Vol. 4 No. 2 (2026) e-ISSN: 3031-0946
Maximal Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya dan Pendidikan
https://malaqbipublisher.com/index.php/MAKSI

Strategi Pelayanan dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Kuliner Warung Bakso Banis di Kecamatan Panai Tengah

Khairunnisa[1], Ajeng Alfija[2], Pani Akhiruddin Siregar[3]
[1,2,3]Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Email: khairunnisa2647@gmail.com[1], ajengalfzh@gmail.com[2], paniakhiruddin@umsu.ac.id[3]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi berbagai strategi pelayanan yang diterapkan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada bisnis kuliner lokal Warung Bakso Banis di Kecamatan Panai Tengah, di mana penyediaan pelayanan berkualitas tinggi menjadi kunci utama keberlangsungan bisnis di tengah persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung pada operasional harian, serta studi dokumentasi yang melibatkan pemilik usaha, karyawan, dan para pelanggan. Analisis data dilaksanakan secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Warung Bakso Banis secara konsisten menerapkan strategi pelayanan yang berpusat pada lima dimensi utama kualitas pelayanan, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Implementasi dimensi tersebut terbukti nyata melalui keramahan staf dalam melayani, ketepatan serta kecepatan penyajian makanan, kebersihan lingkungan warung yang terjaga, serta komunikasi yang hangat dengan pelanggan. Kesimpulannya, efektivitas strategi pelayanan yang berkualitas dan konsisten mampu menciptakan kepuasan konsumen yang tinggi secara berkelanjutan. Kepuasan ini pada akhirnya menjadi pendorong utama terbentuknya loyalitas pelanggan yang kuat, yang terbukti secara signifikan melalui tingginya frekuensi pembelian ulang serta maraknya rekomendasi positif dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) kepada masyarakat sekitar dan lainya.

Kata kunci: Strategi pelayanan, Loyalitas pelanggan, Kepuasan pelanggan, Usaha kuliner.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin pesat membuat masyarakat membutuhkan makanan yang praktis, cepat, dan mudah diperoleh, terutama di Kecamatan Panai Tengah. Kondisi ini membuka peluang usaha di bidang kuliner, salah satunya Warung Bakso Banis yang menyediakan berbagai menu makanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, diharapkan dapat membantu mengembangkan usaha Warung Bakso Banis, khususnya dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi pemasaran agar usaha semakin dikenal masyarakat, berkembang, serta mampu bersaing dengan usaha kuliner lainnya.(Virgio, 2020) Berbisnis di Indonesia sangat kompetitif, terutama di industri makanan. Jika mereka ingin mempertahankan posisi dan mempertahankannya, penjual harus tahu bagaimana membuat pelanggannya senang. Penjual dapat mempengaruhi dan akhirnya membujuk pelanggan untuk menggunakan produk mereka dengan memahami tindakan yang diperlukan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dengan produk atau layanan yang digunakan sangat penting bagi penjual karena menunjukkan keefektifan penjual. Pelanggan yang puas lebih cenderung menggunakan metode yang meningkatkan daya jual bisnis mereka. Penjual harus membuat strategi yang memenuhi kebutuhan pelanggan, termasuk dukungan pelanggan yang berkualitas tinggi dan harga yang bersaing.(Pelayanan & Dan, 2024)

Usaha kuliner Warung bakso banis ini mulai merintis sejak 18 tahun lalu di bangun pada tahun 2008, pada saat itu usaha ini memulai Bisnis tersebut hanya dengan beberapa pilihan makanan saja, dan Seiring perkembangan zaman, usaha Warung Bakso Banis terus menghadirkan berbagai variasi menu makanan baru untuk memenuhi selera pelanggan dan mengikuti tren kuliner saat ini. Dengan banyaknya pilihan yang tersedia bagi pelanggan untuk

memenuhi kebutuhan bahan makanan mereka, terdapat persaingan sengit dari banyaknya toko bahan makanan yang baru dibuka, Maka dari itu, Warung Bakso Banis di Kecamatan Panai Tengah perlu menerapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan pelanggan agar tetap loyal dan tidak beralih ke usaha kuliner lainnya. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan menjaga kualitas rasa dan kebersihan makanan, memberikan pelayanan yang ramah dan memuaskan, menetapkan harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat, serta terus melakukan inovasi menu sesuai dengan selera dan kebutuhan pelanggan.

