

MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK UNTUK MENGOPTIMALKAN MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA MING COFFEE & EATRY DENPASAR

Tiara Carina^{1,*}, Ni Luh Putu Juni Antari²

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

*Email: tiaracarina@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan produk guna mengoptimalkan minat beli ulang konsumen di Ming Coffee & Eatry Denpasar. Menurut (Damayanti et al., 2024), Pengabdian masyarakat ini berperan sebagai jembatan yang menghubungkan antara dunia akademis dengan dunia nyata, di mana mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pembelajar, tetapi juga sebagai badan perubahan yang membawa manfaat langsung bagi masyarakat sekitarnya. Program ini mengimplementasikan pelatihan karyawan melalui briefing harian serta strategi *up-selling* produk. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama satu bulan, mencakup observasi, survei kepuasan pelanggan, serta pelatihan intensif dalam standar pelayanan dan teknik penjualan. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan pelayanan karyawan serta meningkatnya respons positif pelanggan. Keberhasilan kegiatan ini didukung oleh keterlibatan aktif karyawan serta dukungan penuh dari pemilik usaha. Oleh karena itu, konsistensi dalam pelaksanaan strategi ini direkomendasikan agar peningkatan kualitas layanan dan produk dapat terus dipertahankan untuk menjaga loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Strategi *up-selling*, Minat beli ulang, Pengabdian masyarakat, Ming Coffee & Eatry

ANALISIS SITUASI

Ming Coffee and Eatry Denpasar merupakan salah satu usaha kuliner yang berkembang di Denpasar. dengan meningkatnya persaingan di sektor F&B kualitas layanan dan produk menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan minat beli ulang. Peningkatan kualitas pelayanan dan produk adalah kunci utama untuk mengoptimalkan minat beli ulang konsumen. Strategi ini harus dikombinasikan dengan pendekatan yang berfokus pada pelanggan untuk menghasilkan pengalaman pembelian yang memuaskan dan berkesan. dalam hal ini situasi yang sedang di hadapi oleh Ming Coffee and Eatry Denpasar ini terjadi penurunan pembelian yang menyebabkan penurunan penjualan pada Ming Coffee and Eatry yang menyebabkan banyaknya keluhan pelanggan pada google review serta penurunan minat beli ulang konsumen, kurangnya kualitas pelayanan seperti komitmen dengan menanyakan bagaimana rasa makanan pada produk yang kita jual pada konsumen serta para staff yang tidak komitmen *up-selling* pada produk .Beberapa hal yang di dibutuhkan untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen yaitu selalu mengadakan briefing tentang masalah yang terjadi setiap harinya dengan membahas seperti komplain pada pelanggan untuk mencegah komplain yang berkelanjutan serta menambah komitmen

dalam melakukan *up-selling* pada produk untuk menambah minat beli ulang konsumen pada Ming Coffee and Eatry Denpasar.

PERUMUSAN MASALAH

Masalah yang terjadi dalam kegiatan pengabdian ini adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan komunikasi yang baik, seperti cara menyapa pelanggan, menangani pertanyaan, atau menangani keluhan konsumen serta kurangnya komitmen *up-selling* pada produk kepada konsumen.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, penulis memberikan solusi dengan cara memberikan pelatihan intensif kepada karyawan Ming Coffee & Eatry mengenai teknik pelayanan pelanggan yang efektif, meliputi cara menyambut pelanggan, Memberikan pengarahan serta pelatihan tentang bagaimana cara *up-selling* produk baru maupun produk lama kepada konsumen.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang dilakukan untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen pada Ming Coffee and Eatry Denpasar adalah metode Pelatihan, pelatihan adalah proses pendidikan jangka pendek yang dilakukan secara sistematis dan terorganisir untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap peserta agar mampu melaksanakan tugas atau pekerjaan tertentu dengan lebih efektif. pelatihan biasanya berfokus pada pengembangan kompetensi praktis yang dapat langsung diterapkan dalam pekerjaan atau kehidupan sehari-hari. Pelatihan melibatkan pembelajaran aktif, di mana peserta tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga terlibat dalam aktivitas praktis yang memungkinkan untuk menginternalisasi pengetahuan dan keterampilan baru (Tsabita et al., 2024).

