



PENDAMPINGAN PENINGKATAN KUALITAS DAN DIVERSIFIKASI PRODUK PADA BOLU AULIA BAKERY KECAMATAN ROGOJAMPI KABUPATEN BANYUWANGI

Jemi Cahya Adi Wijaya ^a, Randhi Nanang Darmawan ^{b*}, Adetiya Prananda Putra ^c, Ahmadintya Anggit Hanggraito ^d, Bambang Setiawan^e.

^a Jurusan Pariwisata, jemi.cahya@poliwangi.ac.id, Politeknik Negeri Banyuwangi

^b Jurusan Pariwisata, randhi@poliwangi.ac.id, Politeknik Negeri Banyuwangi

^c Jurusan Pariwisata, adit.prananda@poliwangi.ac.id, Politeknik Negeri Banyuwangi

^d Jurusan Pariwisata, ahmadintya.anggithanggraito@poliwangi.ac.id, Politeknik Negeri Banyuwangi

^e SDN 1 Alasmalang, bambang182@gmail.com, Kecamatan Singojuruh-Banyuwangi

*correspondence

ABSTRACT

The improvement of product quality and diversification has become a significant strategy in the field of community economic development. This article examines the pivotal role of mentoring in enabling Bolu Aulia Bakery to enhance the quality of their products and expand the range of products they offer. Mentoring is a knowledge-based and best-practice approach that provides technical and managerial guidance to Bolu Aulia Bakery's employees, assisting them in adopting technological innovations, improving production processes, and raising quality standards. Furthermore, mentoring has facilitated diversification of the Bolu Aulia Bakery product range, enabling the company to meet the diverse needs of the market. By combining participatory and capacity-building approaches, mentoring provides a significant boost to local economic growth and improved community welfare. This article presents case studies and best practice analyses of effective strategies and approaches to mentoring quality improvement and product diversification. It also highlights the benefits of these strategies in the context of sustainable economic development.

Keywords: Banyuwangi, Bolu Aulia Bakery, Product Diversification, Product Quality.

Abstrak

Pendampingan dalam meningkatkan kualitas dan diversifikasi produk telah menjadi strategi penting dalam pengembangan ekonomi masyarakat. Artikel ini membahas peran penting kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat berupa pendampingan dalam membantu Bolu Aulia Bakery untuk meningkatkan kualitas produk mereka serta memperluas ragam produk yang ditawarkan. Melalui pendekatan berbasis pengetahuan dan praktik terbaik, pendampingan menyediakan bimbingan teknis dan manajerial kepada karyawan Bolu Aulia Bakery, membantu mereka dalam mengadopsi inovasi teknologi, memperbaiki proses produksi, dan meningkatkan standar kualitas. Selain itu, pendampingan juga mendorong Bolu Aulia Bakery untuk melakukan diversifikasi produk, memperluas portofolio mereka untuk memenuhi berbagai kebutuhan pasar. Dengan menggabungkan pendekatan partisipatif dan peningkatan kapasitas, pendampingan memberikan dorongan yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Melalui studi kasus dan analisis best practice, artikel ini menguraikan strategi dan pendekatan yang efektif dalam pendampingan peningkatan kualitas dan diversifikasi produk, serta menyoroti manfaatnya dalam konteks pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Kata Kunci: Banyuwangi, Bolu Aulia Bakery, Diversifikasi Produk, Kualitas Produk.

1. PENDAHULUAN

Bolu Aulia adalah sebuah bakery populer di Kecamatan Rogojampi, Kabupaten Banyuwangi, Indonesia yang terkenal dengan produk bolu yang lezat dan empuk. Proses produksi di Bolu Aulia melibatkan bahan-bahan yang dipilih dengan hati-hati, tukang bolu terampil, dan teknik baking tradisional yang telah diturunkan melalui generasi. Pelanggan dari dekat dan jauh berkumpul ke Bolu Aulia untuk bolu tanda

