

## PERAN PELAYANAN DAN INOVASI DALAM BERKELANJUTAN UMKM KIOS YANG BERPENGALAMAN

### THE ROLE OF SERVICE AND INNOVATION IN THE SUSTAINABILITY OF EXPERIENCED KIOS UMKM

<sup>1)</sup>Nur Aida Permatasari Ago, <sup>2)</sup>Nur Iftitah

<sup>1,2)</sup>Universitas Muhammadiyah Maumere

Jalan Jendral Sudirman, Waioti, Maumere, Indonesia

\*Email: [nurintan94631@gmail.com](mailto:nurintan94631@gmail.com)

#### ABSTRAK

Kios Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran signifikan dalam mendukung perekonomian lokal, terutama di Indonesia. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat akibat perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, keinginan kios UMKM menjadi tantangan tersendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran pelayanan dan inovasi dalam keinginan kios UMKM yang telah berpengalaman. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini melibatkan wawancara mendalam dengan pemilik atau pengelola kios yang telah beroperasi lebih dari lima tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas, seperti interaksi yang ramah, responsif, dan personal, memberikan kontribusi besar dalam membangun loyalitas pelanggan. Selain itu, inovasi dalam diversifikasi produk, manajemen stok yang efisien, serta penerapan teknologi digital seperti sistem pembayaran elektronik menjadi faktor kunci dalam mempertahankan daya saing. Kombinasi antara pelayanan unggul dan inovasi yang berkelanjutan menjadi fondasi utama bagi kios UMKM untuk tetap bertahan dan berkembang dalam ekosistem bisnis yang dinamis. Penelitian ini memberikan strategi peningkatan kualitas pelayanan dan penguatan inovasi untuk memastikan keberlangsungan kios UMKM di masa depan.

**Kata Kunci:** Kios UMKM, Pelayanan, Inovasi, Keingintahuan, Loyalitas Pelanggan.

#### A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam mendukung perekonomian, terutama di negara berkembang seperti Indonesia (Tambunan, 2019). Salah satu sektor UMKM yang memiliki kontribusi signifikan adalah kios, yang menjadi sarana distribusi barang kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat (Suryanto, 2021). Kios, yang sering dianggap sebagai tulang punggung ekonomi mikro, tidak hanya menyediakan produk secara langsung kepada konsumen tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan menjaga stabilitas ekonomi di tingkat lokal (Rahayu & Sari, 2020).

Namun, keberlanjutan usaha kios bukanlah hal yang mudah dicapai. Dalam era persaingan yang semakin ketat, terutama dengan hadirnya platform digital dan perubahan perilaku konsumen, banyak kios menghadapi tantangan besar (Sugiyanto, 2022). Untuk bertahan dan terus berkembang, dua aspek utama yang harus menjadi perhatian adalah pelayanan yang berkualitas dan inovasi yang relevan (Wijaya, 2023).

Pelayanan memainkan peran kunci dalam membangun hubungan yang kuat antara kios dan pelanggannya. Pelayanan yang ramah, cepat, dan memuaskan akan menciptakan kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Setiawan & Putri, 2021). Dalam konteks UMKM kios, pendekatan personal menjadi nilai tambah yang tidak dapat disaingi oleh toko modern besar atau platform e-commerce (Hidayat & Kusuma, 2022).

Di sisi lain, inovasi merupakan faktor penting untuk menghadapi dinamika pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang (Nugroho, 2020). Inovasi dalam UMKM

kios tidak selalu memerlukan teknologi canggih, tetapi bisa berupa diversifikasi produk, pengelolaan stok yang lebih efisien, atau adopsi metode pembayaran digital untuk mempermudah transaksi (Situmorang, 2023). Dengan inovasi yang tepat, kios mampu menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan yang lama.

