karyawan membangun kepercayaan, *empathy* berkaitan dengan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, sedangkan *tangibles* berkaitan dengan fasilitas, kebersihan, penampilan, dan kondisi fisik lingkungan pelayanan.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengelola proses pelayanan dan memastikan bahwa kebutuhan pelanggan dapat dipenuhi secara konsisten. Zibarzani et al. (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan restoran perlu dilihat dari berbagai dimensi karena persepsi pelanggan terbentuk melalui keseluruhan pengalaman selama menerima layanan. Dalam penerapannya, Alomari (2020) menegaskan bahwa analisis kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan dapat membantu organisasi menentukan aspek pelayanan yang membutuhkan perbaikan. Mathong et al. (2020) menambahkan bahwa tingkat kepentingan setiap dimensi SERVQUAL tidak selalu sama pada setiap sektor sehingga solusi perbaikan perlu disesuaikan dengan karakteristik usaha. Temuan Wahono et al. (2022) pada restoran di Jakarta juga memperlihatkan pentingnya standar pelayanan dan pelatihan karyawan sebagai bagian dari respons terhadap permasalahan *reliability* dan *assurance*. Dengan demikian, kualitas pelayanan pada MARS CHICKS dapat dipengaruhi oleh konsistensi prosedur kerja, kesiapan dan pengetahuan karyawan, kecepatan menangani pelanggan, kebersihan dan kondisi fasilitas, serta tersedianya standar pelayanan yang mudah dipahami dan diterapkan. Kerangka tersebut menjadi dasar teoritis untuk mengidentifikasi permasalahan pada setiap cabang dan menentukan bentuk intervensi yang sesuai dengan kebutuhan operasional mitra.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif partisipatif yang menempatkan UMKM MARS CHICKS sebagai mitra aktif dalam proses identifikasi masalah sampai penerapan solusi. Pendekatan kualitatif dipilih karena kegiatan berfokus pada pemahaman kondisi pelayanan secara langsung berdasarkan pengalaman, praktik kerja, dan permasalahan yang ditemukan di lapangan. Hamilton dan Finley (2019) menjelaskan bahwa metode kualitatif sesuai digunakan untuk memahami bagaimana suatu praktik diterapkan sekaligus mengidentifikasi faktor yang mendukung maupun menghambat proses implementasinya. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung pada tiga cabang MARS CHICKS, yaitu Ciawi, Seuseupan, dan Puncak, wawancara semi-terstruktur dengan pemilik, manajer, karyawan, dan beberapa pelanggan, serta diskusi dengan pihak pengelola. Observasi diarahkan pada alur

pelayanan, kecepatan penyajian, interaksi karyawan dengan pelanggan, kebersihan fasilitas, dan pelaksanaan prosedur pelayanan. Wawancara digunakan untuk menggali kendala pelayanan dan persepsi pihak yang terlibat, sedangkan diskusi digunakan untuk mengklarifikasi temuan dan menentukan permasalahan yang perlu diprioritaskan. Data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan diskusi kemudian dianalisis secara deskriptif dengan mengelompokkan temuan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles, kemudian mengidentifikasi dimensi yang menunjukkan permasalahan nyata pada masing-masing cabang. Roberts et al. (2019) menekankan bahwa analisis data kualitatif perlu dilakukan secara sistematis melalui proses pengorganisasian data, pengidentifikasian pola atau tema, serta penarikan interpretasi yang sesuai dengan fokus kajian. Dalam kegiatan ini, hasil analisis digunakan sebagai dasar untuk menyusun prioritas perbaikan pelayanan bersama pihak mitra.