Loyalitas pelanggan adalah komponen strategis yang penting untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan antara pelanggan dan bisnis. Loyalitas muncul melalui proses interaksi terus-menerus yang menunjukkan kualitas pengalaman pelanggan saat menggunakan barang atau jasa. Dalam industri kuliner, beberapa faktor utama yang memengaruhi loyalitas pelanggan termasuk kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi bisnis, dan word of mouth (WOM) atau komunikasi dari mulut ke mulut. Kualitas produk yang baik meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan yang baik meningkatkan hubungan emosional, lokasi strategis meningkatkan aksesibilitas, dan WOM memiliki dampak sosial yang signifikan terhadap bisnis.(Fadilah et al., 2024) Dengan demikian, Warung Bakso Banis perlu memperhatikan kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi, dan word of mouth untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Hal ini penting agar pelanggan tetap merasa puas, melakukan pembelian ulang, serta merekomendasikan Warung Bakso Banis kepada orang lain sehingga usaha dapat terus berkembang dan mampu bersaing dengan usaha kuliner lainnya. Namun, penelitian sebelumnya lebih banyak membahas faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan secara umum. Sementara itu, penerapan strategi pelayanan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada usaha kuliner lokal, khususnya Warung Bakso Banis di Kecamatan Panai Tengah, masih perlu dikaji lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pelayanan yang diterapkan serta kendala yang dihadapi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Strategi dalam mempertahankan pelanggan dan mendapatkan lebih banyak calon konsumen yaitu dengan melakukan peningkatan dari segi pelayanan dan kualitas produk. Sebuah bisnis yang sungguh-sungguh dalam melayani konsumen dan melakukan pemasaran dengan baik akan memiliki peluang lebih besar untuk mencapai keberhasilan. Pelayanan terhadap konsumen menjadi hal penting dalam mendukung perkembangan suatu bisnis. Meningkatkan kualitas layanan pelanggan akan membuat pelanggan merasa puas karena kebutuhan dan seleranya dapat terpenuhi. Keberhasilan bisnis kuliner juga bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam memahami perilaku konsumen, termasuk preferensi, kebutuhan, serta harapan mereka terhadap produk yang ditawarkan.(Program et al., 2023). Selain itu, Pelaku usaha perlu menjaga kualitas produk, kebersihan, harga, dan keramahan pelayanan agar pelanggan merasa puas dan tetap loyal. Selain itu, kritik dan saran pelanggan perlu dijadikan bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas usaha serta menarik pelanggan baru. Dengan demikian, Warung Bakso Banis di Kecamatan Panai Tengah perlu terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar mampu mempertahankan loyalitas pelanggan dan bersaing dengan usaha kuliner lainnya.

Loyalitas pelanggan berkaitan erat dengan nilai tambah yang diberikan oleh Warung Bakso Banis di Kecamatan Panai Tengah. Ketika pelanggan merasa mendapatkan lebih dari yang mereka bayar baik dalam bentuk kualitas, pelayanan, ataupun kenyamanan maka kemungkinan untuk tetap setia terhadap produk sangat tinggi. Warung Bakso Banis yang menyediakan layanan purna jual atau melakukan penyesuaian produk sesuai preferensi pelanggan juga lebih mudah mempertahankan loyalitas. Dalam beberapa kasus, pelanggan bersedia memberikan masukan secara sukarela untuk perbaikan produk, yang menunjukkan adanya keterikatan dan rasa memiliki terhadap produk tersebut. Selain itu, loyalitas pelanggan pada Warung Bakso Banis juga memiliki kontribusi besar dalam promosi dari mulut ke mulut