tangan mereka, dari baguette klasik hingga bolu beraroma unik. Komitmen untuk kualitas dan rasa jelas dalam setiap gigitan, membuat Bolu Aulia menjadi lembaga yang dicintai di masyarakat setempat. Salah satu contoh keahlian Bolu Aulia dalam memproduksi bolu pandan yang masih original buatan tangan (*home made*), yang dibuat menggunakan daun pandan segar yang berasal dari petani lokal. Daun pandan dengan hati-hati dicampur ke dalam bolu, memberikan bolu warna hijau yang hidup dan aroma tropis yang beraroma yang membedakannya dari bolu lainnya. Para tukang bolu yang terampil di Bolu Aulia kemudian menggunakan teknik pembuatan bolu tradisional untuk memastikan bahwa setiap bolu dipanggang dengan sempurna, menghasilkan tekstur yang lembut dan empuk yang membuat pelanggan tetap datang. Sementara bolu pandan Bolu Aulia mungkin populer di masyarakat setempat, penggunaan daun pandan segar dan teknik pembuatan tradisional mungkin tidak selalu menjamin produk yang unik atau unggul dibandingkan dengan bakery lainnya. Selain itu, preferensi rasa bersifat subjektif, dan tidak semua orang dapat menikmati rasa tropis bolu pandan [1], [2].

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dari akademisi memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan oleh bisnis seperti Bolu Aulia. Dengan mendapatkan bahan-bahan lokal dan mendukung petani lokal, Bolu Aulia tidak hanya memastikan kesegaran dan kualitas produk mereka tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan dan pertumbuhan masyarakat. Komitmen ini untuk layanan masyarakat tidak hanya meningkatkan reputasi Bolu Aulia Bakery tetapi juga mendorong rasa bangga dan loyalitas di antara pelanggan, yang menghargai dampak positif pembelian mereka pada ekonomi lokal. Selain itu, dengan terlibat aktif dengan komunitas dan mendengarkan umpan balik mereka, Bolu Aulia dapat terus meningkatkan dan berinovasi, memastikan bahwa mereka tetap menjadi lembaga yang dicintai di daerah selama bertahun-tahun mendatang. Melalui kemitraan dengan petani dan pemasok lokal, Bolu Aulia menyediakan bahan-bahan yang paling segar sambil mendukung bisnis kecil di daerah ini. Komitmen ini untuk keterlibatan masyarakat tidak hanya menguntungkan bakery tetapi juga memperkuat ikatan antara penduduk dan bisnis lokal. Dengan memprioritaskan keberlanjutan dan pertumbuhan komunitas, Bolu Aulia memberikan contoh bagi bisnis lain untuk mengikuti, menciptakan dampak dari perubahan positif di lingkungan.

Dalam lanskap bisnis yang pesat dan terus berkembang saat ini, perusahaan harus menemukan keseimbangan yang halus antara tanggung jawab sosial dan praktik bisnis tradisional [3]. Dengan memprioritaskan keberlanjutan dan pertumbuhan masyarakat, Bolu Aulia tidak hanya memberikan contoh bagi bisnis lain untuk diikuti, tetapi juga menciptakan efek perubahan positif di lingkungan. Sementara keterlibatan masyarakat dan keberlanjutan adalah nilai-nilai penting bagi bisnis untuk fokus pada produk berkualitas dan kepuasan pelanggan untuk tetap sukses dalam jangka panjang. Tanpa secara konsisten memberikan barang-barang baku yang luar biasa dan layanan yang sangat baik, bahkan bisnis yang paling bertanggung jawab secara sosial dapat berjuang untuk mempertahankan pelanggan dan berkembang di pasar yang kompetitif [4].

Dengan mempelajari bagaimana bisnis dapat secara efektif menyeimbangkan keterlibatan masyarakat dan keberlanjutan dengan produk berkualitas dan kepuasan pelanggan, kami dapat memperoleh wawasan berharga tentang kunci keberhasilan di pasar modern. Melalui eksplorasi ini, kami berharap untuk memberikan strategi praktis bagi perusahaan untuk mengintegrasikan tanggung jawab sosial ke dalam operasi mereka sambil mempertahankan fokus yang kuat pada memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pada akhirnya, PKM ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa bisnis dapat mencapai kesuksesan berkelanjutan dengan memprioritaskan tanggung jawab sosial dan praktik bisnis tradisional. Meskipun penting untuk memprioritaskan tanggung jawab sosial dan keterlibatan masyarakat, bisnis juga harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti persaingan, tren pasar, dan stabilitas keuangan untuk benar-benar mencapai keberhasilan berkelanjutan di pasar modern. Berfokus hanya pada tanggung jawab sosial mungkin tidak selalu sejalan dengan garis bawah dan berpotensi dapat menghalangi kemampuan bakery untuk tetap kompetitif dan menguntungkan [5].

