
Pemberdayaan Peningkatan Pelayanan Pelanggan dan Digitalisasi Usaha UMKM F&B Kota Depok

Muhammad Fadilah¹, Panca Apriliani², Najwa Sabrina³, Muhammad Qisthi Yovari⁴, Tegar Firmansyah⁵, Fahri Faturahman⁶, Ramzaqy Fadlililah⁷, Suci Ayu Sudari⁸, Yuni Pambreni⁹, Dwi Rachmawati¹⁰

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Global Jakarta, Kota Depok, Indonesia^{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10}

Email Korespondensi: muhammadfadilah1403@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 04-07-2025

Disetujui 11-07-2025

Diterbitkan 13-07-2025

Kata kunci:

UMKM;
pelayanan pelanggan;
digitalisasi usaha;
PIRT;
Shopee Partner.

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor makanan dan minuman (F&B) melalui peningkatan pelayanan pelanggan dan digitalisasi usaha di Kota Depok. Program ini melibatkan sosialisasi serta pendampingan teknis mengenai pentingnya pelayanan prima, legalitas usaha melalui izin PIRT, serta pemanfaatan platform digital seperti *ShopeeFood* dan sistem pembayaran QRIS melalui *Shopee Partner*. Metode yang digunakan mencakup pendekatan observasi awal, penyampaian materi secara langsung, serta distribusi informasi visual berupa pamflet. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman baru mengenai lima dimensi utama pelayanan pelanggan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*), serta terlibat aktif dalam proses pendaftaran PIRT dan layanan digital. Kegiatan ini terbukti meningkatkan kesiapan UMKM untuk bersaing secara legal, profesional, dan adaptif di era ekonomi digital.

Kata kunci: UMKM, pelayanan pelanggan, digitalisasi usaha, PIRT, *Shopee Partner*.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Muhammad Fadilah, Yuni Pambreni, Suci Ayu Sudari, Ramzaqy Fadlililah, Fahri Faturahman, Tegar Firmansyah, Muhammad Qisthi Yovari, Najwa Sabrina, Panca Apriliani, & Dwi Rachmawati. (2025). Pemberdayaan Peningkatan Pelayanan Pelanggan dan Digitalisasi Usaha UMKM F&B Kota Depok. *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 495-503. <https://doi.org/10.63822/snsc3443>

PENDAHULUAN

Pada Sabtu, 21 Juni 2025, Program Studi Manajemen Universitas Global Jakarta (JGU) bekerja sama dengan komunitas *Salzi & Friends* menggelar kegiatan sosialisasi bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor makanan dan minuman (F&B) di Kota Depok (Ali, 2021). Acara yang berlangsung di Kampus JGU ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM kuliner melalui peningkatan kualitas pelayanan pelanggan dan akselerasi digitalisasi usaha (Ariani & Najwa, 2024).

UMKM sektor F&B (*Food and Beverage*) merupakan jenis usaha mikro hingga menengah yang bergerak di bidang makanan dan minuman, seperti warung makan, kafe, katering rumahan, hingga produsen makanan ringan (Sobar dkk, 2023). Sektor ini berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi lokal karena berkaitan langsung dengan kebutuhan pokok masyarakat (Kamil dkk, 2022).

Usaha di sektor F&B memiliki karakteristik khas seperti skala usaha kecil, produksi berbasis kuliner lokal, pemasaran konvensional maupun digital, serta tingkat legalitas yang masih beragam (Muhtarom dkk, 2022). Meski memiliki potensi besar, UMKM F&B juga menghadapi berbagai tantangan, antara lain keterbatasan modal, kurangnya akses legalitas, serta persaingan pasar yang tinggi (Putri dkk, 2021). Namun demikian, peluang pengembangan terbuka luas, terutama melalui pelatihan pelayanan pelanggan, pemasaran digital, serta dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah, akademisi, dan komunitas pendamping usaha (Putra dkk, 2022).

