



**PENYULUHAN KUALITAS PELAYANAN PADA UMKM TOKO PAKAIAN DI
KELURAHAN KOTA BARU**

***QUALITY SERVICE COUNSELING FOR CLOTHING STORES UMKM IN KOTA BARU
SUB-DISTRICT***

Zulaiha Husen^{1*}, Abdul Rahman Jannang², Nurlaila³

^{1*2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Khairun, Ternate, Indonesia

^{1*}fathidjun@gmail.com, ²rahmanjannang@yahoo.com, ³nurlaila@unkhair.ac.id

Article History:

Received: June 16th, 2025

Revised: August 10th, 2025

Published: August 15th, 2025

Abstract: *Clothing store business is a micro, small and medium enterprise (MSME) that contributes to economic growth in Ternate City. However, the development of this clothing store business is still quite low, because there are still several clothing entrepreneurs who do not understand how to provide excellent service to consumers. Thus, the implementation of PKM provides this solution, by providing an understanding of excellent service which includes service quality, effective communication, speed and efficiency, personalization, and the use of technology. Excellent service can increase customer satisfaction. Consumers who feel satisfied will come back to buy again, talk positively about the clothing store to other people, and can recommend other people to come and buy. Thus, excellent service can increase demand for clothing, thereby boosting income for clothing store entrepreneurs now and in the future.*

Keywords: *Quality of service, clothing store*

Abstrak

Usaha toko pakaian merupakan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang memberikan kontribusi dalam pertumbuhan ekonomi di Kota Ternate. Namun perkembangan usaha toko pakaian ini masih cukup rendah, karena masih terdapatnya beberapa pengusaha pakaian tersebut belum memahami untuk memberikan pelayanan prima pada konsumen. Dengan demikian pelaksanaan PKM ini memberikan solusi tersebut, dengan cara memberikan pemahaman tentang pelayanan prima yang meliputi kualitas pelayanan, komunikasi yang efektif, kecepatan dan efisiensi, personalisasi, serta penggunaan teknologi. Pelayanan prima dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen yang merasa puas akan datang membeli kembali, membicarakan hal yang positif toko pakaian pada orang lain, serta dapat merekomendasikan pada orang lain untuk datang membeli. Dengan demikian, pelayanan prima dapat meningkatkan permintaan pakaian, sehingga mendorong pendapatan bagi pengusaha toko pakaian pada saat sekarang maupun pada waktu akan datang.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, toko pakaian

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan para konsumen, namun juga menjadi salah satu faktor utama penentu dalam membangun hubungan jangka panjang terhadap konsumen. Dalam hal ini, kualitas pelayanan pada UMKM toko pakaian di Kelurahan Kota Baru sedapat mungkin membangun hubungan jangka panjang bagi para konsumennya. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan omzet pendapatan bagi para pengusaha toko pakaian tersebut. Bisnis toko pakaian tersebut cukup tersebar pada area pasar tradisional di Kota baru yang menawarkan berbagai jenis pakaian dengan harga relative terjangkau. Untuk dapat meningkatkan bisnis pakaian tersebut, maka salah satu alternatif yang dapat dilakukan bagi pemilik took pakaian tersebut adalah membangun hubungan jangka Panjang. Ada beberapa yang dapat dilakukan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen yaitu menjaga kualitas produk yang ditawarkan, kelayakan tempat bisnis pakaian, serta cara melayani konsumen.

Setiap pengusaha toko pakaian tersebut sangat mengharapkan usaha toko pakaiannya dapat meningkat. Namun berdasarkan hasil survei awal ditemukan bahwa tempat usahanya masih kurang memadai sebagai toko pakaian, srta cara melayani konsumen masih perlu diperbaiki dan ditingkatkan. Hal demikian terjadi karena para pengusaha toko pakaian belum memahami tentang cara melayani konsumen dengan baik. Seiring dengan adanya pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat melaksanakan penyuluhan kualitas pelayanan pada UMKM toko pakaian di Kelurahan Kota Baru.

