

## **PENINGKATAN FASILITAS, KUALITAS PRODUK, PELAYANAN, DAN REPUTASI *DIGITAL* PADA USAHA ACK *FRIED CHICKEN* CABANG SIBANG KAJA**

**Ni Made Indah Mentari<sup>1,\*</sup>, Ni Putu Ayu Candra Wati<sup>2</sup>, Ni Putu Dera Yanti<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

<sup>3</sup>Universitas Pendidikan Nasional, Bali, 80222, Indonesia

\*Email: [indahmentari@unmas.ac.id](mailto:indahmentari@unmas.ac.id)

### **ABSTRAK**

Pelaksanaan pengabdian masyarakat merupakan wujud nyata implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang berperan penting dalam menjembatani dunia akademik dengan dunia usaha. Kegiatan ini dilaksanakan di ACK *Fried Chicken* Cabang Sibang Kaja, sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) di bidang kuliner cepat saji yang menghadapi tantangan dalam peningkatan fasilitas, kualitas produk, pelayanan, dan reputasi *digital* di tengah persaingan industri makanan yang semakin ketat. Hasil observasi menunjukkan adanya permasalahan berupa fasilitas yang kurang terawat seperti lampu LED menu yang mati, pintu toilet yang rusak, serta keran cuci tangan yang tidak berfungsi dengan baik. Selain itu, pelayanan staf dinilai belum ramah dan responsif, serta ulasan negatif di platform *Google Maps* turut memengaruhi citra dan kepercayaan pelanggan. Untuk menjawab permasalahan tersebut, dilakukan program pengabdian berupa perbaikan fasilitas, evaluasi dan standarisasi pengolahan produk, pelatihan staf agar lebih profesional dan cepat tanggap, serta strategi pengelolaan reputasi *digital*. Kegiatan ini bertujuan menciptakan lingkungan usaha yang lebih nyaman dan profesional, meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan, serta memperkuat daya saing UMKM kuliner di era *digital*. Lebih jauh, program ini menjadi sarana sinergi antara perguruan tinggi dan pelaku UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal serta membentuk tenaga kerja yang adaptif dan inovatif.

**Kata Kunci** : Kualitas produk, kualitas pelayanan, fasilitas usaha, reputasi *digital*.

### **ANALISIS SITUASI**

ACK *Fried Chicken* Cabang Sibang Kaja merupakan salah satu UMKM kuliner cepat saji yang berlokasi di Desa Sibang Kaja, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung, Bali. Usaha ini berdiri sejak tahun 2015 dan dikenal sebagai penyedia menu ayam goreng siap saji dengan harga terjangkau dan cita rasa yang disukai berbagai kalangan. Lokasinya yang strategis di jalur utama memberikan peluang besar untuk menjangkau pelanggan, baik dari masyarakat sekitar maupun pengendara yang melintas. Namun, peluang tersebut diiringi dengan persaingan ketat di industri makanan cepat saji, di mana konsumen semakin menuntut kualitas produk dan pelayanan yang cepat, ramah, serta fasilitas yang memadai. Tanpa adanya peningkatan

kualitas layanan dan citra usaha, ACK *Fried Chicken* berpotensi kesulitan mempertahankan pelanggan dan mengembangkan usahanya.

Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa ACK *Fried Chicken* menghadapi berbagai tantangan, di antaranya kondisi fasilitas yang kurang terawat, seperti lampu LED menu yang mati, pintu toilet yang rusak, serta keran cuci tangan yang tidak berfungsi optimal. Selain itu, meskipun usaha ini telah memiliki standar operasional prosedur (SOP) dalam pengolahan makanan, konsistensi rasa dan kualitas produk masih perlu ditingkatkan karena terdapat ulasan pelanggan yang menyoroti rasa ayam yang kurang segar atau terlalu kering. Pelayanan staf juga menjadi perhatian penting; beberapa pelanggan merasa staf kurang tanggap dan belum mampu memberikan pengalaman pelayanan yang memuaskan.

