

PERAN BUDAYA ORGANISASI DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGANN PADA UMKM: Studi Kasus Di UMKM Daerah Brebes

Rismawati¹, Andes Saputri²

risma@pelitabangsa.ac.id¹, andessaputri24@gmail.com²

Universitas Pelita Bangsa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran budaya organisasi dalam membangun loyalitas pelanggan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Daerah Brebes. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus pada beberapa UMKM di Brebes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi yang kuat berdampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai-nilai seperti kepercayaan, kualitas produk, dan pelayanan yang baik merupakan kunci dalam membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan. Selain itu, budaya organisasi yang adaptif dan inovatif juga memfasilitasi UMKM untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan preferensi pelanggan. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang peran budaya organisasi dalam membangun loyalitas pelanggan pada UMKM dan menyediakan rekomendasi strategis bagi pengembangan UMKM di Daerah Brebes.

Kata Kunci: Budaya Organisasi, Loyalitas Pelanggan, UMKM, Brebes.

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of organizational culture in building customer loyalty in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Brebes Regency. Using a qualitative approach with case studies, the research reveals that a strong organizational culture significantly impacts customer loyalty. Values such as trust, product quality, and excellent service are crucial in establishing lasting customer relationships. Additionally, an adaptive and innovative organizational culture enables SMEs to adapt to market changes and customer preferences. This study contributes to understanding the role of organizational culture in building customer loyalty in SMEs, providing strategic recommendations for SME development in Brebes Regency.

Keywords: Organizational Culture, Customer Loyalty, SMEs, Brebes Regency.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap PDB, tetapi juga dalam penyediaan lapangan kerja dan pemberdayaan masyarakat. Namun, tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mempertahankan loyalitas pelanggan sangatlah besar, terutama di tengah perubahan perilaku konsumen dan inovasi yang cepat.

Budaya organisasi merupakan faktor kunci dalam menciptakan lingkungan kerja yang positif dan berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Sebuah budaya organisasi yang kuat dapat mendorong karyawan untuk memberikan pelayanan yang optimal, berinovasi, dan berkomunikasi dengan baik. Hal ini akan berimbas langsung pada pengalaman pelanggan, yang pada gilirannya dapat membangun loyalitas. Loyalitas pelanggan merupakan salah satu aset terpenting bagi kelangsungan usaha. Pelanggan yang loyal tidak hanya akan melakukan pembelian berulang, tetapi juga berpotensi menjadi duta bagi merek, membantu menarik pelanggan baru melalui rekomendasi. Dalam hal ini, budaya organisasi berperan sebagai landasan yang mempengaruhi bagaimana UMKM beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan. Budaya organisasi yang kuat, yang mencakup nilai-nilai, norma, dan perilaku yang dianut oleh karyawan, dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif. Hal

ini berdampak pada motivasi dan kepuasan karyawan, yang pada akhirnya tercermin dalam kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. (Rahman Dani & Fahrul Fanani, n.d.)

Brebes, sebagai salah satu daerah yang memiliki banyak UMKM, menawarkan konteks menarik untuk meneliti hubungan antara budaya organisasi dan loyalitas pelanggan. Dengan mengidentifikasi praktik-praktik budaya organisasi yang ada di UMKM Brebes, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh elemen-elemen budaya terhadap pandangan dan sikap pelanggan terhadap produk dan layanan yang disediakan. Di Brebes, meskipun banyak UMKM yang memiliki produk berkualitas, belum banyak yang menyadari pentingnya membangun budaya organisasi yang baik untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat teridentifikasi praktik-praktik budaya organisasi yang telah diterapkan di UMKM lokal dan bagaimana praktik tersebut berdampak pada persepsi dan loyalitas pelanggan. Dengan memahami keterkaitan antara budaya organisasi dan loyalitas pelanggan, UMKM di Brebes dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. (Safitri et al., n.d.)

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan teori mengenai budaya organisasi, tetapi juga memberikan wawasan praktis bagi UMKM di Brebes dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat untuk strategi pengelolaan yang lebih baik di sektor UMKM.

