

**PENCIPTAAN NILAI PELAYANAN DIGITAL PADA PRODUK TAHU BAKSO TOPING
UNTUK MENJANGKAU PELANGGAN LEBIH LUAS.**

Eva Nurmayani, Aenani Tajrian, Bq. Silvia Zahra Tuhry. Isropiani
evanurmayani@gmail.com

Abstrak

Peluang dibidang kuliner sangat menjajikan karena menyagkut kebutuhan primer manusia. sekelompok remaja yang telah merintis usaha kecil menengah (UKM) mengalami penurunan penjualan karena terbatasnya waktu untuk pemasaran dan promo produk (kuliner) yang telah dibangun karena sedikitnya waktu untuk menjual dagangan secara manual/*offline* sehingga omzetnya mengalami penurunan secara drastis. Hal ini mendeorong pelaku UKM harus mampu memanfaatkan perkembangan revolusi digital seperti media sosial, dan teknologi smartpone serta akses internet dapat membantu memudahkan pelaku UKM dalam memasarkan produk secara digital meski pelaku UKM memiliki aktivitas yang berbeda. Tujuan penelitian ini untuk memberikan pemahaman dan melatih remaja pelaku UKM dalam meningkatkan penjualan dengan menggunakan layanan digital. Hasil penciptaan nilai pelayanan berhasil dilakukan karena pelaku UKM semakin termotivasi mengembangkan usaha karena omzet meningkat dan semakin banyak pelanggan baru yang mengunjungi media sosial mereka untuk melakukan pemesanan.

Kata kunci : Penciptaan Nilai, Pelayanan Digital, UKM

PENDAHULUAN

Sektor kuliner di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin modern dan dinamis. Preferensi konsumen terhadap makanan praktis, inovatif, dan terjangkau menjadi pendorong utama munculnya berbagai jenis usaha kuliner baru. Di tengah lanskap bisnis yang kompetitif ini, inovasi dan diferensiasi produk menjadi kunci utama untuk menarik perhatian pasar dan membangun loyalitas pelanggan. Bakso yang memiliki bahan dasar daging sapi dan daging ayam sebagai salah satu hidangan favorit bahkan bakso memiliki basis penggemar yang kuat di masyarakat Indonesia, sehingga terbersit ide untuk menciptakan produk dengan nama Tahu Bakso Topping.

Namun, untuk tetap relevan dan menarik bagi generasi kini, diperlukan sentuhan kreativitas yang mampu meningkatkan nilai jual dan pengalaman konsumen. Tahu Bakso

Topping bukan sekadar tahu bakso biasa; kami menghadirkan dimensi rasa baru melalui lima varian topping istimewa yakni: a). cabai rawit iris untuk sensasi pedas, b). daun bawang untuk aroma segar, c). wortel untuk tekstur dan nutrisi, keju untuk gurih yang melimpah, serta d). telur puyuh untuk sentuhan protein yang mengenyangkan. Kombinasi ini dirancang untuk menciptakan rasa yang enak dan memanjakan lidah, sekaligus memenuhi beragam preferensi konsumen.

Ditangan pelaku usaha yang merupakan remaja yang berdomisili di Desa Sanggeng Pancor, Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur menjadi menarik dilakukan Pengaduan Masyarakat yang terfokus pada pendampingan pemanfaatan Platform digital dalam pemasaran produk sehingga pelanggan makin banyak dan omset meningkat. Setiap porsi Tahu Bakso Topping disajikan secara higienis dalam paper bowl yang ramah lingkungan, dengan jumlah 5 (lima) buah tahu bakso per porsi, dengan harga Rp. 10.000,00. Bisnis ini memiliki target pasar yang luas dan terjangkau dari segala arah. Mudah diakses oleh pelanggan di mana pun berada dan apapun profesinya, seperti: pelajar, mahasiswa, karyawan, hingga keluarga yang mencari alternatif makanan ringan yang lezat dan ekonomis.

