

Optimalisasi Manajemen Dalam Peningkatan Pendapatan dan Kepuasan Pelanggan Di Cafe Candu Kopi Pekanbaru

Ira Meike Andariyani ¹, Wirdayani Wahab ², Safrizal ³, Gusnafirtri ⁴, Dewi Martha ⁵

^{1, 2, 3, 4, 5} STIE Mahaputra Riau, Indonesia

* meike.dawarman@gmail.com

Abstract

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan bertujuan untuk memaksimalkan atau optimalisasi manajemen dalam rangka meningkatkan penghasilan pelaku usaha serta memberikan kepuasan kepada pelanggan. Apabila dilihat saat ini banyaknya pelaku usaha khususnya yang bergerak di Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih kurang pengetahuan dalam optimalisasi manajemen. Pengabdian ini dilaksanakan di Cafe Candu Kopi yang berlokasi di Jl Bangau Sakti Kel. Simpang Baru Kec. Tampan Kota Pekanbaru Riau. Method yang digunakan dalam pengabdian ini adalah wawancara dan dokumentasi, dengan kegiatan yang diawali dengan persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan metode wawancara dan dokumentasi yang mencakup ceramah, diskusi, sharing dan pendampingan kepada owner. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan pembuktian bahwa memaksimalkan atau optimalisasi manajemen sangat diperlukan untuk meningkatkan pendapatan dan kepuasan pelanggan sehingga usaha ini dapat terus berkembang dan sukses.

Keywords: *Optimalisasi Manajemen, Peningkatan Pendapatan, Kepuasan Pelanggan*

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah suatu kegiatan ekonomi yang sangat berperan didalam perekonomian (Saefudin et al, 2024). Hal ini dikarena UMKM dapat memberikan kontribusi yang besar pada produksi domestik yang akan terus mengalami perkembangan dan peningkatan Selain itu UMKM memberikan peluang lapangan kerja sehingga menyerap tenaga kerja, yang akan memberikan dampak dengan terjadinya penurunan kemiskinan dan pengangguran juga mampu menyerap tenaga kerja sehingga mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran yang dicerminkan dengan meningkatnya pendapatan (Yulita et al, 2023).

Saat ini kegiatan UMKM telah memiliki kemudahan dengan adanya digital marketing sehingga dalam kegiatannya, pelaku UMKM dapat berinteraksi langsung dengan konsumen walaupun mereka memiliki jarak yang jauh (Irwanlubis et al, 2023). Selain itu

<https://doi.org/10.30605/ipmas.4.1.2024.473>

peranan dari digital marketing ini adalah dapat memperluas target pasar yang dapat menarik minat konsumen agar penjualan produk UMKM juga meningkat (Fillayata et al, 2020). Adapun media dari digital marketing antara lain: Tokopedia , Shopee, Lazada, Bukalapak, TikTok dan sebagainya yang merupakan bagian dari e-commerce yang sedang berkembang saat ini di Indonesia (Pramezwary et al, 2021). Penelitian yang dilakukan sebelumnya menyampaikan bahwa. e-commerce menjadi strategi yang baik untuk sebuah produk sehingga menghasilkan pendapatan (Tijiang, 2020; Safrizal, 2023; Wahab et al, 2023).

Kemajuan zaman saat ini yang diiring dengan pemanfaatan internet dan media sosial sebagai sarana memperoleh informasi semakin meluas (Ahmad et al, 2022). Media online dapat memberikan informasi yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun dengan mudahnya, karena inthernet memiliki sifat mempermudah pekerjaan bagi orang yang menggunakannya. Hal ini dapat dilihat dari adanya jaringan-jaringan internet yang ikut memelopori revolusi teknologi yang berpengaruh pada kehidupan orang yang ikut mengalami perubahan (Susilatri et al, 2023). Cafe merupakan salah satu usaha UMKM yang banyak saat ini. Dimana pelaku usaha tersebut perlu mempelajari dan memperhatikan aspek penting supaya konsumen merasa puas dan berkunjung kembali (Syahwi et al, 2021). Kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang dimiliki seseorang baik itu perasaan senang atau kecewa dalam hal perbandingan antara kesan yang diperoleh oleh pelanggan dalam hal kualitas produk dan jasa yang sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan tersebut (Siswanto, 2018).

