
PENINGKATAN OMSET PENJUALAN UKM BINTANG MELALUI MESIN TTG PANGGANG AYAM

Mulus Sugiharto¹, Dewi Suprobowati², Subaderi³

¹Universitas Wijaya Putra Mulus Sugiharto

²Universitas Wijaya Putra Dewi Suprobowati

³Universitas Wijaya Putra Subaderi

mulussugiharto@uwp.ac.id, dewisuprobowati@uwp.ac.id,
subaderi@uwp.ac.id

Abstrak

Usaha kuliner seperti catering termasuk dalam industri commercial catering yakni maksud dan tujuannya untuk mendapat profit melalui jasa layanan catering yang tujuannya adalah untuk memuaskan kebutuhan konsumen melalui produk atau jasa yang disediakan. catering adalah salah satu usaha jasa boga dengan pengelolaan makanan yang ditangani perorangan maupun perusahaan yang menyediakan makanan di suatu tempat untuk memenuhi berbagai kebutuhan penyedia berdasarkan pesannya. Mitra UKM ini adalah Elysabeth Annete (ketua mitra UKM Bintang yang beralamat di Pondok Benowo Indah Blok GG No 7 Surabaya. **Permasalahan mitra adalah** (i) kapasitas produksi masih rendah dan belum bisa memenuhi permintaan pasar karena pemanggangan ayam menggunakan alat tradisional (ii) proses produksi masih dilakukan dilantai sehingga kurang higienis, demikian juga dengan meja dapur mitra yang belum sesuai catering. (iii) Mitra belum bisa mengelola keuangan usahanya **Urgensi PKM ini** untuk membantu menyelesaikan permasalahan mitra. **Tujuan PKM ini** dapat dirumuskan sebagai berikut ; 1) meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produksi mitra melalui penerapan TTG mesin panggang ayam, 2) Meningkatkan jumlah omset mitra. dengan meningkatkan kapasitas produksi. **Metode pelaksanaan secara keseluruhan terdiri dari** persiapan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi, indikator keberhasilan, serta keberlanjutan program. **Hasil Kegiatan** adalah meningkatkan omset penjualan, meningkatkan kapasitas produksi, meningkatkan kualitas produksi.

Kata Kunci : Omset Penjualan, Mesin TTG Panggang ayam

PENDAHULUAN

Usaha kuliner seperti catering termasuk dalam industri commercial catering yakni maksud dan

tujuannya untuk mendapat profit melalui jasa layanan catering yang tujuannya adalah untuk memuaskan kebutuhan konsumen melalui produk atau jasa yang disediakan. catering adalah salah satu usaha jasa boga dengan pengelolaan makanan yang ditangani perorangan maupun perusahaan yang menyediakan makanan di suatu tempat untuk memenuhi berbagai kebutuhan penyedia berdasarkan pesannya. Jasa boga seperti catering punya peran penting dalam memenuhi kebutuhan makanan masyarakat, sehingga pemenuhan kebutuhan makanan yang higienis pada usaha catering dipengaruhi oleh orang yang berhubungan langsung dalam pengolahan makanan. Mitra UKM ini adalah Elysabeth Annete (ketua mitra UKM Bintang yang beralamat di Pondok Benowo Indah Blok GG No 7 Surabaya. Permasalahan mitra adalah 1) kapasitas produksi masih rendah dan belum bisa memenuhi permintaan pasar karena pemanggangan ayam menggunakan alat tradisional; 2) proses produksi masih dilakukan dilantai sehingga kurang higienis, demikian juga dengan meja dapur mitra yang belum sesuai catering; 3) Mitra belum bisa mengelola keuangan usahanya.

Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra, selama mempunyai usaha UKM Bintang Catering sudah ada sejak tahun 2010 menurut ibu elysabeth Annette yang sering dipanggil dengan nama ibu arnet dengan dibantu 10 karyawannya. Catering ini boleh dibilang cukup banyak diterima masyarakat. Saat ini pemilik bisnis catering ini mempunyai pelanggan tetap dari Sekolah Dasar Mujahidin dengan jumlah pesanan 100 pcs/hari, dan bisnis catering ini melayani masyarakat umum yang pesan catering dalam keseharian dengan jumlah 25 sd 50 dalam bentuk rantangan. Sampai dengan saat ini UKM Bintang Selera rasa ini masih eksis

