

Pelatihan *Customer Relation Management Skill* pada Usaha Bakso Masyarakat Bluru Kidul Sidoarjo

Erwan Adi Saputro¹, Andre Yusuf Trisna Putra², Wiliandi Saputro³, Ardika Nurmawati^{*4}

^{1,4}Program Studi Teknik Kimia, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

²Program Studi Teknologi Pangan, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

³Program Studi Teknik Mesin, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

E-mail: ¹erwanadi.tk@upnjatim.ac.id, ²andreyusuf.tp@upnjatim.ac.id,

³wiliandi.saputro.tm@upnjatim.ac.id, ^{*4}ardika.n.tk@upnjatim.ac.id

Abstrak

Usaha bakso adalah usaha yang banyak dilakukan oleh masyarakat Bluru Kidul, Sidoarjo. Usaha bakso yang ditekuni oleh masyarakat hanya berfokus pada penjualan produk bakso semata seperti pengusaha bakso pada umumnya. Perihal mendirikan usaha, keberlangsungan dari suatu usaha juga dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti faktor pembangunan hubungan dengan konsumen. Pembangunan hubungan dengan konsumen merupakan hal yang penting untuk dimiliki oleh setiap pengusaha agar bisa mendapatkan loyalitas dari konsumen serta menjaga keberlanjutan suatu usaha. Sementara itu, tidak banyak pengusaha bakso di daerah Bluru Kidul yang menerapkan pembangunan hubungan dengan konsumen dalam usaha baksonya. Dengan demikian, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat Bluru Kidul yang berprofesi sebagai pengusaha bakso untuk menginisiasi proses pembangunan hubungan dengan konsumen pada usahanya. Berdasarkan kegiatan yang dilakukan, didapatkan informasi bahwa dalam membangun hubungan dengan konsumen, para pengusaha bakso memiliki kendala internal berupa adanya *gap* usia dengan konsumen, kurangnya nilai pembeda produk bakso dan kurangnya kemampuan berkomunikasi. Kendala tersebut dapat diatasi dengan berani memulai menerapkan materi yang sudah dibagikan, melihat kearifan lokal masyarakat setempat dan berlatih *public speaking* dari waktu ke waktu agar bisa membangun hubungan dengan konsumen yang lebih baik lagi.

Kata kunci: *customer relation management*, manajemen keluhan pelanggan, pengabdian masyarakat, usaha bakso

Abstract

The meatball business is a business that is often carried out by the people of Bluru Kidul, Sidoarjo. The business pursued by the community only focuses on selling meatball products, like meatball entrepreneurs in general. Regarding starting a business, the sustainability of a business is also influenced by many factors, one of which is building relationships with consumers. Building relationships with consumers is important for every entrepreneur to have in order to gain consumer's loyalty and maintain the sustainability of a business. Meanwhile, not many meatball entrepreneurs in the Bluru Kidul area implement customer relation management in their business. Thus, service activities are needed for the people of Bluru Kidul who are meatball entrepreneurs to initiate customer relation management process in their business. Based on the activities carried out, that meatball entrepreneurs had internal obstacles such as an age gap with consumers, a lack of differentiating value for meatball products and a lack of communication skills. These obstacles can be overcome by having the courage to start applying the material that has been distributed, looking at the local wisdom of the society and practicing public speaking from time to time in order to have better customer relation management skill.

Keywords: *customer relation management, customer complaint management, community service, meatball business*

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan kehidupan manusia modern tidak jauh dari yang namanya bisnis atau usaha. Bisnis atau usaha adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan keuntungan dengan menerapkan dasar-dasar tertentu dalam pelaksanaannya [1]. Bisnis atau usaha merupakan hal yang banyak digeluti oleh masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia saat ini cenderung menggeluti bisnis pada bidang perdagangan barang. Salah satu bisnis atau usaha yang banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia adalah usaha berjualan bakso.

Bakso adalah olahan makanan yang terbuat dari campuran daging dan bahan lainnya, di mana campuran daging pada bakso memiliki presentase minimal 50%. Bakso kian hari kian dinikmati oleh banyak orang, baik anak muda maupun masyarakat dewasa [2]. Pedagang bakso dapat dijumpai dengan mudah pada berbagai daerah. Usaha bakso kian mudah ditemui karena masyarakat juga menyukai olahan makanan ini. Bakso saat ini dapat ditemui dalam berbagai varian rasa, bentuk dan penyajian lainnya.

