

Implementasi The Flower Of Service Dalam Peningkatan Layanan Jasa Toko Union Motor

¹⁾Riny Mariany*, ²⁾Ellen Wu, ³⁾Catherine Kho, ⁴⁾Mimi Viviyana, ⁵⁾Renza Fahlevi
¹⁾²⁾³⁾Manajemen, Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam, Indonesia

Email: ¹⁾2241139.riny@uib.edu, ²⁾2241138.ellen@uib.edu, ³⁾2241082.catherine@uib.edu,
⁴⁾2241186.mimi@uib.edu, ⁵⁾renza.fahlevi@uib.edu

INFORMASI ARTIKEL ABSTRAK

Kata Kunci:

Bunga Pelayanan
Covid-19
Usaha Mikro, Kecil, dan
Menengah (UMKM)

Banyaknya pelaku UMKM yang terdampak paska pandemi covid-19 menyebabkan kualitas sektor bisnis UMKM menurun, hal ini tentunya akan berdampak signifikan terhadap stabilitas ekonomi masyarakat. Pelaku UMKM perlu lebih berusaha untuk mempertahankan bahkan mengembangkan usahanya. Oleh karena itu kegiatan implementasi ini bertujuan untuk menggerakkan serta mengembangkan kembali sektor bisnis UMKM paska pandemi covid-19 yang terjadi pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Toko Union Motor. Dengan membangkitkan kembali sektor bisnis UMKM yang mengalami keterpurukan selama paska pandemi covid-19, tentunya hal tersebut dapat mempengaruhi pendapatan maupun kesejahteraan masyarakat pada suatu daerah agar dapat lebih terjamin. Pada kegiatan ini akan dilakukan implementasi strategi pengembangan layanan jasa dengan konsep The Flower Of Service, antara lain informasi, pembayaran, penagihan, serta konsultasi pada Toko Union Motor. Metode pengumpulan data pada kegiatan ini menggunakan teknik wawancara dan observasi secara langsung. Hasil implementasi pada kegiatan ini adalah pembuatan akun Instagram, pembuatan daftar harga layanan jasa, banner promosi, pembayaran Digital dengan QRIS, akun pencatatan penjualan Digital e-Nota, dan akun Whatsapp Business. Melalui program pengabdian ini diharapkan akan membantu mitra Toko Union Motor untuk memperoleh pelanggan baru dan meningkatkan jumlah pendapatan.

ABSTRACT

Keywords:

The Flower Of Service
Covid-19
Micro, Small and Medium
Enterprise (SMEs)

The large number of MSME actors who have been affected after the Covid-19 pandemic has caused the quality of the MSME business sector to decline, this will certainly have a significant impact on the stability of the community's economy. MSMEs need to put more effort into maintaining and even developing their business. Therefore this implementation activity aims to move and redevelop the MSME business sector after the Covid-19 pandemic that occurred in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Toko Union Motor. By reviving the MSME business sector which experienced a downturn during the post-covid-19 pandemic, of course this can affect the income and welfare of the people in an area so that it can be more secure. This activity will implement a service development strategy with the concept of The Flower Of Service, including information, payment, billing, and consultation at the Union Motor Store. Methods of data collection in this activity using interview techniques and direct observation. The results of the implementation of this activity are the creation of an Instagram account, creation of service price lists, promotional banners, Digital payments with QRIS, e-Notes Digital sales recording accounts, and Whatsapp Business accounts. Through this service program it is hoped that it will help Toko Union Motor partners to acquire new customers and increase the amount of revenue.

This an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah mempengaruhi setiap aspek kehidupan di seluruh dunia, terutama dalam aspek ekonomi. Di Indonesia, Covid-19 memberikan dampak besar salah satunya di bidang ekonomi khususnya pada sektor UMKM. Menurut (Raharja & Natari, 2021) Sebagian besar pelaku UMKM terkena dampak pandemi Covid-19 sehingga mereka mengalami penurunan pendapatan bahkan mengalami kebangkrutan.

758

Oleh karena itu, perlu adanya tindakan atau strategi untuk pengembangan bisnis UMKM paska pandemi Covid-19.

Menurut (Ikbali et al., 2018) UMKM berperan penting dalam menekan angka pengangguran, menyediakan lapangan pekerjaan, mengurangi angka kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan, dan membangun karakter bangsa. Oleh karena itu, diperlukan perhatian khusus bagi pelaku UMKM, khususnya UMKM yang terdampak pandemi Covid-19 untuk dapat mengembangkan kembali bisnis UMKM yang telah terpuruk selama masa pandemi.

Apabila sektor UMKM dapat pulih kembali setelah pandemi, maka hal ini akan berpengaruh terhadap stabilitas ekonomi suatu negara. Menurut (Suryani, 2018) kendala bisnis yang dihadapi oleh UMKM berasal dari faktor internal dan eksternal seperti keterbatasan modal, kurang terampilnya tenaga kerja, regulasi pemerintah, persaingan, perkembangan teknologi dan informasi, serta kurangnya pembinaan yang dilakukan instansi maupun pihak terkait lainnya.