Ditengah gencarkan Revolusi Industri 5.0 serta perkembangan teknologi digital yang semakin pesat sangat perlu rasanya melakukan terobosan baru dalam menciptakan nilai pelayanan *online*. Ini diharapkan mampu memenuhi keinginan pelanggan untuk tertarik membeli atau melakukan pesanan tahu bakso topping tanpa terhalang jarak dan waktu. Penciptaan nilai bagi pembisnis pemula metitikberatkan pada pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Ada beberapa poin penting yang harus dipahami oleh pembisnis pemula terkait bagaimana melayani pelanggan ketika membutuhkan produk dan bagaimana supaya pelanggan kembali lagi. Zendesk (2024) berpendapat bahwa Layanan *online* /daring salah satu cara penggerak usaha untuk membantu dan melibatkan pelanggan melalui alat komunikasi digital. Layanan daring bertujuan untuk menyediakan dukungan pelanggan yang nyaman, efisien, dan personal membantu pelanggan untuk menyelesaikan masalah dan membuat keputusan tentang produk atau layanan. Pilo (2023) berpendapat Layanan pelanggan atau customer service adalah

segala aktivitas dan intraksi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk memenuhi, kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi konsumen mereka. Hal ini mencakup berbagai cara komunikasi antar perusahaan dengan konsumen atau pelanggan, seperti melalui telepon, obrolan online, email, atau intraksi, langsung di toko fisik. Tujuan utama adanya *customer service* adalah untuk memastikan pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka beli, serta memberikan pengalaman positif yang akan memotivasi mereka untuk tetap setia kepada mereka tersebut.

Pilo (2023) memberikan beberapa contoh layanan pelanggan: a). layanan pelanggan melalui email, b) layanan pelanggan melalui telepon, c). layanan pelanggan melalui chat, d). layanan pelanggan dengan IVR (*Interactive Voice Response*), d). layanan pelanggan secara langsung, e) layanan pelanggan berjalan, f). membangun hubungan baik, g). meningkatkan kepuasan pelanggan.

Di era digital seperti sekarang ini rasanya tidak lengkap jika pelaku usaha hanya mengandalkan pelayanan pelanggan dengan menggunakan offline atau secara konvensional. Pelayanan *online* merupakan salah satu cara yang penting dalam menjalankan bisnis apapun meskipun untuk pelaku usaha kecil menengah (UKM). Menurut Ashley (2023) Pelanggan *online* merupakan individu yang berintraksi dengan pelaku bisnis atau pedagang melalui saluran digital seperti situs web atau aplikasi seluler untuk melakukan intraksi, mencari informasi atau memberi umpan balik. Munculnya pelanggan online karena adanya upaya pelaku bisnis untuk menjual produk melalui penjualan online. Sunlety, (2024) berpendapat Penjualan online adalah cara mempromosikan produk pada era 4.0 dengan memanfaatkan platform yang diakses melalui jaringan internet baik melalui website, media social, iklan dan sebagainya. Penjualan online terkesan mudah karena bisa dilakukan di mana pun dan kapan pun. Jenis penjualan online yang dilakukan melalui facebook, instagram dan tiktok menggunakan media sosial. Sunlety (2024) memberikan pendapatnya mengenai Terdapat keuntungan besar melalui penjualan online seperti : 1). Biaya lebih murah, 2). Membangun hubungan baik dengan pelanggan, 3). Tidak terbatas ruang dan waktu, 4). Meningkatkan pendapatan bisnis yang lebih efektif. Media sosial digunakan tidak hanya

