



Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Dan Mutu Produksi Melayani Toko Cake Lestari

Mulia Manda Masyhuroh¹ Salma Nurmalia² Santi Pertiwi Hari Sandi³ Dwi Epty Hidayaty⁴

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Buana Perjuangan Karawang

Abstract

Received: 21 Juni 2023

Revised: 30 Juni 2023

Accepted: 04 Juli 2023

Saat ini perkembangan bisnis sangat pesat ini karena pengusaha selalu memunculkan ide-ide kreatif dan inovatif. Dengan berkembang nya ide-ide tersebut, konsep pemasaran juga dipelajari perkembangannya. Toko Kue Lestari adalah toko roti dan kue yang menawarkan berbagai roti dan kue berkualitas. Lestari Cake Shop bertujuan untuk mempertahankan kualitas yang baik sebagai toko kue dan bakery, hanya menawarkan roti dan kue terbaik, agar konsumen tetap setia kepada Toko Kue Lestari. Maksud dari kajian ini adalah untuk mengenal pasti pendekatan yang digunakan. Toko Cake Lestari dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk dan pelayanannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Cake Lestari memenuhi indikator 8 dimensi kualitas produk dan 5 dimensi dalam kualitas pelayanan. Saran bagi penelitian selanjutnya adalah hendaknya peneliti menggunakan penelitian kuantitatif untuk mengukur seberapa Dampak mutu pelayanan dan produk terhadap kepuasan pelanggan. yang ada di Toko Cake Lestari. Adapun saran bagi Toko Cake Lestari adalah Toko Cake Lestari harus mempertahankan mutu pelayanan dan mutu produk yang dimiliki kini

Keywords: *Kepuasan pelanggan, kualitas dan mutu produksi.*

(* Corresponding Author: mn21.salmanurmalia@mhs.ubpkarawang.ac.id

How to Cite: Masyhuroh M.M., Nurmalia S., Sandi S.P.H., & Hidayaty D.E.P. (2023). Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Dan Mutu Produksi Melayani Toko Cake Lestari. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8152562>

PENDAHULUAN

Misi utama perusahaan yaitu memenuhi kebutuhan masyarakat serta meraih keuntungan yang pantas. Dengan keuntungan yang cukup, perusahaan dapat menjaga kelangsungan hidupnya dan bahkan memperluas usahanya. Untuk itu, perusahaan harus terus berupaya menghasilkan produk dan layanan yang berkualitas tinggi, namun tetap terjangkau bagi konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus menerapkan perencanaan dan kontrol.

Kehidupan bisnis berkembang sangat pesat sekarang, hal ini dikarenakan ide-ide kreatif dan inovatif yang selalu dimunculkan oleh para pengusaha. Ketika ide-ide ini berkembang, begitu pula konsep pemasaran. Peran pemasaran sangat penting saat ini karena mendukung kemampuan bisnis tertentu untuk terus berkembang dengan baik. Pada prinsipnya, setiap perusahaan berusaha untuk menghasilkan keuntungan jika tujuan ini terkait erat dengan kegiatan pemasaran. Pemasaran itu sendiri harus dipikirkan terlebih dahulu untuk menetapkan strategi dan target pelanggan yang tepat sebagai target penjualan. Dalam dunia korporasi, Manajemen harus tetap mengutamakan kepuasan konsumen sebagai hal yang penting, baik pada

perusahaan skala kecil, menengah, maupun besar. (Anggraeni et al., 2016).

Mutu barang yaitu elemen utama yang mampu menarik perhatian pelanggan untuk membeli produk yang kita jual. Banyak toko roti menyajikan produk mereka dengan cara yang menarik secara visual. Dengan kualitas produk terjamin, memberikan pelanggan kepuasan dan penampilan produk tersendiri. Kotler dan Armstrong menurut definisi, Kualitas produk mengacu pada karakteristik produk yang dengannya ia melakukan tugasnya, termasuk ketahanan keseluruhan, kepercayaan, ketepatan, kemudahan penggunaan dan peningkatan produk, di antara fitur produk yang lain. Kualitas layanan merupakan jenis evaluasi Pelanggan terhadap tingkat layanan yang diterima dibandingkan dengan tingkat layanan yang diharapkan. Saat membuat keputusan pembelian, pelanggan selalu mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi minat beli. Oleh karena itu, perusahaan harus memahami Melakukan pengembangan dan pengaturan produk sehingga menjadi sesuatu yang diminati atau dibutuhkan oleh konsumen. (Luthfan Fazari Harsanto & Drs. Wahyu Hidayat, 2017).