Untuk mengatasi permasalahan diatas, salah satu strategi yang dapat digunakan adalah dengan menjalankan konsep pelayanan jasa dalam *The Flower Of Service* (Wirtz & Lovelock, 2021). Konsep *The Flower Of Service* memiliki dua komponen yaitu produk inti dan pendukung layanan. Produk inti berfokus pada manfaat yang diberikan perusahaan untuk menjawab masalah dan kebutuhan konsumen, kemudian di sekitar produk inti terdapat kegiatan yang berhubungan dengan jasa yaitu pendukung layanan. Dalam layanan pendukung terdapat dua peran penting yaitu memfasilitasi layanan tambahan (*Facilitating service*) yang terdiri dari informasi (*Information*) yaitu pelanggan membutuhkan informasi yang relevan seperti jadwal/jam pelayanan, informasi harga, dan syarat/ketentuan jasa, pengambilan pesanan (*Order Taking*) yaitu ketika pelanggan siap untuk membeli maka proses pesanan perlu dilakukan dengan cepat, akurat, dan tepat sehingga pelanggan tidak menghabiskan waktu untuk mendapatkan jasa perusahaan, penagihan (*Billing*) yaitu tagihan yang diberikan kepada pelanggan harus dapat menjelaskan bagaimana total tagihan berasal, dan pembayaran (*Payment*) yaitu dengan adanya berbagai opsi pembayaran dapat lebih memudahkan pelanggan dalam melakukan pembayaran jasa. Selain itu terdapat peran untuk meningkatkan layanan tambahan (*Enhancing Services*) yang terdiri dari konsultasi (*Consultation*) yaitu memberikan saran atas pertanyaan pelanggan, keramahan (*Hospitality*) yaitu layanan yang berhubungan dengan keramahan seperti penyambutan, fasilitas, dan toilet, keamanan (*Safekeeping*) yaitu keamanan pelanggan saat menggunakan jasa, dan pengecualian (*Exception*) yaitu layanan tambahan selain pemberian layanan normal seperti permintaan khusus pelanggan, keluhan, dan penyelesaian masalah.

Toko Union Motor menjadi salah satu UMKM yang turut terdampak selama masa paska pandemi Covid-19. Toko Union Motor menghadapi permasalahan utama yaitu jumlah konsumen dan jumlah penjualan jasa yang belum bertumbuh secara signifikan. Untuk mengatasi permasalahan ini, maka dapat dijalankan beberapa program yang tercantum dalam konsep *The Flower Of Service* seperti memperbaiki saluran informasi tentang jasa yang dimiliki oleh Toko Union Motor kepada konsumen, memperbaiki saluran konsultasi kepada konsumen, dan memperbaiki sistem pembayaran serta penagihan dari awalnya konvensional menjadi *digital*. Adapun tujuan dari kegiatan implementasi dengan konsep *The Flower Of Service* ini adalah untuk memperoleh pelanggan baru dan meningkatkan jumlah pendapatan pada Toko Union Motor selama masa paska pandemi Covid-19.

II. MASALAH

Toko Union Motor merupakan usaha bengkel yang menyediakan jasa perbaikan motor serta menjual berbagai jenis suku cadang yang diperlukan oleh kendaraan bermotor. Usaha ini telah didirikan selama lebih dari 20 Tahun oleh Bapak Hendro yang berlokasi di Ruko Komplek Batam Sentosa Blok A No.7. Selama masa paska pandemi Covid-19 Toko Union Motor menghadapi permasalahan utama yaitu jumlah konsumen dan jumlah penjualan jasa yang belum bertumbuh secara signifikan selama masa paska pandemi. Oleh karena itu, penulis membantu mitra mengatasi permasalahan ini dengan menjalankan beberapa program melalui konsep *The Flower Of Service* untuk memperoleh pelanggan baru dan meningkatkan jumlah pendapatan.



Gambar 1. Foto Lokasi UMKM Toko Union Motor

III. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian ini menggunakan metode wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh Toko Union Motor melalui pemilik usaha, sedangkan metode observasi dilakukan untuk mengetahui operasional bisnis Toko Union Motor dan memahami perilaku konsumen. Secara garis besar, pelaksanaan pengabdian ini terdiri dari tiga tahapan yaitu tahapan awal, tahapan pelaksanaan dan tahapan evaluasi.

1. Tahap Survei

Pada tahap ini dilakukan survei lokasi mitra dan mengidentifikasi permasalahan mitra melalui wawancara kepada pemilik usaha. Pada tahapan ini juga dilakukan observasi terhadap operasional mitra sehingga diperoleh kelebihan dan kekurangan layanan jasa yang dimiliki oleh mitra dibandingkan kompetitor.