Pendekatan sinergis antara pelayanan dan inovasi inilah yang menjadi fondasi keberlanjutan bagi kios yang telah berpengalaman bertahun-tahun. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana kedua faktor tersebut berkontribusi terhadap kemampuan kios untuk bertahan dalam persaingan pasar, serta memberikan rekomendasi strategi yang relevan bagi pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan di masa depan

## **B. METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan utama menggali secara mendalam peran pelayanan dan inovasi dalam keberlanjutan UMKM kios yang telah berpengalaman. Pendekatan ini dipilih karena memberikan pemahaman yang menyeluruh tentang fenomena yang terjadi di lapangan melalui pengalaman dan perspektif langsung dari pelaku usaha.

Penelitian dilaksanakan pada UMKM kios yang telah beroperasi selama lebih dari lima tahun. Lokasi penelitian dipilih secara purposif dengan mempertimbangkan keberadaan kios yang masih aktif, memiliki pelanggan tetap, dan berada di lingkungan yang kompetitif. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola kios yang bertanggung jawab langsung atas operasional usaha. Kriteria responden meliputi pengalaman mengelola usaha minimal lima tahun, kesediaan untuk diwawancarai, serta komitmen dalam memberikan informasi yang relevan dan valid.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan tiga teknik utama. Pertama, wawancara mendalam dilakukan dengan pemilik atau pengelola kios untuk mengeksplorasi strategi pelayanan, inovasi yang diterapkan, dan cara menghadapi tantangan bisnis. Panduan wawancara dirancang untuk menggali pengalaman mereka dalam menjaga keberlanjutan usaha, serta pendekatan yang dilakukan dalam memberikan pelayanan dan inovasi.

## **D.HASIL DAN PEMBAHASAN**

Keberlanjutan UMKM kios yang telah berpengalaman merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji, terutama dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat dan perkembangan teknologi yang semakin pesat (Prasetyo, 2022). Keberlanjutan ini tidak hanya bergantung pada kemampuan kios dalam mempertahankan pelanggan lama, tetapi juga bagaimana mereka mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan konsumen (Lestari, 2023). Dua faktor utama yang berperan dalam mempertahankan keberlanjutan UMKM kios adalah kualitas pelayanan dan inovasi (Firdaus & Santoso, 2021). Kedua faktor ini saling berkaitan dan menjadi pilar utama dalam menghadapi tantangan bisnis di era modern (Ariani & Budiarto, 2020).

Pelayanan yang berkualitas merupakan aspek fundamental dalam mempertahankan keberlanjutan kios. Pelayanan tidak hanya terbatas pada interaksi antara penjual dan pembeli, tetapi juga mencakup keseluruhan pengalaman pelanggan selama berbelanja di kios tersebut (Mulyadi & Fauzan, 2021). Kios yang berpengalaman cenderung memahami pentingnya pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan (Saputra, 2022). Mereka mengutamakan kenyamanan pelanggan dengan menyediakan layanan yang lebih personal, yang sering kali tidak bisa diberikan oleh toko ritel modern atau platform e-commerce (Herlina & Yanto, 2023). Dengan adanya pelayanan yang baik, kepercayaan pelanggan dapat terbangun, sehingga menciptakan loyalitas yang tinggi terhadap kios tersebut (Wijaya & Sari, 2023).

Selain itu, inovasi memainkan peran yang sangat penting dalam menjaga daya saing UMKM kios. Inovasi dalam konteks ini tidak selalu berkaitan dengan teknologi canggih, tetapi bisa dalam bentuk strategi bisnis yang lebih efektif, diversifikasi produk, dan metode pemasaran yang lebih kreatif (Susanto, 2021). Kios yang terus melakukan pembaruan terhadap produk dan layanan mereka cenderung lebih adaptif terhadap perubahan selera dan kebutuhan pelanggan (Darmawan, 2022).

Misalnya, beberapa kios mulai menyediakan produk yang lebih beragam untuk menjangkau segmen pelanggan yang lebih luas (Hidayat, 2023). Dengan demikian, pelanggan memiliki lebih banyak pilihan dan alasan untuk tetap berbelanja di kios tersebut dibandingkan berpindah ke toko modern atau e-commerce (Lestari, 2023).