dalam usahanya namun butuh penanganan yang serius karena begitu banyak pesanan yang dilayani. Akan tetapi belum pernah melakukan pembukuan keuangan. Untuk mengetahui seberapa besar rugi raba yang diperoleh. Selain pesanan catering secara rutin dari SD Mujahidin. Catering ini juga melayani catering keluarga, Catering tasyakuran, catering hajatan, catering harian-rantangan, catering wedding, prasmanan dan menerima pesanan tumpeng. Menurut ibu Annete selaku ketua mitra, Acara manten yang dilakukan di rumah maupun di Gedung rata – rata konsumen memesan sampai dengan 1000 porsi, bahkan ada yang pesan hingga 1500 porsi. Usaha catering ini pernah menolak jika memang ada pemesanan yang bersamaan harinya serta jumlah kuotanya yang tidak memungkinkan dijalankan oleh Mitra ini. Melihat dari apa yang disampaikan mitra harusnya sudah layak mitra memiliki peralatan yang terstandart pangan. Sekalipun sudah cukup lama usaha catering ini dijalankan, namun baru tahun 2022 mendapatkan penyuluhan dari tim abmas UWP tentang Higiene sanitasi Makanan agar sesuai dengan usaha yang di tangani dan lebih menyakinkan masyarakat. Melihat apa yang sudah dilakukan oleh mitra ini perlu kiranya kami selaku tim abmas membantu menangani permasalahan untuk memperlancar usaha yang dikembangkan oleh mitra.

Sekalipun banyak pesanan, menurut data yang didapat dari mitra cukup banyak, akan tetapi kondisi mitra belum mempunyai alat yang hygiene sesuai standart pangan. untuk perabot masak banyak akan tetapi semuanya masih almunium, demikian juga untuk baskom cuci sayuran dan cuci ikan atau daging dan ayam masih dari plastik. Dari awal usaha UKM bintang selera rasa ini belum pernah melakukan pembukuan keuangan hingga saat ini. menurut ibu arnet dari sisi produksi mempunyai kendala yaitu peralatan seperti kompor jos, alat penggiling daging, mesin cup rollade dan mesin ttg panggang ayam agar mempermudah catering ini dalam mengolah makanan menjadi lebih cepat. Karena yang

dimiliki mitra saat ini alat memasak masih manual.

Untuk menentukan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang biasanya sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan konsumen. Karena dengan kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional. Dan akan menghasilkan kesetiaan pelanggan yang tinggi (Kotler, 2002:42). Untuk itu perusahaan harus bersaing dengan perusahaan sejenis dengan penampilan produk yang berbeda atau lebih spesifik, bahkan harus mempunyai karakteristik tersendiri yang mampu memuaskan konsumen sasaran. Resistansi sikap konsumen ditunjukkan dengan kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang mereka konsumsi. Kunci bagi resistansi konsumen adalah kepuasan konsumen (Kotler,2005:56). Jika kinerja atau hasil melebihi harapan maka pelanggan sangat puas atau senang. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Namun bila kinerja diatas harapan, maka pelanggan akan merasa puas (Kotler,2000:41).

Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan harus merupakan misi utama bagi sebuah catring dimana kepuasan pelanggan menjadi sorotan utama bagi banyak perusahaan-perusahaan dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan. Kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan dengan harga murah didukung fasilitas juga menjadi modal utama untuk menarik minat konsumen. Berdasarkan latar belakang diatas, maka menarik untuk dilakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen

Kualitas Produk Kualitas menurut Kotler dan Keller (2006: 138) Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs. Kualitas adalah keseluruhan corak dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang menunjang kemampuan untuk memuaskan pelanggan baik secara langsung

maupun tidak langsung. Produk menurut Kotler dan Keller (2006:344) adalah anything that can be offered to a market to satisfy a want or need. Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Jadi, kualitas produk adalah keseluruhan corak dan karakteristik barang yang dapat ditawarkan kepada para pelanggan dalam memenuhi keinginan ataupun kebutuhan para pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2010: 230), terdapat dua dimensi kualitas produk, yaitu: a. Quality Level In here, product quality means performance quality-the ability of a product to perform its functions. Dalam dimensi level kualitas, kualitas produk sama dengan kualitas performa, yaitu kemampuan dari sebuah produk untuk menjalankan fungsinya. 105 Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan 1 (2) September 2014 : 102-120 b. Quality Consistency (Konsistensi Kualitas) Here, product quality means conformance quality-freedom from defects and consistency in delivering a targeted level of performance. Dalam dimensi konsistensi kualitas, kualitas produk sama dengan conformance quality, yaitu kebebasan dari kerusakan sebuah produk dan konsisten di dalam tingkat performa yang sudah ditargetkan. Pelanggan akan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Kualitas produk adalah driver kepuasan pelanggan yang multi dimensi. Kualitas produk ini adalah dimensi yang global dan paling tidak ada enam elemen dari kualitas produk, yaitu performance, durability, feature, reliability, consistency, dan design (Irawan, 2008: 37). 1. Dimensi pertama adalah performance. Ini adalah dimensi yang paling basic dan berhubungan dengan fungsi utama dari suatu produk (Irawan, 2008: 46). 2. Dimensi yang kedua adalah reliability. Reliability adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Dimensi performance dan reliability sepihak terlihat mirip tetapi memiliki perbedaan yang jelas. Reliability lebih menunjukkan probabilitas produk gagal menjalankan fungsinya (Irawan, 2008: 46). 3. Dimensi kualitas ketiga adalah feature atau fitur. Fitur adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi

produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk Dimensi ini dapat dikatakan sebagai aspek sekunder (Irawan, 2008: 46). 4. Dimensi yang keempat adalah durability. Durability menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu (Irawan, 2008:49). Semakin besar frekuensi pemakaian normal yang dimungkinkan, semakin besar pula daya tahan produk. 5. Dimensi yang kelima adalah conformance. Dimensi ini menunjukkan seberapa jauh suatu produk dapat menyamai standar atau spesifikasi tertentu. Produk yang mempunyai conformance tinggi berarti produknya sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Salah satu aspek dari conformance adalah konsistensi (Irawan, 2008: 50). 106 Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan 1 (2) September 2014 : 102-120 6. Dimensi yang keenam adalah dimensi desain. Dimensi desain adalah dimensi yang unik. Dimensi ini banyak menawarkan aspek emosional dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas Pelayanan Kualitas pelayanan adalah keseluruhan corak dan karakteristik dari sebuah jasa yang menunjang kemampuan untuk memuaskan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Tjiptono (dalam Aditya, 2011:23) Kualitas jasa merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik. Menurut Zeithaml et.al (2009:111), mengukur kualitas pelayanan melalui lima dimensi, yaitu: a. Reliability Reliability adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan janji. b. Responsiveness Responsiveness adalah kesediaan membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang sesuai. c. Assurance Assurance adalah pengetahuan dan kehormatan seorang karyawan, serta kemampuannya untuk memberikan keyakinan dan kepercayaan. d. Emphaty Emphaty adalah peduli, memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan. e. Tangibles Tangibles adalah penampilan dari fasilitas fisik, peralatan, personil, dan alat-alat

tulis yang digunakan untuk menunjang pelayanan. Kepuasan Konsumen Definisi Kotler dan Armstrong (2010:13) mengenai kepuasan pelanggan adalah the extent to which a product's perceived performance matches a buyers expectation. 107 Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan 1 (2) September 2014 : 102-120 Kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana suatu pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh konsumen sama dengan ekspektasi konsumen itu sendiri. Menurut Irawan (2008:3) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. pelanggan puas kalau setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan, pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Ini akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Kepuasan akan terjadi kalau perusahaan mampu menyediakan produk, pelayanan, harga dan aspek lain sesuai dengan harapan atau melebihi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2003:30). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas tetapi jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Banyak perusahaan memfokuskan kepada kepuasan tinggi karena para pelanggan yang

kepuasannya tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kelekatan atau preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi (Kotler, 2002 : 42).

2. Metode Pengabdian

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pelatihan dan pendampingan pada mitra. 1) Kapasitas produksi masih rendah dan belum bisa memenuhi permintaan pasar karena alat panggang ayam masih manual, **Solusinya** Merencanakan, mengembangkan dan menerapkan mesin TTG panggang ayam, **Target luarannya** Pengadaan 1 unit Mesin TTG panggang ayam, **Indikator Pencapaian Luaran** Ada peningkatan kapasitas produksi sebesar 70% dari penerapan TTG mesin panggang ayam., Ada peningkatan keterampilan mitra dalam mengoperasikan dan merawat mesin TTG panggang ayam sebesar 50%. Serta memberikan pelatihan kepada mitra dan pendampingan dalam menggunakan mesin TTG Panggang ayam; 2) Proses Produksi rollade belum menggunakan vacuum sealer **Solusinya** Menyediakan alat vacuum sealer makanan, **Target luarannya** Tersedia 1 unit vacuum sealer , **Indikator Pencapaian Luaran** Ada peningkatan keterampilan mitra dalam mengoperasikan dan merawat mesin vacuum sealer sebesar 50%. Serta memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dan dalam menggunakan Alat vacuum sealer; 3) Proses Produksi untuk giling daging masih menggunakan jasa penggilingan, **Solusinya** Menyediakan alat giling daging, **Target luarannya** Tersedia 1 unit alat giling daging, **Indikator Pencapaian Luaran** Ada peningkatan kapasitas produksi dari penerapan alat giling daging, serta memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dan dalam menggunakan Alat giling daging; 4)