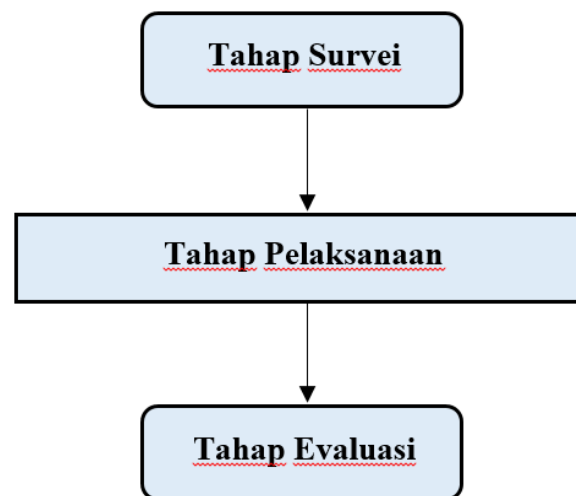
2. Tahap Pelaksanaan

Setelah mengidentifikasi permasalahan mitra dan memahami operasional bisnis mitra maka tahapan selanjutnya adalah merumuskan program yang dapat mengatasi permasalahan mitra melalui konsep *The Flower Of Service*. Terdapat empat program utama yang akan dijalankan yaitu memperbaiki saluran informasi tentang jasa yang dimiliki oleh Toko Union Motor kepada konsumen, memperbaiki saluran konsultasi kepada konsumen, memperbaiki sistem pembayaran, serta sistem penagihan dari awalnya konvensional menjadi *Digital*. Rancangan program yang akan dilakukan meliputi pembuatan akun *Instagram*, membuat daftar harga layanan jasa yang disediakan oleh mitra, membuat *banner* promosi, membantu pendaftaran pembayaran *digital* dengan menggunakan aplikasi *QRIS*, pembuatan akun pencatatan penjualan *digital e-Nota*, serta membuat akun *Whatsapp Business* bagi mitra Toko Union Motor.

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi adalah tahapan untuk menilai seberapa besar dampak yang diperoleh mitra dengan menjalankan program dengan konsep *The Flower Of Service* tersebut. Adapun dampak utama yang diharapkan dalam program ini adalah bertambahnya jumlah pelanggan dan peningkatan jumlah pendapatan mitra.

Tahapan pelaksanaan selanjutnya digambarkan dalam diagram alir sebagai berikut :



Gambar 2. Diagram Alir Pelaksanaan Kegiatan Implementasi *The Flower Of Service*

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian ini menghabiskan waktu sekitar 1 bulan mulai dari tanggal 21 Februari 2023 sampai dengan 21 Maret 2023. Penulis menerapkan konsep *The Flower Of Service* dengan 3 variabel dari *Facilitating services* dan 1 variabel dari *Enhancing services* kepada mitra Toko Union Motor. Berikut proses implementasi yang telah dilakukan:

1. *Facilitating Supplementary Services* Kategori *Information*

Pada kategori ini, Toko Union Motor seringkali mendapati konsumen yang tidak mengetahui informasi tentang layanan jasa yang ditawarkan oleh mitra seperti jenis layanan perbaikan, jadwal/jam layanan, harga layanan, ketentuan layanan, dan pemberitahuan lain terkait layanan. Keterbatasan informasi ini akan membuat daya tarik konsumen untuk mengunjungi Toko Union Motor menjadi rendah, sehingga konsumen dapat mencari alternatif jasa perbaikan kendaraan bermotor lainnya.

Permasalahan diatas dapat diselesaikan dengan membantu mitra dalam pembuatan akun *Instagram*, membuat daftar harga layanan, dan *banner* promosi tentang layanan yang dimiliki oleh mitra. Adapun tujuan program ini adalah agar konsumen lebih tertarik dengan pelayanan yang dimiliki oleh mitra.

a. Pembuatan Akun *Instagram* untuk mitra

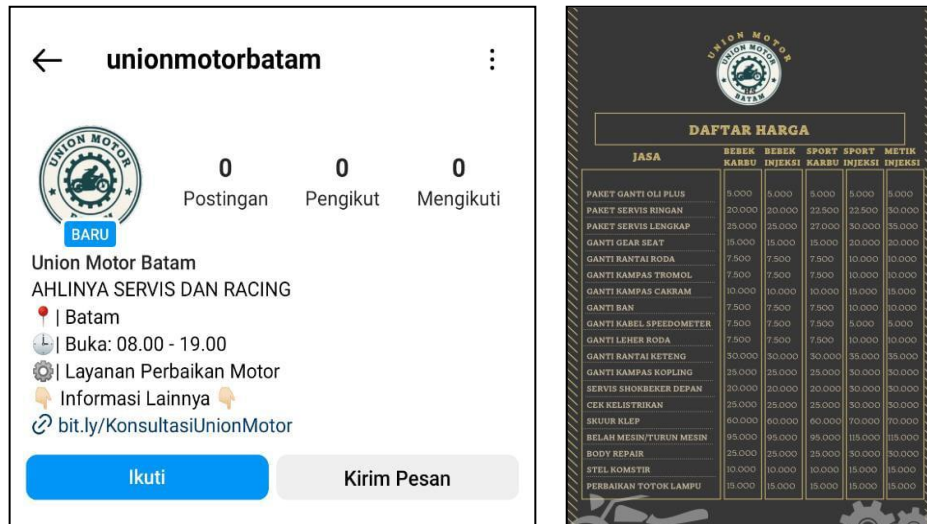
Pada proses pembuatan akun *Instagram*, penulis memerlukan akun email untuk membuat akun *Instagram* Toko Union Motor. Pembuatan akun *Instagram* tidak memakan banyak waktu. Nantinya akun *Instagram* mitra akan diisi oleh konten-konten terkait layanan yang disediakan oleh mitra. Pembuatan akun media sosial *Instagram* bertujuan agar konsumen mudah untuk memperoleh informasi tentang layanan jasa yang disediakan oleh mitra. Selain itu, pembuatan akun *Instagram* juga bertujuan untuk meningkatkan transformasi usaha melalui kecepatan, ketepatan, dan efisiensi informasi dengan jangkauan luas (Sudirwo et al., 2021).