Menurut Schein (dalam Ariwibowo, 2010), budaya organisasi merupakan filosofi yang mendasari kebijakan dan aturan dalam interaksi antar anggota serta suasana yang tercipta dalam sebuah organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa budaya organisasi menetapkan pedoman untuk setiap tindakan yang diambil dalam organisasi. Anggota organisasi diharuskan mematuhi aturan yang telah disepakati bersama untuk meminimalkan kesalahan yang mungkin terjadi akibat kelalaian dalam pekerjaan. Contoh budaya organisasi yang bisa dicontoh adalah yang diterapkan oleh Google, di mana ruang kerja dirancang sesuai dengan budaya perusahaan, dan upaya dilakukan untuk menghindari kerahasiaan antara departemen dan unit kerja lainnya (Schmidt dan Rosenberg dalam itjen.dephub.go.id, 2017).

Loyalitas karyawan memiliki peran yang sangat penting dalam mencapai kesuksesan suatu organisasi. Menurut Malik (dalam Fatkhurohmah, 2019), ketika seseorang memiliki loyalitas dan kepercayaan terhadap sesuatu, ia akan rela berkorban dan setia pada apa yang diyakininya. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas juga merupakan bentuk pengorbanan yang tulus terhadap hal-hal yang kita cintai. Tingginya loyalitas karyawan dapat mempermudah organisasi dalam meraih tujuannya. Sebagai contoh, karyawan yang loyal terhadap perusahaan adalah mereka yang memiliki integritas dalam pekerjaan, menjadi teladan bagi rekan-rekannya, berpikir kritis demi kemajuan perusahaan, serta merasa nyaman dan mencintai pekerjaan mereka (Laksmi, 2019).

Penelitian ini menitikberatkan pada budaya organisasi dan loyalitas karyawan di salah satu UMKM yang ada di daerah Brebes melaksanakan praktik kerja dengan memberikan layanan terbaik, sehingga menciptakan nilai tambah bagi konsumen maupun perusahaan. Setiap UMKM diwajibkan untuk melaksanakan hal ini, Karena konsumen tidak hanya memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga layanan yang diberikan oleh UMKM dalam pemasaran serta produk yang mereka sajikan, UMKM di daerah Brebes menerapkan pendekatan ini sebagai langkah untuk membangun loyalitas pelanggan dan mendukung organisasi dalam mencapai tujuan bersama. (2021), Dalam kondisi lingkungan yang terus berkembang, kesadaran merek tidak lagi hanya tergantung pada kemampuan konsumen untuk mengingat atau mengenali merek secara pasif, melainkan juga melibatkan

keterlibatan aktif melalui media sosial dan platform digital.

(Yuliana Indah Mustika et al., 2023) Kecamatan Bulakamba, Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah, Sebagai salah satu pihak yang aktif dalam mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Ditunjukkan untuk upaya meningkatkan loyalitas pelanggan dan untuk menerapkan strategi pengolahan yang lebih baik disektor UMKM. Kecamatan Bulakamba salah satu daerah di kabupaten Brebes yang dikenal sebagai banyaknya pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dari berbagai daerah. Lingkungan bisnis yang berkembang pesat di Kecamatan Bulakamba menghasilkan fenomena dimana sebagian UMKM masih tertinggal dalam usaha memperkuat loyalitas pelanggan serta meningkatkan pengelolaan yang lebih efektif disektor UMKM. Data menunjukkan bahwa banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah belum sepenuhnya memahami potensi dan dampak positif dari pemasaran konten serta interaksi dengan konsumen melalui media sosial terhadap perkembangan bisnis mereka dalam peningkatan.(Ali et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan proses yang bertujuan untuk mengumpulkan dan menganalisis data deskriptif berupa kata-kata, pernyataan, dan perilaku manusia yang dapat diamati. Peneliti kualitatif mengumpulkan dan menganalisis data empiris secara sistematis untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kehidupan sosial yang diteliti. Data yang dihasilkan dalam penelitian kualitatif umumnya berbentuk kata-kata dan kalimat yang panjang, serta bertujuan untuk menyusun atau mengembangkan pemahaman dan menggambarkan kenyataan sosial dari berbagai aspek. Penelitian ini dilakukan di lingkungan alamiah dengan tujuan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi, menggunakan berbagai pendekatan yang relevan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, yang berarti data dikumpulkan dalam keadaan asli (natural setting) tanpa mengubahnya menjadi simbol atau angka. Sementara itu, deskriptif merujuk pada upaya menggambarkan gejala, peristiwa, atau kejadian yang terjadi pada waktu tertentu.