Tahap berikutnya adalah implementasi dan pendampingan, yaitu menerapkan solusi yang telah disepakati berdasarkan hasil identifikasi permasalahan. Implementasi dilakukan melalui perbaikan alur pelayanan dan penyusunan media pendukung yang dapat digunakan secara langsung oleh karyawan, meliputi poster SOP karyawan, poster alur penanganan keluhan pelanggan, SOP kebersihan, dan poster menu produk. Keempat bentuk intervensi tersebut diarahkan pada permasalahan yang ditemukan, yaitu reliability, responsiveness, tangibles, dan assurance. Poster SOP karyawan digunakan untuk membantu menyeragamkan tahapan pelayanan; alur penanganan keluhan digunakan untuk memperjelas respons terhadap pelanggan; SOP kebersihan digunakan untuk mendukung konsistensi kondisi fisik lingkungan pelayanan; sedangkan poster menu digunakan untuk memberikan informasi produk secara lebih jelas kepada pelanggan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara partisipatif melalui komunikasi dan pembahasan bersama pihak UMKM sehingga solusi yang diterapkan disesuaikan dengan kondisi operasional mitra. Hamilton dan Finley (2019) menyatakan bahwa observasi dan wawancara merupakan metode penting dalam memahami proses implementasi, sedangkan Roberts et al. (2019) menekankan pentingnya keterlacakan antara data yang dikumpulkan, proses analisis, dan kesimpulan yang dihasilkan. Dengan demikian, metode dalam kegiatan ini tidak berhenti pada identifikasi permasalahan, tetapi menghubungkan temuan lapangan dengan tindakan perbaikan yang dapat diterapkan secara praktis pada kegiatan operasional MARS CHICKS.



Gambar 1. Bagan Alur Pelaksanaan Kegiatan

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan diskusi dengan pemilik serta pengelola UMKM MARS CHICKS, ditemukan bahwa proses pelayanan pada tiga cabang masih sangat bergantung pada kebiasaan kerja dan pengalaman masing-masing karyawan. Proses pemesanan, penyajian, dan penanganan keluhan belum sepenuhnya didukung oleh standar pelayanan tertulis yang diterapkan secara konsisten. Kondisi tersebut menyebabkan terdapat perbedaan praktik pelayanan antarpegawai dan

antarcabang. Temuan lapangan menunjukkan bahwa permasalahan pelayanan terutama berkaitan dengan empat dimensi SERVQUAL, yaitu reliability, responsiveness, tangibles, dan assurance, sedangkan dimensi empathy tidak muncul sebagai permasalahan utama dalam hasil identifikasi. Temuan ini memperlihatkan bahwa persoalan pelayanan MARS CHICKS lebih banyak berkaitan dengan konsistensi prosedur, kecepatan respons, kondisi fisik gerai, serta kesiapan pengetahuan karyawan. Data permasalahan pada Tabel 1 memperlihatkan bahwa persoalan reliability muncul dalam bentuk jam operasional yang tidak sesuai jadwal di cabang Ciawi dan keterlambatan penyajian di Seuseupan. Pada dimensi responsiveness, masalah terlihat pada lambatnya pelayanan ketika jam sibuk di Ciawi dan Puncak serta kurang proaktifnya karyawan dalam menangani keluhan di Seuseupan. Sementara itu, dimensi tangibles berkaitan dengan kerapian tata letak, kebersihan fasilitas makan, dan keterbatasan area parkir, sedangkan masalah assurance terlihat dari keterbatasan pengetahuan produk pada karyawan di cabang Puncak. Dengan demikian, tabel tersebut tidak hanya menunjukkan jenis masalah, tetapi juga memperlihatkan bahwa kebutuhan perbaikan tidak sepenuhnya sama pada setiap cabang.