(word of mouth). Konsumen yang setia cenderung merekomendasikan produk kepada teman, keluarga, dan rekan kerja; ini adalah cara paling murah dan efektif untuk promosi. Ini sangat penting untuk bisnis Warung Bakso Banis karena kekurangan dana untuk promosi sering menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, menjaga kesetiaan pelanggan mempertahankan penjualan dan memperluas jangkauan pasar secara tidak langsung. Namun demikian, loyalitas pelanggan dapat terganggu jika kualitas produk menurun, layanan yang buruk, atau pesaing menawarkan produk dengan harga yang lebih tinggi.(Putri et al., 2025). loyalitas pelanggan juga sebagai keberhasilan jangka panjang suatu merek yang tidak hanya didasarkan pada jumlah konsumen yang melakukan pembelian satu kali, tetapi juga pada jumlah konsumen yang melakukan pembelian secara berulang. Melalui definisi tersebut, loyalitas pelanggan dapat diukur melalui tiga indikator, yaitu: Word of Mouth, yaitu tindakan merekomendasikan atau menyarankan suatu produk kepada orang lain; Reject Another, yaitu sikap konsumen yang menolak menggunakan produk lain atau tidak mudah terpengaruh oleh tawaran pesaing; dan Repeat Purchasing, yaitu frekuensi konsumen dalam melakukan pembelian ulang terhadap produk yang sama. Menurut (Amanda et al., 2022) Loyalitas pelanggan dapat dilihat melalui beberapa aspek. Pertama, retensi pelanggan, yaitu lamanya hubungan antara perusahaan dan pelanggan, yang dapat dilihat dari persentase pembelian ulang dalam jangka waktu tertentu. Kedua, migrasi pelanggan, yaitu perpindahan konsumen dari satu produk atau perusahaan ke produk atau perusahaan lain, meskipun sebelumnya merasa puas terhadap produk dan pelayanan. Ketiga, antusiasme pelanggan, yaitu loyalitas yang ditunjukkan melalui tindakan nyata, seperti membeli kembali, memberikan referensi, dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Ketiga aspek tersebut dapat digunakan untuk melihat bagaimana loyalitas pelanggan terbentuk dan dipertahankan pada Warung Bakso Banis di Kecamatan Panai Tengah.

Kualitas pelayanan dimaknai oleh (Putu Septarini[1];, 2026) sebagai kemampuan perusahaan untuk memenuhi, bahkan melampaui, ekspektasi pelanggan melalui pemberian layanan yang prima dan bernilai unggul. Model SERVQUAL memberikan lima indikator yang paling banyak digunakan dalam penelitian pemasaran jasa, yaitu: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Lima indikator tersebut dimanfaatkan sebagai indikator untuk mengukur ada tidaknya pengaruh layanan dalam menghadirkan pengalaman positif bagi pelanggan serta mendorong terjadinya pembelian ulang. Kualitas pelayanan yang optimal dapat memberikan keunggulan kompetitif, terutama bagi UMKM yang bekerja di pasar yang sangat kompetitif dan dinamis. Kata-kata di atas tidak berbeda, tetapi ada beberapa kata-kata yang berbeda. Kualitas layanan yang baik dapat memberikan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan profitabilitas bisnis, sedangkan kualitas layanan yang buruk menurunkan kepercayaan pelanggan dan mendorong pelanggan berpindah ke pesaing. Kualitas pelayanan itu sendiri dipengaruhi oleh faktor-faktor yang diidentifikasi oleh (Mustika et al., 2025) terutama keseimbangan antara pelayanan yang diterima dan layanan yang diharapkan oleh konsumen. Ketika pelayanan yang diterima buruk atau tidak sesuai harapan, itu akan berdampak negatif dan menghilangkan keinginan pelanggan terhadap produk. Produsen harus menguasai elemen pelayanan yang dapat digunakan untuk menentukan kepuasan pelanggan dan kesetiaan. Kecepatan (waktu yang digunakan untuk melayani), Ketepatan (akurasi dalam bekerja dan melayani), dan Keamanan (memberikan perasaan aman kepada konsumen saat menggunakan produk atau jasa). Ini adalah indikator inovasi pelayanan.

Kepuasan Pelanggan Sesuai dengan temuan (Resma Ariswara1), 2024), kepuasan dapat didefinisikan sebagai keadaan emosional individu yang dihasilkan dari evaluasi kinerja produk dengan hasil yang diharapkan. Sebaliknya, kepuasan adalah perasaan emosional yang ditunjukkan oleh hasil evaluasi sejauh mana kinerja produk atau jasa memenuhi harapan

seseorang. Dengan kata lain, tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ditentukan dengan membandingkan manfaat yang mereka rasakan setelah menggunakan produk tersebut dengan manfaat yang mereka harapkan. Loyalitas pelanggan dan promosi yang baik melalui testimoni adalah dua keuntungan yang menguntungkan bisnis dari kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu kualitas produk dan pelayanan yang sesuai harapan, aspek emosional berupa rasa bangga terhadap merek, serta harga yang sebanding dengan kualitas produk. Selain itu, biaya juga berpengaruh, terutama terkait pengeluaran dan waktu yang dibutuhkan pelanggan untuk memperoleh layanan. Oleh karena itu, Warung Bakso Banis di Kecamatan Panai Tengah perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut agar kepuasan dan loyalitas pelanggan tetap terjaga.