Salzi & Friends adalah komunitas yang berfokus pada penyatuan pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Depok (Sobar dkk, 2023). Dengan moto "*Saling Bersilaturahmi Membawa Rezeki*," komunitas ini hadir sebagai ruang kolaboratif untuk membangun jaringan, berbagi informasi, serta memperkuat solidaritas antar pelaku usaha guna mendorong pertumbuhan UMKM yang legal, digital, dan berdaya saing (Kamil dkk, 2022). Komunitas ini juga aktif menjembatani kebutuhan pelaku UMKM dalam pengurusan perizinan, edukasi, hingga akses platform digital (Ali, 2021).

Dalam kegiatan sosialisasi ini, peserta tidak hanya menerima materi teoritis, tetapi juga dibekali dengan praktik langsung dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), pendaftaran QRIS, pendaftaran ShopeeFood, serta pengurusan izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) (Putra dkk, 2022). Metode penyampaian yang interaktif dan aplikatif membuat peserta sangat antusias dan terlibat aktif dalam setiap sesi (Ariani & Najwa, 2024).

Menurut Haryono (2022), pemanfaatan platform digital seperti *ShopeeFood* dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif bagi UMKM, terutama setelah pandemi COVID-19 yang berdampak besar pada sektor kuliner (Haryono, 2022). Digitalisasi terbukti mampu meningkatkan pendapatan dan memperluas jangkauan pasar UMKM secara online (Amin dkk, 2023). Hal ini sejalan dengan temuan (Amin dkk, 2023) yang menyebutkan bahwa pelayanan pelanggan yang berkualitas merupakan salah satu faktor kunci dalam membangun loyalitas konsumen dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap usaha kecil (Amin dkk, 2023).

Melalui kegiatan sosialisasi ini, diharapkan pelaku UMKM kuliner di Kota Depok dapat lebih memahami pentingnya legalitas usaha dan digitalisasi layanan pelanggan sebagai fondasi untuk tumbuh secara profesional, kompetitif, dan berkelanjutan di era ekonomi digital (Kamil dkk, 2022).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini diawali dengan observasi, yaitu menemukan survei pelaku UMKM F&B. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode *online* dan *offline*. *Online* adalah metode pendampingan melalui media sosial *WhatsApp*, sedangkan metode *offline* adalah penyampaian materi secara langsung mengenai Pelayanan Pelanggan kepada UMKM Komunitas *Salzi & Friends*, Kota Depok. Pada tahap awal, kami menjalin hubungan kerjasama dengan Komunitas *Salzi & Friends*.

Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada pelaku UMKM ini adalah sebagai berikut: 1) Membuat brosur pamflet sosialisasi layanan pelanggan UMKM F&B, 2) Mensosialisasikan materi pelayanan pelanggan untuk UMKM F&B, 3) Melakukan sosialisasi UMKM dalam pembuatan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), 4) Melakukan pendampingan UMKM dalam mendaftarkan layanan digital *Shopee Partner* berupa *ShopeeFood* dan Pembayaran QRIS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi pelayanan pelanggan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor makanan dan minuman (F&B) di Kota Depok dilaksanakan pada tanggal 21 Juni 2025 bertempat di *lecture theatre* 6 Kampus Universitas Global Jakarta. Kegiatan ini dirancang dengan pendekatan yang terfokus dan berbasis kebutuhan. Selama kegiatan sosialisasi berlangsung, kami berhasil menjangkau sebanyak 50 pelaku UMKM sektor F&B di Kota Depok sebagai peserta utama. Jumlah tersebut menjadi capaian yang signifikan mengingat kegiatan ini dirancang bukan semata untuk menjangkau sebanyak-banyaknya mitra, melainkan untuk memastikan bahwa setiap peserta benar-benar mendapatkan pemahaman yang komprehensif dan manfaat yang nyata dari materi yang disampaikan.

Oleh karena itu, kami tetap memprioritaskan efektivitas pelaksanaan dan kebermanfaatan program, dengan menyajikan materi secara interaktif, aplikatif, serta relevan dengan kebutuhan riil UMKM dalam meningkatkan pelayanan pelanggan dan kesiapan bersaing di era digital.