Tabel 1. Permasalahan yang Dihadapi Oleh UMKM MARS CHICKS pada Setiap Cabang

Indikator	Permasalahan	Cabang yang Terjadi
Reliability	a. Jam operasional tidak sesuai jadwal	Ciawi
	b. Keterlambatan penyajian pesanan	Seuseupan
Responsiveness	a. Pelayanan lambat saat jam sibuk	Ciawi, Puncak
	b. Karyawan kurang proaktif menangani komplain	Seuseupan
Tangibles	a. Tata letak gerai kurang rapi dan Fasilitas makan kurang bersih	Ciawi, Puncak
	b. Area parkir terbatas	Seuseupan
Assurance	Karyawan kurang pengetahuan produk	Puncak

Sumber: Data Penelitian, 2025

Gambar 1 memperlihatkan alur kegiatan yang dimulai dari pengamatan langsung terhadap kondisi operasional, pelibatan pemilik, karyawan, dan pelanggan, klarifikasi permasalahan dan penetapan prioritas bersama pihak UMKM, pengolahan data berdasarkan SERVQUAL, hingga penerapan perbaikan dan pendampingan. Alur tersebut menunjukkan bahwa solusi tidak diberikan secara terpisah dari permasalahan, tetapi dirumuskan berdasarkan hasil identifikasi lapangan. Implementasi menghasilkan empat media pendukung, yaitu poster SOP karyawan, poster alur penanganan keluhan pelanggan, poster SOP kebersihan, dan poster menu produk.

Poster SOP Karyawan

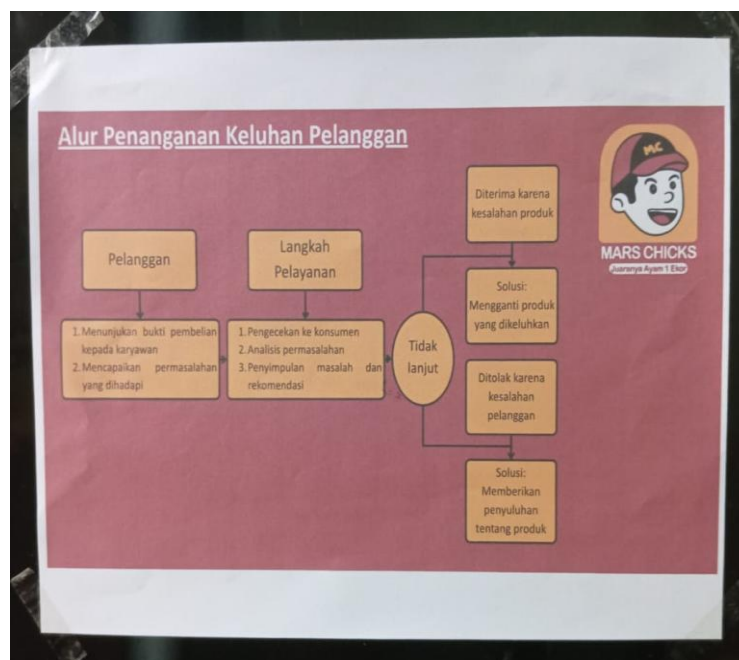


Gambar 2. Desain Poster SOP Karyawan UMKM MARS CHICKS

Sumber: Data Penelitian, 2025

Gambar 2 menunjukkan poster SOP karyawan yang memuat tahapan dasar pelayanan mulai dari kesiapan sebelum bekerja, penyambutan pelanggan, pencatatan pesanan, penyajian makanan, sampai penyampaian tagihan dan ucapan terima kasih.