Setelah Menelaah dari jurnal (Wulandari & Rahmi, 2025) muncul ide untuk membuat Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pelayanan yang diterapkan oleh Warung Bakso Banis di Kecamatan Panai Tengah dalam membanjjuuugun dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan melihat strategi pelayanan yang diterapkan, diharapkan dapat ditemukan berbagai faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, baik dari segi kualitas produk, keramahan pelayanan, kecepatan penyajian, kebersihan tempat, serta kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana penerapan kualitas pelayanan, yang meliputi kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik, dapat memengaruhi hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap Warung Bakso Banis. Loyalitas pelanggan bukanlah sesuatu yang dapat tercipta dalam waktu singkat, melainkan merupakan hasil dari proses panjang yang melibatkan banyak faktor, baik dari segi kualitas produk, harga, pelayanan, maupun kepuasan yang dirasakan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini juga akan membahas mengenai berbagai tantangan yang dihadapi oleh Warung Bakso Banis dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, serta bagaimana strategi pelayanan yang baik dapat membantu mengatasi tantangan tersebut dan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan Warung Bakso Banis kepada orang lain.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan lebih mengutamakan analisis secara induktif. Dalam penelitian ini, proses penelitian dan makna yang dilihat dari sudut pandang subjek menjadi hal yang lebih ditekankan.(Ardhy et al., 2024) Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama, seperti informan atau objek penelitian melalui interaksi langsung. Informan dalam penelitian ini adalah 10 orang pelanggan UMKM Warung Bakso Banis di Kecamatan Panai Tengah serta pemilik UMKM tersebut. Sementara itu, data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai dokumen pendukung, seperti tabel, catatan, notulen rapat, foto, dan benda-benda lain yang dapat melengkapi serta memperkuat data primer.(Sefina et al., 2026)

Selanjutnya, untuk menguji validitas dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui triangulasi. Triangulasi merupakan proses menggabungkan data atau informasi dari berbagai metode maupun sumber yang berbeda dalam suatu penelitian. Tujuannya adalah untuk mengurangi kemungkinan terjadinya bias apabila hanya menggunakan satu metode saja. Dengan menerapkan beberapa metode pengumpulan data dan sumber informasi yang berbeda, hasil penelitian diharapkan menjadi lebih akurat dan dapat dipercaya. Triangulasi dibagi menjadi tiga jenis, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. Namun, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi metode.(Febrianti, 2024)

Sumber Data

Sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan terdiri dari dua jenis, yaitu:

1. Sumber Data Primer

   Menurut (Febrianti, 2024) data primer merupakan sumber data yang memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data. Data ini diperoleh langsung dari sumber aslinya melalui kegiatan penelitian di lapangan. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan informan yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian, yaitu pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan Warung Bakso Banis di Kecamatan Panai Tengah. Data tersebut digunakan untuk mengetahui strategi pelayanan yang diterapkan, pengalaman pelanggan, serta upaya usaha dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.
2. Sumber Data Sekunder

   Menurut, (Febrianti, 2024) data sekunder merupakan sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data, tetapi diperoleh melalui perantara seperti dokumen atau sumber lainnya. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui buku, jurnal ilmiah, dokumentasi, serta informasi lain yang berkaitan dengan profil dan kegiatan usaha Warung Bakso Banis di Kecamatan Panai Tengah. Data pendukung tersebut dapat berupa dokumentasi usaha, daftar menu, dan informasi penjualan apabila tersedia. Data sekunder digunakan sebagai bahan referensi untuk melengkapi dan mendukung hasil penelitian.

Dengan demikian, peneliti memperoleh data yang cukup banyak dan beragam. Langkah selanjutnya adalah reduksi data, yaitu proses menganalisis data setelah peneliti melakukan penelitian di lapangan. Reduksi data berarti meninjau kembali, memilih informasi yang penting, serta memusatkan perhatian pada hal-hal yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Data yang diperoleh kemudian diseleksi dari catatan lapangan yang telah dibuat oleh peneliti. Proses pengolahan data dilakukan secara berkelanjutan hingga penelitian dan penyusunan laporan akhir selesai. Tahap berikutnya adalah penyajian data, yang dilakukan setelah proses reduksi data selesai.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

   Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat membentuk pemahaman mengenai suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan Warung Bakso Banis di Kecamatan Panai Tengah. Wawancara bertujuan memperoleh informasi mengenai strategi pelayanan yang diterapkan, kualitas produk, kepuasan pelanggan, serta upaya yang dilakukan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.
2. Dokumentasi

   Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu dan dapat berbentuk tulisan, gambar, maupun karya lainnya. Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan sebagai data pendukung yang berkaitan dengan kegiatan usaha Warung Bakso Banis di Kecamatan Panai Tengah. Dokumentasi dapat berupa foto lokasi usaha, aktivitas pelayanan, menu makanan, serta kegiatan selama proses penelitian. Data tersebut digunakan untuk melengkapi informasi yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.

3. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode penting dalam pengumpulan data, terutama dalam penelitian kualitatif. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kegiatan dan kondisi objek penelitian. Dalam penelitian ini, observasi dilaksanakan pada tanggal 18 Oktober 2026 di Warung Bakso Banis, Kecamatan Panai Tengah. Pengamatan dilakukan terhadap kondisi tempat usaha, aktivitas pelayanan, interaksi antara karyawan dan pelanggan, serta suasana kunjungan pelanggan. Berdasarkan hasil pengamatan, pengunjung yang ditemui saat penelitian didominasi oleh kalangan remaja. Hasil observasi ini digunakan untuk memperoleh gambaran langsung mengenai pelayanan dan perilaku pelanggan di Warung Bakso Banis.Catatan: Bagian observasi sudah memasukkan tanggal penelitian dan temuan bahwa pengunjung yang ditemui didominasi remaja. Namun, temuan tersebut hanya menggambarkan kondisi saat observasi, bukan berarti seluruh pelanggan Warung Bakso Banis adalah remaja.

Selanjutnya adalah tahap verifikasi dan penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal yang diperoleh selama proses analisis data masih bersifat sementara dan dapat berubah apabila ditemukan informasi baru atau belum didukung oleh bukti yang kuat. Oleh karena itu, kesimpulan perlu diperiksa kembali melalui proses pengumpulan data selanjutnya untuk memastikan kebenarannya. Kesimpulan akhir dapat berupa penjelasan yang lebih jelas mengenai objek penelitian, hubungan sebab-akibat, penyusunan hipotesis, maupun pengembangan teori yang sesuai. Verifikasi dilakukan untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, verifikasi bertujuan untuk menarik kesimpulan berdasarkan data, keterangan, dan informasi yang diperoleh mengenai analisis strategi promosi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan Warung Bakso Banis.(Sulaiman et al., 2022)

HASIL & PEMBAHASAN

Gambaran Umum Warung Bakso Banis

Warung Bakso Banis merupakan salah satu usaha kuliner yang berada di Kecamatan Panai Tengah. Usaha ini didirikan pada tahun 2008 dan telah berjalan selama kurang lebih 18 tahun. Seiring berjalannya waktu, Warung Bakso Banis terus mengembangkan usahanya dengan menyediakan berbagai pilihan makanan dan minuman untuk memenuhi selera pelanggan. Dalam menjalankan usahanya, Warung Bakso Banis mempekerjakan karyawan setiap hari untuk membantu proses pengolahan makanan dan melayani pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara, usaha ini tidak hanya melayani pembelian secara langsung, tetapi juga menerima pesanan makanan dalam jumlah besar untuk kebutuhan tertentu. Seiring perkembangan usaha, Warung Bakso Banis juga menyediakan berbagai pilihan menu. Hal ini dilakukan agar pelanggan memiliki lebih banyak pilihan makanan sesuai dengan selera masing-masing. Berikut daftar harga menu makanan dan minuman yang tersedia di Warung Bakso Banis Dikecamatan panai tengah :

