

Pelatihan Pengelolaan Keluhan Pelanggan dengan Metode H.E.A.T pada Pengusaha Muda Kota Yogyakarta (*Home Business Camp*)

Asri Sekar Mawar Firdausi*¹, Shely Rizki Hardiana², Budi Purnomo Saputro³,
Hafidh Rifky Adiyatna⁴, Nina Fapari Arif⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

*e-mail: asrisekarmf@upnyk.ac.id¹, shely.rizki@upnyk.ac.id², budi.purnomosaputro@upnyk.ac.id³,
hafidh.rifkyadiyatna@upnyk.ac.id⁴, nina.fapari@upnyk.ac.id⁵

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
19.02.2023	23.02.2023	30.02.2023	14.03.2023

Abstract: The end of the Covid-19 pandemic has opened up various opportunities for business, especially SMEs. The realignment of the SME sector to support Indonesia's economic growth is considered essential. Apart from the various aspects that must be considered during pre-sales, business actors must also understand the importance of after-sales services. From those explanations, it is vital that business actors provide excellent service to consumers. Therefore, organizing training related to post-sales service is essential. The training method is counseling on the latest basic concepts of managing post-sales customers. Attended by 26 young entrepreneurs from the City of Yogyakarta, all of whom joined the Home Business Camp (HBC), this training successfully added knowledge of the attendances. In general, the participants could participate in this training well, which was shown by their enthusiasm during the discussions. Participants expected to be able to have a basic understanding of consumer management through this training. In addition, this training is also intended so that participants can carry out good management when they find customer complaints.

Keywords: HEAT, SME, Customer Services, After Sales

Abstrak: Berakhirnya pandemi Covid-19 membuka berbagai peluang bagi para pelaku usaha, khususnya UMKM. Penataan kembali pada sektor UKM guna mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia dirasa penting. Terlepas dari berbagaimacam aspek yang harus diperhatikan saat pra penjualan, pelaku usaha juga harus memahami pentingnya pelayanan pasca penjualan. Hal ini dimaksudkan agar para pelaku usaha dapat memberikan pelayanan prima bagi konsumennya. Oleh karena itu penyelenggaraan pelatihan terkait pelayanan pasca penjualan menjadi penting. Metode pelatihan yang dilakukan berupa penyuluhan terkait konsep dasar terkini cara mengelola pelanggan pasca penjualan. Pelatihan ini dihadiri oleh 26 pengusaha muda Kota Yogyakarta yang seluruhnya tergabung dalam *Home Business Camp* (HBC). Secara umum, peserta dapat mengikuti pelatihan ini dengan baik yang ditunjukkan oleh antusiasme saat melakukan diskusi. Melalui pelatihan ini diharapkan peserta mampu memiliki pemahaman mendasar terkait pengelolaan konsumen. Selain itu, pelatihan ini juga ditujukan agar peserta mampu melakukan pengelolaan yang baik apabila mendapati keluhan pelanggan.

Kata kunci: HEAT, UMKM, Pelayanan Pelanggan, Pasca Pembelian

1. PENDAHULUAN

Selama masa pandemi Covid-19, kondisi UMKM di Indonesia telah mengalami kerentanan (Lisna, 2022), data menunjukkan bahwa sebanyak 97 persen pelaku usaha mengaku menghadapi penurunan nilai aset (Limanseto, 2022). Hal itu dikarenakan rendahnya beberapa faktor seperti, tingkat penguasaan teknologi, pendidikan, pengelolaan usaha, pengalaman, sumber pendanaan yang digunakan oleh pelaku usaha, akses pemasaran, kualitas SDM, dan masih banyak lainnya (Lisna, 2022; Sasongko, 2020). Kondisi yang memprihatinkan tersebut turut menyeret perekonomian Indonesia dalam ketidakseimbangan (Sasongko, 2020). Padahal, diketahui bahwa UMKM memiliki peran penting bagi pertumbuhan serta perkembangan ekonomi negara (Petro, 2018). Namun, setelah masa pandemi berakhir, sebanyak 84,8 persen UMKM yang tadinya mengalami keterpurukan sudah kembali beroperasi secara normal (Limanseto, 2022). Melihat kondisi tersebut, adanya pengelolaan yang baik serta hadirnya dukungan dari berbagai sektor pada UMKM dirasa penting. Harapan dari seluruh aktivitas tersebut adalah para pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas bisnis yang dimiliki sehingga mereka dapat bertahan dan terus berkembang.

