

PELATIHAN PENERAPAN PELAYANAN KONSUMEN MELALUI PROGRAM “HEARTY SERVICE” UNTUK MENCAPAI KEPUASAN PELANGGAN PADA UMKM GEHU PEDAS JELETOT PASAR BERSIH, CIKARANG BARU

Etty Zuliawati Zed¹, Refi Sofiatul Azizah², Diandra Savina Febriani³, Aulia Cindy Sekarwangi⁴

Universitas Pelita Bangsa

Email : ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id¹, refisofiaa@gmail.com²,
diandrasavina17@gmail.com³, auliacindysekar1234@gmail.com⁴

ABSTRAK

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tindakan dan perlakuan atau cara melayani orang lain untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Pelayanan konsumen menjadi faktor utama dalam mempertahankan minat dan loyalitas pelanggan. Kurangnya penerapan pelayanan yang baik dalam suatu usaha dapat menurunkan minat maupun loyalitas seorang konsumen. Untuk mengatasi permasalahan ini, kegiatan pengabdian bertujuan untuk menerapkan efektivitas pelatihan penerapan pelayanan pelanggan melalui program “Hearty Service” dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di pasar bersih, Cikarang Baru. Metode yang digunakan adalah pelatihan dengan pendekatan partisipatif dengan tahapan kegiatan yang meliputi identifikasi masalah, pelatihan pelayanan konsumen, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan petugas pelayanan dalam berinteraksi dengan konsumen. Selain itu, terdapat peningkatan signifikan dalam tingkat kepuasan konsumen setelah penerapan program ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa investasi dalam pelatihan pelayanan pelanggan dapat berkontribusi positif terhadap pengalaman konsumen dan loyalitas mereka. Penelitian ini merekomendasikan agar program serupa diterapkan secara berkelanjutan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan di masa depan.

Kata Kunci : Pelatihan, Penerapan Pelayanan Konsumen, Hearty Service, Usaha UMKM

ABSTRACT

Service quality can be defined as action and treatment or how to serve others to meet their needs and desires. Customer service is a major factor in maintaining customer interest and loyalty. Lack of good service

Article History

Received: Desember 2024
Reviewed: Desember 2024
Published: Desember 2024

Plagirism Checker No 234
Prefix DOI :
10.9765/Krepa.V218.3784
Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/Krepa.v1i2.365

Copyright : Author
Publish by : Krepa



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

implementation in a business can reduce the interest and loyalty of a consumer. To overcome this problem, this service aims to implement the effectiveness of customer service implementation training through the "Hearty Service" program in increasing customer satisfaction in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in cikarang city Village. The method used is training with a participatory approach with activity stages including problem identification, customer service training, activity implementation, and evaluation. The results showed that the training provided succeeded in improving the understanding and skills of service officers in interacting with consumers. In addition, there was a significant increase in customer satisfaction levels after the implementation of this program. This study recommends that similar programs be implemented on an ongoing basis to maintain and improve customer satisfaction in the future.

Keywords : Training, Customer Service Implementation, Hearty Service, MSME Enterprises

LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif dan dinamis ini, peningkatan kualitas layanan menjadi salah satu strategi utama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar tetap mampu bersaing secara berkelanjutan di pasaran. Salah satu cara penting untuk mencapainya yaitu melalui pelaksanaan program pelatihan yang efektif. Program ini tidak hanya membantu UMKM dalam memperbarui pengetahuan dan keterampilan mereka, tetapi juga meningkatkan kesadaran akan pentingnya memberikan pelayanan yang baik melalui program "Hearty Service" kepada konsumen. Pelatihan ini tidak hanya berfokus pada memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga berupaya menciptakan kepuasan dan loyalitas dari setiap pelanggan.

Menurut Gomes (2017:197) dalam (Duddy, 2021) pelatihan merupakan setiap upaya untuk meningkatkan kinerja pada pekerjaan tertentu yang diberikan. Pelatihan seharusnya dirancang untuk mencapai tujuan organisasi dan tujuan individu. Sebagian besar orang juga menganggap pelatihan sebagai aktivitas yang paling umum. Karena pelatihan membuat karyawan menjadi lebih mahir dan menghasilkan peningkatan produktivitas, para pimpinan mendukungnya. Namun, keuntungan dari pelatihan juga harus dihitung dengan jumlah waktu yang dihabiskan. Juga, pelatihan adalah cara untuk membangun sumber daya manusia yang handal untuk era globalisasi yang kompetitif. Dalam memasuki era persaingan yang semakin ketat, tajam, dan sulit saat ini, pelatihan tidak boleh diabaikan.