Berdasarkan analisis situasi yang dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha UMKM toko pakaian di Kelurahan Kota Baru adalah belum memahami tentang cara memberikan pelayanan yang berkualitas terhadap para konsumen yaitu belum mampu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada konsumen, belum mampu memberikan jaminan atau kepastian yang baik kepada konsumen dalam menggunakan pakaian yang ditawarkan, belum mampu memberikan tampilan yang menarik para pengusaha UMKM toko pakaian pada konsumen, belum mampu memberikan perhatian yang tulus pada konsumen, serta belum mampu membangun komunikasi yang baik pada konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka para pelaku usaha UMKM toko pakaian di Kelurahan Kota Baru masih belum memahami cara melayani konsumen dengan baik. Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah tersebut adalah memberikan penyuluhan kualitas pelayanan pada UMKM toko pakaian di Kelurahan Kota Baru.

Kualitas layanan bisa dikatakan sebagai pemenuhan keinginan serta keperluan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaiannya agar memenuhi ekspektasi konsumen (Vicky dan Agus, 2024). Menurut Sahrupi dan Zulqornain (2017) kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi yang sering disebut sebagai SERVQUAL. Dimensi tersebut meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*. Menurut Sitta dkk (2021) *reability* adalah pemberian jasa yang dilakukan akurat. *Responsive* berarti tanggapan dari pihak perusahaan yang cepat kepada pelanggan. *Assurance* merupakan perilaku sopan untuk menimbulkan kepercayaan. *Empathy* adalah rasa peduli yang ditunjukkan oleh pelangga. Sedangkan *tangible* adalah penampilan fisik perusahaan bisa berupa tampilan toko, karyawan dan fasilitas yang ada. Permasalahan dan solusi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Permasalahan Pelaku UMKM Toko Pakaian dan Solusi Permasalahan

Permasalahan	Solusi Permasalahan
Masih belum memahami cara melayani konsumen dengan baik	Memberikan penyuluhan kualitas pelayanan pada UMKM toko pakaian di Kelurahan Kota Baru

Target luaran yang ingin dicapai pada pengabdian kepada masyarakat kali ini adalah pelaku usaha UMKM toko pakaian di Kelurahan Kota Baru dapat memberikan pelayanan yang berkualitas pada konsumen, sehingga dapat diharapkan omzet pendapatannya meningkat

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan memberikan penyuluhan kualitas pelayanan pada UMKM toko pakaian di Kelurahan Kota Baru. Dalam hal ini metode penyuluhan yang digunakan adalah ceramah, diskusi (tanya jawab) dan studi kasus (Nurmala dkk, 2020; Yetri dan yanto, 2023; Zulaiha dan Abdul Rahman, 2024).

Tahap-Tahap Pengabdian Kepada Masyarakat

- a. Tahap Persiapan. Tahap persiapan merupakan tahap awal sebelum pelaksanaan kegiatan (Hardilawati, 2020; Abdul Rahman dkk, 2024). Dalam tahap ini ada beberapa hal yang dilakukan, yaitu:
 1. Pra Survei: Identifikasi Permasalahan dan Kebutuhan Mitra
 2. Pembuatan Proposal: pembuatan proposal yang menawarkan solusi untuk permasalahan dan kebutuhan mitra
 3. Persiapan bahan penyuluhan: yaitu mempersiapkan materi penyuluhan yang akan diberikan kepada mitra.
- b. Tahap Pelaksanaan. Pada tahap pelaksanaan ini dilakukan di kantor kelurahan Kota Baru. Pada tahap ini mitra dijelaskan tentang cara memberikan pelayanan yang berkualitas pada konsumen.
- c. Tahap Pembuatan Laporan. Pada tahap akhir dibuat laporan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Partisipasi Mitra

Mitra dalam pengabdian kepada masyarakat berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini, antara lain: a) Sebagai penyedia tempat kegiatan pengabdian kepada masyarakat, b) Sebagai peserta pengabdian kepada masyarakat yang mengikuti seluruh kegiatan dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan.