Poster Alur Penanganan Keluhan Pelanggan

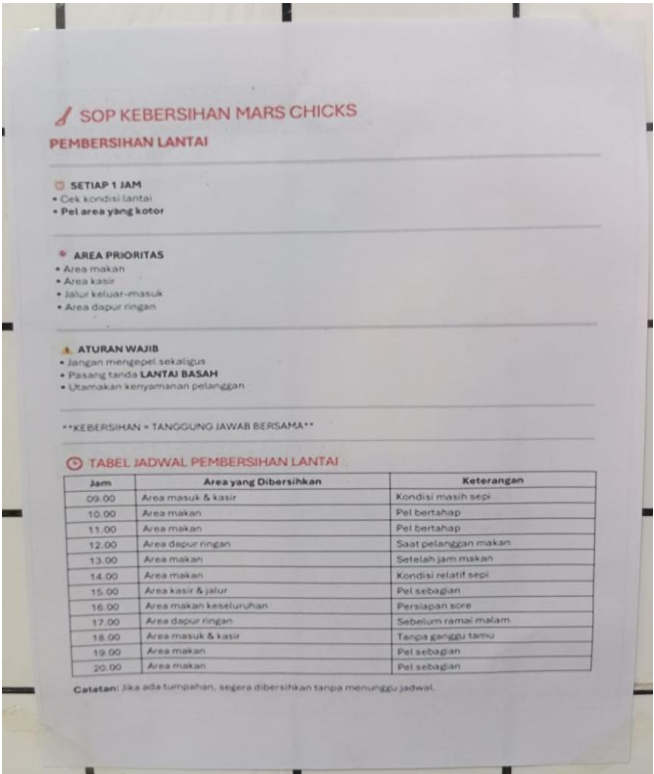


Gambar 3. Alur Penanganan Keluhan Pelanggan UMKM MARS CHICKS

Sumber: Data Penelitian, 2025

Gambar 3 menunjukkan alur penanganan keluhan yang memberikan urutan tindakan bagi karyawan ketika menerima komplain.

Poster SOP Kebersihan



Gambar 4. Desain Poster Jadwal Kebersihan UMKM MARS CHICKS
Sumber: Data Penelitian, 2025



Gambar 5. Desain Poster Menu UMKM MARS CHICKS
Sumber: Data Penelitian, 2025

Gambar 4 berisi jadwal dan panduan kebersihan yang digunakan sebagai pengingat untuk menjaga kondisi fisik area pelayanan, sedangkan Gambar 5 menampilkan informasi produk dan harga yang ditujukan untuk membantu pelanggan memperoleh informasi produk secara lebih jelas. Dengan demikian, hasil kegiatan tidak hanya berupa

identifikasi masalah, tetapi juga menghasilkan perangkat sederhana yang dapat digunakan mitra dalam aktivitas pelayanan sehari-hari.

Pembahasan

Temuan bahwa permasalahan MARS CHICKS terkonsentrasi pada *reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, dan *assurance* menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada UMKM kuliner sangat dipengaruhi oleh konsistensi proses operasional dan kesiapan karyawan dalam memberikan layanan. Kondisi tersebut sejalan dengan penelitian Umam et al. (2024) pada restoran yang menunjukkan bahwa evaluasi berbasis SERVQUAL dapat mengidentifikasi aspek pelayanan yang perlu diperbaiki dan bahwa pemahaman serta kepatuhan terhadap SOP menjadi bagian penting dari upaya perbaikan. Temuan pada MARS CHICKS juga sejalan dengan Suranto et al. (2023) yang menunjukkan bahwa evaluasi kualitas pelayanan pada restoran dapat digunakan untuk menghasilkan rekomendasi perbaikan yang lebih terarah. Dengan demikian, perbedaan masalah antara Ciawi, Seuseupan, dan Puncak dapat dipahami sebagai konsekuensi dari belum seragamnya praktik pelayanan, bukan semata-mata sebagai kelemahan individu karyawan. Hal ini menjadi penting karena standar pelayanan yang sama perlu diterjemahkan ke dalam praktik yang mudah dipahami dan diterapkan, sementara kebutuhan operasional setiap cabang tetap perlu diperhatikan.

Hasil penerapan media pendukung menunjukkan bahwa bentuk intervensi yang dipilih memiliki hubungan langsung dengan permasalahan yang ditemukan. Poster SOP karyawan diarahkan untuk memperkuat *reliability* melalui penyeragaman tahapan pelayanan, sedangkan alur penanganan keluhan diarahkan pada *responsiveness* dengan memberikan pedoman tindakan ketika terjadi komplain. SOP kebersihan berkaitan dengan *tangibles*, sementara poster menu mendukung *assurance* melalui penyediaan informasi produk yang lebih jelas. Pendekatan semacam ini memperlihatkan bahwa solusi yang diberikan tidak hanya bersifat administratif, tetapi diterjemahkan menjadi alat bantu visual yang dapat digunakan dalam pekerjaan sehari-hari. Temuan tersebut memiliki kesesuaian dengan penelitian Sandiwarno (2024) yang menggunakan SERVQUAL pada restoran ayam geprek untuk membantu menentukan prioritas pengambilan keputusan terkait kepuasan pelanggan. Penelitian lain mengenai penerapan SOP pelayanan restoran juga menunjukkan bahwa standar prosedur perlu dipahami dan diterapkan oleh karyawan agar perbaikan kualitas pelayanan dapat berlangsung secara konsisten.

