

MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN DAN PENJUALAN GUNA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA MIXUE NANGKA UTARA

Gde Bayu Surya Parwita^{1,*}, Errin Damayanti², Ida Ayu Sintha Agustina³

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

³Mahasiswa Program Doktor, Universitas Mahasaraswati Denpasar Bali, 80233, Indonesia

*Email: gdebayusurya@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Mixue Nangka Utara, Denpasar, dengan tujuan utama untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan penjualan guna menunjang kepuasan pelanggan. Permasalahan yang diidentifikasi selama observasi meliputi sistem pelayanan yang belum maksimal, keterbatasan sistem pengiriman akibat minimnya ketersediaan driver ojek online, serta risiko peredaran uang palsu yang dapat merugikan pihak usaha. Untuk mengatasi hal tersebut, mahasiswa merancang dan mengimplementasikan beberapa solusi, yaitu: pembuatan sistem *Member Card* guna membangun loyalitas pelanggan, penyediaan jasa pengantaran internal sebagai alternatif dari layanan pihak ketiga, serta pengadaan alat deteksi uang palsu untuk meningkatkan keamanan transaksi. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui metode observasi, wawancara langsung, dan pendekatan partisipatif bersama pihak manajemen dan karyawan Mixue. Hasil dari kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kesadaran karyawan terhadap pentingnya pelayanan prima, serta respons positif dari pelanggan terhadap inovasi layanan yang diberikan. Diharapkan, program ini mampu memberikan kontribusi berkelanjutan bagi pengembangan usaha Mixue Nangka Utara dan menjadi referensi strategi pelayanan dan penjualan dalam bisnis waralaba minuman di era modern.

Kata Kunci: pelayanan, penjualan, kepuasan pelanggan, Member Card, Mixue

ANALISIS SITUASI

Pada saat ini banyak dari berbagai kalangan lebih memilih untuk menjalankan bisnisnya sendiri. Mixue menjadi salah satu pilihan menarik bagi pengusaha di Indonesia. Perusahaan yang berasal dari China ini menawarkan peluang bisnis yang menjanjikan dengan potensi keuntungan yang baik.

Mixue Ice Cream & Tea adalah sebuah perusahaan waralaba yang menjual es krim sajian lembut dan minuman teh asal Zhengzhou, Henan, Tiongkok. Perusahaan ini didirikan pada 16 Juni 1997 oleh Zhang Hongchao. Mixue kemudian berkembang pesat dan menjadi salah satu perusahaan waralaba terbesar di Tiongkok. Perusahaan ini juga telah melakukan ekspansi ke beberapa negara lainnya di Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, Mixue telah melakukan ekspansi ke beberapa negara lainnya di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, Malaysia, dan Singapura. Perusahaan ini juga telah membuka gerai di beberapa kota besar di Tiongkok, termasuk Beijing, Shanghai, dan Guangzhou.

Perkembangan franchise Mixue di Indonesia saat ini memang sangat pesat. Berdasarkan data tahun 2023, Mixue telah memiliki lebih dari 500 toko yang tersebar

di berbagai kota di Indonesia. Dengan konsep yang menarik dan harga yang terjangkau, Mixue kini mengisi celah pasar dan dengan strategi pemasaran yang tepat juga akan berpengaruh pada keberhasilan dalam bisnis ini. Strategi pemasaran viral Mixue telah berhasil menciptakan perbincangan hangat di kalangan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan kesadaran dan citra merek. Dengan menggunakan media sosial dan pendekatan langsung terhadap konsumen akan menciptakan interaksi yang lebih berhasil dan menciptakan konsumen yang solid dan loyal. Ramainya video promosi mixue di tiktok menyebabkan produk mixue ini lebih cepat menyebar dan terkenal dikalangan masyarakat sehingga masyarakat ramai-ramai mengunjungi gerai mixue dimanapun mixue berada. Perusahaan ini memiliki kelebihan dalam hal merek yang sudah dikenal luas dan juga reputasi yang baik dalam kalangan konsumen. Dalam hal peluang, perusahaan Mixue di Indonesia memiliki kesempatan untuk meningkatkan penjualan produknya, terutama pada kalangan konsumen muda yang pada saat ini lebih memilih mencari produk minuman yang terjangkau secara harga namun masih dengan kualitas yang baik. Sebuah perusahaan diwajibkan untuk menciptakan sebuah relationship marketing antara perusahaan dengan pelanggan. Dengan begitu banyaknya franchise yang ada, tentunya Mixue Nangka Utara membutuhkan usaha yang lebih untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan penjualan. Dengan hal ini promosi yang perlu dilakukan oleh Perusahaan Mixue Nangka Utara dengan menggunakan system Mamber Card. Dengan adanya Mamber Card ini akan membantu perusahaan mempertahankan kelayakan konsumen untuk menemukan alasan untuk bisa datang berbelanja kembali.