untuk promosi produk, tetapi juga untuk membangun komunitas dan manajemen yang kuat kepada pelanggan dekat mau pun jauh.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dengan mengelompokkan Mahasiswa terdiri dari 6 (enam) orang yang memang sudah terjun dalam usaha kecil menengah (UKM) menjual produk Tahu BaksO Topping. Tempat dilaksanakan PKM ini di kampus Universitas Hamzanwadi – Pancor. Pelaksanaan PKM ini melalui beberapa tahapan seperti observasi produk, kedua melakukan kegiatan dengan mendampingi mahasiswa mengambil gambar produk yang menarik dan memiliki nilai estetika, ketiga menciptakan pelayanan digital pada media sosial masing-masing peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat pelaksanaan pendampingan yang diawali dengan observasi produk, penulis menemukan permasalahan, pertama produk Tahu Bakso Topping tidak ditata secara menarik sehingga hasil gambar yang akan dikirim di sosial media tidak menarik. Padahal untuk menarik pelanggan harus menciptakan gambar yang menarik, unik dan memiliki nilai seni yang tinggi dengan tujuan untuk menarik minat pengguna media sosial. Kedua, terbatasnya fasilitas mahasiswa dalam pengambilan gambar karena mereka banyak yang memilih untuk indokos, serta kuota yang terkadang sampai beberapa hari tidak terisi karena terkendala biaya. Dari observasi yang ditemukan maka langkah Pelaksanaan PKM ini melalui beberapa fase:

1. Observasi

Observasi dilakukan pada pelaku UKM yang baru merintis usaha dan masing-masing sedang gencarnya mencari pelanggan dan melakukan beberapa strategi untuk mendapatkan pelanggan baru. Pendampingan ini memilih pelaku usaha yang masih muda dan produktif. Tempat pengabdian masyarakat yang dilakukan pendampingan layanan digital ini berada di desa Sanggeng, Kecamatan Selong, Kabupaten Lombok Timur.

2. Mempersiapkan Alat dan Bahan produk Tahu Bakso Topping

Alat:

1. Panci listrik untuk merebus (bisa menggunakan panci biasa direbus di atas kompor).
2. Sendok kecil atau pisau untuk mengeruk tahu.
3. Mangkuk.
4. Sumpit atau garpu.

3. Langkah Pembuatan Tahu Bakso Topping

Proses pembuatan Tahu Bakso Topping dibagi menjadi dua bagian utama:

a). adonan bakso, b). dan persiapan tahu bakso topping.

A. Bahan Adonan Bakso

Bahan-bahan yang dibutuhkan untuk adonan bakso adalah:

- a. 0.5 kg daging ayam giling segar
- b. 1 butir telur
- c. 2 sendok makan bawang goreng
- d. 1 siung bawang putih
- e. 4 sendok makan tepung tapioka/maizena
- f. 1 sendok teh baking powder
- g. Garam secukupnya
- h. Merica secukupnya

Cara Membuat Adonan Bakso:

Langkah 1 : Campurkan semua bahan adonan bakso (daging ayam giling, telur, bawang goreng,

bawang putih, tepung tapioka/maizena, baking powder, garam, dan merica) ke dalam wadah.

Langkah 2 : Haluskan semua bahan hingga menjadi adonan kental dan tercampur rata. Proses ini

bisa dilakukan menggunakan *food processor* atau diuleni secara manual hingga kalis.

Langkah 3 : Adonan bakso siap untuk dibuat

B. Persiapan Tahu Bakso Topping:

Bahan Tambahan:

- a. Tahu pong
- b. Cabai rawit (potong kecil-kecil atau biarkan utuh jika ingin rasa pedas)
- c. Wortel (parut halus atau potong dadu kecil)
- d. Keju cheddar (parut)

- e. Telur puyuh (rebus, kupas, dan belah dua)
- f. Daun bawang (iris tipis)

Cara Membuat Tahu Bakso Topping:

Langkah 1 : Lubangi tahu pong, kemudian isi rongga tahu dengan adonan bakso.

Langkah 2 : Letakkan topping pilihan Anda di atas adonan bakso.

Contohnya: a. Untuk cabai rawit: Letakkan irisan cabai rawit di atas adonan.

b. Untuk keju: Taburkan keju parut atau letakkan potongan keju.

c. Untuk telur puyuh: Letakkan separuh telur puyuh (yang sudah dibelah).