Dari perspektif pelanggan, keberadaan standar pelayanan dan kondisi fisik gerai memiliki arti penting karena pengalaman pelanggan terbentuk dari keseluruhan proses interaksi, bukan hanya dari produk yang diterima. Penelitian mengenai pelanggan restoran di Indonesia dan Taiwan menunjukkan bahwa lingkungan fisik yang aman dan terbentuknya kepercayaan merupakan faktor penting dalam pengalaman pelanggan restoran, khususnya ketika pelanggan menghadapi ketidakpastian. Dalam konteks MARS CHICKS, temuan mengenai kebersihan, kerapian fasilitas, informasi produk, dan kemampuan karyawan menjelaskan produk memperlihatkan bahwa aspek fisik dan informasi pelayanan perlu dikelola bersamaan dengan aspek kecepatan dan ketepatan layanan. Hal ini memperkuat pandangan bahwa peningkatan kualitas pelayanan pada UMKM tidak selalu membutuhkan sistem yang kompleks; intervensi sederhana yang langsung menyasar sumber masalah dapat menjadi langkah awal untuk membangun konsistensi pelayanan.

Kontribusi kegiatan ini terletak pada penerjemahan hasil identifikasi SERVQUAL ke dalam solusi operasional yang spesifik dan mudah diterapkan oleh UMKM dengan sumber daya terbatas. Berbeda dengan kajian yang hanya mengukur persepsi atau

kesenjangan kualitas pelayanan, kegiatan ini menghubungkan hasil identifikasi dengan pendampingan dan penyediaan perangkat pelayanan. Pendekatan tersebut sejalan dengan penelitian Supriyati et al. (2023) yang menunjukkan pentingnya merancang kualitas pelayanan berdasarkan kebutuhan aktual UMKM kuliner. Namun, hasil kegiatan ini perlu dipahami secara proporsional. Karena artikel belum melakukan pengukuran kuantitatif sebelum dan sesudah penerapan media, peningkatan kepuasan pelanggan, loyalitas, atau kinerja usaha belum dapat dinyatakan sebagai efek kausal. Kontribusi empiris penelitian ini lebih tepat ditempatkan pada identifikasi masalah pelayanan secara kontekstual dan penerapan solusi praktis berbasis kebutuhan masing-masing cabang. Evaluasi berkala, pelatihan karyawan, dan pengukuran persepsi pelanggan pada tahap berikutnya diperlukan untuk mengetahui keberlanjutan dan efektivitas intervensi tersebut.