Pendapatan adalah salah satu aliran yang termasuk kedalam aktiva yang diperoleh dari kegiatan transaksi barang dan jasa yang dilaksanakan oleh suatu usaha dalam suatu periode (Azlina et al, 2023). Secara umum kegiatan pokok dari suatu perusahaan adalah menjual barang dan jasa dengan tujuan memperoleh laba. Usaha cafe merupakan salah satu usaha yang menjual produk dalam bentuk barang dan jasa (Efendi et al, 2023). Dimana barang yang dihasilkan di cafee ini berupa makanan dan minuman, sedangkan jasa yang dihasilkan disini dalam hal pelayanan kepada konsumen(Kristinae, 2021). Sehingga penjualan yang merupakan pencapaian yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan tersebut dapat dilihat dari pendapatan yang diterima oleh Cafe tersebut dalam suatu periode (Rahmadani, 2021).

Selain itu cafe juga dapat dikategorikan sebagai industri kuliner. Dimana dalam industri kuliner suatu usaha harus kuat menghadapi persaingan yang ketat (Latif et al, 2024). Hal ini bertujuan agar usaha cafe ini memiliki kinerja yang terkontrol dan ekonomi bisnis yang kreatif (Isnaini et al, 2022). Hal ini berkaitan dengan gagasan bahwa usaha cafee ini harus memiliki lokasi yang bagus, khas, menarik dan unik (Mirella et al, 2022). Dulu cafe memang identik dengan mewah, kaya dan untuk mereka yang berpenghasilan tinggi, namun sekarang semua orang dapat mengunjungi cafee dengan harga terjangkau dengan menu yang beraneka ragam yang didukung dengan tempat yang menarik (Santoso et al, 2023).

Kopi merupakan salah satu jenis minuman yang digemari diberbagai kalangan dalam masyarakat kita (Izzuddin et al, 2020) baik muda ataupun tua, baik laki-laki ataupun perempuan menyukai kopi (Izzuddin et al, 2020). Sehingga setiap usaha Cafe selalu menyajikan pilihan menu kopi didalam daftar menunya, karena cafe coffee merupakan salah satu usaha yang dapat memberikan pengaruh dalam memberikan keputusan apakah pelanggan akan kembali lagi untuk membeli ataupun tidak akan kembali lagi (Sambara et al, 2021). Oleh sebab itu usaha caffe perlu memperhatikan rasa, suasana dan pelayanan di Cafe tersebut, agar Cafe tersebut dapat tetap bertahan dan bersaing dengan cafe lainnya. Para konsumen kemungkinan kondisi dan situasi dalam menikmati kopi dapat memberikan pengaruh rasa menikmati kopi tersebut (Rufliansah et al, 2020). Selain lokasi nya yang sangat bagus, tempat yang memiliki view yang menarik juga mendukung dalam menikmati kopi bagi kalangan muda apalagi bagi mereka yang suka membuat content (Pristanto et al, 2023).



Gambar 1. UMKM Cafe Candu Kopi

Cafe candu kopi merupakan suatu usaha cafe yang berdiri pada Juni 2017 di Jalan Bangau Sakti Panam Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Dalam kurun waktu kurang lebih lebih dari 7 tahun, Cafe candu kopi dapat bertahan bahkan Abeng mampu menjadikan Cafe Candu Kopi menjadi candu baru yang merupakan tempat tongkrongan anak muda pecinta kopi. Cafe ini bukan hanya menawarkan kopi, tetapi terdapat menu lain yang telah menjadi trend dikalangan masyarakat. Adapun harga yang dicafe ini berkisar dari Rp.10.000,- sampai dengan Rp.20.000,- . Harga tersebut bisa dikategorikan harga yang bersahabat dengan kantong mahasiswa sehingga mampu menarik pelanggan untuk terus datang berkunjung.