Komprom produksi sudah tidak layak, **Solusinya**

Menyediakan kompor joss, **Target luarannya** Tersedia 1 unit kompor joss, **Indikator Pencapaian Luaran** Ada peningkatan kapasitas produksi karena adanya kompor joss serta Mengarahkan mitra dengan menggunakan kompor joss dengan benar. 2 Mitra belum melakukan pencacatan keuangan, **Solusinya** Adanya pelatihan mengenai pembukuan keuangan, **Target luarannya** Pembukuan keuangan dilakukan secara rutin, **Indikator Pencapaian Luaran** Untuk mengetahui laba rugi omset penjualan mitra. Serta pelatihan dan pendampingan pembuatan laporan keuangan secara rutin

Waktu dan tempat pengabdian

Waktu pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat diawali pada bulan Juli-Desember 2024. Tempat pengabdian di tempat Usaha Mitra yaitu Jln. Pondok Benowo Indah Blok GG No. 07 Surabaya.

Tahap Awal

Melakukan survei/Analisis situasi pada Mitra dari sisi produksi dan Manajemen sampai menemukan kebutuhan pelatihannya.

Tahap Pelaksanaan Pelatihan

- 1) Pelatihan mesin TTG Panggang Ayam Bulan Agustus 2024 ,pelatihan ini dilaksanakan dengan 10 karyawan mitra dan diikuti oleh tim abmas baik dosen maupun mahasiswa. Kegiatan pelatihan ini dimulai pukul 09.00 s.d. 12.00 WIB. Pada proses pelatihan tersebut semua karyawan wajib untuk mencoba menggunakan mesin TTG Panggang ayam dengan baik. Dengan menggunakan mesin TTG panggang ayam ini dari sisi waktu lebih cepat dan efisien maupun hasil produksinya lebih banyak serta terjamin higienitasnya , 2) Pelatihan Mesin Giling Daging Bulan Agustus

2024. pelatihan ini dilaksanakan dengan 10 karyawan mitra dan diikuti oleh tim abmas baik dosen maupun mahasiswa. Kegiatan pelatihan ini dimulai pukul 13.00 s.d. 16.00 kegiatan ini dilaksanakan dengan baik dan mendapatkan antusias karyawan mitra sekaligus ketua mitra. Dengan menggunakan alat ini mendapatkan efisiensi waktu dan peningkatan hasil produksinya lebih banyak, 3) Pelatihan vacuum sealer di bulan Agustus 2024, kegiatan ini dilaksanakan dengan 10 karyawan mitra dan diikuti oleh tim abmas baik dosen maupun mahasiswa. Kegiatan pelatihan ini dimulai pukul 08.00 s.d. 11.00 , hasil dari pelatihan ini membuat kualitas



ini na da da an evaluasi terhadap mitra untuk mengetahui apakah mitra dalam kegiatan usahanya sudah mampu menyerap hasil pelatihan dan mampu menggunakan peralatan TTG



produksi. Dari 10 karyawan yang ada hampir semuanya mampu untuk menggunakan alat tersebut dengan baik. Saat menggunakan alat panggang ayam manual memerlukan waktu 1 jam sedangkan saat menggunakan alat Mesin TTG Panggang ayam waktunya lebih cepat

yaitu 25 menit dalam sekali pemanggangan.

Terkait dengan pelatihan giling daging hasilnya cukup mengembirakan yaitu dari sisi waktu dan kualitas produk serta penghematan pada biaya penggilingan (biasanya digiling di pasar) sekarang sudah punya sendiri. Kalau menggilingkan dipasar kita memerlukan waktu 1-2 jam tergantung antrian. Ketika memakai alat penggiling sendiri kita hanya butuh waktu 20 menit.

Terkait dengan pelatihan vacuum sealer hasilnya memuaskan , lebih higienis. Produk yang dikemas menggunakan vacum sealer ini akan bertahan kurang lebih 2 minggu dalam kulkas.