Adanya perubahan dari penjualan bakso merupakan salah satu cara dalam meningkatkan dan mempertahankan penjualan bakso. Selain adanya inovasi bisnis untuk membuat suatu usaha tetap berjalan, tentunya juga masih dipengaruhi oleh faktor lainnya. Salah satu faktor yang mempengaruhi dalam mendukung keberlanjutan bisnis adalah adanya hubungan dengan pelanggan yang semakin baik. Hubungan dengan pelanggan yang baik dapat diwujudkan dengan menerapkan *customer relationship management* (CRM). Adanya penerapan *customer relationship management* yang baik akan mampu dalam mempertahankan nilai jangka panjang dan memperbarui strategi suatu bisnis melalui loyalitas pelanggan [3].

Konsep pembangunan hubungan dengan pelanggan juga harus dibangun dalam usaha atau bisnis bakso. Namun, pada faktanya di lapangan, bahwa banyak pengusaha bakso yang hanya sekedar melakukan penjualan bakso tanpa adanya pembangunan hubungan dengan masyarakat selaku pelanggan atau konsumen. Dengan demikian, perlu dilakukannya penyuluhan atau sosialisasi mengenai pembangunan hubungan dengan pelanggan bagi para pedagang atau pengusaha bakso sebagai bentuk manajemen bisnis yang berkelanjutan. Adanya transfer ilmu *customer relationship management* (CRM) diharapkan mampu membantu penjual atau pengusaha bakso dalam mengembangkan, mempertahankan dan memperkuat usaha bakso yang dimiliki.

2. METODE

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan terdiri dari tiga bagian, seperti berikut:

1) Pelatihan

Kegiatan pelatihan dilakukan secara *offline* atau luring, seperti perincian berikut ini:

Tempat	: Balai Desa Bluru Kidul – Sidoarjo
Waktu	: 30 Agustus 2020
Durasi	: 09.00 – 11.00 WIB
Pemateri	: Erwan Adi Saputro Andre Yusuf Trisna Putra

2) Tanya Jawab

Sesi tanya jawab diadakan setelah sesi pemaparan oleh pemateri. Sesi ini bertujuan untuk menjawab bagian dari materi atau informasi yang masih kurang dipahami oleh peserta atau audien. Semua peserta didominasi oleh pengusaha bakso dapat menanyakan kendala atau kebingungan yang dihadapi, khususnya perihal pembangunan hubungan dengan konsumen atau pelanggan.

3) Praktik

Setelah peserta memahami materi yang telah diberikan, peserta pelatihan kemudian melakukan praktik untuk mengaplikasikan semua yang telah dipelajari pada kegiatan

usahanya masing-masing. Para peserta pelatihan dapat menanyakan kendala saat praktik secara *online* melalui kontak pemateri terkait jika memang dirasa perlu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Balai Desa Bluru Kidul, Sidoarjo. Target sasaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah para pengusaha atau wirausahawan yang memiliki usaha di bidang kuliner bakso. Pada pelaksanaannya, para pemateri memberikan sosialisasi mengenai materi pembangunan hubungan dengan konsumen melalui berbagai cara. Pembangunan hubungan dengan konsumen merupakan hal penting yang harus dilakukan agar dapat membuat usaha yang dimiliki terus berjalan seiring dengan perkembangan waktu. Materi pertama yang dibagikan adalah mengenai strategi pelayanan penjualan bakso, diikuti dengan materi strategi membangun hubungan dengan pelanggan, dan diakhiri dengan materi strategi manajemen keluhan pelanggan. Ketiga materi tersebut dipaparkan oleh para pemateri secara runtut dan diikuti dengan sesi tanya jawab serta praktik. Adapun penjelasan dari materi yang disosialisasikan kepada para pengusaha bakso di daerah Bluru Kidul, secara terperinci adalah seperti berikut:

3.1 Pemaparan Materi

Strategi Pelayanan Penjual bakso

Tujuan layanan pelanggan atau yang umum diketahui dengan istilah *customer service* adalah strategi marketing bisnis yang ditujukan untuk tetap bisa mendapatkan kesetiaan dari pelanggan. Lingkup dari *customer service* pada usaha bakso ini adalah saat setiap pelanggan dapat memiliki harapan lebih pada setiap kesempatan dalam setiap transaksi sejak konsumen memasuki tempat usaha bakso sampai meninggalkan tempat usaha bakso tersebut. Ilmu *customer service* pada lingkup ini diberikan agar para pengusaha bakso bisa bersaing dengan sehat antara kompetitor sejenis dalam mempertahankan kesetiaan pelanggannya. Hal tersebut menjadi poin penting karena persaingan pada usaha bakso sangat kompetitif dan pelanggan memiliki beragam penilaian ketika datang ke sebuah usaha toko bakso. Mulai dari pengalaman makan, sistem pemesanan, hingga jenis lingkungan usaha bakso seperti tempat makan yang santai, atau usaha bakso cepat saji juga tidak luput dari pertimbangan pelanggan dalam menentukan tempat makan bakso yang akan dikunjungi. Beragamnya penilaian konsumen tersebut, tentunya dapat menjadi pertimbangan tersendiri bagi para konsumen untuk tetap membeli bakso di tempat terkait atau justru berpindah ke tempat lainnya. Dengan demikian, setiap keputusan pembelian olahan bakso berada di tangan pelanggan bukan pemilik usaha bakso. Perihal tersebut, maka pemilik usaha bakso harus mampu dalam mempertahankan kesetiaan pelanggan dan menjalankan operasional usahanya secara berkelanjutan.

Ketika berurusan dengan mempertahankan kesetiaan konsumen, tentunya dibutuhkan ilmu strategi pelayanan dalam hal pembangunan kedekatan dengan konsumen. Pemberian layanan kepada konsumen dengan baik akan dapat meningkatkan kemungkinan bahwa konsumen terkait akan tetap melakukan pemesanan bakso di tempat yang sama dan dalam jangka waktu yang lama. Contoh pemberian layanan yang baik pada konsumen adalah dengan menyambut konsumen dengan ramah dan senyum pada saat pertama kali konsumen datang [4]. Adapun manfaat dari penerapan strategi dalam memberikan pelayanan kepada para konsumen bagi pengusaha bakso adalah sebagai berikut.

1. Sebagai indikator utama bahwa pelanggan atau konsumen merasa puas sehingga akan membeli kembali di lain waktu dan sebagai tanda sudah terciptanya loyalitas pelanggan.
2. Bisa menjadi aspek penting dan pembeda dari pesaing usaha bakso yang dimiliki oleh seorang pengusaha.
3. Mampu mengurangi hilangnya pelanggan dikarenakan adanya pembangunan hubungan antara konsumen dan pemilik usaha. Konsumen merasa saran dan kritiknya didengar

dan bagi pengusaha bakso akan dapat memberikan tinjauan baru dalam memberikan improvisasi pada usaha baksonya.

4. Dapat meningkatkan nilai sebuah usaha bakso di mata pelanggan. Pengusaha bakso yang mampu mendengarkan dan berbenah seiring dengan adanya saran dan kritik dari pelanggan atau konsumen, maka secara tidak langsung akan dapat membangun gambaran positif atau *good image* pada pola pikir pelanggan.
5. Mampu mengurangi umpan balik negatif atau hubungan pelanggan yang negatif. Adanya pembangunan kedekatan dengan pelanggan akan dapat mengurangi *feed back* negatif bagi suatu usaha bakso. Hal ini terjadi karena semakin banyak perbaikan dan penyesuaian yang dilakukan oleh para pengusaha bakso untuk dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Semakin dekat dengan ekspektasi atau harapan pelanggan, maka semakin sedikit umpan balik negatif yang akan didapatkan oleh para pemilik usaha bakso.

Dengan demikian, yang perlu para pengusaha bakso lakukan adalah memperbaiki pelayanan kepada pelanggan pada usaha bakso miliknya hingga menjadi lebih baik lagi kedepannya. Adapun dalam mendapatkan beberapa manfaat seperti poin-poin di atas maka dapat menerapkan beberapa cara pada materi strategi hubungan dengan pelanggan atau *customer relations* berikut ini.

Strategi Hubungan Pelanggan (Customer Relations)

Strategi pelayanan penjualan bakso yang baik dimulai dari hubungan yang baik dengan semua pelanggan. Hubungan yang baik seharusnya dapat dilakukan oleh karyawan dan pemilik usaha bakso terhadap pelanggan dan lingkungannya. Apabila mampu menciptakan hubungan yang baik dan positif dengan semua pelanggan maka pemilik usaha bakso akan mendapatkan manfaat seperti poin-poin di atas. Lingkungan pengusaha bakso dan hubungan pelanggan yang positif akan membangun hubungan retensi dengan pelanggan secara positif, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta secara umum dapat memperbesar kesempatan dalam membangun bisnis lebih baik lagi. Berikut adalah beberapa teknik pelayanan pelanggan dalam konteks penjualan bakso yang dapat dilakukan oleh siapa saja untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang baik.