Metode

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini dengan Method partisipatif dimana penulis juga ikut berpartisipasi dalam kegiatan PKM ini. Dalam pelaksanaannya kegiatan PKM ini dilakukan dengan proses wawancara secara langsung kepada pelaku UMKM tersebut. Selain itu mahasiswa juga diberikan bimbingan bagaimana pentingnya peranan manajemen bagi kelangsungan usaha serta bagi pengambilan keputusan bisnis.

Data diperoleh secara langsung dari hasil wawancara kepada pelaku UMKM yang diberikan pertanyaan mengenai umkm yang mereka jalankan kurang lebih 7 tahun. Setelah melakukan sesi wawancara tim mengelilingi sekitaran Cafe tersebut. Method pelaksanaan PKM yang kelompok kami lakukan yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara. Merupakan pertemuan duaorang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, diskusi dan sharing sehingga dapat berkontribusi makna dalam topik yang dibahas (Sugiyono, 2022). Dimana dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini wawancara langsung dilakukan dengan owner agar informasi yang diperoleh sesuai dengan kondisi yang terjadi saat itu di cage tersebut.
2. Dokumentasi. Merupakan pengumpulan dari catatan peristiwa yang sudah berlaku baik berbentuk tulisan, gambar/foto. Dimana dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dokumentasi digunakan untuk melengkapi dan menujung informasi yang diperoleh dari kegiatan tersebut.

Tabel 1 Tahapan Pelaksanaan PKM

Komponen	Deskripsi
Masalah	• Kurangnya pengetahuan promosi • Kurangnya pengetahuan dalam mengelola usaha
Kegiatan	• Memberikan pengetahuan mengenai digital marketing jangan focus pada promosi media social saja dan pelanggan di lingkungan sekitar. • Memberikan pengetahuan mengenai optimalisasi manajemen
Target	• Mengubah pola pikir owner Cafe dengan memberikan gambaran bahwa perlunya mengetahui cara promosi yang baik dan efisien. • Memberikan pengetahuan dan informasi mengenai tata kelola dalam optimalisasi manajemen guna meningkatkan pendapatan dan kepuasan pelanggan caffe. • Memberikan masukan dan pengetahuan terkait kiat dalam pengembangan unit Usaha Candu Kopi dengan mempertimbangkan arah pandangan masa jangka panjang.
Tujuan	• Memberikan bimbingan manajemen di Candu Kopi dengan tujuan dapat meningkatkan usaha yang lebih baik dan sukses dan pemanfaatan digital marketing.. • Mengingat optimalisasi manajemen harus dilakukan dalam suatu usaha, maka sumber daya manusia yang terkait dengan pengelolaan manajemen perlu menjadi pertimbangan yang sangat penting untuk keberlangsungan usaha jangka Panjang. • Terkait pengembangan usaha di Candu Kopi, maka diperlukan suatu mapping atau roadmap Cafe, sehingga para konsumen yang menjadi target pasar dapat dengan mudah mencari Cafe tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Optimalisasi merupakan suatu upaya untuk meningkatkan kinerja dalam suatu unit kerja yang berhubungan dengan kepentingan umum agar terwujudnya kepuasan konsumen, sehingga keberhasilan dari suatu kegiatan dapat tercapai (Syiafuddin, 2024).

Kondisi manajemen cafe saat ini telah menggunakan sosial media diantaranya instagram dan facebook sebagai media promosi (Hafidz et al, 2023). Media sosial yang sangat aktif dan selalu memberikan informasi seputar kebutuhan dari Cafe akan memberikan semangat dan kegairahan konsumen untuk ingin berkunjung ke Cafe tersebut (Zahran et al, 2024) Penghargaan yang diberikan kepada karyawan yang diinfestasikan sebagai hasil produk, atau satu jasa dalam wujud uang yang merupakan suatu jaminan pasti baik hingannya harian, mingguan atau bulanan (Botutihe et al, 2018). Selain itu suatu proses kerja yang berupa imbalan upah, gaji, dan honor (Ramayanti et al, 2023). Dari hal tersebut dapat dilihat jelas bahwa pendapatan yang berupa uang adalah wujud nyata yang harus dimiliki oleh setiap orang untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kesanggupan dan kemauan dalam bekerja berawal dengan adanya kebutuhan untuk dirinya dan keluarganya (Karim et al, 2020). Kondisi pendapatan cafe ini tergantung banyaknya konsumen, karena jumlah pesaing meningkat sehingga ikut meningkatnya daya saing yang mernjadi timbul peningkatan persaingan yang menjadi suatu tantangan dan ancaman bagi para pengusaha coffeshop (Hamidi et al, 2023).