Di era *digital*, reputasi usaha semakin dipengaruhi oleh kehadiran di *platform* daring seperti *Google Maps*. Hasil penelusuran menunjukkan adanya ulasan negatif yang belum ditangani dengan baik, sehingga memengaruhi citra usaha di mata calon pelanggan baru. Hal ini menjadi tantangan serius karena sebagian besar konsumen modern mengandalkan ulasan *online* sebelum memutuskan untuk membeli produk atau berkunjung ke sebuah tempat usaha. Pengelolaan reputasi *digital* yang belum maksimal dapat memperlambat pertumbuhan bisnis dan mengurangi daya tarik usaha.

Selain kendala pelayanan dan citra *digital*, tantangan internal juga terletak pada sumber daya manusia. Beberapa staf cenderung bekerja secara pasif dan belum terbiasa dengan budaya kerja proaktif yang dibutuhkan dalam bisnis kuliner cepat saji. Koordinasi yang kurang efisien menyebabkan waktu tunggu pelanggan lebih lama, yang pada akhirnya dapat menurunkan kepuasan konsumen. Keadaan ini memerlukan pelatihan dan pembinaan berkelanjutan agar staf dapat beradaptasi dengan tuntutan pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional.

Kualitas layanan, termasuk fasilitas dan interaksi pelanggan, menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting untuk menjaga keberlangsungan dan pertumbuhan usaha kuliner. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan hubungan harmonis antara penjual dan pembeli, mendorong pembelian ulang, membangun loyalitas pelanggan, dan menghasilkan promosi dari mulut ke mulut. Sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan dapat menurunkan tingkat pembelian ulang dan melemahkan citra usaha. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan, perbaikan fasilitas, dan pengelolaan citra digital menjadi prioritas utama bagi ACK *Fried Chicken* Cabang Sibang Kaja.

Melalui program pengabdian masyarakat, usaha ini diarahkan untuk melakukan perbaikan secara menyeluruh, meliputi pembenahan fasilitas, peningkatan kualitas produk melalui standarisasi SOP, pelatihan staf untuk memberikan pelayanan yang lebih ramah dan profesional, serta pengelolaan reputasi *digital* agar dapat menarik lebih banyak pelanggan baru. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, tetapi juga memperkuat posisi ACK *Fried Chicken* di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif. Selain itu, kegiatan ini

menjadi bentuk nyata sinergi antara perguruan tinggi dan UMKM dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan untuk mendukung pengembangan usaha lokal secara berkelanjutan.

## PERUMUSAN MASALAH

ACK *Fried Chicken* Cabang Sibang Kaja sebagai salah satu UMKM kuliner cepat saji di Desa Sibang Kaja, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung, menghadapi berbagai tantangan dalam menjaga kualitas pelayanan dan fasilitas di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin ketat. Permasalahan utama yang ditemukan adalah kondisi fasilitas yang kurang memadai, seperti lampu LED menu yang mati, pintu toilet yang rusak, serta keran cuci tangan yang tidak berfungsi optimal. Selain itu, meskipun usaha ini telah memiliki standar operasional prosedur (SOP) pengolahan makanan, kualitas produk yang dihasilkan masih belum konsisten, sehingga berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Permasalahan pelayanan juga menjadi sorotan, di mana sebagian pelanggan menilai staf kurang ramah dan tidak responsif dalam menangani permintaan maupun keluhan, yang berisiko menurunkan loyalitas konsumen.

Permasalahan semakin kompleks dengan adanya ulasan negatif di *Google Maps* yang tidak dikelola secara profesional. Di era *digital*, reputasi daring menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan baru, sehingga kurangnya perhatian terhadap pengelolaan ulasan dapat menghambat pertumbuhan usaha. Selain itu, sumber daya manusia yang ada belum optimal, baik dari segi keterampilan maupun sikap kerja. Beberapa staf cenderung pasif dan menunggu instruksi, sehingga koordinasi tidak berjalan efektif dan waktu penyajian menjadi lebih lama.

Permasalahan lain yang juga perlu diperhatikan adalah belum adanya evaluasi rutin terhadap pelayanan dan kepuasan pelanggan. Tanpa adanya mekanisme evaluasi yang terstruktur, keluhan pelanggan sulit diidentifikasi dan ditindaklanjuti dengan baik, yang dapat merugikan citra usaha di mata konsumen. Hal ini membuat ACK *Fried Chicken* rentan tertinggal dibandingkan dengan kompetitor yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pelanggan.