Home Business Camp (HBC) merupakan wadah yang disediakan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta melalui Dinas Perindustrian, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah untuk memfasilitasi UMKM yang dikelola oleh wirausahawan muda agar mampu mengembangkan usaha mereka secara

bersama (Portal Berita Pemerintah Kota Yogyakarta, 2017). Komunitas ini resmi berdiri dengan SK Walikota Yogyakarta tahun 2017, namun program kerja pertama sudah ada sejak tahun 2014. Saat ini HBC telah memiliki 10 angkatan dengan lebih dari ratusan anggota pengusaha muda Yogyakarta. Anggota HBC sendiri terdiri dari anak muda berusia 20-30 tahun dan harus berdomisili di Yogyakarta. Adapun seluruh anggotanya diwajibkan sudah memiliki usaha yang siap untuk dikembangkan bersama. Saat ini, HBC memiliki toko fisik yang bernama Alambana Galeri dan bertempat di Galeria Mall Yogyakarta. Pada toko tersebut dijual ratusan produk yang diproduksi oleh anggota komunitas. Produk yang dijual sangatlah beragam, mulai dari produk *fashion*, kerajinan tangan, dan lainnya (Tuti, 2022).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan ketua HBC angkatan IX, komunitas ini sempat mengalami penurunan keuntungan selama masa pandemi. Penurunan keuntungan tersebut bahkan mencapai setengah dari total keuntungan yang didapat pada tahun sebelumnya. Dijelaskan bahwa total keuntungan pada tahun sebelum pandemi dapat mencapai 1 miliar rupiah. Bahkan akibat pandemi ini, HBC terpaksa tidak melakukan rekrutmen anggota di tahun 2020. Padahal, implikasi dari ditutupnya rekrutmen tersebut adalah berkurangnya jumlah anggota dalam komunitas. Ini menyebabkan berkurangnya gagasan kreatif yang diberikan untuk meningkatkan inovasi bisnis anggota HBC (Tuti, 2022). Namun, setelah masa pandemi berakhir, keuntungan yang diperoleh oleh Alambana Galeri berangsur membaik. Data yang diberikan oleh ketua HBC angkatan IX menunjukkan di tahun 2022 pendapatan yang diperoleh sudah naik menjadi kurang lebih 600 juta rupiah.

Peningkatan pendapatan yang terjadi menjadi tumpuan semangat bagi para anggota HBC untuk terus melakukan pemutakhiran pada bisnis yang dijalankan. Oleh karena itu, ketua HBC angkatan IX memiliki inisiasi untuk meningkatkan kompetensi para anggotanya dengan mengadakan pelatihan. Pelatihan tersebut ditujukan untuk menjawab tantangan yang dihadapi anggota komunitas sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Salah satu permasalahan yang diangkat adalah pelayanan konsumen. Berangkat dari hal tersebut, tim pengabdian melakukan kegiatan pelatihan yang berkaitan dengan pengelolaan pelayanan pasca pembelian.

Menurut Normasari dkk. (2013) dan Winahyuningsih (2010) diketahui bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap kepuasan pelanggan. Lebih lanjut, menurut Annisa dkk. (2021) kualitas layanan yang diberikan oleh pelaku usaha dapat dijadikan alat ukur penilaian kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan yang baik bahkan dapat memberikan nilai tambah bagi bisnis yang sedang dijalankan oleh pelaku usaha (Astuti dkk., 2017). Beberapa organisasi telah mengalami kerugian karena tidak mampu menawarkan pelayanan yang berkualitas bagi para pelanggannya (Annisa dkk., 2021). Meskipun pelaku usaha mampu memberikan produk yang sesuai dengan harapan konsumen, namun apabila pelayanan yang diberikan tidak baik maka akan menyebabkan ketidakpuasan dan hilang kepercayaan pada bisnis (Petro, 2018). Oleh karena itu, implikasi terbesar dari pengelolaan pelayanan yang unggul adalah naiknya kepuasan pelanggan dan berdampak pada loyalitas jangka panjang. Hal ini menunjukkan adanya pengelolaan pelayanan pelanggan yang baik sangat diperlukan bagi pelaku usaha.