1. Menyambut konsumen saat sedang memasuki tempat usaha bakso, ruang makan atau area pemesanan serta saat konsumen meninggalkan toko. Penyambutan dilakukan dengan senyum dan ekspresi yang menyenangkan oleh pegawai atau pengusaha bakso dalam menyambut dan melepas konsumen yang datang untuk membeli bakso.
2. Membantu konsumen dalam mencari tempat duduk yang kosong pada setiap saat tanpa harus menunggu jam-jam sibuk datang. Perihal ini, para pemilik usaha dan karyawan harus dapat mengorganisasi pelanggan dan tempat duduk dengan baik agar tidak ada antrian yang mengular dalam menunggu ketersediaan tempat duduk atau meja konsumen kosong.
3. Membantu pelanggan lanjut usia dalam membawakan pesanan makanan dan minumannya dari dan menuju tempat duduk.
4. Menerapkan keramah-tamahan bagi setiap konsumen, khususnya bagi para konsumen lanjut usia dan yang membawa atau memiliki anak kecil. Saat membantu konsumen dalam segala rentang usia, maka akan dapat membantu dalam mengorganisasi tugas karyawan dan pemilik usaha bakso dalam meminimalisasi gangguan yang dapat timbul ketika bersangkutan dengan konsumen.
5. Mengontrol suhu ruangan, kebisingan, bau, serta hal-hal lainnya yang sekiranya dapat meningkatkan kenyamanan konsumen di tempat usaha bakso yang dimiliki. Pengontrolan kenyamanan dilakukan secara periodik dan setiap saat, menyesuaikan kebutuhan konsumen tanpa harus menunggu ada konsumen yang meminta bantuan tersebut.
6. Menghindari bekerja di sekitar pelanggan saat para pelanggan sedang makan atau bercakap-cakap. Aktivitas bersih-bersih hendaknya dapat dilakukan setelah konsumen meninggalkan tempat duduknya. Apabila memang membutuhkan pelayanan kebersihan

pada saat itu juga, maka jangan lupa untuk meminta izin kepada konsumen agar kegiatan bersih-bersih bias lebih sopan dan kondusif.

Setelah menerapkan cara-cara di atas dalam membangun kedekatan hubungan dengan konsumen, tentunya masih terdapat kemungkinan munculnya keluhan atau saran dan kritik dari konsumen. Perihal tersebut, maka dapat menerapkan materi seputar strategi manajemen keluhan pelanggan seperti di bawah ini.

Strategi Manajemen Keluhan Pelanggan

Ketika melakukan strategi pelayanan penjualan bakso yang baik, tentunya karyawan toko dan pemilik usaha juga harus memperhatikan bagaimana cara manajemen keluhan pelanggan dengan baik. Tidak bisa dipungkiri, bahwa dengan adanya sedemikian rupa usaha dalam mendengar dan membangun kedekatan hubungan dengan konsumen, pasti masih akan tetap ada konsumen yang melayangkan keluhan. Terdapat beberapa hal yang sering menjadi keluhan dari pihak konsumen bakso, seperti lambatnya pelayanan, salah menyajikan pesanan, hingga salah memberi uang kembalian. Jika pelanggan dari usaha bakso memiliki beberapa keluhan, maka sebaiknya karyawan atau pemilik usaha segera melakukan tindakan preventif dalam hal mengurangi atau meminimalisasi dampak negatif dari keluhan tersebut terhadap kinerja usaha bakso dan reputasinya. Terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha bakso dan karyawan dalam mengatasi atau meminimalisasi dampak negatif dari keluhan pelanggan, yakni sebagai berikut.