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sejarah Bolu Aulia

Produksi roti Bolu Aulia memiliki sejarah yang kaya yang berasal dari beberapa dekade. Didirikan oleh keluarga tukang roti di kota kecil Aulia, perusahaan ini awalnya dimulai sebagai toko roti kecil yang mengkhususkan diri dalam roti dan kue tradisional Indonesia. Selama bertahun-tahun, Bolu Aulia telah tumbuh dalam popularitas, memperluas lini produk dan saluran distribusi untuk menjangkau audiens yang lebih luas baik lokal maupun internasional. Dengan komitmen untuk menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dan teknik baking tradisional, Bolu Aulia telah membangun reputasi yang kuat untuk

memproduksi makanan yang lezat dan otentik yang disukai pelanggan. Hari ini, Bolu Aulia dikenal sebagai produsen terkemuka dari bahan baku Indonesia, dengan berbagai macam produk yang tersedia di supermarket dan toko khusus di seluruh dunia. Terlepas dari pertumbuhan dan kesuksesan, perusahaan tetap setia pada akarnya, terus mempertahankan nilai-nilai dan dedikasi yang sama untuk kualitas yang telah diturunkan melalui generasi. Komitmen berkelanjutan Bolu Aulia untuk inovasi dan keunggulan memastikan bahwa pelanggan selalu dapat mengharapkan tingkat rasa dan kesegaran yang sama dalam setiap gigitan. Dengan basis pelanggan yang setia dan semangat untuk melestarikan warisan kuliner Indonesia, Bolu Aulia menantikan banyak tahun lagi kesuksesan di industri bakery.

Sementara Bolu Aulia mungkin memiliki berbagai macam produk dan komitmen untuk kualitas, penting untuk mempertimbangkan dampak lingkungan dari produksi massal dan distribusi barang-barang mereka. Selain itu, fokus pada nilai-nilai tradisional dan dedikasi terhadap kualitas dapat membatasi kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen dan tren di pasar [6].

2.2 Tantangan Kedepan Bolu Aulia

Tantangan dan masalah saat ini yang dihadapi Bolu Aulia termasuk meningkatnya persaingan dari rantai bakery yang lebih besar, meningkatnya biaya bahan dan produksi, dan kebutuhan untuk mempertahankan keseimbangan antara tradisi dan inovasi. Untuk tetap unggul di pasar, Bolu Aulia harus terus mengembangkan produk dan strategi pemasaran mereka sambil tetap setia pada nilai-nilai inti mereka. Menemukan cara untuk mengurangi jejak karbon mereka dan menerapkan praktik berkelanjutan akan sangat penting untuk menarik konsumen yang sadar lingkungan dan tetap relevan dalam industri yang selalu berubah. Terlepas dari tantangan-tantangan ini, Bolu Aulia tetap berkomitmen untuk menyediakan pelanggan dengan bahan baku berkualitas tinggi dan mempertahankan tradisi kuliner Indonesia yang kaya. Misalnya, Bolu Aulia dapat memperkenalkan rasa dan bahan baru ke resep tradisional mereka, seperti memasukkan buah organik yang berasal dari sumber lokal atau menggunakan pemanis alternatif. Mereka juga dapat berinvestasi dalam bahan kemasan yang ramah lingkungan dan peralatan yang hemat energi untuk mengurangi dampak lingkungan mereka sambil tetap memberikan hidangan lezat kepada pelanggan setia mereka. Sementara memperkenalkan rasa dan bahan baru dapat menarik basis pelanggan yang lebih luas, itu juga dapat mengasingkan pelanggan tradisional yang lebih memilih resep asli. Selain itu, investasi dalam praktik ramah lingkungan dapat meningkatkan biaya produksi, yang berpotensi menyebabkan harga yang lebih tinggi bagi konsumen [7].

2.3 Upaya Yang Sudah Dilakukan

Upaya sebelumnya untuk meningkatkan kualitas dan keberlanjutan di industri bakery telah menunjukkan hasil campuran. Beberapa bakery telah berhasil menerapkan perubahan ini dan melihat respons positif dari pelanggan, sementara yang lain telah berjuang untuk menyeimbangkan biaya inisiatif ini dengan garis bawah mereka. Penting bagi tukang roti untuk mempertimbangkan dengan hati-hati manfaat dan kerugian potensial dari membuat perubahan ini sebelum bergerak maju. Melakukan riset pasar dan mengumpulkan umpan balik dari pelanggan dapat membantu informasi pengambilan keputusan dan memastikan bahwa setiap perubahan sejalan dengan preferensi dan nilai-nilai audiens sasaran. Dengan hati-hati menimbang pro dan kontra implementasi praktik ramah lingkungan dan resep baru, bakery dapat menempatkan diri sebagai pemimpin di industri sambil tetap mempertahankan loyalitas basis pelanggan inti mereka.