b. Pembuatan daftar harga layanan yang disediakan oleh mitra

Selama ini konsumen tidak dapat mengetahui harga layanan jasa yang disediakan oleh mitra. Untuk mengatasi permasalahan ini, maka akan dibuat daftar harga layanan yang disediakan mitra untuk jasa perbaikan sepeda motor. Pembuatan daftar harga bertujuan agar konsumen dapat membandingkan harga mitra dengan harga kompetitor sejenis. Selain itu, pembuatan daftar harga layanan bertujuan untuk mempengaruhi tingkat permintaan calon konsumen, membantu konsumen memulai percakapan, dan meminimalkan kemungkinan calon konsumen tidak melanjutkan pembelian jasa atau *Hit & Run* (Bridestory, 2022).

c. Pembuatan *banner* promosi

Pada proses pembuatan *banner* promosi, penulis memerlukan waktu beberapa menit untuk membuat *banner* promosi Toko Union Motor. Nantinya *banner* promosi akan diunggah pada akun *Instagram* yang telah dibuat. Pembuatan *banner* promosi bertujuan agar konsumen dapat mengetahui informasi layanan jasa yang ditawarkan Toko Union Motor. Selain itu, pembuatan *banner* promosi juga bertujuan sebagai media promosi untuk menambah daya tarik para konsumen (Makin Tahu, 2023).



Gambar 3. Pembuatan akun *Instagram* dan daftar layanan yang disediakan oleh mitra



Gambar 4. Pembuatan *Banner* Promosi untuk mitra

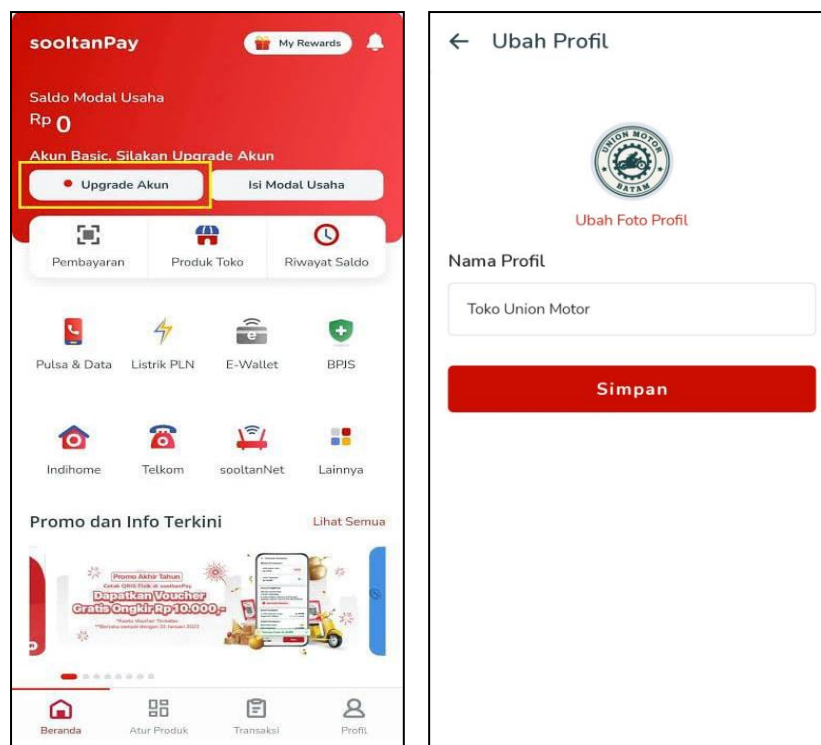
2. Facilitating Supplementary Services Kategori Payment

Pada kategori ini Toko Union Motor seringkali mendapati pelanggan yang tidak membawa uang tunai dan lebih senang membayar dengan cara *digital*. Oleh karena itu, program selanjutnya adalah dengan membantu mitra dalam pembuatan sistem pembayaran *digital* dengan QRIS. Dengan adanya kemudahan pilihan pembayaran tunai dan non tunai membuat transaksi konsumen menjadi sederhana, mudah, dan nyaman.

a. Proses Pembuatan Pembayaran *digital* QRIS

Pada proses pembuatan pembayaran *digital* QRIS, penulis membutuhkan identitas pemilik usaha yaitu Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan alamat usaha mitra. Proses pembuatan pembayaran *digital* QRIS tidak memakan banyak waktu dan hanya menunggu validasi pembuatan pembayaran *digital* QRIS selama 2 hari. Pembuatan pembayaran *digital* QRIS bertujuan untuk mempercepat dan

mempermudah proses transaksi, pelanggan tidak perlu membawa uang tunai dan menghitung transaksi. Di sisi lain, UMKM tidak harus menyediakan uang tunai dan kembalian pada transaksi pembeli (Paydia, 2022).