1. Mulai dengan mendengarkan keluhan konsumen. Berusaha untuk sedapat mungkin dalam mengetahui apa yang sebenarnya konsumen keluhkan terhadap layanan pada usaha bakso dan apa yang membuat mereka tidak puas. Menanyakan dan memahami keluhan konsumen akan dapat membantu dalam meredam emosi konsumen dan secara tidak langsung menunjukkan keprofesionalitasan seorang karyawan dan pemilik usaha bakso dalam menjalin hubungan dengan konsumennya.
2. Jangan menyela dan biarkan pelanggan benar-benar menjelaskan keluhan mereka. Setiap karyawan dan pemilik usaha bakso harus dapat memiliki kemampuan sebagai pendengar yang baik. Menyela keluhan konsumen dan tidak mendengarkan keluhan konsumen secara keseluruhan akan membuat suasana menjadi lebih pelik dan solusi atau tindakan korektif dari keluhan tersebut tidak dapat dimiliki.
3. Pertahankan kontak mata dengan pelanggan sebanyak mungkin. Memiliki kontak mata dengan pelanggan dapat menunjukkan bahwa karyawan dan pemilik usaha bakso memiliki kesungguhan dalam membangun kedekatan hubungan dengan konsumen. Memperhatikan konsumen yang sedang mengutarakan keluhannya juga akan memberikan kesan kepada konsumen bahwa keluhan yang diberikan merupakan hal urgen yang mengganggu dan perlu segera untuk diselesaikan.
4. Menyampaikan ucapan maaf atas segala apa saja yang sekiranya dapat menurunkan kenyamanan konsumen saat berada di tempat usaha bakso. Ucapan maaf harus diutarakan dengan penuh ketulusan dan niat serta diikuti dengan gestur tubuh yang mendukung. Jangan sampai ucapan maaf yang diberikan terkesan tidak sungguh-sungguh dan hanya sekedar formalitas semata. Hal tersebut justru akan membuat keluhan semakin tidak terselesaikan dan situasi di toko bakso menjadi runyam.
5. Menghindari menyalahkan siapa pun pada masalah atau keluhan konsumen apa pun. Para karyawan dan pemilik usaha bakso harus mampu mempertanggungjawabkan mengenai keluhan yang didapatkan secara penuh. Menyalahkan pihak lain tidak akan menyelesaikan keluhan konsumen dan justru akan membuat keluhan yang sama kian bermunculan seiring berjalannya waktu karena kurangnya koordinasi antara sesama karyawan dan pemilik usaha bakso.
6. Menjawab keluhan konsumen dengan sungguh-sungguh. Hal tersebut dapat karyawan atau pemilik usaha bakso tunjukkan dengan mencatat keluhan konsumen serta identitas umum dari konsumen apabila ingin mendapatkan perkembangannya. Para karyawan atau pemilik usaha bakso harus sedapat mungkin dalam memosisikan diri sebagai

pelanggan yang memiliki keluhan dan sedapat mungkin dalam memberikan penjelasan atas penyelesaian masalah tersebut.

7. Memberi tahu pelanggan bahwa tindakan korektif akan cepat ditangani dan masalahnya akan diselesaikan sesegera mungkin. Jika mungkin, karyawan atau pengusaha bakso bisa menunjukkan tindakan apa yang akan diambil untuk menyelesaikan masalah tersebut. Jika harus memerlukan persetujuan dari atasan untuk mengatasi masalah ini, maka sampaikan kepada pelanggan mengenai hal ini.
8. Senantiasa mengucapkan terima kasih kepada pelanggan karena telah membawa keluhan tersebut menjadi perhatian pihak karyawan dan pemilik usaha bakso. Jangan lupa untuk mengucapkan terima kasih atas kedatangan konsumen pada usaha bakso. Hal ini bertujuan agar konsumen merasakan hangatnya pelayanan dari usaha bakso tersebut dan menciptakan kesan bahwa kehadiran konsumen dan keluhannya adalah bukan hal negatif.
9. Mengulangi permintaan maaf jika dirasa perlu. Apa pun konteks percakapannya, jangan lupa untuk selalu mengakhiri percakapan dengan kata maaf dan terima kasih. Hal tersebut akan menunjukkan bahwa usaha bakso dijalankan dengan penuh semangat dan rasa kedekatan antara usaha bakso dengan konsumen. Mengucapkan kata terima kasih dan maaf di setiap akhir pembicaraan juga dimaksudkan untuk mengurangi kemungkinan timbulnya rasa sakit hati di benak konsumen karena kurang puas dengan pelayanan yang didapatkan saat berada di tempat penjualan bakso.