Berdasarkan penjelasan di atas, tim pengabdian menyoroti pelayanan pasca pembelian sebagai fokus utama pelatihan. Ini karena pelayanan tersebut kerap dianggap sebagai hal yang tidak krusial sehingga sering diabaikan. Padahal, dari hasil diskusi bersama ketua HBC ditemukan bahwa para pelaku usaha acap kali menghadapi konsumen yang marah dan komplain. Oleh karena itu, tim pengabdian memberikan pelatihan metode H.E.A.T kepada anggota HBC sebagai bentuk solusi atas masalah yang ada. Menurut artikel yang ditulis oleh Trippett (2022), metode ini merupakan salah satu cara sederhana dan efektif yang dapat digunakan pelaku usaha apabila menerima keluhan dari pelanggan. Metode H.E.A.T memiliki kompleksitas rendah sehingga dapat dengan mudah dipahami serta diaplikasikan oleh setiap pelaku usaha dengan tingkat pendidikan sederhana sekalipun. Diharapkan melalui pelatihan ini para pelaku usaha yang tergabung dalam HBC dapat secara profesional memberikan pelayanan pasca pembelian yang prima pada konsumen. Apabila para pelaku usaha dapat memberikan pelayanan pasca pembelian yang optimal maka nantinya dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan bahkan loyalitas mereka.

2. METODE

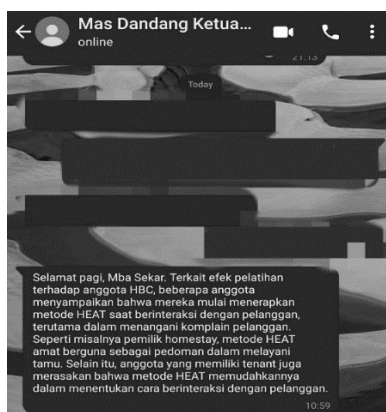
Pemilihan topik pelatihan disusun berdasarkan kebutuhan pengembangan kompetensi yang diperlukan oleh anggota HBC. Adapun metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Tim pengabdian melakukan kunjungan pada Alambana Galeri untuk melakukan wawancara langsung dengan ketua HBC. Wawancara ini dimaksudkan agar tim pengabdian mampu melakukan analisis kebutuhan pelatihan yang sesuai dan diperlukan oleh anggota HBC. Seperti diketahui bahwa wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data yang dapat dilakukan apabila ingin mengumpulkan informasi sesuai dengan masalah yang ingin didalami (Sekaran dkk, 2016:113).
- Tim pengabdian menyusun materi yang sesuai berdasarkan hasil analisis kebutuhan pelatihan yang bersumber dari wawancara bersama ketua HBC.
- Tim pengabdian melakukan pelatihan bersama 26 anggota HBC di UKM Center Yogyakarta milik Bank Syariah Indonesia.
- Tingkat ketercapaian pelatihan diukur melalui antusiasme peserta pelatihan pada saat melakukan diskusi dengan tim pengabdian. Keaktifan peserta menunjukkan keberhasilan tim dalam menyampaikan materi guna memenuhi kebutuhan anggota HBC.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi Pasal 47 yang dimaksud dengan pengabdian kepada masyarakat adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh sivitas akademika untuk mengamalkan dan membudayakan ilmu pengetahuan dalam upaya untuk memajukan kesejahteraan serta mencerdaskan kehidupan bangsa. Program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan sudah sesuai dengan Pasal 57 ayat 2 Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 Tahun 2020 tentang hasil pengabdian kepada masyarakat, yaitu penyelesaian masalah yang dihadapi masyarakat dengan memanfaatkan keahlian sivitas akademika yang relevan. Diketahui dari wawancara bersama ketua HBC bahwa salah satu masalah yang dihadapi anggota HBC adalah pengelolaan pelayanan pelanggan. Oleh karena itu, berangkat dari keahlian dibidang manajemen yang dimiliki oleh tim pengabdian maka disusunlah pelatihan berkaitan dengan pengelolaan pelayanan pelanggan pasca pembelian.