Bagi sebagian besar perusahaan maupun usaha, kepuasan pelanggan adalah hal yang paling utama. Kualitas layanan dan cara penanganan keluhan pelanggan yang baik menunjukkan bahwa perusahaan maupun usaha tersebut memiliki citra yang baik karena dapat memenuhi keinginan pelanggan dan membuat pelanggannya puas. (Siska Andriani, 2022).

Pelatihan dalam penerapan pelayanan pelanggan yang baik itu sangat diperlukan agar terciptanya kepuasan pelanggan sesuai yang diharapkan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan didefinisikan sebagai upaya untuk menyediakan atau menjaga kebutuhan orang lain. Namun, menurut Moenir (2010: 26) dalam (Winarno, 2018) Pelayanan pada dasarnya merupakan kumpulan dari proses kegiatan yang mencakup seluruh kehidupan orang dalam masyarakat dan dilakukan secara teratur dan berkelanjutan sebagai bentuk kepuasan, dan dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur, dan teknik tertentu dalam rangka memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang signifikan dalam kegiatan ekonomi Indonesia terutama memiliki kemampuan untuk menampung sejumlah besar pekerja dan memberikan penghasilan kepada anggota masyarakat golongan ekonomi menengah kebawah. Produksi UMKM di suatu wilayah pasti akan berdampak pada jumlah lapangan kerja yang tersedia dan pastinya akan mengurangi tingkat pengangguran. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) memiliki kemampuan untuk bertahan dalam krisis ekonomi. Ini terbukti saat bisnis berskala besar sebagian besar hancur, tetapi UMKM mampu bertahan dan bahkan dapat dianggap sebagai penyelamat dari dampak krisis (Ratnawati & Hikmah, 2013) dalam (Suindari, 2020). Maka dari itu, sangat penting adanya proses berkelanjutan agar usaha tetap berjalan sesuai yang diharapkan salah satunya melalui penerapan pelayanan yang baik dengan sepenuh hati.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia telah berkembang dengan cepat dan sekarang menjadi salah satu komponen utama pembangunan ekonomi negara dikarenakan UMKM adalah dasar sistem ekonomi rakyat dan memiliki efek menyerap tenaga kerja yang dapat mengurangi masalah pengangguran dan kesenjangan ekonomi antara kelompok, pendapatan, dan pengentasan kemiskinan. Selain itu, pertumbuhan UMKM memiliki kemampuan untuk memperluas basis ekonomi dan dapat secara signifikan membantu mempercepat pertumbuhan. (Usaha, 2020).

PERMASALAHAN

Di tengah persaingan bisnis yang sangat ketat, terutama pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pelayanan kepada konsumen menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi kelangsungan dan perkembangan suatu usaha. UMKM Gehu Pedas Jeletot terkenal dengan produk makanan pedasnya, meskipun menawarkan produk berkualitas tinggi dan rasa yang khas, tetapi UMKM ini sering kali menghadapi masalah tentang rendahnya kepuasan pelanggan akibat kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam menerapkan prinsip-prinsip pelayanan konsumen yang efektif.

Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh UMKM Gehu Pedas Jeletot adalah kurangnya pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia terkait pelayanan. Banyak karyawan yang belum terlatih untuk berinteraksi secara efektif dengan pelanggan, sehingga mengakibatkan pengalaman pelanggan yang kurang memuaskan. Hal ini dapat mengakibatkan penurunan loyalitas pelanggan dan mengurangi jumlah pelanggan baru. Selain itu, kurangnya strategi dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan juga menjadi alasan yang

memperburuk keadaan, karena dengan situasi yang seperti itu pelanggan akan merasa diabaikan dan kurang mendapat perhatian.

Untuk mengatasi masalah tersebut, diperlukan sebuah program pelatihan yang berfokus pada penerapan pelayanan konsumen yang berkualitas. Program "*Hearty Service*" dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam kepada pelaku UMKM Gehu Pedas Jeletot mengenai pentingnya pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional. Dengan pelatihan ini, diharapkan pelaku dapat mengasah kemampuan keterampilan komunikasi yang baik, memahami kebutuhan pelanggan, serta mampu memberikan solusi yang tepat untuk keluhan atau permintaan pelanggan. Dengan demikian, program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga untuk membangun citra positif bagi UMKM Gehu Pedas Jeletot dimata masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