Sosialisasi yang dilaksanakan telah melalui proses observasi awal serta analisis kebutuhan mitra, sehingga materi dan metode penyampaian dapat disesuaikan dengan kondisi nyata di lapangan dan kapasitas pelaku UMKM. Dengan strategi tersebut, kegiatan ini tidak hanya informatif, tetapi juga aplikatif serta berdampak langsung pada pemahaman dan kesiapan UMKM dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

1. Pembuatan Pamflet Sosialisasi Pelayanan Pelanggan Untuk UMKM F&B

Setelah mengidentifikasi dan mencermati permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM di sektor F&B, kami menemukan bahwa banyak pelaku usaha belum memahami pentingnya pelayanan pelanggan, legalitas usaha, dan digitalisasi transaksi. Selain itu, terbatasnya akses terhadap informasi dan pendampingan teknis membuat UMKM cenderung stagnan dan sulit bersaing, khususnya dalam menghadapi tantangan pasar digital.

Oleh karena itu, kami menitikberatkan pada kegiatan sosialisasi pelayanan pelanggan melalui media pamflet yang bertujuan memberikan informasi, panduan praktis, serta motivasi bagi pelaku UMKM F&B di Kota Depok untuk meningkatkan kualitas layanan serta daya saing usahanya.



Gambar 1. Pamflet Sosialisasi Pelayanan Pelanggan UMKM F&B Kota Depok

Bentuk sosialisasi yang dikemas dalam desain pamflet menarik dan komunikatif. Pamflet ini memuat informasi penting terkait pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha), pendaftaran QRIS, pemanfaatan layanan digital *GrabFood*, *GoFood*, *ShopeeFood*, serta pengurusan izin PIRT. Informasi tersebut dikemas dalam bahasa yang sederhana agar mudah dipahami oleh pelaku UMKM dari berbagai latar belakang pendidikan dan pengalaman usaha.

Dalam kegiatan ini, kami menyusun materi dalam bentuk visual pamflet yang didesain untuk menarik perhatian dan mudah disebarluaskan. Desain ini dilengkapi dengan informasi waktu, tempat kegiatan, manfaat yang diperoleh peserta, serta tautan pendaftaran online. Selain disebarakan secara fisik, pamflet juga didistribusikan melalui media sosial dan grup *WhatsApp* komunitas UMKM, agar jangkauan informasi semakin luas dan efektif.

Melalui pamflet ini, diharapkan pelaku UMKM F&B dapat memperoleh wawasan dan keterampilan dasar yang berguna untuk meningkatkan pelayanan pelanggan, memahami pentingnya legalitas usaha, serta memanfaatkan teknologi digital sebagai alat pendukung pengembangan bisnis mereka. Penyebaran informasi secara visual dan digital juga diharapkan menjadi strategi komunikasi yang efisien dan berkelanjutan dalam mendukung pertumbuhan UMKM di era modern.

2. Mensosialisasikan materi pelayanan pelanggan untuk UMKM F&B



Gambar 2. Sosialisasi Pelayanan Pelanggan

Memberikan pelayanan kepada pelanggan merupakan salah satu strategi dalam upaya meningkatkan kualitas layanan publik, yang berperan dalam membentuk loyalitas serta meningkatkan kepercayaan masyarakat (Amin dkk 2023). Sejalan dengan hal tersebut hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan UMKM sektor makanan dan minuman (F&B) di Kota Depok melalui peningkatan pelayanan pelanggan menunjukkan respons yang sangat positif dari para pelaku usaha.

Kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta terhadap esensi pelayanan pelanggan sebagai kunci dalam mempertahankan loyalitas konsumen dan menciptakan keunggulan bersaing. Para pelaku UMKM yang sebelumnya menganggap pelayanan hanya sebatas menyajikan makanan atau menerima pembayaran, kini mulai memahami bahwa pelayanan mencakup proses komunikasi dan interaksi yang berorientasi pada kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Materi inti yang diberikan dalam kegiatan ini mengacu pada lima dimensi utama dalam pelayanan pelanggan, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

Dimensi pertama, *tangible* (bukti fisik), menekankan pentingnya aspek fisik yang dapat dilihat langsung oleh pelanggan seperti kebersihan tempat usaha, kerapian staf, desain kemasan, dan penataan produk. Dalam praktiknya, peserta didorong untuk mulai memperhatikan tampilan visual usaha mereka karena kesan pertama sering kali memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Beberapa peserta mulai melakukan perbaikan pada tampilan tempat usaha dan menciptakan suasana yang lebih nyaman.