Gambar 5. Proses pembuatan akun QRIS untuk mitra

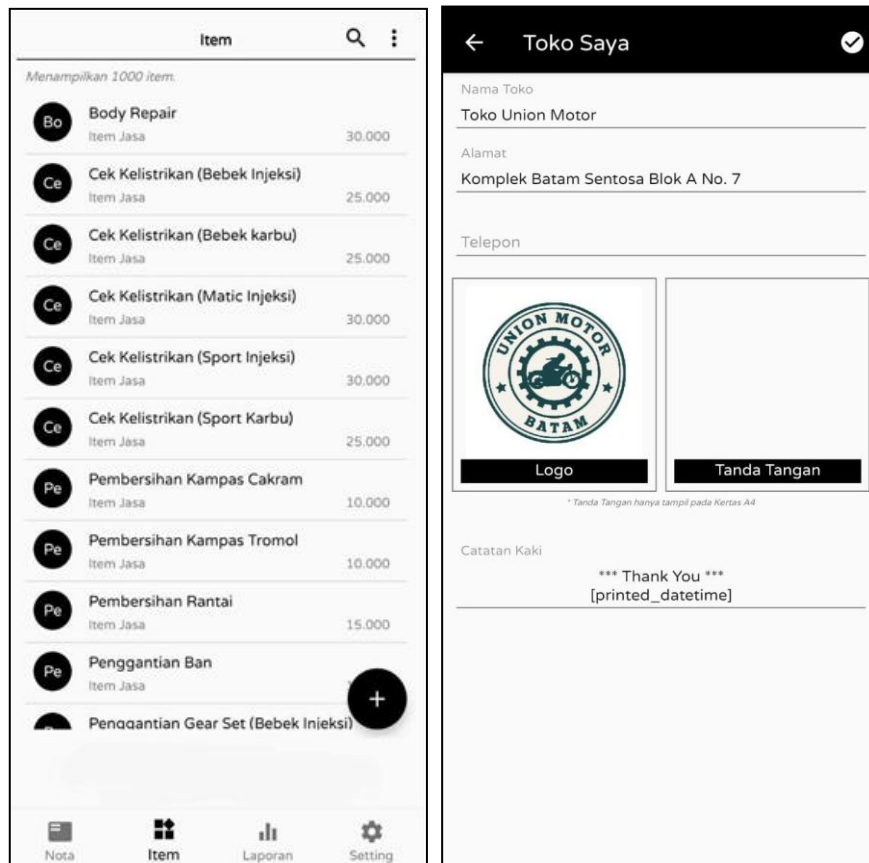
3. *Facilitating Supplementary Services* Kategori *Billing*

Pada operasional bisnis mitra, terdapat metode pembayaran berjangka bagi beberapa konsumen. Namun demikian, mitra seringkali mendapati konsumen yang tidak membayar tagihan secara tepat waktu setelah menerima layanan jasa. Oleh karena itu, program yang dapat dilakukan selanjutnya adalah dengan pembuatan akun pencatatan penjualan *digital e-Nota*. Dengan adanya kemudahan sistem pencatatan penjualan *digital* ini maka mitra dapat memberikan informasi mengenai batas waktu pembayaran kepada konsumen yang dituju, mempermudah penjelasan kepada konsumen mengenai jumlah tagihan dan rincian harga jasa perbaikan yang sudah digunakan oleh konsumen.

a. Proses Pembuatan Akun Pencatatan Penjualan *digital e-Nota*

Pada proses pembuatan Akun Pencatatan Penjualan *digital e-Nota*, langkah awal yang dilakukan adalah melengkapi laman profil usaha mulai dari nama, alamat, nomor telepon, dan logo mitra. Selain itu, penulis juga mengumpulkan jenis jasa yang disediakan oleh mitra dan memasukkan data tersebut kedalam sistem *digital e-Nota*.

Pembuatan akun pencatatan penjualan *digital e-Nota* bertujuan sebagai bukti pembayaran yang berisi informasi penting yang dibutuhkan oleh pemilik usaha dan pembeli, termasuk jumlah yang dibeli konsumen dan harga yang dikenakan (Ayunda, 2021).



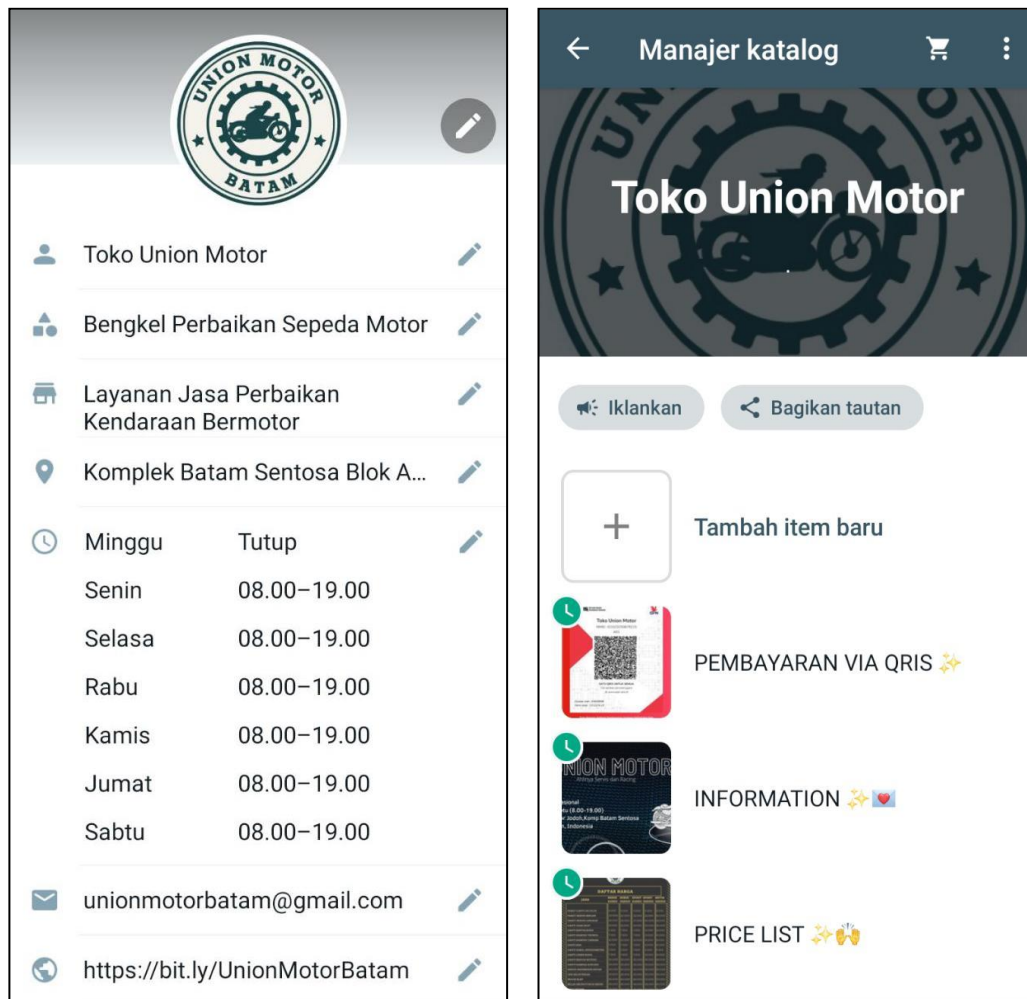
Gambar 6. Proses pembuatan akun Pencatatan Penjualan Digital e-Nota untuk mitra