Tabel 1. *Menu* dan Harga

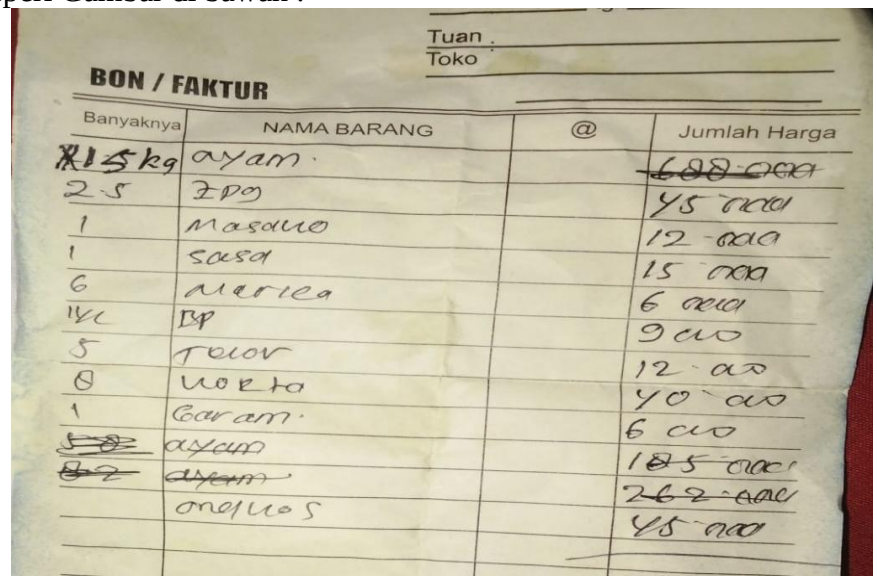
MAKANAN	HARGA	MINUMAN	HARGA
Mie ayam bakso	Rp. 16.000	Varian aneka jus	Rp. 10.000
Bakso Indomie	Rp. 14.000	The sosro	Rp. 7.000
Bakso Mie putih	Rp. 14.000	kopi	Rp. 8.000
Ifumie	Rp. 17.000	The manis	Rp. 7.000
Nasi goreng	Rp. 16.000	Kuku bima	Rp. 9.000
Bakso Kosong Jumbo	Rp. 16.000	Susu putih/coklat	Rp. 8.000
Indomie Goreng	Rp. 15.000	Frutie & Fanta	Rp. 7.000

Sumber : Hasil wawancara dengan pihak warung bakso banis 2006

Vol. 4 No. 2 (2026) e-ISSN: 3031-0946
Maximal Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya dan Pendidikan
https://malaqbipublisher.com/index.php/MAKSI

Bahan-Bahan yang Digunakan dalam Usaha

Selain melakukan wawancara, penelitian ini juga menggunakan dokumentasi berupa foto nota pembelian bahan-bahan yang berkaitan dengan kegiatan usaha. Berdasarkan nota yang diperoleh, terdapat beberapa bahan. ayam, telur, bumbu penyedap, saus, merica, tepung, dan garam. Seperi Gambar di bawah :



Gambar 1. resep bahan baku

Bahan-bahan tersebut menunjukkan adanya kebutuhan belanja untuk mendukung kegiatan usaha kuliner. Namun, berdasarkan dokumentasi yang tersedia, belum dapat dipastikan bahan mana saja yang secara khusus digunakan untuk membuat daging bakso. Oleh karena itu, informasi mengenai resep, takaran bahan, dan cara pengolahan bakso masih perlu dikonfirmasi melalui wawancara langsung dengan pemilik Warung Bakso Banis. Informasi tersebut penting karena kualitas bahan dan cara pengolahan makanan dapat menjadi bagian yang perlu diperhatikan dalam menjaga kualitas produk. Dengan bahan yang sesuai dan proses pengolahan yang baik, usaha kuliner dapat berupaya menjaga kualitas makanan yang disajikan kepada pelanggan.

Strategi Pelayanan dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat beberapa hal yang berkaitan dengan upaya Warung Bakso Banis dalam mempertahankan pelanggan. Hal tersebut meliputi pelayanan karyawan, keberagaman menu, kenyamanan pelanggan, dan kualitas makanan.

a. Memberikan Pelayanan yang Ramah

Pelayanan yang ramah menjadi salah satu hal yang membuat pelanggan merasa nyaman. Berdasarkan hasil wawancara, pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan karyawan Warung Bakso Banis. Sikap ramah membuat pelanggan merasa dihargai dan dapat mendorong mereka untuk kembali membeli.

b. Menyediakan Menu yang Beragam

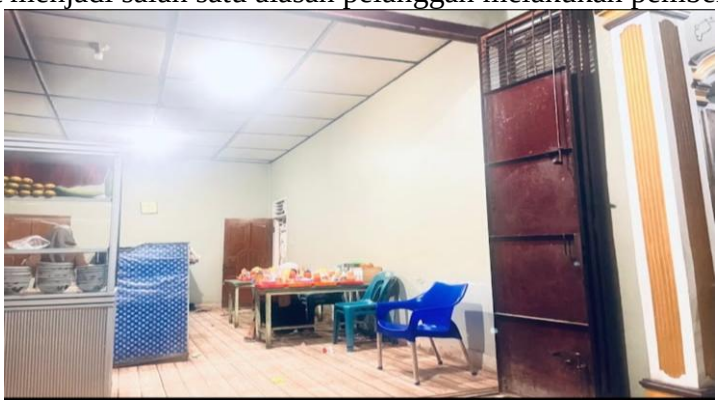
Warung Bakso Banis menyediakan berbagai pilihan makanan dan minuman, sehingga pelanggan dapat memilih menu sesuai selera. Berdasarkan hasil wawancara, mi ayam dan ifumie menjadi menu yang paling banyak diminati. Keberagaman menu dapat membantu mengurangi rasa bosan dan memberikan pilihan bagi pelanggan yang ingin mencoba makanan berbeda.