Dimensi kedua, *reliability* (keandalan), berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha untuk memberikan layanan yang konsisten, akurat, dan sesuai janji. Dalam pelatihan, peserta diberikan contoh konkret seperti ketepatan waktu dalam penyajian pesanan, kesesuaian rasa dan porsi produk, serta kejelasan informasi produk yang ditawarkan. Peserta menyadari bahwa kepercayaan pelanggan hanya bisa dibangun melalui pengalaman yang berulang dan stabil, sehingga keandalan menjadi elemen kunci yang tidak bisa diabaikan. Banyak peserta mengaku sebelumnya belum menyadari bahwa ketidakonsistenan kecil, seperti keterlambatan atau perubahan rasa, dapat berdampak besar pada persepsi pelanggan.

Dimensi ketiga, *responsiveness* (daya tanggap), mengajarkan pentingnya kesiapan dan kecepatan dalam merespons kebutuhan atau keluhan pelanggan. Pelaku UMKM diajak untuk lebih tanggap dalam

menerima masukan, menanggapi pertanyaan dengan cepat, serta bersikap inisiatif dalam membantu pelanggan tanpa harus diminta. Beberapa simulasi dilakukan dalam pelatihan untuk melatih reaksi cepat terhadap situasi seperti keluhan atas keterlambatan, permintaan pelanggan khusus, hingga situasi komplain. Dari hasil diskusi, banyak peserta menyadari bahwa pelanggan tidak hanya menilai hasil akhir layanan, tetapi juga bagaimana usaha merespons secara cepat dan sigap selama proses pelayanan.

Dimensi keempat, *assurance* (jaminan), berfokus pada rasa aman dan keyakinan yang dirasakan pelanggan saat berinteraksi dengan penyedia layanan. Dalam konteks UMKM F&B, jaminan ini meliputi kepercayaan bahwa produk yang disajikan aman dikonsumsi, pegawai memiliki pengetahuan yang memadai, serta proses pelayanan dilakukan secara profesional. Peserta diberikan pemahaman bahwa jaminan tidak hanya berasal dari sertifikasi formal, tetapi juga dapat dibangun melalui komunikasi yang jelas, sikap sopan, serta kemampuan menjawab pertanyaan pelanggan dengan percaya diri. Dalam praktiknya, para pelaku usaha mulai menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dan kehati-hatian dalam menyampaikan informasi produk mereka.

Dimensi terakhir, *empathy* (empati), menekankan pada kemampuan pelaku usaha dalam memahami dan merespons kebutuhan pelanggan secara individual. Peserta dibimbing untuk lebih peduli terhadap pelanggan, misalnya dengan mengingat preferensi mereka, memberikan perhatian khusus kepada pelanggan tetap, serta menciptakan suasana akrab dalam interaksi. Banyak peserta menyadari bahwa empati tidak selalu membutuhkan biaya tambahan, tetapi lebih kepada niat tulus dalam memperhatikan pelanggan sebagai individu, bukan sekadar pembeli. Hal ini diakui sebagai dimensi yang paling menyentuh secara emosional, karena menciptakan kedekatan dan hubungan jangka panjang antara pelanggan dan usaha.

Secara keseluruhan, melalui penguatan kelima dimensi pelayanan pelanggan ini, kegiatan pengabdian mampu mengubah pola pikir pelaku UMKM F&B dari sekadar penjual menjadi pelayan yang profesional. Mereka mulai melihat bahwa kualitas pelayanan merupakan investasi jangka panjang yang dapat meningkatkan citra usaha, memperluas pasar, serta menciptakan pelanggan loyal. Penerapan konsep-konsep tersebut memberikan dampak positif terhadap kesiapan UMKM menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif. Dengan pemahaman dan komitmen baru dalam pelayanan, UMKM di Kota Depok diharapkan mampu tumbuh secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal.