Pelatihan dilakukan pada Jumat, 13 Januari 2023 dari pukul 13.00 – 18.00 WIB di UMKM Centre milik Bank Syariah Indonesia. Metode ceramah dan diskusi dipilih untuk menjelaskan materi pelatihan. Adapun pemateri dalam pelatihan tersebut adalah Asri Sekar Mawar Firdausi, S.M., M.Sc. yang berprofesi sebagai dosen pemasaran di UPN “Veteran” Yogyakarta. Sebagai bentuk tindak lanjut tim pengabdian untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta maka dimintalah testimoni pada ketua HBC. Testimoni tersebut diberikan melalui pesan singkat *WhatsApp*. Adapun dalam pesan tersebut dapat diketahui bahwa para peserta pelatihan telah mampu mengaplikasikan metode H.E.A.T untuk menghadapi keluhan pelanggan. Pemilik bisnis penginapan adalah salah satu peserta yang merasakan dampak langsung dari pelatihan metode H.E.A.T. Testimoni tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Testimoni pelatihan metode H.E.A.T

Secara spesifik pelatihan yang diberikan membahas mengenai metode menghadapi pelanggan yang marah atau mengajukan keluhan setelah melakukan pembelian. Satu metode sederhana yang dipilih untuk disampaikan dalam pelatihan, yaitu H.E.A.T. Metode ini merupakan kepanjangan dari *Hear them out, Empathize, Apologize, dan Take an action*. Dalam bukunya yang berjudul *Front Office Management*, Soenarno (2006) menjelaskan bahwa metode H.E.A.T merupakan sebuah metode yang efektif untuk menangani pelanggan karena dianggap mampu secara efektif meminimalisir keluhan yang diberikan. Berikut dijelaskan secara singkat pengertian dari metode H.E.A.T.

- a. *Hear them out* (H) merupakan Langkah awal dalam menangani keluhan pelanggan. Di mana pelaku bisnis harus mendengarkan keluhan yang diberikan oleh pelanggannya dan tidak diperkenankan untuk memotongnya. Pelaku bisnis harus secara aktif mendengarkan sebagai bentuk penghargaan atas emosi yang dirasakan oleh pelanggan (Mahendra dkk., 2021). Apabila pelaku bisnis mampu mendengarkan pelanggannya dengan baik maka mereka dapat merasa bernilai, berharga, dan mampu memudahkan komunikasi ke depan.
- b. *Empathize* (E) adalah bentuk ikut merasakan apa yang dirasakan lawan bicara dengan cara memahami posisi mereka (Thoha, 2000). Langkah ini adalah yang harus dilakukan setelah pelaku bisnis selesai mendengarkan keluhan yang diberikan oleh pelanggan. Pada tahap ini, pelaku bisnis tidak diperkenankan untuk membandingkan emosi yang dimiliki pelanggan dengan emosi diri sendiri. Namun, pelaku bisnis diwajibkan untuk dapat mengekspresikan emosi yang dirasakan oleh pelanggan.
- c. *Apologize* (A) merupakan Langkah lanjutan yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis dalam menghadapi keluhan pelanggan. Meminta maaf bukan berarti bahwa kita telah melakukan kesalahan. Perlu diingat bahwa kita adalah representasi dari keseluruhan perusahaan yang terkait dengan produk yang dibeli oleh konsumen (Trippett, 2022).
- d. *Taking an Action* (T) adalah tahap terakhir yang harus dilakukan. Pada tahap ini pelaku bisnis diharapkan agar dapat melakukan klarifikasi, memberikan solusi, serta meminta persetujuan untuk mengambil tindakan. Pelaku bisnis diharapkan mampu mengambil Tindakan secara responsif dan cepat (Mahendra dkk., 2021).