Langkah 3 : Didihkan air dalam panci besar.

Langkah 4 : Setelah air mendidih, kecilkan api hingga air tidak terlalu meletup-letup.

Langkah 5: Masukkan tahu bakso yang sudah dibentuk secara perlahan ke dalam air panas.

Langkah 6 : Masak hingga tahu bakso mengapung dan matang sempurna (sekitar 15-20 menit tergantung ukuran).

Langkah 7 : angkat tahu bakso yang sudah matang dan langsung masukkan ke dalam wadah.

4. Penataan dan Pengambilan Gambar

Produk Tahu Bakso Topping akan dikemas menggunakan paper bowl berukuran 650 ml. Pemilihan paper bowl ini mempertimbangkan aspek kepraktisan, kebersihan, dan estetika. Satu set tusukan akan disertakan dalam setiap kemasan untuk memudahkan konsumen mengonsumsi produk. Tahu Bakso Topping yang telah jadi dimasukkan ke dalam paper bowl. Tusukan diletakkan di samping atau di atas paper bowl.

Produk tahu bakso topping yang sudah siap dipasarkan perlu dilakukan pengemasan dengan menggunakan kemasan yang menarik dan terlihat rapi. Penataan yang rapi perlu dilakukan sebelum pengambilan gambar dengan menentukan tepat dan indah sehingga menghasilkan gambar yang bagus.

5. Pelaksanaan Layanan Digital

Kegiatan selanjutnya adalah mengirim hasil photo ke media sosial seperti *Facebook, Instagram, Tik-tok* dan *Grup WhatApps* pada akun masing-masing dengan men-*tag* beberapa teman dan keluarga untuk menjangkau *posting-an* lebih luas. Aktif mengecek perkembangan komentar yang masuk ke media sosial masing-masing dan segera segera memalas komentar meski pun komentar teman berupa pertanyaan atau belum berniat membeli. Karena itulah pentingnya penciptaan nilai menggunakan layanan digital.

SIMPULAN

Pengabdian terhadap masyarakat ini terfokus pada permasalahan pemasaran pelaku usaha yang baru saja memulai usaha mereka dalam bidang UKM. Penciptaan nilai yang terfokus pada bimbingan layanan atau pemasaran melalui platform digital menjadi penting karena minimnya trik dan pemahaman para pelaku usaha mengenai platform digital yang sedang berkembang pesat, baik itu *instagram, tik-tok, facebook* dan *grup WhatsApp*. Setelah melakukan pendampingan pada remaja yang ada di desa Sangeng – Pancor Lombok Timur dengan cara memberikan edukasi dan pemahaman memanfaatkan platform digital dalam usaha, baik itu cara pengambilan gambar yang menarik dengan dibekali trik dan strategi pemasaran melalui platform digital akan meningkatkan jumlah pelanggan dan omset penjualan pasti juga meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Ashely. 2023. *Memelihara dan Mengembangkan Situs Web Koersial*. 10 Juni 2025,
<https://www.sciencedirect.com>

Isdianti, Herlina. 2024. *Mengenal Nilai Pelanggan dalam Bisnis dan Cara Menciptakannya*. 01

Juli 2025, <https://www.barantum.com>

Pilo, Rani. 2023. *Layanan Pelanggan adalah Cerminan Kualitas Perusahaan*, 23 Juni 2025, <https://phintraco.com>

Purnamawati, Annida, dkk. (2024) Tips dan Trik Pemasaran Digital Bagi BUMDes Banaran

Kulon Progo untuk meningkatkan minat Beli Masyarakat. *Prawara Jurnal Abdimas*. No.

4, vol. 3 (132-138). DOI: <https://doi.org/10.63297/abdimas.v3i4>

Rusdiana, H.A. (2014). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia

Zendeks Blog. 2024. *What is online customer service? + 9 Ways to improve it sepet*. 23 Juni

2025, <https://www.zendesk.com>