Gambar 2. Daftar Menu Warung bakso banis

c. Menjaga Kenyamanan Pelanggan

Kenyamanan juga menjadi salah satu alasan pelanggan tetap berkunjung. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat pelanggan yang datang hampir setiap hari karena sudah terbiasa dengan tempat tersebut dan tidak bosan dengan makanan yang tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman yang nyaman serta tempat yang bersih dapat menjadi salah satu alasan pelanggan melakukan pembelian berulang.



Gambar 3. *Tempat Lokasi* yang bersih

Loyalitas Pelanggan Warung Bakso Banis

Berdasarkan hasil wawancara, pelanggan Warung Bakso Banis sebagian besar berasal dari kalangan remaja dan anak muda. Beberapa pelanggan bahkan datang hampir setiap hari karena sudah terbiasa membeli makanan di warung tersebut, merasa nyaman dengan tempatnya, dan mendapatkan pelayanan yang ramah.Kebiasaan pelanggan melakukan pembelian berulang menunjukkan adanya kecenderungan loyalitas terhadap Warung Bakso Banis. Loyalitas ini penting karena pelanggan tetap dapat membantu menjaga keberlangsungan usaha. Selain itu, warung juga menerima pesanan makanan dalam jumlah besar untuk kebutuhan tertentu, sehingga memiliki peluang untuk melayani lebih banyak pelanggan. Untuk mempertahankan loyalitas tersebut, Warung Bakso Banis perlu terus memperhatikan pelayanan, menjaga kualitas makanan, serta menyediakan menu yang sesuai dengan selera pelanggan. Dengan demikian, pelanggan diharapkan tetap merasa puas dan bersedia kembali membeli di warung tersebut.Berikut gambar Beberapa pelanggan yang berkunjung :



Gambar 4. Kalangan Pelanggan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi pelayanan memiliki peran penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada usaha kuliner Warung Bakso Banis di Kecamatan Panai Tengah. Usaha yang telah berdiri sejak tahun 2008 ini terus berupaya mempertahankan keberlangsungan usahanya dengan memberikan pelayanan yang baik serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Strategi yang diterapkan meliputi pelayanan yang ramah, penyediaan menu makanan dan minuman yang beragam, menjaga kebersihan dan kenyamanan tempat, serta memperhatikan kualitas makanan yang disajikan kepada pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keramahan karyawan menjadi salah satu faktor yang membuat pelanggan merasa dihargai dan nyaman ketika berkunjung. Selain itu, keberagaman menu memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memilih makanan dan minuman sesuai selera masing-masing. Menu seperti mi ayam dan ifumie menjadi beberapa pilihan yang banyak diminati pelanggan. Kondisi tempat yang nyaman juga menjadi bagian dari pengalaman positif yang mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Loyalitas pelanggan pada Warung Bakso Banis dapat dilihat dari kebiasaan beberapa pelanggan yang melakukan pembelian hampir setiap hari. Hal tersebut menunjukkan adanya kepercayaan dan ketertarikan pelanggan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan. Pelanggan yang merasa puas cenderung memiliki keinginan untuk kembali membeli dan berpotensi merekomendasikan warung kepada teman, keluarga, serta masyarakat sekitar melalui promosi dari mulut ke mulut (word of mouth). Selain strategi pelayanan, kualitas produk juga menjadi aspek penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Cita rasa makanan, kualitas bahan baku, kebersihan, serta kesesuaian harga dengan kualitas produk perlu terus diperhatikan. Pelayanan yang ramah perlu diimbangi dengan kualitas makanan yang konsisten agar pelanggan tetap merasa puas dan tidak mudah beralih ke usaha kuliner lainnya. Di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin berkembang, Warung Bakso Banis perlu terus melakukan evaluasi dan meningkatkan kualitas usahanya. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan memperhatikan kritik dan saran pelanggan, meningkatkan kecepatan penyajian pesanan, menjaga kebersihan lingkungan warung, serta melakukan inovasi menu agar pelanggan tidak merasa bosan. Hubungan dan komunikasi yang baik antara pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan juga perlu dipertahankan agar kebutuhan serta harapan pelanggan dapat dipahami dengan lebih baik.