1. Tempat dan Waktu

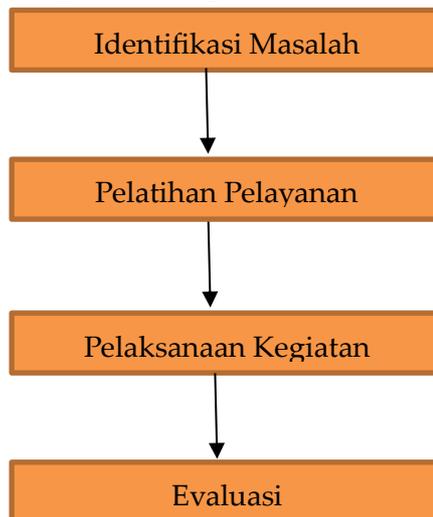
Adapun pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan :

Tempat : UMKM Gehu Pedas Jeletot, Pasar Bersih, Cikarang Baru

Waktu : 26 November 2024

2. Metode Pelatihan

Metode pelatihan yang digunakan yaitu menerapkan pendekatan partisipatif dengan langkah-langkah yang mencakup identifikasi masalah, pelatihan pelayanan konsumen, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi yaitu sebagai berikut :



1) Identifikasi Masalah

Dalam identifikasi masalah ini akan dilakukan proses analisis dengan observasi langsung ke tempat UMKM dan juga melakukan wawancara terkait dengan pelayanan yang diterapkan oleh usaha tersebut. Observasi dan wawancara ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan maupun kurangnya prosedur dalam pelayanan yang diterapkan oleh usahanya.

2) Pelatihan Pelayanan Konsumen

Setelah permasalahan diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah melakukan pelatihan yang difokuskan pada pelayanan konsumen. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam berinteraksi dengan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan.

3) Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan pelaksanaan kegiatan akan mencakup penerapan praktis dari materi dan pelatihan yang telah dipelajari. Dalam pemantauan aktivitas dari praktik yang dilakukan akan menggunakan metode pendataan dasar terkait respon pelanggan terhadap program hearty service.

4) Evaluasi

Tahap terakhir adalah evaluasi, di mana hasil dari pelaksanaan kegiatan dianalisis untuk menilai seberapa efektif pelatihan dalam meningkatkan kinerja karyawan. Proses evaluasi ini dapat mencakup pengukuran kuantitatif melalui survei atau data kinerja, serta analisis kualitatif untuk memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai pengalaman peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Masalah Melalui Wawancara

Pada kesempatan ini, kami melakukan wawancara bersama salah satu karyawan dari UMKM Gehu Pedas Jeletot yaitu Mas Arif. Kami mengajukan berbagai pertanyaan tentang permasalahan mengenai prosedur pelayanan yang diterapkan. Hasil dari wawancara menunjukkan tentang kurangnya prosedur dalam penerapan proses pelayanan yang efektif. Hal ini dikarenakan berbagai faktor yang menjadi pemicu, salah satunya yaitu kurangnya pemahaman dan juga pelatihan mengenai pentingnya penerapan pelayanan yang baik. Mas Arif menyampaikan bahwa pada awalnya usaha ini tidak terlalu mementingkan dalam penerapan pelayanan yang baik. Bagi kebanyakan karyawan juga melayani konsumen dengan biasa saja seperti pada umumnya. Hal ini yang berdampak signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan juga loyalitasnya.



Gambar 1. Pelaku UMKM

Pelatihan Pelayanan Konsumen

Dalam pelatihan ini, kami memberikan dasar pembahasan mengenai apa itu "*Hearty Service*" dan bagaimana langkah dalam menerapkannya. Langkah selanjutnya, kami memberikan sedikit gambaran tentang bagaimana program "*Hearty Service*" ini diterapkan. Dalam prosedur pelatihan ini kami memberikan gambaran utama tentang pelayanan *hearty service* atau pelayanan sepenuh hati ini. Dimana program ini merupakan pendekatan pelayanan yang menekankan empati dan kehangatan dalam interaksi dengan pelanggan. Terdapat tiga langkah utama dalam teknik ini yaitu dengan 1)Menjaga hati, 2)Menyentuh hati, dan 3)Menghubungkan hati dengan pikiran. Konsep ini bertujuan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tetapi juga untuk menciptakan pengalaman positif yang mendalam, yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Program ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga meningkatkan loyalitas pelanggan, yang sangat penting untuk keberlangsungan UMKM.