Secara garis besar bahwa manajemen keluhan pelanggan adalah cara terbaik untuk terus meningkatkan bisnis secara cepat dan tepat dengan membangun kedekatan hubungan dengan konsumen. Adanya sikap empati kepada pelanggan, mendengarkan dan mengambil tindakan yang tepat dan segera dalam penyelesaian, adalah cara yang paling mungkin untuk mengubah pengalaman negatif menjadi positif. Langkah-langkah di atas dapat diterapkan oleh semua pengusaha, khususnya karyawan dan pengusaha bakso dalam manajemen keluhan dari pelanggan. Sebisa mungkin setiap usaha memiliki tempat, saluran atau orang khusus yang menerima dan menangani keluhan [5]. Hal tersebut dimaksudkan agar keluhan dari konsumen bisa mendapatkan solusi dari sistem manajemen suatu usaha yang baik, komprehensif dan sistematis. Pada umumnya, dalam menyusun strategi menghadapi keluhan pelanggan dapat dengan memberikan formulir khusus keluhan, mengarahkan menuju media sosial suatu usaha dan mengarahkan pelanggan ke bagian *customer service*-nya langsung.

3.2 Tanya Jawab dan Diskusi

Ketiga materi di atas disampaikan para pemateri dengan sangat lancar seperti yang disajikan oleh Gambar 1. Pada Gambar 1. tersebut terlihat bahwa para audiens yang sebagian besar adalah pengusaha bakso memberikan perhatian dan fokusnya pada sesi sosialisasi atau paparan materi. Materi-materi yang telah diberikan, harapannya, dapat diterapkan oleh para pengusaha bakso dalam menjalankan usahanya lebih baik lagi pada waktu yang akan datang. Para audiens yang memiliki kendala atau pertanyaan dapat menanyakan kendala tersebut pada sesi tanya jawab.



Gambar 1. Sesi Pemaparan Materi

Pada sesi tanya jawab, berlangsung pembicaraan dan diskusi dua arah antara pemateri dengan para audien, seperti yang disajikan pada Gambar 2. Sesi tanya jawab dilakukan untuk mengetahui pemahaman dari para audien yang sebagian besar adalah pengusaha bakso. Pada umumnya akan diberikan format kuesioner untuk mengetahui dan mengevaluasi pemahaman audiens pada acara pada kegiatan pengabdian masyarakatnya [6]. Akan tetapi, pada kegiatan kali ini, format kuesioner ditiadakan dan digantikan dengan sesi tanya jawab baik secara *offline* atau pun *online* untuk membantu masyarakat Bluru Kidul dalam menjawab atau mengatasi kendala yang dihadapi. Pertanyaan atau kendala umum dari para pengusaha bakso ketika ingin membangun hubungan dengan konsumen terletak pada saat inisiasi proses pembungaan hubungan dengan konsumen. Para pengusaha bakso tersebut merasa kesusahan dalam memulai pembangunan hubungan dengan konsumen. Hal ini karena, sebagian besar karyawan dan pemilik usaha bakso merasa di usianya yang sekarang sangat tidak cocok jika melakukan peran tersebut. Banyak dari para audien yang merasa usia menjadi penghalang dalam memulainya. Berdasarkan penuturan peserta sosialisasi bahwa terkadang usia juga memberikan kendala dalam komunikasi, seperti adanya perbedaan tingkat emosional dan pemahaman makna pembicaraan antara pelanggan dan pemilik usaha. Terkadang terdapat beberapa konsumen yang menyampaikan keluhan atau masukan dengan nada bicara dan kata-kata yang sulit untuk dipahami artinya. Kondisi tersebut dapat mengarah ke kesalahpahaman dalam menginterpretasikan suatu informasi. Hal tersebut dapat diatasi dengan adanya konsistensi dalam menghadapi konsumen dan memperluas wawasan perihal bisnis bakso yang digeluti.



Gambar 2. Sesi Diskusi dan Tanya Jawab

Selain itu, kendala lain yang dihadapi selama membangun hubungan dengan konsumen adalah kurangnya kemampuan berbicara atau *public speaking* yang baik. Para pegawai dan pemilik usaha bakso yang berada di daerah desa atau yang jauh dari kawasan metropolitan, seperti daerah Bluru, hanya menjalin hubungan dengan konsumen sebatas pada transaksi jual beli bakso semata tanpa adanya komunikasi lainnya. Hal tersebut banyak dilakukan oleh para audien dikarenakan mereka berada di kawasan kecil yang mana kemampuan bersosialisasi atau *public speaking* dalam proses perdagangan tidaklah terlalu penting. Para pengusaha bakso tersebut merasa kemampuan *public speaking* bukanlah hal yang penting. Hal tersebut tentunya bertolak belakang dengan fakta yang ada di lapangan. Pada dunia bisnis, kemampuan komunikasi dalam bisnis sangatlah penting. Komunikasi dalam bisnis selain dapat membangun hubungan dengan konsumen juga mampu menyelesaikan masalah serta menunjukkan kualitas sumber daya manusia yang terlibat pada usaha atau bisnis tersebut [8].