Gambar 1. Pelatihan Packaging

Gambar 1. Koordinasi dengan mitra terkait persiapan pelatihan yang akan dijalankan

Gambar 2. Komunikasi mitra pada tim abmas terkait hasil produknya



Gambar 4. Hasil Produk mitra dalam bentuk Box



Gambar 3 Hasil Produk mitra dalam bentuk catering prasmanan

Tujuan Kegiatan

Tujuan PKM ini dapat dirumuskan sebagai berikut; 1) meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produksi mitra melalui penerapan TTG mesin panggang ayam, 2) Meningkatkan jumlah omset mitra. dengan meningkatkan kapasitas produksi.

Keterkaitan Program dengan IKU

Tujuan tersebut mendukung program MBKM melalui pencapaian IKU-2 mahasiswa yang terlibat dalam PKM Mahasiswa ini memiliki pengalaman belajar di luar kampus paling sedikit 6 SKS. IKU-3 dosen berkegiatan di luar kampus (di lokasi mitra) sehingga dosen mendapatkan pengalaman tentang permasalahan yang dihadapi mitra dan memberikan solusi. IKU- 5, hasil kerja dosen berupa TTG Mesin Panggang Ayam untuk menyelesaikan masalah di masyarakat.

Fokus Pengabdian

Kegiatan dalam PKM ini mendukung salah satu bidang fokus utama pengabdian kepada masyarakat 2024 yaitu Green Economy melalui penggunaan penggunaan bahan dan peralatan yang sesuai food grade, sehingga aman dan sehat sesuai dengan arahan dinas Kesehatan dan TTG yang hemat listrik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Terhadap pelatihan mesin TTG Panggang Ayam yang dilaksanakan di Pondok Benowo Indah Blok GG NO. 07 Surabaya, oleh tim ABMAS, dosen dan mahasiswa UWP berhasil dengan baik yang artinya setelah pelatihan tersebut mitra mempraktekkan hasil dari pelatihan serta pendampingan kepada karyawan yang lain (dilaksanakan tanggal 27 Agustus 2024)
2. Terhadap pelatihan alat giling daging terlaksana dengan baik karena sudah memiliki sarana fasilitas sendiri untuk penggilingan daging sehingga waktu penggilingan lebih cepat (dilaksanakan tanggal 28 Agustus 2024)
3. Terhadap pelatihan vacum sealer terlaksana dengan baik sesuai dengan petunjuk dan penggunaan (dilaksanakan tanggal 29 Agustus 2024)
4. Terhadap pelatihan keuangan sederhana mitra dan karyawan telah mengikuti dengan baik dan aktif (dilaksanakan tanggal 30 Agustus 2024)
5. Pemberian alat Mesin TTG Panggang ayam, giling daging, vacum sealer dan kompor jos (dilaksanakan tanggal 23 Agustus 2024)
6. Publikasi di jurnal ilmiah prosiding PKM CSR ke 10, vol seminar nasional pengabdian masyarakat (proses) dengan judul PENINGKATAN OMSET PENJUALAN UKM BINTANG MELALUI MESIN TTG PANGGANG AYAM.

Saran

Proses pengabdian pada masyarakat ini mewujudkan pengembangan sebagai suatu

proses yang bergerak dari satu tahap ke tahap yang lain, sebuah metode untuk menciptakan tujuan, sebagai prosedur program dan sebagai sebuah pergerakan. Hal ini nampak pada rasa percaya diri, rasa bangga, semangat, serta gairah kerja yang muncul pada UKM Bintang utamanya terciptanya kesejahteraan masyarakat secara umum. Saran untuk Mitra lebih mempertahankan standart rasa dan higienitas makanan catering serta kepuasan konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Wijaya Putra dan LPPM UWP yang selalu memotivasi dan mengarahkan untuk membuat proposal pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan bidangnya.

Kepada LLDIKTI yang telah memfasilitasi biaya untuk berjalannya pengabdian pada masyarakat.

Kepada UKM Bintang yang telah bersedia menjadi Mitra dalam Pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- (1) Arianto Mukhamad, Mahmudah Nur. ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DI JATIROSO CATERING SERVICE. Inc: Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan Vol. 1 No. 2 Edisi September 2014:102-120
- (2) Kotler, P. and Amstrong, G. 2010, "principles of marketing ", 13th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- (3) Kotler, Philip dan A. B. Susanto. 2000. Manajemen Pemasaran di Indonesia. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- (4) Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jakarta : PT. Prehallindo 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT. Indeks
- (5) Kotler, Phillip dan Kevin Keller. 2006. Marketing Management. 12th Edition. New Jersey : Prentice-Hall, Inc. , 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jakarta : Erlangga