4. Enhancing Supplementary Services Kategori Consulting

Pada kategori ini Mitra Toko Union Motor seringkali mendapati konsumen yang kesulitan untuk melakukan konsultasi melalui telepon sebelum melakukan perbaikan. Oleh karena itu, penulis membantu mitra dalam pembuatan akun *Whatsapp Business*. Dengan adanya kemudahan berkonsultasi melalui *Whatsapp Business*, para konsumen dapat mempersingkat waktu perbaikan kendaraannya.

a. Proses Pembuatan *Whatsapp Business*

Pada proses pembuatan *Whatsapp Business*, penulis membutuhkan nomor telepon, alamat usaha, jadwal/jam layanan, alamat email, dan logo usaha mitra. Selain itu, penulis juga melengkapi katalog akun *Whatsapp Business* mitra dengan daftar harga layanan jasa, *banner* promosi, dan *barcode* pembayaran QRIS yang telah dibuat sebelumnya. Pembuatan *Whatsapp Business* juga bertujuan untuk mempermudah komunikasi konsumen dan *follow* terkait pertanyaan seputar layanan yang ditawarkan (K1ng Corporation, 2022).

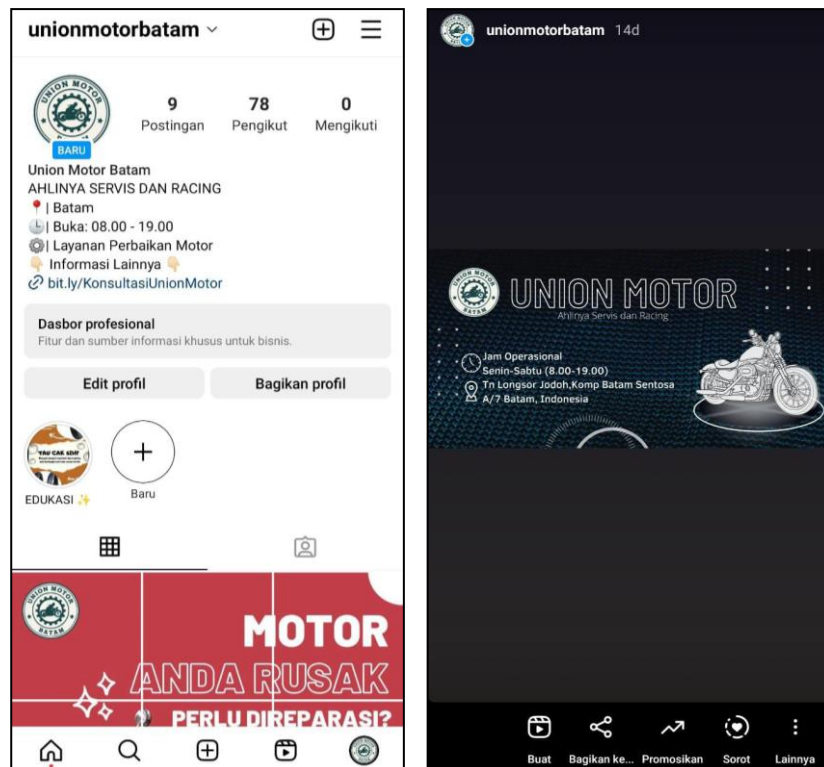


Gambar 7. Proses pembuatan akun Whatsapp Business untuk mitra

Berikut Kondisi Setelah Implementasi *project* dengan konsep *The Flower Of Service* pada Toko Union Motor :

1. Kondisi Setelah Implementasi *Facilitating Supplementary Services* pada Kategori *Information* dengan Pembuatan Akun *Instagram*, daftar harga layanan jasa, dan *Banner*.

Setelah akun *Instagram* berhasil dibuat, penulis mulai melengkapi akun *Instagram* yang telah dibuat dengan mengisi profil *Instagram* dan mengirimkan postingan. Untuk daftar harga layanan jasa dan *Banner*, penulis akan mencetak daftar harga layanan jasa yang telah dibuat sehingga dapat digunakan dan mengunggah *Banner* di akun *Instagram* Toko Union Motor. Dengan adanya program ini memberikan dampak positif pada Toko Union Motor yaitu bertambahnya jumlah pengikut akun *Instagram* (78) dari awal pembuatan dan terdapat kenaikan jumlah penjualan jasa sebesar Rp. 800.000 dari penjualan sebelum dijalankannya program.