Kelayakan Tim Pelaksana PKM

Tim pelaksana PKM kali ini memiliki keahlian dibidangnya masing-masing yang sesuai dengan kebutuhan mitra dalam menyelesaikan permasalahannya. Para pengusaha toko pakaian di kelurahan Kota Baru belum mampu memberikan pelayanan yang baik pada konsumen. Maka dengan adanya kegiatan PKM ini diharapkan dapat membantu pengusaha toko pakaian dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya untuk memberikan pelayanan yang baik. Keahlian tim PKM dapat di tampilkan pada Tabel 2

Tabel 2. Uraian Tugas Tim Pengusul

Nama Tim	Fakultas/Program Studi/Bidang Keahlian	Uraian Tugas
Zulaiha Husen	Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen/ Keuangan	Membuat proposal, survei lokasi PKM, koordinasi mitra, melakukan penyuluhan

Abdul Rahman Jannang	Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen/ Pemasaran	Membantu membuat proposal, menyiapkan materi, presentasi materi PKM, Menyusun laporan
Nurlaila	Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen/ SDM	Membantu membuat proposal, mengandakan materi, Menyusun laporan

HASIL

Tim PKM sebelum memberikan materi penyuluhan, terlebih dahulu melakukan diskusi ringan dengan peserta PKM sebagai pelaku usaha toko pakaian di kelurahan Kota Baru. Diskusi yang dilakukan mengenai cara mereka melayani konsumen yang membeli di toko pakaian mereka. Hasil diskusi tersebut menunjukkan bahwa mereka melayani konsumen secara konvensional yang selama ini dilakukan dan belum mengetahui cara memberikan pelayanan yang baik atau pelayanan yang prima. Selain itu, para pelaku usaha toko pakaian juga hanya mengandalkan menjual pakaiannya secara *offline* dan belum ada satupun dari mereka yang melakukan promosi melalui media internet.



Setelah selesai diskusi ringan dengan para peserta PKM, maka selanjutnya diberikan penyuluhan kualitas pelayanan tentang pelayanan prima atau "*excellent service*" (Alisa Yuliana dkk, 2024):

1. Kualitas pelayanan. Pengusaha toko pakaian sedapat mungkin untuk memberikan layanan yang konsisten, tepat waktu, dan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Bahasa verbal maupun bahasa tubuh bagi pemilik toko pakaian senantiasa mencerminkan ketulusan dalam melayani konsumen. Dengan demikian, konsumen akan cenderung untuk melakukan pembelian kembali pada waktu yang akan datang, dan bahkan akan menceritakan hal yang baik kepada orang lain.
2. Komunikasi yang efektif. Membangun komunikasi yang efektif sangat dibutuhkan dalam memasarkan suatu produk barang ataupun produk jasa. Pelaku usaha toko pakaian senantiasa dapat mendengarkan dan merespon dengan cepat tentang kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen, serta menanggapi keluhan konsumen dengan cara yang sopan dan santun yang disesuaikan dengan budaya atau kebiasaan daerah setempat
3. Kecepatan dan efisiensi. Kecepatan pelaku usaha dalam melayani konsumen sangat bermanfaat karena dapat mengurangi waktu tunggu mereka, dan memberikan solusi dengan cepat terhadap masalah yang sedang dihadapi oleh konsumen

4. Personalisasi. Pelaku usaha toko pakaian dapat memberikan pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan individu konsumen pada saat sedang membeli pakaian
5. Penggunaan teknologi. Memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan pelayanan sangat dibutuhkan saman sekarang ini, karena dapat memberikan informasi secara luas kepada konsumen, baik itu dari kualitas produk, harga, pengiriman maupun dari sisi promosinya



Setelah selesai pemberian penyuluhan kualitas pelayanan, maka tim PKM telah melakukan evaluasi singkat terhadap para peserta PKM dengan menanyakan cara memberikan pelayanan yang prima pada konsumen. Dari hasil evaluasi singkat tersebut, menunjukkan bahwa mereka para peserta PKM sudah mengetahui kiat-kiat pelayanan yang baik kepada konsumen yang datang membeli di toko pakaian mereka.