Dengan melihat kondisi tersebut, permasalahan yang dirumuskan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini mencakup: bagaimana memperbaiki fasilitas usaha agar lebih layak dan nyaman, meningkatkan kualitas produk dengan SOP yang lebih ketat, membangun kompetensi staf agar lebih profesional dan responsif, serta menciptakan strategi pengelolaan reputasi digital yang efektif. Semua langkah ini dirancang untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas, dan menjaga keberlanjutan usaha di tengah persaingan bisnis kuliner yang dinamis.

## SOLUSI YANG DIBERIKAN

Untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi ACK *Fried Chicken* Cabang Sibang Kaja, diperlukan serangkaian solusi yang terintegrasi dan berfokus pada peningkatan kualitas fasilitas, konsistensi produk, profesionalisme pelayanan,

serta pengelolaan reputasi *digital*. Upaya pertama adalah melakukan perbaikan fasilitas usaha agar lingkungan restoran lebih nyaman dan layak bagi pelanggan. Perbaikan mencakup pemasangan ulang lampu LED menu yang mati agar lebih menarik dan informatif, perbaikan pintu toilet untuk meningkatkan kenyamanan, serta memperbaiki keran cuci tangan agar pelanggan dapat merasa lebih terlayani dengan fasilitas yang bersih dan fungsional. Pemberian fasilitas ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan pelanggan, tetapi juga membantu membangun citra positif dan kesan profesional dari usaha tersebut.

Selain fasilitas, peningkatan kualitas produk menjadi prioritas utama untuk menjaga kepercayaan pelanggan. Langkah yang dilakukan adalah penyusunan dan penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) pengolahan ayam goreng dan menu lainnya secara lebih detail, termasuk standar pemilihan bahan baku, pengolahan bumbu, dan teknik memasak. Dengan SOP yang terstruktur, diharapkan kualitas rasa dan kesegaran produk dapat terjaga secara konsisten, mengurangi keluhan pelanggan, dan memperkuat citra kuliner ACK *Fried Chicken* sebagai pilihan makanan cepat saji yang terpercaya.

Selanjutnya, pelatihan staf dilakukan untuk membentuk budaya kerja yang lebih profesional, ramah, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Pelatihan mencakup keterampilan komunikasi, penanganan keluhan secara efektif, serta penguatan kerja sama tim agar proses pelayanan lebih cepat dan efisien. Dengan adanya pelatihan ini, staf diharapkan dapat memberikan pengalaman positif kepada setiap pelanggan, yang akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Solusi lain yang tidak kalah penting adalah pengelolaan reputasi *digital*. Mengingat semakin banyak pelanggan yang mengandalkan ulasan online sebelum memutuskan untuk mengunjungi suatu tempat, ACK *Fried Chicken* diarahkan untuk mengelola akun *Google Maps* secara aktif. Strategi yang diterapkan mencakup memberikan respon profesional terhadap ulasan negatif, mendorong pelanggan yang puas untuk meninggalkan ulasan positif, serta memanfaatkan *platform* tersebut sebagai sarana promosi. Dengan langkah ini, citra usaha dapat diperbaiki secara bertahap, sekaligus menarik pelanggan baru.

Penerapan standar pelayanan dan mekanisme evaluasi rutin juga diusulkan sebagai solusi jangka panjang. Evaluasi dilakukan secara berkala melalui wawancara pelanggan, pengamatan langsung, dan analisis tren ulasan di *platform digital*. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk perbaikan berkelanjutan, memastikan bahwa kualitas produk, fasilitas, dan pelayanan terus meningkat sesuai harapan pelanggan.

Dengan kombinasi strategi ini, ACK *Fried Chicken* Cabang Sibang Kaja diharapkan dapat memperkuat daya saing, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta membangun citra usaha yang profesional dan terpercaya. Pendekatan ini juga menjadi bukti nyata peran perguruan tinggi dalam mendukung pengembangan UMKM melalui penerapan ilmu pengetahuan secara langsung di lapangan.

## METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di ACK *Fried Chicken* Cabang Sibang Kaja dirancang secara sistematis dengan memadukan pendekatan partisipatif, strategi pelatihan, pendampingan intensif, serta pemberdayaan mitra usaha. Pendekatan ini dipilih agar kegiatan tidak hanya menyelesaikan masalah jangka pendek, tetapi juga mampu menciptakan perubahan berkelanjutan yang memberi dampak nyata bagi peningkatan kualitas fasilitas, pelayanan, dan citra usaha. Tujuan utama dari metode ini adalah memperbaiki sarana pendukung usaha, meningkatkan konsistensi produk, membentuk staf yang profesional dan responsif, serta memperkuat reputasi *digital* untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Tahap pertama adalah pendekatan partisipatif, di mana pemilik dan seluruh staf ACK Fried Chicken dilibatkan secara aktif sejak tahap awal kegiatan. Keterlibatan ini mencakup proses identifikasi permasalahan, penyusunan prioritas perbaikan, hingga pelaksanaan solusi dan evaluasi akhir. Partisipasi langsung diharapkan dapat menumbuhkan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap hasil program, sehingga setiap inovasi dapat diterapkan secara konsisten dalam operasional sehari-hari.

Tahap kedua adalah pelatihan staf, yang difokuskan pada peningkatan kompetensi dalam memberikan pelayanan prima. Materi pelatihan mencakup teknik komunikasi yang ramah dan solutif, keterampilan merespons permintaan dan keluhan pelanggan secara cepat, serta pemahaman mendalam terhadap Standar Operasional Prosedur (SOP) pengolahan dan penyajian produk. Pelatihan ini tidak hanya membekali karyawan dengan keterampilan teknis, tetapi juga menanamkan sikap profesional untuk menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan intensif di lapangan untuk memastikan implementasi program berjalan optimal. Tim pengabdian terlibat langsung dalam memantau kualitas produk, mengevaluasi waktu penyajian, serta membimbing staf dalam menghadapi situasi pelayanan yang kompleks. Pendampingan ini menjadi sarana pembelajaran praktis yang membantu karyawan meningkatkan keterampilan secara nyata serta mempercepat adaptasi terhadap sistem kerja baru.

Tahap berikutnya adalah pemberdayaan mitra usaha, yang bertujuan menciptakan kemandirian ACK *Fried Chicken* dalam menjalankan program perbaikan. Karyawan dan pemilik usaha diberikan pembinaan agar dapat mengelola fasilitas secara mandiri, menjaga kualitas produk, serta menerapkan SOP pelayanan secara konsisten. Selain itu, strategi pengelolaan reputasi digital diajarkan untuk memperkuat citra usaha, termasuk teknik merespons ulasan di *Google Maps* dan cara mengajak pelanggan memberikan ulasan positif.

Sebagai tahap akhir, dilakukan evaluasi keberhasilan program yang mencakup pengamatan langsung, wawancara pelanggan, dan analisis data ulasan daring untuk mengukur perkembangan reputasi *digital*. Indikator keberhasilan program mencakup peningkatan kenyamanan fasilitas, konsistensi rasa dan kualitas produk, profesionalisme staf, serta kenaikan rating atau ulasan positif di *platform digital*.

Evaluasi ini menjadi dasar penyusunan rekomendasi strategis untuk memastikan keberlanjutan dampak positif dari program pengabdian Masyarakat

## HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di ACK *Fried Chicken* Cabang Sibang Kaja berhasil memberikan dampak nyata terhadap perbaikan fasilitas, peningkatan kualitas produk, pelayanan, serta penguatan citra usaha secara *digital*. Kegiatan perbaikan fasilitas yang dilakukan, seperti pemasangan ulang lampu LED menu, perbaikan pintu toilet, dan perbaikan keran cuci tangan, memberikan kenyamanan lebih bagi pelanggan dan meningkatkan kesan profesional dari restoran cepat saji ini. Perubahan sederhana tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap pengalaman pelanggan karena kebersihan dan fasilitas yang memadai menjadi salah satu indikator utama kepuasan konsumen di sektor kuliner.

Selain fasilitas, program pengabdian juga fokus pada penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang lebih terstruktur untuk pengolahan dan penyajian produk. Dengan SOP yang jelas, kualitas rasa ayam goreng dan menu lainnya dapat lebih konsisten, sehingga mengurangi potensi keluhan pelanggan. Pelatihan staf yang dilakukan menghasilkan peningkatan keterampilan komunikasi dan pelayanan, di mana staf mulai terbiasa bersikap ramah, sigap, dan profesional dalam melayani konsumen. Dampaknya terlihat pada meningkatnya kecepatan pelayanan, pengurangan waktu tunggu pelanggan, serta meningkatnya kepuasan yang dirasakan konsumen secara langsung.