Gambar 8. Kondisi setelah implementasi pembuatan akun Instagram dan banner promosi untuk mitra

JASA	SEKEL KASRU	SEKEL INDESI	SPORT KASRU	SPORT INDESI	MOTOR INDESI
PASST GANTI OIL PLUS	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
PASST SERVIS RINGAN	20.000	20.000	22.000	22.000	20.000
PASST SERVIS LENGKAP	25.000	25.000	27.000	27.000	25.000
GANTI CEAR BEAT	15.000	15.000	15.000	20.000	20.000
GANTI KAMPAS BUKA	7.500	7.500	7.500	10.000	10.000
GANTI KAMPAS TRONAL	7.500	7.500	7.500	10.000	10.000
GANTI KAMPAS CARRAM	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
GANTI BAK	7.500	7.500	7.500	10.000	10.000
GANTI KABEL SPEEDOMETER	7.500	7.500	7.500	10.000	10.000
GANTI LUBRIK BOLA	7.500	7.500	7.500	10.000	10.000
GANTI KAMPAS KETENG	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
GANTI KAMPAS KOPLING	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000
SERVIS HANGKER DEKAP	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
CAR BOLLTERAK	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000
GRUIN KLEP	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000
BELAN MESIN/TURBIN MESIN	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
BOXY REPAR	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000
PEL KROMET	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
PERAKSIAN TOTOL LAMPU	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000

Gambar 9. Kondisi setelah implementasi pembuatan daftar layanan jasa untuk mitra

2. Kondisi Setelah Implementasi *Facilitating Supplementary Services* Kategori *Payment* dengan Pembuatan Pembayaran *digital QRIS*.

Setelah mengikuti proses pembuatan Pembayaran *Digital QRIS*, *barcode* pembayaran *digital QRIS* berhasil divalidasi dan dapat digunakan untuk transaksi pembayaran non tunai dengan semua aplikasi pembayaran. Dengan adanya program ini Toko Union Motor mengalami peningkatan pembayaran non tunai sekitar Rp. 800.000 atau dengan persentase sebesar 15% dari sebelum dijalankannya program.



Gambar 10. Kondisi setelah implementasi pembuatan pembayaran *Digital QRIS* untuk mitra

3. Kondisi Setelah Implementasi *Facilitating Supplementary Services* Kategori *Billing* dengan Pembuatan Akun Pencatatan Penjualan *digital e-Nota*.
Setelah mengikuti proses pembuatan Akun Pencatatan Penjualan *digital e-Nota*. Aplikasi berhasil digunakan untuk pencatatan transaksi penjualan, pencetakan *Invoice*, dan rekap penjualan harian. Dengan adanya program ini berdampak pada bertambahnya jumlah piutang penjualan jasa yang berhasil ditagih secara tepat waktu sebesar Rp.500.000 dari piutang penjualan jasa sebelum dijalankannya program.

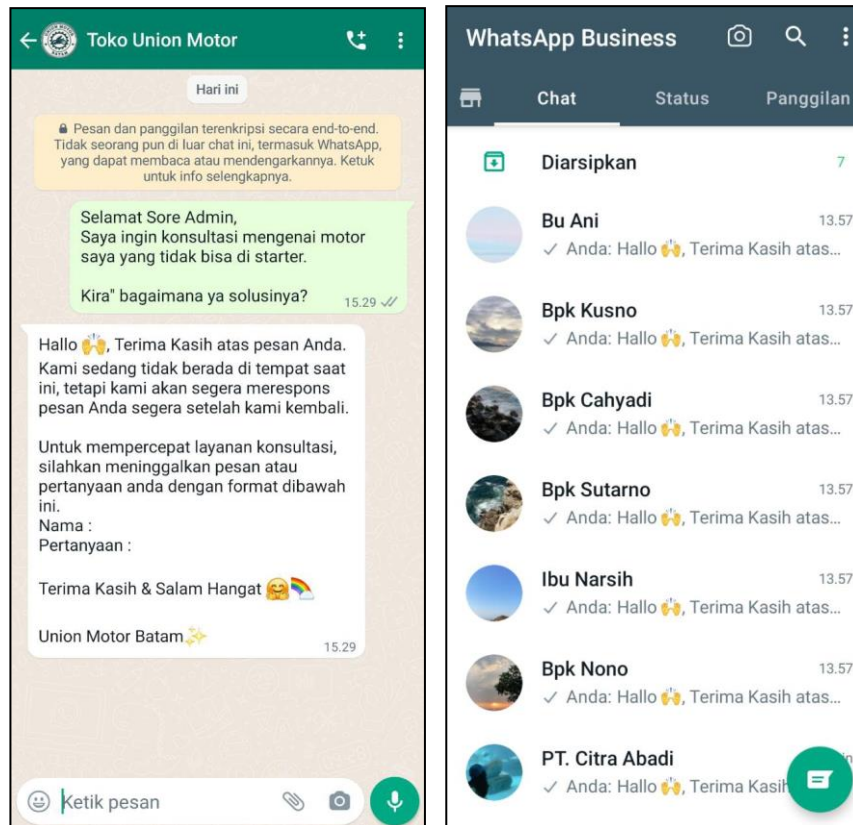
Penjualan	
Menampilkan 1000 nota terakhir.	
Ba	Bapak Nono Tg Uma 02/03/2023 Sisa 15.000 dari total 15.000
Bp	Bpk Kusno 02/03/2023 Sisa 15.000 dari total 30.000 Sisa Bayar Tanggal 3 Maret
PT	PT. Citra Abadi 02/03/2023 Lunas dari total 20.000 Pembayaran Tunai
Ib	Ibu Narsih Royal Sincorn 02/03/2023 Lunas dari total 35.000 Pembayaran QRIS
Su	Sutarno Kampung Utama 02/03/2023 Lunas dari total 24.000 Pembayaran Tunai
Bp	Bpk Joko Pasir Putih 02/03/2023 Lunas dari total 8.000 Pembayaran QRIS
Bp	Bpk Cahyadi Komplek Bumi Indah 01/03/2023 Lunas dari total 28.000
+ (Add)	
Nota	Item Laporan Setting