Bolu Aulia bakery sudah memproduksi roti Bolu selama kurang lebih 10 tahun dan sudah memiliki pelanggan di berbagai kecamatan di Kota Banyuwangi bahkan juga sudah dikirim ke Pulau Bali dan Pulau Madura. Packaging yang sederhana dan belum melakukan pemasaran online adalah kondisi yang dilakukan Cak Hardik sebagai owner Bolu Aulia Bakery yang mempekerjakan 10 karyawan yang semuanya lulusan Sekolah Menengah Pertama (SMP).

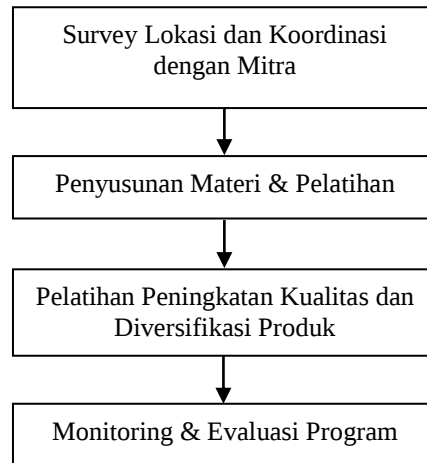


Gambar 1. Proses Produksi dan Packaging di Bolu Aulia Bakery

*Pendampingan Peningkatan Kualitas Dan Diversifikasi Produk Pada Bolu Aulia Bakery
Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi (Jemi Cahya Adi Wijaya)*

3 METODOLOGI PENELITIAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berkaitan dengan permasalahan mitra yang berfokus pada peningkatan kualitas dan diversifikasi produk di Bolu Aulia Bakery dilakukan kegiatan peningkatan keterampilan melalui semacam pelatihan dan pendampingan peningkatan kualitas manajemen produksi guna mendapatkan diversifikasi produk Bolu yang berdaya saing yang dikelola oleh mitra. Pada kegiatan ini, diharapkan mitra selalu berpartisipasi dan berperan aktif pada setiap tahapan kegiatan. Adapun tahapan-tahapan yang akan dilakukan untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini mengacu kepada [8] dan [2] adalah sebagai berikut.



Gambar 2. Langkah-langkah kegiatan PKM di Bakery Bolu Aulia

3.1 Survey Lokasi dan Koordinasi dengan Mitra

Tahapan awal dalam persiapan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah melakukan survey lokasi secara menyeluruh untuk mengidentifikasi karakteristik, potensi, dan tantangan yang dihadapi oleh mitra yaitu bakery Bolu Aulia. Selain itu, koordinasi dengan mitra lokal seperti lembaga pemerintah, organisasi non-pemerintah, atau komunitas setempat sangat penting untuk memastikan bahwa rencana kegiatan yang disusun dapat mengakomodasi kebutuhan dan aspirasi masyarakat secara efektif. Langkah-langkah ini memberikan landasan yang kuat untuk merancang dan melaksanakan program yang berdampak positif dan relevan bagi mitra dan masyarakat yang dilayani.

3.2 Penyusunan Materi & Pelatihan

Penyusunan materi dan pelatihan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melibatkan proses menyeluruh dalam merancang konten yang sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman audiens target. Ini meliputi identifikasi isu-isu kunci yang ingin disampaikan, penyusunan materi yang informatif dan mudah dipahami, serta pengembangan metode pelatihan dan pendampingan yang interaktif dan partisipatif. Dengan pendekatan yang terarah dan berbasis bukti, penyusunan materi dan pelatihan dapat menjadi instrumen yang kuat dalam memberdayakan masyarakat untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.