Tantangan terbesar dalam meningkatkan penjualan pada Mixue Nangka Utara adalah dengan sistem pengiriman yang terkendala oleh driver online. Berdasarkan keluhan konsumen terkait dengan sulitnya menemukan driver untuk mengantarkan pesanan mereka, dengan ini perlu adanya jasa pengantaran yang disediakan oleh Mixue Nangka Utara untuk memaksimalkan kepuasan konsumen dan meningkatkan penjualan. Dengan perkembangan zaman dan teknologi yang pesat, para perusahaan juga perlu waspada dengan maraknya edaran uang palsu. Berdasarkan hasil observasi, telah ditemukan beberapa kasus penerimaan uang palsu yang dialami pegawai pada Mixue Nangka Utara.

Berdasarkan beberapa permasalahan, dalam situasi ini perlunya dilakukan strategi pemasaran yang berbeda dari franchise Mixue lain yaitu dengan system Mamber Card, dan mengoptimalkan penjualan dengan menyediakan jasa pengantaran dari perusahaan untuk konsumen, dan pentingnya kesadaran dalam maraknya pengedaran uang palsu dengan menyediakan alat pendeteksi uang palsu pada Mixue Nangka Utara. Pemasaran adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat, tetapi lebih kepada aktivitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen. Aspek pemasaran juga merupakan faktor utama keberhasilan suatu perusahaan untuk menempatkan produk pada pasarnya. Aspek pemasaran yang tepat tentunya akan meningkatkan performa dan profit perusahaan.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, ditemukan rumusan masalah pada penulisan makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana efektivitas sistem pengantaran pesanan yang terkendala karena

- kurangnya kesedian driver dari aplikasi online pada Mixue Nangka Utara?
2. Bagaimana startegi pemasaran dapat meningkatkan loyalty konsumen pada Mixue Nangka Utara?
 3. Bagaimana cara untuk melakukan pencegahan maraknya edaran uang palsu pada Mixue Nangka Utara?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah ditemukan, dapat dituliskan tujuan dari penulisan laporam ini adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan sistem pengantaran dengan Mixue Go, pengantaran ini akan dilakukan oleh salah satu pegawai yang bekerja saat itu.
2. Memberikan Mamber Card kepada konsumen dengan minimal pembelian yang nantinya akan mendapatkan minuman gratis.
3. Menyediakan alat pendeteksi uang palsu dan edukasi kepada pegawai Mixue Nangka Utara betapa pentingnya menggunakan alat ini.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam “Meningkatkan Kualitas Layanan dan Penjualan Demi Kepuasan Pelanggan di Mixue Nangka Utara”, yaitu:

1. Metode Perencanaan
Dalam tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah melakukan observasi serta wawancara secara langsung kepada Pegawai Mixue Nangka Utara untuk mengetahui permasalahan secara keseluruhan. Pengumpulan data atas permasalahan yang dialami Pegawai Mixue Nangka Utara secara keseluruhan dapat dijadikan bahan referensi dalam menyiapkan solusi untuk memecahkan masalah yang di alami oleh Mixue Nangka Utara.
2. Metode Persiapan
Dalam tahap kegiatan yang dilakukan adalah melakukan pengenalan terkait dengan program kerja yang akan dilakukan kepada pihak Mixue Nangka Utara. Agar mitra pada program kerja tidak bingung pada saat program kerja dijalankan. Tahap ini juga mempersiapkan materi mengenai pengenalan Member Card, Mixue Go, serta penerapan Alat Pendeteksi Uang Palsu.
3. Metode Pelaksanaan
Pada tahap pelaksanaan ini, dilakukan pembekalan kepada mitra dengan pendekatan secara langsung datang ke tempat lokasi mengenai penggunaan Mamber Card, Sistem Mixue Go, Alat Pendeteksi Uang Palsu.
4. Metode Evaluasi
Metode Evaluasi dilaksanakan di akhir kegiatan untuk mengevaluasi kembali terkait permasalahan dan kendala selama program kerja berlangsung bersama mitra.

Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Karyawan dan pemilik usaha yang mendukung kegiatan ini.

2. Fasilitas pendukung yang memadai dalam melaksanakan kegiatan.
3. Semangat karyawan dalam menjalankan program kerja ini.

Sedangkan faktor penghambat kegiatan pengabdian adalah :

1. Keterbatasan waktu dalam kegiatan pengabdian dikarenakan banyaknya hari libur dan padatnya jadwal perkuliahan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Mixue Nangka Utara menghasilkan beberapa pencapaian signifikan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan penjualan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pihak toko, ditemukan tiga permasalahan utama, yaitu belum maksimalnya sistem pelayanan pelanggan, kendala dalam pengantaran pesanan karena keterbatasan driver ojek online, serta risiko kerugian akibat peredaran uang palsu.

Solusi yang diterapkan dalam kegiatan ini terbukti memberikan dampak positif. Pertama, pembuatan dan sosialisasi sistem *Member Card* berhasil meningkatkan minat pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang. *Member Card* tersebut memberikan keuntungan bagi pelanggan yang telah melakukan transaksi dalam jumlah tertentu, sehingga menciptakan rasa loyalitas dan keterikatan emosional terhadap brand Mixue.



Gambar 1. Realisasi Member Card

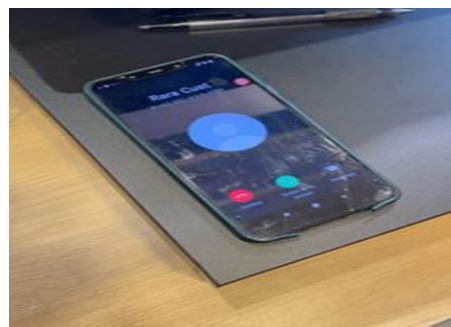


Gambar 2. Member Card

Kedua, dalam upaya mengatasi kendala pengiriman, mahasiswa merancang konsep layanan pengantaran mandiri yang dapat dijalankan oleh pihak toko. Meskipun belum sepenuhnya diterapkan, usulan ini disambut baik oleh pengelola toko sebagai solusi alternatif jangka panjang dalam memenuhi permintaan pelanggan secara lebih fleksibel.



Gambar 3. Realisasi Program Mixue Go



Gambar 4. Aplikasi Mixue Go

Ketiga, untuk mengurangi risiko dari peredaran uang palsu, pengadaan alat deteksi uang palsu turut direkomendasikan. Karyawan diberikan pelatihan singkat mengenai cara penggunaan alat tersebut, sehingga meningkatkan kewaspadaan dalam transaksi tunai dan memperkuat sistem keamanan finansial toko.