PEMBAHASAN

Toko pakaian di kelurahan Kota Baru belum memiliki bangunan yang permanen atau bangunan yang representatif sebagai toko modern, dan hanya menggunakan tenda di atas tanah lapang untuk memasarkan pakainya. Dengan demikian, yang dibutuhkan dalam memasarkan pakainya sangat tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen. Kualitas pelayanan yang baik dapat menghasilkan interaksi positif antara pemasar dengan konsumen (Yetri

dan Yanto, 2023). Interaksi positif tersebut membuat konsumen merasa puas dan cenderung untuk melakukan pembelian kembali, akan menceritakan hal yang positif mengenai toko pakaian pada orang lain, serta dapat merekomendasikan pada orang lain untuk datang membeli.



Pelayanan yang baik atau pelayanan prima salah satu strategi pemasaran yang bisa digunakan bagi para pelaku usaha toko pakaian di kelurahan Kota Baru dalam memasarkan produknya. Alisa Yuliana dkk. (2024) menjelaskan tentang aspek yang membentuk terciptanya pelayanan prima:

1. Persaingan yang makin meningkat dipasar. Dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif termasuk toko pakaian, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor pembeda utama dengan toko lainnya. Pelaku usaha toko pakaian harus menawarkan pelayanan prima untuk menarik dan mempertahankan pelanggannya di tengah persaingan yang sangat ketat
2. Ekspektasi konsumen yang lebih tinggi. Konsumen saat ini memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap kualitas pelayanan. Mereka mencari pengalaman yang menyenangkan, ramah, personal, dan efisien. Pelayanan prima senantiasa dapat memenuhi dan melebihi ekspektasi konsumen yang menghasilkan kepuasan konsumen makin meningkat
3. Kemajuan teknologi digital. Teknologi digital telah mengubah cara bisnis beroperasi dan berinteraksi dengan konsumen. Penggunaan teknologi digital dalam layanan konsumen, seperti *e-commerce*, aplikasi *mobile*, dan media sosial (*facebook*), memungkinkan penyediaan layanan yang lebih cepat dan lebih responsif, sehingga mendukung konsep pelayanan prima
4. Globalisasi. Kemajuan informasi dan teknologi mengubah pasar lokal menjadi pasar yang lebih luas atau pasar global, dan manfaat globalisasi ini dapat membuka pasar baru dan meningkatkan akses konsumen ke berbagai pilihan produk dan pelayanan. Usaha toko pakaian untuk tetap kompetitif di pasar global, pengusaha toko pakaian perlu memberikan pelayanan prima yang dapat menarik dan mempertahankan pelanggan dari berbagai latar belakang mereka

5. Reputasi dan citra merek. Reputasi yang baik dan citra merek yang positif sangat bergantung pada kualitas layanan yang diberikan pada konsumen. Pengusaha toko pakaian yang konsisten dalam memberikan pelayanan prima dapat membangun reputasi yang kuat dan menarik konsumen baru melalui rekomendasi positif
6. Peningkatan loyalitas pelanggan. Pelayanan prima membantu meningkatkan loyalitas pelanggan. Konsumen yang merasa puas dengan layanan yang diberikan cenderung kembali dan melakukan pembelian berulang pada waktu yang akan datang, serta dapat merekomendasikan bisnis kepada orang lain
7. Keuntungan finansial jangka panjang. Menggunakan pelayanan prima membutuhkan kesabaran dan kemauan yang kuat, dan membutuhkan investasi awal dalam mengikuti pelatihan atau penyuluhan mengenai pelayanan prima. Pengusaha yang sukses dalam melaksanakan pelayanan prima dapat menghasilkan keuntungan finansial jangka panjang. Meningkatnya kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui pelayanan prima, maka bisnis dapat menikmati peningkatan penjualan pada masa akan datang.

KESIMPULAN

Tim PKM sebelum turun ke lapangan untuk melakukan penyuluhan, terlebih dahulu melakukan koordinasi dengan para pengusaha toko pakaian yang ada di kelurahan Kota Baru. Setelah tim PKM mendapatkan kesepakatan dari pelaku usaha toko pakaian tentang waktu pelaksanaan PKM, maka kemudian tim PKM melakukan penyuluhan tentang pelayanan prima. Sebelum tim PKM menyampaikan materinya, tim PKM terlebih dahulu melakukan evaluasi singkat terhadap peserta PKM mengenai pelayanan prima, dan hasilnya ditemukan bahwa peserta PKM belum mengetahui tentang pelayanan prima.