Melalui pelatihan metode H.E.A.T diharapkan para pelaku usaha yang tergabung dalam keanggotaan HBC dapat dengan mudah dan memberikan respon yang sesuai apabila dihadapkan pada keluhan pelanggan. Metode yang diberikan diharapkan mampu membantu mereka sehingga dapat memberikan pelayanan prima dan meningkatkan kepuasan terhadap pelanggan. Setelah para peserta pelatihan diberikan materi ini, terlihat bahwa mereka menunjukkan ketertarikan pada bahan yang disampaikan. Hal tersebut ditunjukkan dengan diskusi aktif yang disampaikan pada saat sesi tanya jawab. Hal ini merupakan indikator ketercapaiannya tujuan pelatihan, di mana para peserta mendapat pemahaman mendalam terkait pengelolaan pelanggan paska pembelian.

Pelatihan ini memberikan solusi mudah bagi masalah yang dihadapi oleh anggota HBC. Ini dikarenakan materi yang disampaikan sangat ramah untuk diterima dari kalangan pendidikan manapun. Selain itu, memberikan keleluasaan untuk berdiskusi pada saat sesi tanya jawab juga membantu peserta untuk mendalami hal-hal yang masih kurang jelas. Namun, karena keterbatasan waktu yang ada, para peserta belum sempat diberikan simulasi dari implementasi metode H.E.A.T itu sendiri.

A. Tabel dan Gambar

Tabel 1. menunjukkan bidang usaha yang ditekuni oleh para peserta pelatihan. Bidang usaha tersebut dibagi dalam empat kelompok besar, yaitu mode (9), kuliner (7), jasa (3), dan lain-lain (7). Diketahui bahwa kelompok bidang usaha mode menjadi yang paling dominan. Contoh produk yang dijual pada kelompok usaha mode seperti pakaian muslim, kain batik, asesoris wanita, tas, dan lain sebagainya. Sedangkan, bidang usaha jasa menjadi kelompok paling kecil. Penyedia jasa les (bimble), penginapan, dan penampil seni atau *makeup artist* menjadi jenis usaha yang masuk dalam bidang jasa.

Tabel 1. Bidang Usaha Peserta Pelatihan

Bidang Usaha	Jumlah
Mode	9
Kuliner	7
Jasa	3
Lain-lain	7
Total	26

Sumber: Absensi Peserta Pelatihan.

Pada penjelasan dibagian metode telah dijelaskan beberapa langkah yang dilakukan tim pengabdian dalam melakukan kegiatan. Gambar 2. menunjukkan proses wawancara yang dilakukan oleh Mas Dhandang selaku ketua HBC. Proses wawancara tersebut dilakukan secara tidak terstruktur di Alambana Galeri yang merupakan tempat anggota HBC menjual produknya. Sedangkan Gambar 3. menggambarkan proses pelatihan yang dilakukan pada 26 anggota HBC. Sebagai pelengkap, Gambar 4. menunjukkan potonga materi yang diberikan pada peserta pelatihan. Gambar-gambar tersebut menunjukkan bukti bahwa pelatihan berjalan sesuai dengan rencana yang disusun serta sesuai metode yang telah ditentukan.



Gambar 2. Wawancara dengan ketua HBC



Gambar 3. Kegiatan pelatihan



(a) (b)
Gambar 4. (a) dan (b) Contoh materi pelatihan yang diberikan

4. KESIMPULAN

Adapun hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini adalah:

- Peserta yang merupakan pelaku usaha muda Kota Yogyakarta memiliki pengetahuan berupa konsep dasar terkait pengelolaan pelanggan pasca penjualan.
- Peserta mampu menerapkan konsep yang dimiliki dalam kegiatan usaha yang sedang dijalankan.
- Peserta dapat melakukan pengelolaan pelanggan pasca penjualan secara profesional, baik, dan benar sehingga konsumen merasa puas serta prima.