KESIMPULAN

Kegiatan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada UMKM kuliner tidak semata-mata ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan usaha membangun sistem pelayanan yang konsisten, mudah dipahami, dan sesuai dengan kondisi operasionalnya. Temuan pada MARS CHICKS memberikan makna bahwa ketidakteraturan prosedur, kesiapan karyawan, dan pengelolaan aspek fisik pelayanan dapat menjadi titik kritis dalam membentuk pengalaman pelanggan, sehingga perbaikan kualitas pelayanan perlu diarahkan pada sumber persoalan yang spesifik di setiap cabang. Kontribusi kegiatan ini terletak pada penerapan pendekatan SERVQUAL yang tidak berhenti pada identifikasi kesenjangan pelayanan, tetapi diterjemahkan menjadi perangkat operasional sederhana berupa SOP dan media pendukung yang dapat digunakan langsung oleh karyawan. Implikasinya, UMKM dengan keterbatasan sumber daya dapat memulai penguatan kualitas pelayanan melalui standardisasi kerja dan pendampingan yang praktis tanpa harus menggunakan sistem yang kompleks. Keberlanjutan perbaikan tetap memerlukan evaluasi pelayanan secara berkala, penguatan kompetensi karyawan, dan pengukuran kepuasan pelanggan agar efektivitas penerapan standar dapat dinilai secara lebih objektif pada tahap berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M., Musa, R., & Azmi, A. (2021). The role of service quality in enhancing customer satisfaction and loyalty in SMEs. *International Journal of Business and Society*, 22(3), 1231-1245.
- Adriatico, R. L., Razalan, A. M. A., Pagbilao, C. M. V., Afalla, B. T., & Dela Cruz, L. M. (2022). Service quality and customer satisfaction in dining restaurants: Inputs for tourism and hospitality curriculum enhancement. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 11(3), 30-39. <https://doi.org/10.36941/ajis-2022-0065>
- Alomari, F. (2020). Measuring gaps in healthcare quality using SERVQUAL model: Challenges and opportunities in developing countries. *Measuring Business Excellence*, 25(4), 407-420. <https://doi.org/10.1108/MBE-11-2019-0104>
- Alsheyadi, A. K., & Albalushi, J. (2020). Service quality of student services and student satisfaction: The mediating effect of cross-functional collaboration. *The TQM Journal*, 32(6), 1197-1215. <https://doi.org/10.1108/TQM-10-2019-0234>
- Balinado, J. R., Prasetyo, Y. T., Young, M. N., Persada, S. F., Miraja, B. A., & Redi, A. A. N. P. (2021). The effect of service quality on customer satisfaction in an automotive after-sales service. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 116. <https://doi.org/10.3390/joitmc7020116>

- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service quality, consumer satisfaction, dan consumer loyalty: Tinjauan teoritis*. IRDH.
- Gabrow, R. Y. (2021). Evaluation of customer satisfaction and service quality using SERVQUAL model: The case of fast-food restaurants in Iraq. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*, 9(1), 336-345. <https://doi.org/10.21533/pen.v9.i1.736>
- Hamilton, A. B., & Finley, E. P. (2019). Qualitative methods in implementation research: An introduction. *Psychiatry Research*, 280, 112516. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2019.112516>
- Hasibuan, Z., Sarkum, S., & Rafika, M. (2022). Analysis of product quality, locations and services of culinary SMEs in restaurants toward customer loyalty: A study of customer satisfaction in pandemic times. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(3), 363-372. <https://doi.org/10.35877/454RI.qems947>
- Kasim, L. (2021). Analysis of service quality toward customer satisfaction in the Legend Coffee Yogyakarta: Customer satisfaction, tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(2), 153-168. <https://doi.org/10.55210/iqtishodiyah.v7i2.564>
- Mathong, P., Sureeyatanapas, P., Arunyanart, S., Niyamosoth, T., & Lou, P. (2020). The assessment of service quality for third-party logistics providers in the beverage industry. *Cogent Engineering*, 7(1), 1785214. <https://doi.org/10.1080/23311916.2020.1785214>
- Mulia, H. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha kecil menengah Kabupaten Garut. *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 57-63. <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i1.165>
- Nisa, T. C., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh faktor lokasi, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Sunthai Tea Stabat. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 134-151. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v1i2.299>
- Restiani, I., & Ardiansyah, I. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek lembaga terhadap kepuasan pelanggan (mahasiswa) di perguruan tinggi Bandung. *Kajian dan Riset Manajemen Profesional*, 14(1), 43-54. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v14i1.1072>
- Rita, R., & Pandaleke, D. O. (2022). Pengaruh service quality dan service value terhadap customer satisfaction serta dampaknya pada behavior intention. *Jurnal Perspektif Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(1), 75-89. <https://doi.org/10.59832/jpmk.v2i1.104>
- Roberts, K., Dowell, A., & Nie, J.-B. (2019). Attempting rigour and replicability in thematic analysis of qualitative research data: A case study of codebook development. *BMC Medical Research Methodology*, 19, 66. <https://doi.org/10.1186/s12874-019-0707-y>
- Sandiwarno, S. (2024). Penerapan metode Service Quality (SERVQUAL) dan Simple Additive Weighting (SAW) untuk menentukan pengambilan keputusan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus: Restoran Ayam Geprek). *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 14(1), 88-99. <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp88-99>
- Slamet, M., & Sulistiyowati, W. (2022). Customer satisfaction analysis by integrating service quality (SERVQUAL) methods and importance performance analysis. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 16, 1-10. <https://doi.org/10.21070/ijler.v15i0.763>