Toko Union Motor	
Komplek Batam Sentosa Blok A No. 7	
081371514615	
01/03/2023	
Bpk Cahyadi	
Komplek Bumi Indah	
081363111929	
Penggantian Ban	
1 @ 10.000	10.000
Penggantian Rantai Roda	
1 @ 8.000	8.000
Pembersihan Kampas Cakram	
1 @ 10.000	10.000
[Printed by e-Nota]	
3 TOTAL	28.000
BAYAR	28.000
KEMBALI	0
Catatan: Pembayaran Tunai	
*** Thank You ***	
02/03/2023 14:55:02	

Gambar 11. Kondisi setelah implementasi pembuatan akun pencatatan penjualan *Digital e-nota* untuk mitra

4. Kondisi Setelah Implementasi *Enhancing Supplementary Services* Kategori *Consulting* dengan Pembuatan Akun *Whatsapp Business*.

Setelah mengikuti proses pembuatan Akun *Whatsapp Business*. Aplikasi berhasil digunakan untuk membalas pesan mengenai konsultasi permasalahan yang dialami kendaraan konsumen. Dengan adanya program ini berdampak pada bertambahnya jumlah pelanggan sebanyak 25 orang dan kenaikan jumlah penjualan jasa sebesar Rp. 800.000 dari penjualan sebelum dijalankannya program.



Gambar 12. Kondisi setelah implementasi pembuatan akun *Whatsapp Business*

V. KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh penulis selama kegiatan Implementasi *The Flower Of Service* berdasarkan luaran kegiatan yang telah dilakukan pada Toko Union Motor, dimana penulis membantu pembuatan akun *Instagram*, daftar harga layanan jasa, *banner* promosi, pembayaran *digital QRIS*, akun pencatatan penjualan *digital e-Nota*, serta akun *Whatsapp business*. Dari keempat program yang telah dijalankan tersebut terdapat program yang paling memberikan dampak terbesar pada UMKM Toko Union Motor yaitu pembuatan Akun *Whatsapp Business* dimana bertambahnya jumlah pelanggan sebanyak 25 orang dan kenaikan jumlah penjualan jasa sebesar Rp. 800.000. Selain itu, UMKM Toko Union Motor juga mengalami peningkatan penjualan jasa setelah pelaksanaan program pengabdian sebesar Rp. 800.000 dari yang semula hanya Rp. 300.000.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Internasional Batam (UIB) yang telah mendukung pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Tim pengabdian masyarakat program studi manajemen. Tak lupa kami mengucapkan terima kasih juga kepada UMKM Toko Union Motor yang telah memberikan Izin untuk melakukan kegiatan pengabdian dengan konsep *The Flower Of Service* ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayunda. (2021, October 18). *Pentingnya Struk Belanja Digital untuk Bisnis Ritel*. Diakses dari: <https://accurate.id/aplikasi-kasir/struk-digital/> tanggal 1 Mei 2023
- Bridestory. (2022, January 10). *Pentingnya Mencantumkan Price List Untuk Bisnis Anda*. Diakses dari: <https://business.bridestory.com/blog/pentingnya-mencantumkan-price-list-untuk-bisnis-anda> tanggal 1 Mei 2023
- Ikbali, M., Mustafa, S. W., & Bustami, L. (2018). Peran usaha mikro, kecil dan menengah dalam mengurangi pengangguran di Kota Palopo. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 4(1). <http://dx.doi.org/10.35906/jep01.v4i1.293>
- K1ng Corporation. (2022, April 21). *Kelebihan dan Kekurangan Whatsapp Bisnis untuk Pelaku UMKM*. Diakses dari: <https://k1ngcorporation.com/kelebihan-dan-kekurangan-wa-business/> tanggal 1 Mei 2023
- Makin Tahu. (2023). *Pengertian Banner, Fungsi, Tujuan, Dan Jenisnya*. Diakses dari: <https://makintahu.com/pengertian-banner-fungsi-tujuan-dan-jenisnya/> tanggal 1 Mei 2023
- Paydia. (2022). *Apa Saja Manfaat QRIS bagi UMKM?*. Diakses dari: <https://paydia.id/apa-saja-manfaat-qr-is-bagi-umkm/> tanggal 1 Mei 2023
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan usaha umkm di masa pandemi melalui optimalisasi penggunaan dan pengelolaan media digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108–123. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Sudirwo, S., Nurriqli, A., & Risanta, M. (2021). Pemanfaatan Instagram bagi Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Banjarbaru. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 50–57. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v5i1.178>
- Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1–10.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy*. World Scientific.