3.3 Pelatihan Peningkatan Kualitas dan Diversifikasi Produk

Pelatihan peningkatan kualitas dan diversifikasi produk adalah upaya yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan produsen dalam menghasilkan barang atau jasa yang lebih baik secara kualitas maupun variasi. Contohnya, dalam konteks bakery, pelatihan ini mungkin mencakup teknik pengolahan makanan yang lebih efektif, praktik proses pengovenan yang tepat, atau penggunaan teknologi modern dalam pemantauan dan manajemen produksi dan keuangan. Selain itu, pelatihan juga bisa fokus pada diversifikasi produk, Contoh lainnya adalah pelatihan dalam pengolahan makanan untuk menghasilkan produk olahan bernilai tambah, serta memiliki varian yang sesuai dengan kebutuhan dan trend pasar, sehingga dapat bersaing secara luas.

3.4 Monitoring & Evaluasi Program

Monitoring dan evaluasi merupakan bagian integral dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang memastikan efektivitas, efisiensi, dan dampak positif dari program yang dilaksanakan. Melalui proses ini, dapat teridentifikasi capaian-capaian yang telah dicapai, kendala yang dihadapi, serta pembelajaran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas dan relevansi program di masa mendatang.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Dampak Pengabdian Kepada Masyarakat Terhadap Kualitas Produksi

Hasil dari mengintegrasikan inisiatif Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ke dalam operasional bakery Bolu Aulia dapat memiliki dampak yang signifikan pada kualitas produksi dan loyalitas pelanggan. Dengan terlibat dengan mitra melalui acara pelatihan dan pendampingan, bakery Bolu Aulia dapat membangun basis pelanggan yang setia yang tidak hanya menghargai produk lezat tetapi juga komitmen bakery untuk memberikan kembali. Ini dapat menyebabkan peningkatan pemasaran kata-kata, ulasan online yang positif, dan pada akhirnya, penjualan yang lebih tinggi. Selain itu, rasa bangga dan tujuan yang datang dari terlibat dalam pelayanan masyarakat juga dapat meningkatkan moral dan produktivitas karyawan, meningkatkan kualitas keseluruhan produksi.



Gambar 3. Produk Bolu Aulia Bakery

Selain itu, upaya keterlibatan masyarakat ini juga dapat membantu bakery membedakan diri dari pesaing di pasar (diversifikasi produk). Dengan menunjukkan dedikasi mereka untuk membuat dampak positif di luar hanya menjual barang-barang roti, bakery dapat menonjol sebagai bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan etis. Ini dapat menarik pelanggan yang menghargai dukungan bisnis yang memprioritaskan memberikan kembali kepada komunitas, lebih memperkuat loyalitas mereka. Di pasar yang kompetitif, titik penjualan unik ini dapat menjadi faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang. Selain itu, reputasi positif yang diperoleh dari keterlibatan masyarakat dapat membantu atmosfer bakery Bolu Aulia setiap potensi atau tantangan yang mungkin timbul. Secara keseluruhan, manfaat keterlibatan mitra dengan tim PKM jauh melampaui hanya meningkatkan penjualan dan kualitas produksi, menciptakan *efek ripple* yang berdampak pada semua aspek bisnis.

4.2 Umpan Balik dari konsumen dan Stakeholder

Dengan secara aktif mencari input dan mendengarkan kebutuhan dan preferensi masyarakat, bakery Bolu Aulia dapat menyesuaikan pendekatan untuk lebih memenuhi harapan konsumen dan pangsa pasar. Umpan balik ini juga dapat membantu mengidentifikasi area untuk perbaikan dan inovasi, memungkinkan bakery untuk tetap di depan kompetisi dan terus tumbuh dan berevolusi dengan kebutuhan masyarakat yang berubah. Dengan mempromosikan komunikasi terbuka dan kolaborasi dengan konsumen dan stakeholder, bakery dapat membangun kepercayaan dan loyalitas, menciptakan dasar yang kuat untuk kesuksesan jangka panjang. Selain itu, dengan memasukkan umpan balik ke dalam proses pengambilan keputusan, bakery dapat menunjukkan bahwa mereka menghargai pendapat dan input dari pelanggan dan pemangku kepentingan. Ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga mendorong rasa kepemilikan dan kebanggaan di dalam komunitas. Pada akhirnya, pendekatan ini dapat menyebabkan peningkatan loyalitas merek, iklan kata-kata positif, dan pertumbuhan berkelanjutan untuk bakery dalam jangka panjang. Sementara komunikasi dan kolaborasi dengan konsumen dan pemangku kepentingan dapat bermanfaat, penting untuk mempertimbangkan bahwa tidak semua umpan balik mungkin sejalan dengan visi atau tujuan keseluruhan bakery. Selain itu, bergantung terlalu banyak pada input eksternal dapat menyebabkan kurangnya inovasi dan kreativitas dalam bisnis.