- Soerjanto, S., Priyanto, P., & Rahayu, N. (2024). Increase restaurant customer loyalty through service quality with customer satisfaction as a mediating variable. *Jurnal Kepariwisataaan*, 23(1), 67-77. <https://doi.org/10.52352/jpar.v23i1.1244>
- Sundler, A. J., Lindberg, E., Nilsson, C., & Palmér, L. (2019). Qualitative thematic analysis based on descriptive phenomenology. *Nursing Open*, 6(3), 733-739. <https://doi.org/10.1002/nop2.275>
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., Burhanuddin, B., & Olan, F. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1937847. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>
- Supriyati, S., Putra, F. E., & Widya, A. R. (2023). Design of service quality and analysis of customer satisfaction in SME culinary products with the quality function deployment method. *Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering*, 15(2). <https://doi.org/10.22441/oe.2023.v15.i2.080>
- Suryani, T., Fauzi, A. A., & Nurhadi, M. (2020). The determinant of website quality and e-service quality at SME in Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(2), 131-141. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.2.131-141>
- Umam, D. R. R., Mukti, M., & Zazilah, A. N. (2024). Evaluasi implementasi SOP (standard operational procedure) pelayanan waiter dan waitress di restoran Bahagia Selecta Kota Batu. *Jurnal Kepariwisataaan dan Hospitalitas*, 8(1), 361-366. <https://doi.org/10.24843/JKH.2024.v08.i01.p24>
- Wahono, A. M., Hendra, S., & Purba, H. H. (2022). Service quality approach to the restaurant in Jakarta. *Proceedings of the 1st International Conference on Social, Science, and Technology*. <https://doi.org/10.4108/eai.25-11-2021.2318799>
- Wijaya, C. R., & Bernardo, I. (2022). The effect of product value, service quality, and customer satisfaction on customer loyalty at Kedai Kopi Kenangan Mall of Indonesia. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 6(1), 80-94. <https://doi.org/10.29040/ijebאר.v6i1.2957>
- Wilujeng, F. R., & Herlina. (2025). Analysis of factors affecting customer satisfaction in bread SMEs in Jakarta using SERVQUAL method. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 4(1). <https://doi.org/10.55927/fjas.v4i1.12758>
- Yohanar, E., Soewarto Hardhienata, H. I., & Eka Suhardi, H. (2024). *Kualitas layanan dosen pendidikan di perguruan tinggi: Motivasi kerja, efektifitas pelatihan, komitmen profesi dan pemberdayaan tenaga pendidik*. CV. Mega Press Nusantara.
- Yulianto, H., & Suhaimi, H. (2020). Business coaching: Implementation of service quality and social media promotion improvement in Indonesian MSMEs' restaurant. *Proceedings of the International Conference on Business and Economics*, 1-8. <https://doi.org/10.4108/eai.5-8-2020.2301089>
- Zibarzani, M., Abumalloh, R. A., Nilashi, M., Samad, S., Alghamdi, O. A., Khan Nayer, F., Ismail, M. Y., Mohd, S., & Akib, N. A. M. (2022). Customer satisfaction with restaurants service quality during COVID-19 outbreak: A two-stage methodology. *Technology in Society*, 70, 101977. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101977>