Gambar 5. Realisasi Pendeteksi Uang Palsu



Gambar 6. Alat Pendeteksi Uang Palsu

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini mendapatkan tanggapan positif dari pihak Mixue Nangka Utara. Pelaksanaan program tidak hanya membantu menyelesaikan permasalahan yang ada, tetapi juga memberikan wawasan baru kepada karyawan terkait pentingnya pelayanan prima, inovasi dalam sistem penjualan, serta manajemen risiko yang lebih baik. Diharapkan hasil dari kegiatan ini dapat memberikan kontribusi jangka panjang bagi peningkatan mutu pelayanan dan daya saing bisnis waralaba tersebut.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari pemaparan program yang ada di Bab I sampai Bab IV dapat disimpulkan bahwa program Pengabdian Masyarakat di Mixue Nangka Utara telah dijalankan dengan baik, kegiatan yang dilakukan yaitu kegiatan dalam Upaya meningkatkan Kualitas Layanan dan Penjualan dengan menyediakan Mamber Card untuk konsumen, menyediakan layanan Mixue Go serta Edukasi dan Penggunaan Alat Pendeteksi Uang Palsu. Program kerja yang dijalankan oleh mahasiswa merupakan program kerja yang telah disusun direncanakan terlebih dahulu sebelum pelaksanaan atau penerjuran pengabdian masyarakat.

Adapun hasil dari kegiatan ini ialah, memudahkan karyawan dalam proses melayani konsumen pada Mixue Nangka Utara. Serta pelatihan kepada karyawan tentang peningkatan penjualan sehingga meningkatkan pemasukkan perusahaan. Keberhasilan ini ditingkatkan tidak hanya karena adanya pelatihan tetapi juga adanya minat dari dalam diri karyawan untuk menjadi karyawan yang memiliki kualitas kerja yang baik untuk Mixue Nangka Utara.

Menjalankan usaha dibidang konsumsi sangat diperlukan adanya pemahaman tentang pentingnya menjaga loyalty konsumen. Selain itu juga diperlukan adanya pemasaran guna untuk memperluas jaringan pemasaran serta untuk promosi produk sehingga dapat meningkatkan penjualan. Dari segi sumber daya manusia disarankan perekrutan yang sesuai dengan kebutuhan atau spesifikasi jabatan. Selain itu juga

diperlukan pemahaman dan edukasi terkait pentingnya peningkatan penjualan pada Mixue Nangka Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasia, R., Ruruk, N., Jaya, A., Halik, J. B., & Londong, J. P. (2023). Pengaruh relationship marketing dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian konsumen mixue makassar. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 5(2), 56-70.
- Aprilia, Riska, et al. "Keunggulan Dan Strategi Model Bisnis Mixue." *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis* 16.2 (2023): 63-72.
- Azhara, S., Hidayat, M. F., Paradiba, N. P., Angraeni, D. A., Syarifa, H., Adelia, A., ... & Permata, T. N. P. (2023). Pengaruh Konten TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue pada Mahasiswa Universitas Djuanda. *Karimah Tauhid*, 2(1), 238-248.
- Darmanto, Franciscus Xaverius Sri Wardaya, and Lilis Sulistyani. 2018. *Strategi Orientasi Pemasaran Kinerja Organisasi UMKM*. 1st ed. Deepublish.
- Ety Meikhati., dkk. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Profesionalitas Pengelolaan Keuangan Pada UMKM Lintang Kejora Gift Di Surakarta. *Jurnal Budimas*, 3.
- Haksari, K. (2022). *Pentingnya Aspek Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan*. Diambil kembali dari Kiriminaja: <https://kiriminja.com/blog/pentingnyaaspek-aspek-pemasaran-untuk-meningkatkan-penjualan>
- Kasih, A. T., Dewi, N. A. S., Kuntari Budiyati, A. P., & Damayanti, V. F. K. (2023). Pengaruh kemasan, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen Mixue. *Dalam Green Economy Strategi Menghadapi Krisis Global, 2023*, 1-16.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CVAI Fath Zumar
- Rosmayanti, Melan. "Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian konsumen Mixue." *Journal on Education* 5.3 (2023): 8126-8137.
- Sungkawati, E., Novitasari, D. R., & Hamad, S. B. (2023). Viral Marketing: Mixue the King of Snow Ice Cream—How does this franchise affect the market?. *Revenue Journal: Management and Entrepreneurship*, 1(2), 142-150.