Masalah atau kendala terkahir yang banyak dikeluhkan oleh para pengusaha bakso adalah sulitnya dalam mencari nilai pembeda dari usaha baksonya. Kurang atau tidak adanya nilai pembeda dari usaha yang dilakukan membuat para pengusaha bakso mengalami kesusahan ketika ingin mempertahankan kesetiaan pelanggan. Saat ini, sudah sangat mudah dijumpai pengusaha

bakso dengan konsep dan nilai jual yang hampir sama antara kompetitor terkait. Setiap pengusaha bakso seharusnya memiliki nilai atau ciri khasnya masing-masing. Jika tidak memiliki keunikan atau sesuatu yang berbeda, maka besar kemungkinan untuk usaha bakso tersebut tidak bisa bertahan. Perihal untuk mengetahui nilai pembeda yang diinginkan konsumen, maka pemilik usaha bakso dapat menanyakannya pada konsumen. Mendapatkan saran dan masukan serta informasi dari konsumen akan sangat membantu dalam mengembangkan usaha kedepannya. Perihal mengembangkan dan mempertahankan usaha maka perlu adanya pembangunan hubungan dengan konsumen melalui komunikasi, komitmen dan kepercayaan [9]. Hal tersebut nantinya akan menumbuhkan *customer relation* yang baik karena adanya pemenuhan kebutuhan konsumen yang sejalan dengan usaha bakso. Selain dari konsumen, nilai pembeda atau ciri khas usaha bakso yang dimiliki juga dapat diciptakan oleh pemilik usaha bakso itu sendiri. Nilai jual atau ciri khas pembeda yang bisa pengusaha atau pedagang bakso miliki adalah dengan menjual olahan bakso yang berbeda. Pada kegiatan sosialisasi yang dilakukan, juga dipaparkan cara pembuatan olahan bakso menggunakan daging kerang berbantuan dengan teknologi mutakhir, seperti yang disajikan pada Gambar 3. Penggunaan bahan olahan dan proses pembuatan yang berbeda dapat menjadi nilai pembeda dan ciri khas usaha bakso apabila pedagang atau pengusaha bakso mampu mengomunikasikannya kepada pelanggan dengan baik dan benar. Proses dan bahan baku olahan bakso yang berbeda juga dapat menjadi *personal branding* tersendiri bagi usaha bakso tersebut. Membangun *branding* untuk usaha, baik usaha mikro dan makro, akan sangat besar dampaknya pada pengenalan usaha kepada masyarakat hingga mempertahankan keberlangsungan usaha tersebut [10]. Dengan demikian, pengusaha bakso selain membangun *customer relation management* juga dapat membangun *personal branding* untuk usaha baksonya.



Gambar 3. Mesin Pembuat Bakso dan Produk Bakso Daging Kerang

Setelah sesi tanya jawab dan diskusi tersebut, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat di daerah Sidoarjo juga telah usai. Kegiatan ditutup dengan foto bersama, seperti yang disajikan pada Gambar 4. Harapannya, informasi dari para pemateri untuk tetap sebisa mungkin untuk diimplementasikan pada usaha bakso yang dimiliki oleh setiap individu. Melihat pada saat kegiatan sosialisasi berlangsung, ternyata terdapat beberapa audien yang merasa tertarik dan sekaligus mengalami kendala dalam praktiknya. Akan tetapi, seharusnya hal tersebut tidak menjadi penghalang dalam membangun hubungan dengan konsumen menjadi lebih baik lagi. Para karyawan atau pengusaha bakso dapat menerapkan ilmu yang telah diberikan pada usaha penjualan bakso miliknya. Pada awalnya, mungkin akan terasa sulit dalam menerapkan ilmu *customer relation management* karena tidak terbiasa. Akan tetapi, dengan berjalannya waktu, kendala tersebut akan semakin berkurang. Pembangunan hubungan yang baik dengan konsumen juga tidak bisa dilakukan dalam waktu yang singkat. Proses dan waktu yang lama akan membuat hubungan dengan konsumen akan semakin lebih baik pada waktu yang akan datang apabila mampu konsisten dalam menerapkan ilmu CRM. Apabila para pengusaha bakso memiliki kendala pada saat praktiknya, maka dapat melakukan sesi konsultasi secara daring atau *online* dengan para pemateri sesuai arahan yang telah diberikan