Tantangan ini termasuk bagaimana mendapatkan dan mempertahankan konsumen yang loyal, serta ancamannya adalah jika konsumen mereka lebih memilih coffe shop yang lain (Krisna, 2024). Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seorang konsumen yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil suatu produk dan harapan yang diinginkannya (Aprileny et al., 2020). Jadi pelaku usaha harus mengetahui kondisi konsumen saat datang di cafe tersebut, misalkan konsumen membutuhkan tempat untuk berkumpul, mengerjakan tugas, bahkan hanya ingin istirahat dengan menikmati menu yang disediakan tanpa adanya batasan waktu sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen Sehingga terwujudlah Cafe Cafe dengan suasana Cafe yang didesain sesuai dengan kebutuhan dari pelanggan yang menjadi sasaran targetnya (Susilawedi, 2020).



Gambar 2 Wawancara Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dengan Pelaku UMKM

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan secara daring dan luring, dimana Tim kegiatan pengabdian menghubungi pemilik UMKM Cafe Candu Kopi dan mengajak untuk berdiskusi dan saling sharing mengenai UMKM yang sedang dijalankan. Sehingga peserta kegiatan pengabdian tau latar belakang dan perjalanan awal berdirinya UMKM Cafe Candu Kopi ini.

Adapun target dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini ialah untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam menjalankan usaha yang digeluti. Adapun solusi yang dapat diberikan dalam kegiatan ini sebagai berikut :

1. Mengubah pola pikir owner Cafe dengan memberikan gambaran bahwa perlunya mengetahui cara promosi yang baik dan efisien. Karena saat ini media sosial dalam bentuk instagram dan facebook yang digunakan oleh owner dalam mempromosikan usahanya. Padahal e-commerce merupakan salah satu digital marketing yang dapat digunakan dalam mempromosikan dan memasarkan produk seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, TikTok dan sebagainya
2. Memberikan pengetahuan dan informasi mengenai tata kelola dalam optimalisasi manajemen guna meningkatkan pendapatan dan kepuasan pelanggan cafe. Karena saat ini pandangan owner mengenai usaha hanya pada kekuatan untuk bertahan. Akan tetapi optimalisasi manajemen juga sangat dibutuhkan agar usaha cafe ini bisa berkembang dan sukses.
3. Memberikan masukan dan pengetahuan terkait kiat dalam pengembangan unit Usaha Candu Kopi dengan mempertimbangkan arah pandangan masa jangka panjang.

Jadwal kegiatan disusun dalam bentuk bar chart untuk rencana pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang diajukan dan sesuai dengan format berikut:

Tabel 2 Jadwal Kegiatan PKM

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2024					
		1	2	3	4	5	6
1	Persiapan	√	√				
2	Survey Lokasi		√	√			
3	Rapat TIM			√	√		
4	Pelaksanaan Kegiatan					√	
5	Laporan dan Evaluasi					√	√

Adapun hasil yang diharapkan atas solusi yang ditawarkan atas permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Café Candu Kopi didalam melaksanakan kegiatan PKM ini adalah sebagaiberikut:

1. Bimbingan manajemen di Candu Kopi dengan tujuan dapat meningkatkan usaha yang lebih baik dan sukses.
2. Mengingat optimalisasi manajemen harus dilakukan dalam suatu usaha, maka sumber daya manusia yang terkait dengan pengelolaan manajemen perlu menjadi pertimbangan yang sangat penting untuk keberlangsungan usaha jangka Panjang.
3. Terkait pengembangan usaha di Candu Kopi, maka diperlukan suatu mapping atau roadmap Cafe, sehingga para konsumen yang menjadi target pasar dapat dengan mudah mencari Cafe tersebut.