## E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan UMKM kios sangat dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu pelayanan yang berkualitas dan inovasi yang relevan. Pelayanan yang baik menjadi faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan menciptakan pengalaman belanja yang positif. Kios yang mampu memberikan layanan ramah, cepat, dan responsif lebih mungkin untuk bertahan dalam persaingan yang ketat.

Selain itu, inovasi menjadi elemen penting dalam menghadapi dinamika pasar dan perubahan perilaku konsumen. Inovasi yang diterapkan tidak selalu berbentuk teknologi canggih, tetapi bisa berupa diversifikasi produk, sistem manajemen stok yang lebih efisien, serta adopsi metode pembayaran digital yang meningkatkan kenyamanan pelanggan.

Keberhasilan kios yang berpengalaman juga dipengaruhi oleh pengelolaan sumber daya manusia (SDM) yang baik dan pemanfaatan teknologi dalam operasional usaha. Kios yang memberikan pelatihan bagi karyawannya cenderung memiliki kualitas pelayanan yang lebih baik, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, pemanfaatan teknologi, seperti media sosial untuk promosi dan sistem pembayaran digital, memberikan efisiensi dalam operasional kios serta memperluas jangkauan pasar.

Dengan kombinasi pelayanan yang unggul dan inovasi yang berkelanjutan, kios dapat mempertahankan daya saing dan berkembang meskipun menghadapi tantangan dari pesaing modern seperti toko ritel besar dan platform e-commerce.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, T., & Budiarto, R. (2020). *Strategi UMKM dalam menghadapi era digitalisasi*. Jakarta: Pustaka Media.
- Darmawan, B. (2022). *Manajemen inovasi pada usaha kecil dan menengah*. Bandung: CV Mitra Sejahtera.
- Firdaus, H., & Santoso, D. (2021). *Kualitas pelayanan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan*. Surabaya: Penerbit Abadi.
- Herlina, S., & Yanto, A. (2023). *Transformasi bisnis UMKM di era digital*. Yogyakarta: Pustaka Cendekia.
- Hidayat, R., & Kusuma, T. (2022). *Peran teknologi dalam inovasi UMKM kios*. Semarang: Ganesha Press.
- Lestari, P. (2023). *Pola konsumsi masyarakat dan dampaknya terhadap UMKM kios*. Makassar: Pustaka Rakyat.
- Mulyadi, H., & Fauzan, D. (2021). *Pelanggan setia dan strategi pelayanan kios tradisional*. Bogor: Insan Cemerlang.
- Nugroho, A. (2020). *Strategi inovasi dalam bisnis kecil dan menengah*. Depok: Pustaka Wawasan.
- Prasetyo, B. (2022). *Daya saing UMKM dalam ekonomi digital*. Malang: Nusantara Press.
- Rahayu, L., & Sari, M. (2020). *UMKM dan perannya dalam perekonomian nasional*. Jakarta: Penerbit Ilmiah.
- Saputra, A. (2022). *Tantangan dan peluang bisnis kios di era modern*. Surakarta: Widya Karya.
- Setiawan, H., & Putri, N. (2021). *Kepuasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap keberlanjutan bisnis*. Bandung: Mitra Pustaka.
- Situmorang, T. (2023). *Digitalisasi UMKM kios: Peluang dan tantangan*. Medan: Sumatera Pustaka.
- Sugiyanto, W. (2022). *Adaptasi UMKM kios terhadap persaingan digital*. Palembang: Cakrawala Media.

- Suryanto, T. (2021). *Dampak UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi daerah*. Semarang: Cahaya Pustaka.
- Susanto, J. (2021). *Strategi pemasaran berbasis komunitas untuk UMKM*. Jakarta: Inovasi Press.
- Tambunan, T. (2019). *Peran UMKM dalam pembangunan ekonomi Indonesia*. Jakarta: Lembaga Ilmu Ekonomi.
- Wijaya, R., & Sari, D. (2023). *Strategi loyalitas pelanggan untuk bisnis mikro*. Surabaya: Pustaka Nusantara.
- Wijaya, R. (2023). *Inovasi sebagai kunci keberlanjutan bisnis kecil*. Bandung: Media Ilmu.

