

ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk dalam industri aksesoris fashion. Salah satu tantangan utama dalam menjaga daya saing adalah kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keluhan pelanggan dalam meningkatkan kualitas pelayanan di UMKM Moncleng Bandung.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Informan penelitian meliputi pemilik, manajer operasional, karyawan, dan pelanggan UMKM Moncleng. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kendala utama dalam pelayanan adalah keterbatasan tenaga kerja dalam mengelola interaksi dengan pelanggan, sehingga menyebabkan lambatnya respon.

Penelitian ini menekankan pentingnya pengelolaan keluhan pelanggan sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya UMKM mengadopsi pendekatan yang lebih responsif dalam menangani keluhan pelanggan guna meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Keluhan pelanggan, Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan



ABSTRACT

UMKM play an important role in the Indonesian economy, including in the fashion accessories industry. One of the main challenges in maintaining competitiveness is service quality. This study aims to analyze customer complaints in improving service quality in Moncleng Bandung UMKM.

The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through observation, interviews, and documentation studies. Research informants include owners, operational managers, employees, and customers of Moncleng UMKM. The results showed that the main obstacle in service was the limited manpower in managing interactions with customers, causing a slow response.

This research emphasizes the importance of managing customer complaints as a strategy to improve service quality. The implication of this study is the need for UMKM to adopt a more responsive in handling customer complaints to increase customer satisfaction and loyalty.

Keywords: Customer complaints, Service quality, Customer satisfaction