Kualitas produk Toko Kue Lestari berkualitas tinggi karena hanya bahan berkualitas tinggi yang digunakan. Walau harga roti dan kue sedikit lebih mahal dari toko roti lainnya, konsumen tetap setia karena Toko Kue Lestari selalu menjaga kualitas produknya. Toko Kue Lestari adalah toko roti dan kue yang menawarkan pilihan roti dan kue berkualitas. Lestari Cake Shop bertujuan untuk mempertahankan kualitas yang baik sebagai toko kue dan bakery, hanya menawarkan roti dan kue terbaik, agar konsumen tetap setia kepada Lestari Cake Shop. Walaupun konsumen harus merogoh kocek lebih dalam, rasa dari produk Toko Kue Lestari tetap berkualitas untuk memuaskan konsumen karena harga ditentukan oleh kualitas yang ditawarkan. Selain itu, Toko Cake Lestari Memberikan layanan berkualitas yang terbaik kepada pelanggan adalah prioritas utama perusahaan ini, sehingga pelanggan merasa puas dan percaya untuk membeli produk di masa depan ke Toko Cake Lestari.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Metode pembahasan menggunakan metode deskriptif-analitik yaitu pemikiran sentral tentang topik yang dibahas dijelaskan dan dikembangkan. Kemudian sajikan secara kritis dengan menggunakan sumber pustaka primer dan sekunder yang relevan dengan topik.

Hasil Kegiatan Kunjungan Industri dan Pembahasan

Toko Kue Lestari mengimplementasikan 8 dimensi ini saat mempresentasikan pesanan atau produk di toko. Dari segi performa, Toko Cake Lestari selalu menawarkan performa yang baik dan bagus dengan harga yang murah. Sedangkan untuk perlengkapannya, Lestari Cake Shop juga menyediakan toko yang tertata rapi dengan lemari es untuk aneka kue. Tak lupa mereka juga memiliki website sendiri yang bisa mengarahkan konsumen ke nomor telepon penjual, membuat rute dan menawarkan berbagai penawaran jika ingin memesan. Selain itu, Lestari Cake Shop selalu menjaga kualitasnya meskipun selalu memperhatikan konsumen baik dari segi rasa maupun bahan. Roti dan kue yang indah dan estetik. Tidak ada alasan untuk meragukan kehandalan para penjual yang memproduksi aneka roti dan kue. Tak heran, meski bersaing dengan bakery,

confectioneries Lestar selalu dapat diandalkan dan memuaskan konsumen. Strategi Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Layanan

Menurut Lupiyoad dan Rambat, dibedakan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu (Erlianti et al., 2019):

a. Bukti nyata atau fisik, kemampuan perusahaan untuk membuktikan keberadaannya kepada pihak luar. Tujuannya agar penampilan dan kemampuan perusahaan, sarana dan prasarana fisik, serta keadaan kawasan sekitar memberikan bukti nyata atas jasa yang ditawarkan. Ini termasuk fasilitas fisik, peralatan, personil dan sarana komunikasi.

b. Keandalan, yaitu keandala, Perusahaan memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan yang menjanjikan secara tepat dan terpercaya. Hasil perusahaan harus memenuhi harapan

bagi pelanggan, yang berarti tepat waktu, pelayanan yang sama kepada semua konsumen dan sikap ramah.

c. Daya tanggap adalah kesediaan melayani pelanggan dengan memberikan informasi yang jelas dan memberi mereka layanan yang cepat dan relevan.

d. Jaminan, atau jaminan dan representasi, Hal ini mencakup pengetahuan, etika, dan kemampuan pegawai meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Ini terdiri dari beberapa elemen seperti komunikasi, kepercayaan, keamanan, kompetensi dan perilaku sopan.

e. Empati atau kepedulian berarti memberikan perhatian nyata dan individual kepada pelanggan mencoba memahami apa yang diinginkan pelanggan. Misalnya, perusahaan harus mengetahui apa yang diinginkan pelanggan tertentu, dari aspek fisik barang atau layanan hingga pengiriman yang sesuai.

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis kualitas layanan, Toko Kue Lestari Penyediaan sarana dan prasarana yang memadai, dimulai dengan usaha bersih, desain interior yang sederhana namun cantik, kulkas yang segar dan juga etalase toko yang cukup untuk menjual produknya dengan baik. Konsumen juga suka memesan di sana karena keandalan pemiliknya memberikan produk yang cocok dengan harga yang terjangkau. Karyawan Anda juga bertanggung jawab untuk menyediakan layanan yang optimal bagi pelanggan untuk mencapai kepuasan mereka. dan ingin kembali memesan karena kualitas pelayanan yang baik.

Dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus berkembang, persaingan di antara UKM di Indonesia semakin ketat. Oleh karena itu, pelaku UMKM seperti toko harus memanfaatkan teknologi dengan baik untuk memperluas pemasaran melalui media sosial dan belanja online. Dalam menghadapi persaingan ini, para pelaku UMKM harus bisa mempertahankan pelanggan dengan menyediakan produk dan layanan yang memuaskan. Oleh karena itu, penting bagi UKM untuk memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono (Sumartini dan Tias, 2019), ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu: kualitas produk, harga, layanan yang berkualitas, faktor emosional dan harga, serta biaya dan kenyamanan..(Hamidah et al., 2019)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulannya, Toko Cake Lestari dapat dikatakan selalu menawarkan performa yang baik dan bagus dengan harga yang ramah dikantong. Sedangkan untuk perlengkapannya, Lestari Cake Shop juga menyediakan toko yang tertata rapi dengan lemari es untuk aneka kue. Tak lupa mereka juga memiliki website sendiri yang bisa mengarahkan konsumen ke nomor telepon penjual, membuat rute dan menawarkan berbagai penawaran jika ingin melakukan pemesanan. Selain itu, Lestari Cake Shop selalu menjaga kualitasnya meskipun selalu memperhatikan konsumen baik dari segi rasa maupun bahan. Roti dan kue yang indah dan estetik. Tidak ada alasan untuk meragukan kehandalan para penjual yang memproduksi aneka roti dan kue. Berdasarkan analisis kualitas pelayanan, Toko Cake Lestari menyediakan sarana dan prasarana yang memadai, mulai dari toko yang bersih, desain interior yang sederhana namun cantik, lemari es yang berkualitas dan juga jendela yang cukup untuk menjual produknya dengan baik. Konsumen juga suka memesan di sana karena keandalan pemiliknya memberikan produk yang cocok dengan harga yang terjangkau. Karyawan Anda juga bertanggung jawab untuk menyediakan pelanggan dengan layanan terbaik.

Pemanfaatan platform jejaring sosial terutama Instagram bisa menjadi solusi bagi UMKM untuk mengatasi tantangan yang dihadapi karena tujuan utama penggunaannya adalah untuk memasarkan dan mempromosikan produk UMKM. Diharapkan bahwa dengan memanfaatkan akun Instagram, para pelaku UMKM bisa meningkatkan penjualan produk mereka kepada khalayak luas. Dalam era teknologi yang semakin maju dan dengan perubahan perilaku konsumen yang beralih ke teknologi, memasarkan dan mempromosikan produk UMKM melalui media sosial seperti Instagram bisa menjadi pilihan yang tepat. (Naashir et al., n.d.)

DAFTAR PUSTAKA

- Hamidah, S., Pertiwi, S., Sandi, H., Hamidah, S., Pertiwi, S., Sandi, H., Psikologi, F., Buana, U., & Karawang, P. (2019). *Tingkat kepuasan konsumen umkm keripik pisang di desa kertaraharja. 2*, 3416–3424.
- Naashir, M. I., Pertiwi, S., Sandi, H., Informatika, T., Ilmu, F., Universitas, K., & Perjuangan, B. (n.d.). *PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA DALAM UPAYA PEMASARAN PRODUK SECARA DIGITAL UNTUK PELAKU. 2*(1), 3438–3443.
- Sandi, S. P. H. (2016). Analisis Penetapan Harga Dalam Produk Pesanan Pada Usaha Kue Hanif Cake. *Jurnal Manajemen, 14*(1), 1884–1893.
- Ahidin, U. (2017). Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk Tape Ketan Daun Jambu Di Kecamatan Cibeureum Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen ...*, 3(1). <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/kreatif/article/view/492%0Ahttp://openjournal.unpam.ac.id/index.php/kreatif/article/download/492/404>
- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT.

- FIFGROUP Cabang Manado). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109–119. file:///C:/Users/USER/Documents/proposal/jurnal/PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA PT. FIFGROUP CABANG MANADO).pdf
- Erlianti, D., Tinggi, S., Lancang, I. A., Dumai, K., Gunung, J., No, M., Dumai, B. A., Pelayanan, K., & Jaminan, P. E. (2019). Kualitas Pelayanan Publik Kata Kunci. *Jurnal Administrasi Publik & Bisnis*, 1(1), 9–18. <http://ejournal.stia-lk-dumai.ac.id/index.php/japabis>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Luthfan Fazari Harsanto, & Drs. Wahyu Hidayat, M. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Ukm Martabak Mas Ipung Di Perumahan Plamongan Indah Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 340–351.
- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163–175.