Gambar 4. Sesi Penutupan

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan didapatkan beberapa hasil yang dapat dituliskan sebagai berikut:

1. Ilmu *customer relation management* belum banyak diketahui dan diterapkan oleh pedagang atau pengusaha bakso Bluru Kidul dalam mempertahankan keberlanjutan usaha bakso yang dimiliki.
2. Kendala dalam memulai pembangunan hubungan dengan konsumen berupa kendala internal yaitu *gap* usia antara pedagang atau pengusaha bakso dengan konsumen, kurangnya nilai pembeda pada usaha bakso yang dimiliki dan kemampuan berkomunikasi yang kurang.

Adapun saran yang berhubungan dengan kegiatan yang telah dilakukan adalah sebaiknya diadakan kegiatan sosialisasi mengenai cara pemasaran secara digital dan non digital kepada para pedagang atau pengusaha bakso. Aspek pemasaran atau *marketing* merupakan hal yang penting untuk dimiliki oleh seorang wirausaha atau *entrepreneur* dalam memasarkan produk usahanya. Pemasaran secara digital memiliki urgensi yang lebih besar untuk dilakukan *transfer knowledge* kepada masyarakat dalam mengoptimalkan era digital dan globalisasi untuk mendukung keberlanjutan suatu usaha atau bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Setyagustina, K, Joni, M, Suhitasari, W. D., et al., 2023, *Pasar Modal Syariah*. Bandung, Widina Bhakti Persada Bandung, Bandung
- [2] Ismail, M, Kautsar, R, Sembada P., et al., 2016, Kualitas Fisik dan Mikrobiologis Bakso Daging Sapi Pada Penyimpanan Suhu yang Berbeda, *J. Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan.*, vol. 4, no. 3, pp. 372–374
- [3] Tauriana, D, dan Andhika, 2010, Bauran Pemasaran, Manajemen Hubungan Pelanggan Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen, *J. The Winners*, vol. 11, no. 1, pp. 34-42
- [4] Ayu, F. R. P. dan Srihandoko, W, 2021, Peranan Customer Servis Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Pada Sekolah Islam Ibnu Hajar, *J. Aplikasi Bisnis Kesatuan*, vol. 1, no. 1, pp. 31-40.
- [5] Taliupan, R, 2022, Pengaruh Penanganan Keluhan (Complain Handling) terhadap Kepercayaan Pelanggan pada Minimarket Indomaret di Kota Bitung (Studi Kasus Indomaret Winenet), *J. Education*, vol. 04, no. 04, pp. 1940–1949
- [6] Panjaitan, R, Efendi, E. A, Djatmiko, F. P dan Ramjani, M. R, 2024, Penyuluhan Pembuatan Sabun Padat Minyak Atsiri Serai di Desa Giripurno Kota Batu, *J. Abdimas PHB*, vol. 7, no. 1, pp. 82–89.
- [7] Missah, C. L, 2014, Komunikasi Antar Pribadi Pada Orang Tua Lanjut Usia Di Panti Rumah Doa Kanaan, *J. Acta Diurna.*, vol. III, no. 2, pp. 1-10.
- [8] Abdullah, M. R, 2002, Komunikasi Bisnis, *Al-Tajdid*, vol. 11, no. 1, pp. 18–22
- [9] Rosanti, Y, Irawan, dan Putra, M. D. T, 2021, Tantangan dan Strategi Customer

- Relationship Marketing dengan Prinsip Cleanliness, Health, and Safety (CHS) dalam Upaya Pemulihan Ekonomi di Kawasan Wisata Samosir, *Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, vol. 1177, pp. 1–12
- [10] Saputro, E. A, Putra, A. Y. T, Pratama, A, dan Nurmawati, A, 2023, Pelatihan Strategi Membangun Brand untuk Bisnis F & B dengan Dekaka Shop, *J. Ilmiah Populer*, vol. 6, no. 1, pp. 67–72