Pelayanan prima merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh para pengusaha toko pakaian dalam memasarkan produknya. Pelayanan prima ini meliputi kualitas pelayanan, komunikasi yang efektif, kecepatan dan efisiensi, personalisasi, serta penggunaan teknologi. Dengan menerapkan pelayanan prima diharapkan dapat mendorong volume penjualan produk pakaiannya. Setelah pemberian materi sudah selesai dilakukan, maka tim PKM melakukan evaluasi kembali mengenai pemahaman terhadap materi yang diberikan, dan hasilnya menunjukkan bahwa peserta PKM sudah dapat memahami tentang cara melayani konsumen dengan baik.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tim PKM mengucapkan banyak terima kasih kepada para pengusaha toko pakaian di kelurahan Kota Baru atas dukungan dan partisipasinya dalam pelaksanaan PKM ini. Dukungan dan partisipasi tersebut dalam bentuk menyediakan tempat di kediaman dari salah satu peserta PKM ini, serta bersedia menjadi peserta PKM yang rela meluangkan waktunya dan setia mengikuti pemaparan materi dari tim PKM sampai selesai. Semoga apa yang diberikan pada materi PKM ini dapat bermanfaat dalam memasarkan produknya.

Terima kasih juga kami ucapkan pada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Khairun dan jajarannya yang telah memberikan ruang dalam pelaksanaan PKM ini. PKM merupakan pengejawantahan dari tri dharma perguruan tinggi yang senantiasa dilaksanakan oleh tenaga pendidik setiap semesternya.

DAFTAR REFERENSI

- Abdul Rahman Jannang, Zulaiha Husen, Abdul Hadi Sirat, 2024. Sosialisasi dan pelatihan usaha kuliner yang higienis di kelurahan Dufa Dufa. *Jurnal Pedimas Pasifik*, Vol. 03, No. 02, E-ISSN: 2963-3206, Page: 68-75
- Alisa Yuliana, Oni Yulianti, Ermy Wijaya, Aji Sudarsono, Lydia Gustina Putri, 2024. Penyuluhan Peningkatan Kualitas Pelayanan Prima Pada Toko Baju Tulip Bengkulu. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, Vol. 3 No. 2. page: 177–182. e – ISSN: 2829-6796
- Hardilawati, W. laura, 2020. Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98
- Nurmala, Tri Sinari, Ema Lilianti, Jusmany, Emilda, Aryo Arifin, Nurkadina Novalia, 2020. Usaha Kuliner Sebagai Penggerak UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal pengabdian kepada masyarakat, Aksi kepada masyarakat (AKM)t*. Vol 3, No 1
- Sahrupi, S., & Zulqornain, T. A., (2017). Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Metode Servqual Pada Pt. Media Purna Engineering Area Pt. Krakatau Steel (Persero) Tbk. *Journal Industrial Manufacturing*, 2(2), 39–49. <https://doi.org/10.31000/im.v2i2.625>
- Sitta Nurhajjah, Isti Riana Dewi, Rohadatul Aisy, (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen pada business centre SMKN 1 Lemahabang Cirebon. *JIEB: Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. Jilid 7 Nomor 2. Hal 212 – 223. ISSN Online 2615-2134. <http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>
- Vicky Fatur Rahman dan Agus Abdurrahman, 2024. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Toko Bangunan "Sido Mulyo" Yogyakarta). *Jurnal Bisnis Kreatif dan Inovatif*. Vol. 1, No. 3. e-ISSN: 3046-9058, p-ISSN: 3047-0234, Hal 50-71. DOI: <https://doi.org/10.61132/jubikin.v1i3.339>
- Yetri Oktiva Sari dan Yanto Effendi, 2023. Sosialisasi Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Usaha UMKM Rumah Makan Nasi Padang Etek Yet di Dempo Raya. *Jurnal Dehasen Mengabdi*, Vol. 2 No. 2. page: 201–204. e-ssn: 2829-6796
- Zulaiha, Abdul Rahman Jannang, 2023. Bisnis kuliner makanan dan minuman sebagai penggerak Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Gambesi. *Jurnal Pedimas Pasifik*, Vol. 02, No. 02, e-ISSN: 2963-3206, Page: 64-71