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam upaya meningkatkan optimalisasi pelayanan dan pemasaran dalam menciptakan SDM yang kreatif dan adaptif pada Ming Coffee & Eatry, serangkaian kegiatan telah dilaksanakan, termasuk pelatihan intensif bagi karyawan dalam teknik pelayanan pelanggan dan pengembangan pelatihan dalam *up-selling*. Berikut adalah penjelasan mengenai hasil yang dicapai dari kegiatan-kegiatan tersebut:

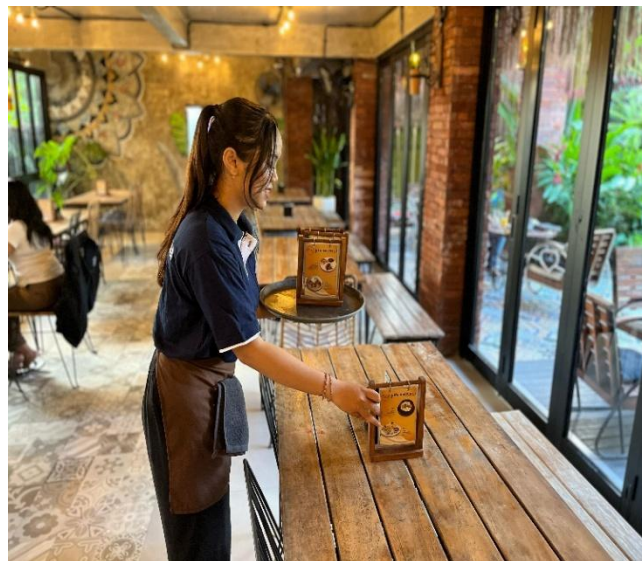
Pelatihan keterampilan pelayanan pelanggan (*customer service*). Metode pelatihan yang melibatkan *role-playing* dan simulasi berhasil meningkatkan kepercayaan diri karyawan dalam berinteraksi dengan pelanggan, sehingga mereka lebih siap menghadapi situasi nyata di lapangan. Karyawan yang telah mengikuti pelatihan menunjukkan peningkatan dalam keterampilan komunikasi dan kemampuan menangani keluhan pelanggan. Hal ini tercermin dari umpan balik positif yang diterima dari pelanggan. Pendampingan pasca-pelatihan menunjukkan bahwa karyawan mampu menerapkan keterampilan yang dipelajari, dengan peningkatan signifikan dalam kepuasan pelanggan yang terukur melalui survei dan meningkatkan

pemasaran melalui *up-selling* produk. Dengan melakukan *up-selling* pada produk ini dapat meningkatkan penjualan pada Ming Coffee & Eatry dan umpan balik terhadap konsumen seperti contohnya umpan balik komen konsumen yang puas atas pelayanan dan makanan di google review.