Di sisi manajemen *digital*, pengelolaan reputasi *online* juga mengalami perkembangan. Tim pengabdian membantu pihak manajemen dalam mengoptimalkan akun *Google Maps* dan memberikan arahan tentang cara merespons ulasan negatif secara profesional. Selain itu, pelanggan yang merasa puas dengan layanan diarahkan untuk memberikan ulasan positif, sehingga *rating* dan citra ACK *Fried Chicken* mulai menunjukkan peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media *digital* menjadi salah satu faktor penting dalam menarik pelanggan baru dan memperkuat daya saing bisnis kuliner di era teknologi.



Gambar 1. Perbaikan keran air



Gambar 2. Perbaikan pintu toilet



**Gambar 3.** Perbaikan lampu LED menu



**Gambar 4.** Peningkatan *rating* dan ulasan *google maps*



**Gambar 5.** Pelatihan pelayanan



**Gambar 6.** Penerapan SOP kualitas ayam

Keterlibatan pemilik dan karyawan secara aktif dalam program pengabdian juga mendorong terbentuknya budaya kerja yang lebih terbuka dan kolaboratif. Staf merasa lebih dihargai karena diberikan kesempatan untuk menyampaikan ide dan masukan dalam perbaikan usaha. Budaya kerja baru ini tidak hanya meningkatkan motivasi kerja, tetapi juga membangun rasa tanggung jawab terhadap kualitas pelayanan dan produk yang diberikan kepada pelanggan.

Meski capaian program menunjukkan hasil positif, proses pelaksanaan tidak lepas dari kendala. Sebagian staf masih terbiasa dengan pola kerja lama dan memerlukan waktu untuk beradaptasi dengan SOP baru dan strategi pelayanan yang lebih profesional. Untuk mengatasi hal ini, diterapkan pembinaan berkelanjutan berupa pelatihan lanjutan dalam kelompok kecil, mentoring oleh staf berpengalaman, dan evaluasi kinerja secara rutin. Upaya ini memastikan setiap karyawan dapat beradaptasi dengan perubahan dan terus mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan dalam bisnis kuliner cepat saji.

## SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Kegiatan pengabdian masyarakat di ACK *Fried Chicken* Cabang Sibang Kaja menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kualitas fasilitas, konsistensi produk, pelayanan, serta pengelolaan reputasi *digital*. Perbaikan sarana fisik dan penerapan SOP pengolahan makanan berhasil meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan pelanggan. Sementara itu, pelatihan staf yang difokuskan pada komunikasi, pelayanan, dan profesionalisme berhasil membentuk budaya kerja yang lebih sigap dan ramah. Upaya optimalisasi reputasi *online* juga memberikan dampak positif terhadap citra usaha, yang terlihat dari meningkatnya *rating* dan ulasan

pelanggan. Secara keseluruhan, program ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat daya saing ACK *Fried Chicken* di tengah ketatnya persaingan usaha kuliner cepat saji.

Agar hasil yang dicapai dapat berkelanjutan, ACK *Fried Chicken* disarankan untuk terus melakukan evaluasi rutin terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, dan produk. Program pelatihan serta mentoring bagi staf perlu dilanjutkan secara berkala untuk memastikan kompetensi dan profesionalisme karyawan tetap terjaga. Selain itu, pengelolaan reputasi *digital* harus menjadi perhatian utama, dengan cara terus merespons ulasan pelanggan secara aktif dan profesional. Dengan konsistensi dalam menjaga mutu pelayanan, inovasi dalam pengelolaan bisnis, dan pemanfaatan teknologi *digital*, ACK *Fried Chicken* Cabang Sibang Kaja memiliki potensi besar untuk memperkuat loyalitas pelanggan, meningkatkan daya tarik usaha, dan berkembang secara berkelanjutan di tengah persaingan pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip marketing* (7th ed.). Jakarta: Salemba Empat.

Sijabat, D. M., & Martini, N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Mie Gacoan Cabang Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(12), 125-132.

Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1-14.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (5 ed.). Yogyakarta: Andi.