Kesimpulan

Dunia usaha dan Industri khususnya UMKM sangat diperlukan adanya keinginan yang kuat, kesabaran, ketekunan dan kesungguhan yang tinggi untuk semua usaha yang dilakukan agar mencapai hasil yang terbaik dimasa depan. Dimana untuk memulai sebuah usaha dibutuhkan skill dan planning yang matang, agar usaha yang dijalankan bisa sesuai dengan keinginan yang baik dimasa mendatang. Selain itu pengetahuan tentang optimalisasi manajemen sangat diperlukan agar usaha tersebut bias tetap berkembang. Akan tetapi cafe candu kopi masih belum dikelola sesuai ketentuan manajemen yang baik. Sehingga perkembangan usaha yang sudah berjalan cukup lama masih sama dengan awal berdirinya Cafe tersebut. Sehingga bimbingan untuk mengoptimalkan kualitas manajemen sangat diperlukan untuk menjadikan UMKM tersebut lebih baik dan sukses.

Daftar Pustaka

- Ahmad, M., M.yamin, Darmawansyah, Kuarniaty, Eragradini, R., Walenna, muhammad akbar, & Arsyad, nur aliya. (2022). *Edukasi Tentang Stunting Pada Balita Dalam Rangka*. 3(2), 1357–1362.
- Aprileny, I., Wati, W. T., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02), 39–47. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.330>
- Azlina, N., Safrizal, S., & ... (2023). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Pekanbaru. *Jurnal Pengabdian ...*, 4(3), 2624–2629.
- Botutihe, K., B Sumarauw, J. S., Karuntu, M. M., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2018). Analisis Sistem Antrian Teller Guna Optimalisasi Pelayanan Pada Pt. Bank Negara Indonesia (Bni) 46 Cabang Unit Kampus Manado Analysis of Queue System and Optimization of Teller Service At Pt.Bank Negara Indonesia Branch of the Campus Manado. *Analisis Sistem..... 1388 Jurnal EMBA*, 6(3), 1388–1397. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20223>
- Efendi, N., Lubis, T. W. H., & Ginting, S. O. (2023). Pengaruh citra merek, promosi, kualitas pelayan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 28(2), 197-215. <https://doi.org/10.24912/je.v28i2.1626>
- Fillayata, V. E., & Mukaram, M. (2020, September). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung). In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 11, No. 1, pp. 969-976). <https://doi.org/10.35313/irwns.v11i1.2150>
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 253-274. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>

- Hamidi, D. Z., Ginanjar, N. S., Deni, A., Safitri, N., & Suwarna, I. (2023). Optimalisasi Manajemen UMKM melalui Pendampingan dan Pelatihan Pengabdian pada Masyarakat. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(03), 206-212. <https://doi.org/10.58812/jpws.v2i03.279>
- Karim, D., Sepang, J. L., & Soepeno, D. (2020). Pengaruh relationship marketing dan suasana kafe terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Kopi Billy Kawasan Megamas. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.27361>
- Isnaini, F., Hermain, H., & Aslami, N. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Pendapatan Cv Sagu Basah Pak Udin Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 129-142. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.508>
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72-78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>
- Kristinae, V. (2021). Analisis Customer Satisfying dan Knowledge Sharing Dalam Optimalisasi Formulasi Promotion Pemasaran Produk Lokal di Yogyakarta dan Palangka Raya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(2), 402-411. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i2.41105>
- Krisna, I. P. D. (2024). Pengaruh Pemasaran Produk Makanan dan Minuman Terhadap Minat Beli Konsumen:(Studi Kasus di Green Cafe 15 A Kota Metro). *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(2), 32-44. <https://doi.org/10.31284/j.senopati.2024.v5i2.5560>
- Latif, B. S., & Priyanti, K. N. (2024). Faktor Self Service Technology Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Masalahu Cafe, Rawa Domba. *Journal of Student Research*, 2(3), 11-16. <https://doi.org/10.51804/econ12.v3i2.780>
- IrawanLubis, M. F., Aslami, N., & Tambunan, K. (2023). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pascho Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 872-882. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3074>
- Mirella, N. N. R., Nurlela, R., Erviana, H., & Farrel, M. H. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350-363. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>
- Pramezwary, A., Tanzil, S. T., Angelina, V., & Putro, W. W. W. (2021). Analisis Kualitas Layanan dan Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan Mcdonald's Selama Covid-19. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(02), 275-288. <https://doi.org/10.59141/jiss.v2i02.191>