Berikut ini merupakan langkah-langkah yang kami sampaikan kepada pelaku UMKM dalam penerapan pelayanan *Hearty Service* diantaranya yaitu :

1. Menjaga hati pelanggan

Hal pertama yang dilakukan yaitu dengan mengelola dan menstabilkan emosi dan berfokus pada perasaan pelanggan melalui teknik maupun prosedur yaitu *Heart Focus* dan *Heart Breating*. Hal ini sangat berguna dalam menstabilkan segala emosi yang dirasakan sebelum nantinya melakukan pelayanan yang baik kepada konsumen.

2. Menyentuh hati pelanggan

Dalam proses ini, maka pelaku UMKM diajarkan bagaimana cara untuk menyentuh hati pelanggan dengan menggunakan kata-kata terbaik dan juga peran yang tepat dalam dalam interaksi. Dengan mengajarkan cara berkomunikasi yang baik maka UMKM dapat lebih cepat menanggapi kebutuhan dan keluhan konsumen, sehingga meningkatkan kepuasan para konsumen.

3. Menghubungkan hati dan pikiran

Dalam hal ini, kami menyampaikan pentingnya menunjukkan komitmen melalui tindakan yang nyata, setelah memberikan kata-kata yang baik dalam berinteraksi. Tindakan ini berfungsi untuk membangun pondasi dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. UMKM dapat menyesuaikan layanan dengan memahami preferensi pelanggan, memberikan nilai tambah, dan membuat pelanggan merasa spesial.

Pelaksanaan Kegiatan

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, kami dan pelaku UMKM mencoba menerapkan tentang strategi pada program *hearty service* yang sebelumnya sudah dipelajari. Dalam pelaksanaan prosedur kegiatannya kami dan pelaku UMKM melayani secara langsung konsumen yang datang dengan menerapkan hal-hal yang menjadi langkah-langkah dalam *hearty service*. Pada pelaksanaan kegiatan pelayanan ini, para pelaku UMKM bisa kami katakan cukup baik dan memberikan perubahan yang cukup besar pada proses pelayanannya.

Dimana mereka sudah bisa menerapkan program *hearty service* yang telah dipelajari sebelumnya. Dalam hal ini yaitu dengan beberapa langkah seperti 1)Memberikan ucapan selamat

datang kepada konsumen yang datang 2)Melayani dengan penuh kesabaran dan selalu tersenyum 3)Menanggapi respon pelanggan dengan tenang dan responsif 4)Menanyakan tentang bagaimana perasaan tentang pelayanan yang diberikan. 5)Mengucapkan terimakasih atas kunjungan dan juga respon pelanggan yang diberikan kepada UMKM.



Gambar 2. Pelayanan Hearty Service

Hasil dari kegiatan program pelatihan ini telah mampu meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku UMKM pada aspek pelayanan pelanggan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik. Dari yang awalnya, UMKM ini tidak terlalu mementingkan tentang proses pelayanan yang diterapkan menjadi UMKM yang sangat memperhatikan dalam proses pelayanannya, karena sadar bahwasannya pelayanan pelanggan yang baik itu sangat berpengaruh terhadap kepuasan dan juga loyalitas pelanggan.

Hasil pelatihan dan pelaksanaan :

1. Peningkatan Kualitas Layanan : Pelaku UMKM telah memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang standar pelayanan dan bagaimana mereka berinteraksi dengan pelanggan.
2. Penerapan Praktis : Pelaku UMKM mulai menerapkan metode atau cara pelayanan yang telah diajarkan, seperti berkomunikasi dengan baik yaitu secara efektif dan responsif dalam mendengarkan kebutuhan pelanggan.

Salah satu hasil yang mencolok dari pelatihan ini adalah perubahan sikap pelaku UMKM dalam melayani pelanggan. Sebelumnya, banyak dari mereka yang kurang memperhatikan aspek kehangatan dan empati dalam pelayanan. Namun, setelah mengikuti program "*Hearty Service*", mereka mulai menerapkan prinsip-prinsip tersebut, yang terlihat dari sikap ramah dan perhatian yang lebih besar terhadap pelanggan. Umpan balik dari pelanggan pun menunjukkan peningkatan kepuasan yang dimana mereka lebih merasa dihargai dan diperhatikan selama bertransaksi.

Selain itu, pelatihan ini juga mendorong UMKM untuk aktif mencari umpan balik dari pelanggan yaitu dengan mendengarkan keluhan serta saran yang diberikan oleh pelanggan. Sehingga mereka dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga membantu UMKM dalam memenuhi ekspektasi pasar yang terus berkembang.