3. Melakukan sosialisasi UMKM dalam pembuatan PIRT

PIRT atau Pangan Industri Rumah Tangga merupakan izin edar resmi yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan kepada pelaku usaha skala kecil yang memproduksi makanan dan minuman secara rumahan. Izin ini menjadi bukti bahwa produk telah memenuhi standar keamanan pangan, serta layak untuk dipasarkan kepada masyarakat secara legal. Kepemilikan izin P-IRT bukan hanya sekadar kewajiban administratif, tetapi juga bentuk tanggung jawab produsen terhadap perlindungan konsumen dan jaminan mutu produk.

Setelah mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di sektor makanan dan minuman (F&B), kami menemukan bahwa masih banyak pelaku usaha yang belum memiliki izin edar seperti PIRT. Kurangnya informasi mengenai prosedur perizinan dan ketidaktahuan terhadap alur pengurusan menjadi kendala utama yang dihadapi. Oleh karena itu, kami merancang

program kerja berupa bimbingan teknis pengelolaan PIRT sebagai bagian dari rangkaian kegiatan sosialisasi peningkatan pelayanan pelanggan bagi UMKM F&B di Kota Depok.

Selain menekankan pentingnya kualitas layanan terhadap konsumen, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini juga berfokus pada penyuluhan terkait pentingnya legalitas produk melalui pengelolaan PIRT. Para pelaku UMKM yang semula belum memahami urgensi perizinan kini mulai menyadari bahwa legalitas usaha bukan hanya untuk kepentingan administrasi, tetapi juga menjadi indikator profesionalisme dan kredibilitas di mata konsumen serta mitra bisnis lainnya.

Secara teknis, pengajuan PIRT kini dilakukan secara online melalui sistem OSS (*Online Single Submission*) yang dapat diakses melalui laman <https://oss.go.id>. Dalam bimbingan ini, peserta diberikan panduan langkah demi langkah, mulai dari pembuatan akun OSS, pengisian data profil usaha, hingga pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai syarat awal pengajuan izin. Setelah memperoleh NIB, pelaku usaha dapat mengajukan permohonan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPPIRT) melalui fitur layanan perizinan berusaha berbasis risiko. Proses selanjutnya melibatkan verifikasi oleh Dinas Kesehatan, termasuk edukasi keamanan pangan dan inspeksi terhadap fasilitas produksi sebelum sertifikat resmi diterbitkan.

Melalui pendampingan langsung dalam memahami sistem OSS dan pengelolaan perizinan P-IRT, diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan kepercayaan pasar serta memperkuat pondasi usaha secara legal dan berkelanjutan. Program ini menjadi salah satu langkah strategis dalam membina pelaku usaha kecil agar mampu bersaing secara sehat dan profesional di tengah persaingan industri makanan dan minuman yang semakin dinamis.

4. Melakukan pendampingan UMKM dalam mendaftarkan layanan digital *Shopee Partner* berupa *ShopeeFood* dan Pembayaran QRIS

Sebagai bentuk dukungan terhadap transformasi digital UMKM, kegiatan ini turut mencakup pendampingan teknis bagi pelaku usaha dalam mendaftarkan layanan digital melalui *Shopee Partner*, yang meliputi *ShopeeFood* dan sistem pembayaran berbasis QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). *ShopeeFood* merupakan layanan pesan-antar makanan yang memungkinkan UMKM menjangkau konsumen lebih luas secara daring. Dalam pendampingan ini, peserta diberikan bimbingan mulai dari proses pendaftaran merchant secara *online*, pengunggahan dokumen legalitas usaha (seperti KTP, NIB, dan PIRT), penyusunan daftar menu dan harga, hingga pengelolaan promosi melalui *dashboard Shopee Partner*. Dengan bergabung di *ShopeeFood*, UMKM dapat meningkatkan eksposur produk mereka, memperluas jangkauan pasar, serta memanfaatkan berbagai fitur promosi dan dukungan logistik dari platform.