Gambar 3. Ketua Tim PKM (kanan) Bersama Pemilik Bakery Bolu Aulia (kiri), Diskusi Analisis Umpun Balik dari Konsumen dan Stakeholder

4.3 Perbandingan Sebelum dan Sesudah Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan

Perbandingan sebelum dan sesudah kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam tingkat kepuasan pelanggan, dengan banyak pendukung mengungkapkan penghargaan mereka untuk dedikasi bakery Bolu Aulia untuk kualitas dan layanan pelanggan. Implementasi sistem umpan balik tidak hanya memungkinkan komunikasi yang lebih efektif dengan pelanggan, tetapi juga memberikan wawasan berharga di beberapa aspek produksi untuk perbaikan dan peluang untuk pertumbuhan. Akibatnya, bakery Bolu Aulia mampu membuat perubahan strategis yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan mereka tetapi juga selaras dengan tujuan bisnis jangka panjang mereka. Dengan memprioritaskan umpan balik pelanggan dan mengintegrasikannya ke dalam proses pengambilan keputusan mereka, bakery mampu menciptakan pendekatan yang lebih berpusat pada pelanggan yang pada akhirnya menyebabkan peningkatan penjualan dan profitabilitas. Bakery melihat peningkatan yang signifikan dalam kepuasan pelanggan dan loyalitas sebagai hasil dari upaya mereka untuk mendengarkan dan menanggapi umpan balik. Reputasi positif ini menyebar melalui kata-kata, menarik pelanggan baru dan memperluas basis pelanggan mereka. Dengan terus-menerus mencari umpan balik dan membuat penyesuaian berdasarkan input pelanggan, bakery dapat tetap di depan kompetisi dan memperkuat posisi mereka sebagai pilihan terbaik untuk barang-barang di pangsa pasar.



Gambar 4. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan Peningkatan Kualitas dan Diversifikasi Produk

Akibatnya, bakery Bolu Aulia mulai melihat aliran pelanggan berulang yang tidak hanya puas dengan kualitas produk tetapi juga dengan layanan yang dipersonalisasi yang mereka terima. Pendekatan yang berpusat pada pelanggan ini juga memungkinkan bakery untuk memperkenalkan produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan dan preferensi spesifik klien mereka. Dengan terlibat aktif dengan pelanggan mereka dan membangun hubungan yang kuat, bakery mampu menciptakan pengikut setia yang terus mendukung bisnis mereka melalui masa-masa baik dan tantangan. Fokus ini pada kepuasan pelanggan tidak

hanya membantu bakery berkembang di pasar yang kompetitif tetapi juga mempromosikan rasa komunitas dan koneksi di antara sponsor mereka. Komitmen bakery untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan mereka memastikan bahwa mereka tetap menjadi establishment yang dicintai di komunitas. Pelanggan menghargai perhatian pada detail dan sentuhan pribadi yang membedakan bakery dari pesaingnya. Akibatnya, bisnis itu menikmati dukungan yang konsisten dan rujukan lisan, mengkonsolidasikan tempatnya sebagai batu penjuru lingkungan. Hubungan yang kuat antara bakery dan pelanggan dibangun di atas dasar rasa hormat dan kepercayaan bersama, menjadikannya sebuah kisah sukses sejati di dunia bisnis kecil.

Sebagai tahap akhir serangkaian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), maka dilakukan monitoring dan evaluasi sebagai bentuk komparasi sebelum dan sesudah kegiatan PKM ini dilaksanakan, tabel berikut menunjukkan komparasi tersebut sehingga kegiatan PKM ini dapat dikatakan sesuai dengan kebutuhan mitra.