Evaluasi

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa penerapan strategi pelayanan yang diajarkan tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan

loyalitas dan penjualan usaha. Oleh karena itu, program ini dapat dijadikan sebagai model untuk pengembangan lebih lanjut dalam upaya peningkatan daya saing.

Peningkatan layanan ini memungkinkan UMKM untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang lebih besar dan membantu memastikan keberhasilan UMKM. Usaha yang mampu memberikan pelayanan berkualitas tinggi yang unik dan berbeda dapat meningkatkan nilai jual produk tersebut, sehingga konsumen akan menjadi loyal dan produk yang ditawarkan memiliki daya saing. Hal ini memungkinkan usaha dapat memperoleh keunggulan bersaing yang lebih besar seiring dengan peningkatan kualitas pelayanan

KESIMPULAN

Program pelatihan "*Hearty Service*" yang diadakan di UMKM Gehu Pedas Jeletot, Pasar Bersih, Cikarang Baru telah berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggan. Pelatihan ini juga menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kemampuan untuk menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Pelatihan Penerapan Pelayanan Konsumen melalui Program untuk Ditempatkan Kepuasan Konsumen pada UMKM menunjukkan betapa pentingnya pelatihan untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan di sektor UMKM. Program ini dirancang untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan dan strategi pelayanan yang efektif, fokus pada pendekatan emosional dalam berinteraksi dengan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip *Hearty Service* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Peserta pelatihan belajar bagaimana mengelola keluhan, berkomunikasi dengan baik, dan membuat pengalaman positif dengan pelanggan. Oleh karena itu, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga meningkatkan loyalitas konsumen dan keinginan bisnis UMKM di pasar yang kompetitif.

Secara keseluruhan, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan program "*Hearty Service*" dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dikalangan UMKM. Dengan mengedepankan pelayanan yang hangat dan perhatian, diharapkan UMKM dapat bersaing lebih baik di pasar lokal dan meningkatkan keberlanjutan usahanya dalam jangka panjang.

SARAN

Pelatihan penerapan pelayanan konsumen melalui program "*Hearty Service*" berfokus pada pelayanan yang tidak hanya mengutamakan transaksi, tetapi juga menciptakan hubungan yang tulus dengan pelanggan, yang dapat memperdalam pengalaman mereka dan meningkatkan loyalitas. Oleh karena itu, saran pertama adalah agar UMKM secara rutin mengadakan pelatihan bagi pelaku UMKM mengenai prinsip-prinsip pelayanan yang baik. Untuk memastikan konsistensi dalam memberikan pelayanan, UMKM perlu menyusun prosedur operasional standar (SOP) yang jelas, mulai dari cara menyambut pelanggan hingga cara menyelesaikan masalah mereka.

Selain itu, UMKM perlu menerapkan sistem umpan balik yang memungkinkan pelanggan untuk memberikan masukan mengenai pengalaman mereka. Dengan mendengarkan suara pelanggan, UMKM dapat mengidentifikasi apa saja yang perlu diperbaiki dan menyesuaikan

layanan sesuai dengan harapan pelanggan. Saran ini penting untuk menciptakan hubungan yang lebih dekat antara UMKM dan pelanggan, sehingga pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan.

Terakhir, penting bagi UMKM untuk terus melakukan evaluasi dan pengembangan program "Hearty Service" secara berkala. Dengan melakukan penilaian terhadap efektivitas program dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan, UMKM dapat memastikan bahwa mereka selalu berada di jalur yang benar dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Duddy, M. (2021). Pengaruh Pelatihan Dan Latar Belakang Pendidikan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Inovasi Global Solusindo Di Jakarta Barat. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 208
- Simbolon, A. M. (2022). Implementasi Manajemen Pelayanan Prima Di Sekolah Menengah Atas Negeri 13 Padang. *Prokurasi Edukasi-Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 57 Volume 4 Issue 2.
- Siska Andriani, M. (2022). Penerapan Kualitas Pelayanan Pelanggan Dan Tata Cara Penanganan Komplain Pada Pt. Pln (Persero) Ulp Binjai Kota. 38 volume 6.
- Suindari, N. M. (2020). Pengelolaan Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Strategi Pemasaran Dalam Mengukur Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 148.
- Usaha, K. (2020). Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). 61-76 volume 5 issue 2.
- Winarno, S. (2018). Analisis Pelayanan Konsumen Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Maxx Coffee Cabang Hotel Aryaduta Manado. *Jurnal Emba*, 1249 volume 6 issue 3.