Secara umum pelatihan ini dilakukan sesuai sasaran mengingat peserta pelatihan adalah para pelaku usaha yang sedang berusaha bangkit memperbaiki performa seperti sedia kala. Beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- Pelatihan dapat diselenggarakan secara berkala sehingga para peserta mampu mendapatkan ilmu yang sifatnya berkesinambungan. Diharapkan dengan adanya aktivitas tersebut, UMKM di Indonesia khususnya Kota Yogyakarta mampu mendapatkan bimbingan khusus sehingga usaha yang dijalankan dapat berjalan optimal.
- Tim pengabdian dapat memberikan *pre* serta *post test* pada para peserta pelatihan. Hal ini dikarenakan agar progres pelatihan dapat terlihat dan diukur secara langsung.
- Kedepannya tim pengabdian dapat memberikan materi yang terkini sehingga pengetahuan para pelaku usaha terus mengikuti perkembangan zaman.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bank Syariah Indonesia UMKM Center Yogyakarta yang telah menyediakan akomodasi berupa ruang diskusi dan konsumsi sehingga pelatihan ini dapat berjalan lancar sesuai dengan susunan acara.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, P. A., Mustari, Ahmad, M. I. S., & Supatminingsih, N. T. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen UMKM (Studi Kasus: Djoin Cafe di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar). *Indonesian Journal of Pedagogical and Social Sciences*, 1(1), 119–137.
- Astuti, N. D., Sugianti, T., & Supriyanto, A. (2017). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, NILAI PELANGGAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SASIRANGAN DI KAWASAN WISATA KAMPUNG SASIRANGAN DI KOTA BANJARMASIN. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 54–62.
- Limanseto, H. (2022). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. Retrieved March 2, 2023, from SIARAN PERS KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANGPEREKONOMIANREPUBLIKINDONESIAwebsite:<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/per-kembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-duktungan-pemerintah>
- Lisna, Y. (2022). TANTANGAN UMKM INDONESIA DI MASA PANDEMI COVID-19. Retrieved March 2, 2023, from BI Institute website: <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Tantangan-UMKM-Indonesia-di-Masa-Pandemi-Covid-19.aspx>
- Mahendra, Y. I., & Sutanto, D. H. (2021). Implementasi Metode Hear Them Out, Empathize, Apologize dan Taking

- Proper Action and Follow Up (Head) Sebagai Pelayanan Prima Bisnis Perhotelan. *Ascarya: Journal of Islamic Science, Culture, and Social Studies*, 1(1), 66–77. <https://doi.org/10.53754/iscs.v1i1.11>
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 1–9.
- Petro, A. R. A. (2019). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA NASABAH KUR MIKRO BRI UNIT KEC. RUNGKUT, SURABAYA TIMUR). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 365–371. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/26292%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/26292/24078>
- Portal Berita Pemerintah Kota Yogyakarta. (2017). Walikota Berharap Home Business Camp Lahirkan Pengusaha Muda Potensial. Retrieved March 2, 2023, from Portal Berita Pemerintah Kota Yogyakarta website: <https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/5523>
- Sasongko, D. (2020). UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. Retrieved March 2, 2023, from Kementerian Keuangan Republik Indonesia website: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business A Skill-Building Approach 7th Edition*. In *John Wiley & Sons Ltd*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Soenarno, A. (2006). *Front Office Management*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Trippett, J. (2022). How to Manage Angry Customers using the HEAT model. Retrieved February 22, 2023, from Australian Customer Experience Professional Association website: <https://acxpa.com.au/how-to-manage-angry-customers/>
- Tuti, M. G. (2022). Mengenal Komunitas UMKM Home Business Camp (Analisis Sejarah). Retrieved March 2, 2023, from Kompasiana website: <https://www.kompasiana.com/getrudis2701/628878d015834748ce0f0732/mengenal-komunitas-umkm-home-business-camp-analisis-sejarah>
- Winahyuningsih, P. (2010). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL GRIPHTA KUDUS. *Sosial Dan Budaya*, 3(2), 1–17.