Tabel 1. Perbandingan Sebelum dan Sesudah Pendampingan Peningkatan Kualitas dan Diversifikasi Produk Bolu Aulia

No.	Aspek	Sebelum Pendampingan	Sesudah Pendampingan
1	Proses Produksi	Penggunaan resep masih berdasarkan feeling dan kebiasaan	Resep sudah ditakar sesuai kebutuhan jumlah produksi dan diinventarisir dengan baik
2	Belanja Bahan Baku	Masih belanja bahan baku di pasar lokal	Sudah melakukan kerjasama dengan Stakeholder/mitra di desa sebagai pemasok telur dan tepung
3	Penyusunan Laporan Keuangan	Belum tertata dengan baik hanya dicatat di kertas kosong yang berserakan	Sudah mulai menerapkan SAK-EMKM (pendampingan berkala)
4	Varian Produk	Hanya ada rasa Bolu susu	Sudah ada rasa tape dan pandan
5	Packaging	Masih sederhana belum ada label dan informasi produk	Sudah memiliki informasi produk yang jelas dan lengkap

5 KESIMPULAN DAN SARAN

Keberhasilan bakery Bolu Aulia dapat dikaitkan dengan beberapa faktor kunci, termasuk komitmen mereka untuk kepuasan pelanggan dan kemampuan mereka untuk membedakan diri mereka di pasar yang ramai. Dengan fokus pada penyediaan produk berkualitas tinggi dan layanan yang luar biasa, bakery Bolu Aulia mampu menciptakan basis pelanggan yang setia yang terus datang kembali untuk lebih. Selain itu, kehadiran komunitas bakery yang kuat dan reputasi untuk keandalan membantu menarik pelanggan baru dan mempertahankan aliran bisnis yang stabil. Secara keseluruhan, kesuksesan bakery dapat berfungsi sebagai pelajaran berharga bagi bisnis kecil lainnya yang ingin berkembang di industri yang kompetitif. Selain faktor-faktor ini, upaya pemasaran strategis bakery memainkan peran penting dalam kesuksesan mereka. Mereka menggunakan platform media sosial untuk menampilkan produk mereka dan berinteraksi dengan pelanggan, menciptakan kehadiran online yang kuat yang membantu meningkatkan kesadaran merek. Dengan secara konsisten memenuhi janji-janji mereka dan melebihi harapan pelanggan, Bolu Aulia Bakery mampu membangun reputasi positif yang menyebar melalui rekomendasi kata-kata. Pada akhirnya, dedikasi mereka untuk kualitas, layanan, dan keterlibatan masyarakat memisahkan mereka dari pesaing mereka dan memungkinkan mereka untuk berkembang di pasar yang menantang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. S. Wahyuningrum and E. Emilda, "Penyuluhan Penggunaan Bahan Pewarna Pada Makanan Di Desa Ranca Bungur Kabupaten Bogor," *RESWARA J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 1, pp. 552–560, 2023, doi: 10.46576/rjpkkm.v4i1.2516.
- [2] R. N. Darmawan, K. Kanom, and ..., "Pelatihan Peningkatan Daya Saing Produk Makanan Cimplung Sebagai Kuliner Khas Desa Bunder Banyuwangi," *J. Pengabd. ...*, vol. 3, no. 1, pp. 192–200, 2022, [Online]. Available: <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkkm/article/view/308%0Ahttp://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkkm/article/download/308/262>
- [3] S. Tahir, Rusdin, Budi Harto, Arief Yanto Rukmana, Rino Subekti, Ervina Waty, Agatha Christy Situru, *Transformasi Bisnis di Era Digital (Teknologi Informasi dalam Mendukung Transformasi Bisnis di Era Digital)*, no. August. 2023.

- [4] M. Anwar, “Green Economy Sebagai Strategi Dalam Menangani Masalah Ekonomi Dan Multilateral,” *J. Pajak dan Keuang. Negara*, vol. 4, no. 1S, pp. 343–356, 2022, doi: 10.31092/jpkn.v4i1s.1905.
- [5] U. Karomah, “KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN: Tantangan Sinergi Multi-sektor dan Multi-dimensi SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: Synergy Challenge for Multi-Sectors and Multi-Dimension,” *J. Ekon. dan Pembang.*, pp. 103–123, 2013.
- [6] E. Widajanti, “Mencapai Keunggulan Kompetitif Dengan Berfokus Pada Kepuasan Pelanggan,” *J. Ekon. dan Kewirausahaan*, vol. 7, no. 1, pp. 8–19, 2007.
- [7] dkk Deden Wahab, *Ekosistem Bisnis dan Transformasi Digital*, vol. 1. 2023.
- [8] R. N. Darmawan, A. P. Putra, B. Setiawan, S. Dasar, and N. Alasmalang, “Jurnal abdidias,” vol. 4, no. 3, pp. 250–256, 2023.