Selain itu, kegiatan pendampingan juga mencakup aktivasi layanan pembayaran digital menggunakan QRIS, yang telah distandarisasi oleh Bank Indonesia dan mendukung pembayaran lintas platform seperti *ShopeePay*, *GoPay*, *OVO*, *Dana*, dan lainnya. Peserta dibimbing untuk melakukan pendaftaran akun *Shopee Partner*, mengisi data usaha dan pemilik, mengunggah dokumen persyaratan, serta menghubungkan akun bank untuk pencairan dana. Setelah proses verifikasi selesai, pelaku usaha akan mendapatkan kode QRIS yang dapat langsung digunakan untuk menerima pembayaran nontunai. Kehadiran QRIS tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga memberikan kesan modern, higienis, dan profesional kepada konsumen. Melalui integrasi *ShopeeFood* dan QRIS, UMKM diharapkan

mampu beradaptasi dengan perubahan perilaku pasar yang semakin digital, serta memperkuat daya saing usaha secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan UMKM sektor makanan dan minuman (F&B) di Kota Depok berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam menghadapi tantangan pasar modern. Melalui sosialisasi dan pendampingan yang dilakukan secara interaktif dan aplikatif, peserta memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai pentingnya pelayanan pelanggan, legalitas usaha melalui izin PIRT, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan transaksi melalui platform *Shopee Partner*. Para pelaku UMKM yang semula belum memahami esensi pelayanan pelanggan kini mulai menyadari bahwa kualitas layanan yang mencakup aspek tampilan fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati merupakan kunci dalam membangun loyalitas konsumen. Di sisi lain, proses pendampingan teknis dalam pengurusan PIRT dan pendaftaran *ShopeeFood* serta aktivasi QRIS juga membekali peserta dengan keterampilan praktis untuk meningkatkan legalitas dan efisiensi operasional usaha mereka.

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan ini, disarankan agar program serupa dapat terus dikembangkan dan diperluas cakupannya, tidak hanya di Kota Depok, tetapi juga ke wilayah lain yang memiliki konsentrasi UMKM tinggi. Kolaborasi antara perguruan tinggi, komunitas UMKM, dan pemerintah daerah perlu diperkuat guna menciptakan ekosistem pembinaan usaha kecil yang lebih berkelanjutan. Selain itu, perlu adanya pemantauan dan evaluasi berkala terhadap perkembangan UMKM pasca kegiatan, agar dampak dari program pengabdian ini dapat diukur dan ditingkatkan secara konsisten. Pelatihan lanjutan yang lebih mendalam, khususnya dalam aspek manajemen digital, strategi pemasaran, dan peningkatan mutu produk juga sangat dianjurkan untuk mendukung transformasi UMKM menuju usaha yang legal, adaptif, dan berdaya saing tinggi di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa hormat dan syukur, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Ibu Dosen dan mahasiswa Jakarta Global University serta mitra Digitalisasi Usaha UMKM F&B Kota Depok atas kerja sama, keterbukaan, dan partisipasinya, sehingga Jurnal dengan judul “Pemberdayaan Peningkatan Pelayanan Pelanggan Dan Digitalisasi Usaha UMKM F&B Kota Depok” dapat terlaksana dan tersusun dengan baik. Semoga sinergi ini memberikan manfaat nyata bagi semua pihak dan menjadi langkah awal untuk pengembangan yang lebih baik ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Z. Z. (2021). Kuliah Pengabdian Masyarakat Dari Rumah Berbasis Moderasi Beragama. *DEDIKASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 175-188.
- Ariani, M., & Najwa, L. L. (2024). Membangun pelayanan prima: Meningkatkan kepuasan pelanggan dan citra Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM). *Jurnal Dedikasi Madani*, 3(1), 52-56.

- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517-526.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM)-Partial Least. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391-402.
- Putra, E. Y., Ng, D., Wilson, J., Alvina, J., & Ng, S. (2022). Peningkatan Pelayanan Pelanggan Dan Promosi Umkm La Sano Life Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Angka Penjualan. *Abdi Wina Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 31-41.
- Putri, N. A., Safri, H., & Zufri, Z. (2021). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Etika Pelayanan Dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Warung Kopi Gelas Batu Kota Pinang. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(3), 132-143.
- Sobar, A., Permadi, I., Alhidayatullah, A., & Fathussyaadah, E. (2023). Peningkatan kualitas produk dan layanan UMKM untuk meningkatkan daya saing. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(4), 3782-3793.