DOKUMENTASI



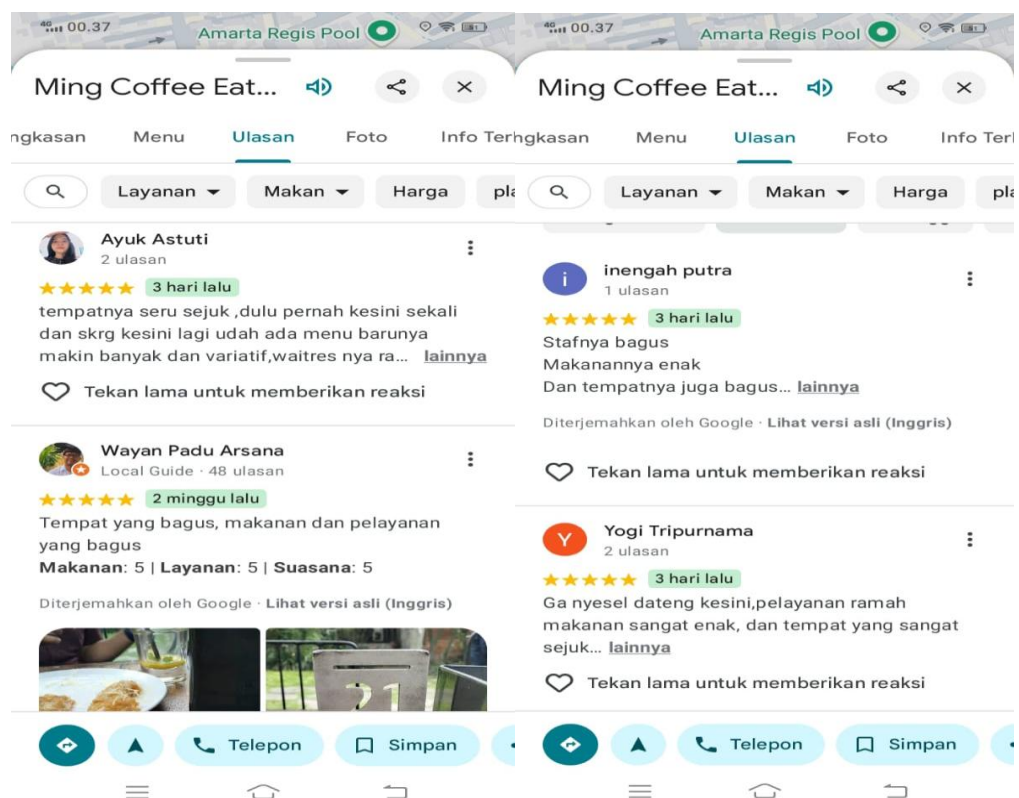
Gambar 1 Memberikan pelatihan kepada karyawan melalui briefing mengenai standar pelayanan serta menangani tamu yang komplin.



Gambar 2 Set-up Produk yang akan di *up-selling* di setiap table.



Gambar 3 Melakukan *Up-selling* pada produk baru.



Gambar 4 Hasil ulasan pada google review setelah komitmen dalam melakukan *up-selling* pada produk.

SIMPULAN DAN SARAN

Strategi peningkatan kualitas SDM dan peningkatan penjualan dengan cara melakukan pelatihan melalui briefing yang di adakan setiap harinya untuk mengoptimalkan minat ulang beli konsumen serta komitmen dalam *up-selling*. Salah satu metode yang paling berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan saat ini adalah dengan melakukan *up-selling* dimana *up-selling* sendiri merupakan cara menjual produk yang memang diinginkan pembeli, dan menawarkan tambahan produk yang memiliki keunggulan yang lebih banyak lagi (Fadhila, 2022). *up-selling* lebih dari sekedar penjualan, dimana membutuhkan persepsi, pengetahuan dan kebijaksanaan. *up-selling* dapat dilihat kurang sebagai proses penjualan dan lebih sebagai sebuah pelayanan pelanggan dengan teknik yang harus cukup halus untuk menghindari mengganggu pelanggan. Ming Coffee and Eatry berhasil telah meningkatkan penjualan dengan menerapkan selalu *up-selling* pada produk. Ada pula pendukung dari keberhasilan kegiatan ini adalah owner atau pimpinan dari perusahaan yang sudah mendukung berlangsungnya kegiatan dengan sangat baik.

Strategi penjualan yang di dilaksanakan harus konsisten di lakukan seperti selalu mengadakan briefing setiap memulai nya kegiatan serta selalu *up-selling* menu baru yang tersedia di meja pada tamu dan selalu menanyakan bagaimana tentang pelayanan serta rasa makanan kepada tamu setelah tamu selesai makan, ini di lakukan untuk meningkatkan minat beli ulang pada Ming Coffee and Eatry Denpasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, A. I., Fitrah, M., & Akbar, R. (2024). *Pengembangan Diri Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Benefits And Challenges Of KKN As A Convenience For Self- Development And Community Service*. 6676–6688.
- Fadhila, A. . (2022). Strategi Upselling dalam Meningkatkan Volume Penjualan Makanan Dessert di Harris Cafe Restaurant. *Jurnal Ekonomi Bisnis & Kewirausahaan*, XI(1), 1–9.
- Tsabita, P., Syabitha, F. N., Hasanah, N., Putra, P. D., & Veronika, M. (2024). *Pelatihan dan sosialisasi pengembangan inovasi produk keripik singkong sebagai upaya peningkatan umkm di desa petanang kecamatan lembak provinsi sumatera selatan*. 5(4), 7838–7845.