- Pristanto, A., Lauren, O. T., Aryani, D., & Sahara, S. (2023). Analisis kepuasan pelanggan terhadap fasilitas yang disediakan oleh pihak Transjakarta. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(3), 09-17. <https://doi.org/10.55606/mri.v1i3.1162>
- Rahmadani, S. (2021). Analisis strategi pengembangan umkm dalam meningkatkan pendapatan masyarakat desa padang brahrang kec. selesai kab. langkat (studi kasus pada home industri krupuk & keripik). *Maslahah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 115-129. <https://doi.org/10.56114/maslahah.v2i3.160>
- Ramayanti, W. A., & Hariyoko, Y. (2023). Optimalisasi Pelayanan Kartu Identitas Anak Melalui Klampid New Generation Di Kelurahan Medokan Semampir Kota Surabaya. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah ...*, 2(8), 3620–3625. <https://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/view/1937>
- Rufliansah, F. F., & Seno, A. H. D. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389-401. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Sambara, J., Tawas, H. N., & Samadi, R. L. (2021). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada Cafe 3. Am Koffie Spot Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 126-135. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i4.36149>
- Safrizal, Y. (2023). *Strategi Pengelolaan Keuangan Dalam Keberhasilan Usaha Umkm Paska Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Usaha Arang Beriket Batok Kalapa di Desa Margorejo Pati)*. 5(1), 189–198.
- Santoso, B. D., Kanafilah, A., & Akbar, A. (2024). Optimalisasi Strategi Harga Dan Promosi Untuk Meningkatkan Pembelian Ulang: Sebuah Studi Komparatif. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 6(1), 51-60. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i4.1269>
- Saefudin, B. R., & Rasmikayati, E. (2024). Praktek Pengolahan Kopi Eksperimental Dan Penyediaan Akses Hilirisasi Pada Petani Kopi Di Kaki Gunung Manglayang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(3), 3196-3209. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i3.3594>
- Siswanto, T. (2018). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Liquidity*, 2(1), 80–86. <https://doi.org/10.32546/lq.v2i1.134>
- Sugiyono. (2022). *Method Penelitian Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Susiladewi, S. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Kupi Datu Banjarbaru. *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 45-64. : <http://dx.doi.org/10.31602/al-kalam.v7i2.3255>
- Susilatri, Desmiyawati, Safrizal, Hariadi, & Alamsyah, M. (2023). *Kata Kunci: UMKM, Teknologi Digital, Penyusunan Laporan Keuangan*. 2(November), 136–145.
- Sunarni, S., Asral, A., Kusnan, K., & Chaerul, A. K. (2023). Pengembangan Pasar Malam di Cifest Cikarang: Sinergi Zona Industri, Perumahan, dan Daerah Pemukiman Untuk Kepuasan Pelanggan dan Keuntungan Bisnis. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 07-14. <https://doi.org/10.55606/optimal.v3i2.1371>

- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150-163. <https://doi.org/10.35829/econbank.v3i2.52>
- Syaifuddin. (2024). Optimizing Product Quality And Service Quality Improvements To Increase Indihome Customer Satisfaction. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4389-4399.
- Tijjang, B. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Amsir Management Journal*, 1(1), 46-58. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i1.202>
- Wahab, W., Safrizal, Sitinjak, M., Hidayat, R., & Zahida. (2023). *Peningkatan Ekonomi UMKM Kolam Pancing Melalui Manajemen Pengembangan Usaha Serta Pencatatan Keuangan Mandiri*. 4(4), 3136-3143.
- Yulita, R., & Simanjuntak, D. (2023). *Optimalisasi E-Commerce dalam Peningkatan Pendapatan Pelaku*. 2(1), 1-6.
- Zahran, W. S., & Putriani, O. D. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Fasilitas terhadap Loyalitas Konsumen Kafe Day Coff Cifest Kecamatan Cikarang Selatan. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2), 116-124. <https://doi.org/10.31334/jambis.v4i2.3977>