Dengan demikian, keberhasilan Warung Bakso Banis dalam mempertahankan loyalitas pelanggan tidak hanya bergantung pada produk yang dijual, tetapi juga pada kemampuan usaha dalam memberikan pengalaman pelayanan yang positif secara berkelanjutan. Pelayanan yang ramah, kualitas produk yang terjaga, keberagaman menu, dan kenyamanan tempat merupakan unsur yang saling mendukung dalam membentuk kepuasan serta loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, Warung Bakso Banis diharapkan dapat terus mempertahankan keunggulan yang dimiliki dan melakukan pengembangan usaha agar mampu menjaga kepercayaan pelanggan, meningkatkan pembelian ulang, serta bersaing dengan usaha kuliner lainnya di Kecamatan Panai Tengah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian serta penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada pemilik dan karyawan Warung Bakso Banis di Kecamatan Panai Tengah yang telah memberikan izin, informasi, dan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada para pelanggan yang telah bersedia menjadi informan dan meluangkan waktu untuk memberikan informasi melalui wawancara. Tidak lupa, peneliti menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing serta semua pihak yang telah memberikan arahan, masukan, dan dukungan sehingga penelitian dan penyusunan artikel ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menjadi bahan masukan bagi pengembangan usaha Warung Bakso Banis ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

Amanda, M., P, R. F., & H, J. R. (2022). *Analisis Strategi Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan UMKM (Studi Kasus : Singgah Selalu & Rumah Kue Alifa)*. *XI*(01), 1–6.

Ardhy, I. M., Iswara, K., & Mahyuni, L. P. (2024). *Strategi UMKM Mempertahankan Pelanggan di Era Digitalisasi*. *8*(1), 143–155. https://doi.org/10.29408/jpek.v8i1.24222

Fadilah, A. N. U. R., Studi, P., Syariah, E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2024). *Peran strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan*.

Febrianti, A. nurul. (2024). *Analisis strategi promosi dalam memepertahankan loyalitas pelanggan pada umkm keripik tempe budamila puwakerto kidul, kabupaten banyumas*.

Mustika, W., Mansyuri, M. I., & Rubiyanti, D. (2025). *Pengaruh Brand Image dan Inovasi Pelayanan Terhadap Kembar Kabupaten Dompu Jurnal Strategi dan Inovasi Bisnis (JSIB)*. *1*.

Pelayanan, P. K., & Dan, P. H. (2024). *Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan strategi pemasaran terhadap kepuasan pelanggan pada mie gacoan karawang 1*. *13*, 304–325. https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.997

Program, M., Kewirausahaan, S., Shanti, I., & Bengkayang, B. (2023). *STRATEGIES TO MAINTAIN CUSTOMER LOYALTY IN CULINARY*. *11*(2), 191–210.

Putri, R. D., Maison, W., Alfiana, Y., Deslanisa, M., Fitrian, G., Mahaputra, U., Yamin, M., & Mikro, U. (2025). *Strategi membangun loyalitas pelanggan melalui kualitas produk pada umkm kota solok*. *2*(4), 2627–2635.

Putu Septarini[1]; (2026). *PENGARUHKUALITASPELAYANANDANLOYALITAS PELANGGANTERHADAPKINERJABISNISUMKMDI KABUPATENKLUNGKUNG,BALI*. *10*(1), 2134–2147.

Resma Ariswara1), T. A. (2024). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM (STUDI*

KASUS KEDAI DONKI EATERY & COFFEE). *2024*, 1024–1034.

Sefina, A., Aslami, N., Irwan, M., & Nasution, P. (2026). *Analisis Strategi Customer Relationship Management sebagai Upaya Mempertahankan Loyalitas Pelanggan dalam Pembelian Produk UMKM di Kecamatan Medan Tembung*. *4*.

Sulaiman, A., Sayyid, U., Rahmatullah, A., Syariah, F., Sayyid, U., & Rahmatullah, A. (2022). *LOYALITAS KONSUMEN DAN PROFITABILITAS PADA RICH ' S COFFE Program Studi Manajemen Bisnis Syariah , Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ,*. *11*(1), 19–29.

Virgio, R. D. R. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Makanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan dan loyalitas Pelanggan "KFC" Di Kota Surabaya*. 1–8.

Wulandari, A., & Rahmi, V. A. (2025). *ANALISIS STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN PADA BISNIS*. *14*, 39–49. https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1289