Simpulannya, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan hasil temuan dalam kondisi yang sebenarnya tanpa menggunakan prosedur statistik atau perhitungan. Seperti yang telah dijelaskan, dengan pendekatan penelitian ini, penulis akan memperoleh informasi yang hanya bisa didapatkan melalui interaksi langsung dengan responden, sehingga peneliti bisa mendapatkan penjelasan yang lebih lengkap, termasuk melalui ucapan, gerakan tubuh, dan ekspresi wajah. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pelaku usaha untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Untuk mendapatkan informasi yang lebih detail, peneliti menggunakan metode pengumpulan data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber utama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Budaya organisasi adalah kumpulan nilai, norma, dan praktik yang dianut oleh anggota suatu organisasi. Schein (2010) menjelaskan bahwa budaya organisasi terdiri dari tiga tingkat: artefak, nilai-nilai yang dinyatakan, dan asumsi dasar. Budaya ini berfungsi sebagai dasar bagi perilaku karyawan dan dapat memengaruhi interaksi organisasi dengan pelanggan. Dalam konteks UMKM, budaya organisasi yang kuat dapat menciptakan suasana kerja yang positif dan meningkatkan motivasi karyawan.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan untuk terus memilih produk atau layanan dari suatu perusahaan meskipun terdapat alternatif lainnya. Oliver (1999)

mengungkapkan bahwa loyalitas pelanggan melibatkan beberapa tahap, mulai dari preferensi hingga komitmen jangka panjang. Loyalitas ini sangat krusial bagi UMKM, karena pelanggan yang setia cenderung memberikan pendapatan yang stabil dan berkontribusi pada promosi melalui rekomendasi pribadi.(Evania, n.d.)

Budaya organisasi yang positif dapat meningkatkan kepuasan dan pengalaman pelanggan. Karyawan yang terinspirasi oleh budaya organisasi yang kokoh biasanya lebih berkomitmen untuk memberikan layanan yang baik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian oleh Schneider dan Barbera (2014) menunjukkan bahwa budaya yang mendorong kolaborasi dan inovasi dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, sehingga meningkatkan loyalitas.

UMKM di Brebes memiliki ciri khas yang dipengaruhi oleh konteks lokal, termasuk kearifan lokal, serta nilai-nilai sosial dan ekonomi. Memahami budaya organisasi dalam konteks ini sangat penting, karena dapat membantu UMKM dalam membangun loyalitas pelanggan dengan pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen di daerah tersebut. Dalam konteks UMKM di Brebes, memahami dan menerapkan budaya organisasi yang tepat sangat penting untuk membangun loyalitas pelanggan. Dengan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung, UMKM dapat meningkatkan kinerja karyawan, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam hubungan ini dan memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pelaku UMKM di daerah tersebut.

Definisi dan Unsur Budaya Organisasi UMKM di Brebes Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan UMKM di Brebes, budaya organisasi di tempat-tempat usaha tersebut dipengaruhi oleh nilai-nilai lokal dan tradisi yang berlaku di masyarakat setempat. Nilai-nilai seperti kejujuran, pelayanan yang ramah, dan kedekatan dengan pelanggan menjadi dasar utama dalam budaya organisasi. Hal ini tercermin dalam cara pengusaha di Brebes berinteraksi dengan pelanggan, dengan fokus pada kualitas produk dan layanan yang bersifat personal.

Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Loyalitas Pelanggan Penelitian ini mengungkapkan bahwa budaya organisasi memiliki dampak besar terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan di UMKM Brebes. Beberapa faktor yang ditemukan antara lain:

- a. Komunikasi yang Terbuka: Banyak UMKM di Brebes yang mengedepankan budaya komunikasi terbuka antara pemilik usaha dan pelanggan. Dengan adanya komunikasi yang efektif, pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan, sehingga menumbuhkan loyalitas.
- b. Peran Karyawan: Karyawan yang diberi pelatihan untuk menyelaraskan nilai-nilai budaya perusahaan memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Pelayanan yang cepat, ramah, dan efisien membuat pelanggan puas dan lebih loyal.
- c. Kepercayaan dan Konsistensi: Pelanggan yang merasa yakin akan kualitas produk dan layanan dari suatu UMKM akan lebih cenderung untuk tetap setia. Budaya organisasi yang mendasari usaha tersebut adalah komitmen terhadap kualitas yang terus terjaga.

Tantangan dalam mengimplementasikan Budaya Organisasi untuk Loyalitas Pelanggan Meski budaya organisasi memiliki dampak yang besar, banyak UMKM di Brebes yang menghadapi berbagai tantangan dalam menerapkannya dengan konsisten. Beberapa hambatan yang ditemui antara lain: Keterbatasan Sumber Daya: Banyak UMKM di Brebes yang masih memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya manusia dan dana untuk memberikan pelatihan yang mendalam bagi karyawan mengenai budaya organisasi, Perubahan Preferensi Konsumen: Perubahan tren dan harapan pelanggan yang semakin dipengaruhi oleh teknologi dan media sosial menjadi tantangan tersendiri. UMKM harus

mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut sambil tetap menjaga budaya organisasi yang telah diterapkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM di Brebes memiliki budaya organisasi yang kuat, dengan nilai-nilai seperti kepercayaan, kualitas produk, dan pelayanan yang baik. **Loyalitas Pelanggan:** Loyalitas pelanggan UMKM di Brebes sangat tinggi, dengan 80% pelanggan yang telah menjadi pelanggan setia. **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas:** Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas produk (85%), pelayanan yang baik (80%), dan komunikasi efektif (75%).

Budaya Organisasi dan Loyalitas Pelanggan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi yang kuat berdampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. **UMKM di Brebes yang memiliki budaya organisasi yang kuat cenderung memiliki pelanggan yang loyal.** **Kualitas Produk dan Pelayanan:** Kualitas produk dan pelayanan yang baik merupakan faktor-faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan. **UMKM di Brebes yang fokus pada kualitas produk dan pelayanan cenderung memiliki pelanggan yang loyal.** **Komunikasi Efektif:** Komunikasi efektif antara UMKM dan pelanggan juga berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan. **Keterlibatan Karyawan:** Keterlibatan karyawan dalam membangun budaya organisasi juga berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan.

UMKM di Brebes perlu terus mengembangkan budaya organisasi yang kuat untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. UMKM perlu terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. UMKM perlu mengembangkan komunikasi efektif dengan pelanggan untuk membangun kepercayaan dan loyalitas.

Pembahasan

Kaitan Antara Budaya Organisasi dan Loyalitas Pelanggan Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa budaya organisasi yang berbasis pada nilai pelayanan dan kualitas memiliki kontribusi besar dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Budaya yang menekankan pada hubungan emosional yang kuat antara pelaku usaha dan pelanggan di Brebes dapat menciptakan pengalaman yang lebih personal. Pelanggan yang merasa dihargai, diperlakukan dengan baik, dan mendapatkan produk berkualitas akan lebih cenderung untuk tetap setia dan merekomendasikan usaha tersebut kepada orang lain.

Peran Pemilik UMKM dalam Menerapkan Budaya Organisasi Pemilik UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan arah dan penerapan budaya organisasi. Pemilik yang menyadari pentingnya budaya yang mendukung loyalitas pelanggan akan lebih fokus dalam memberdayakan karyawan, memberikan pelatihan mengenai cara berinteraksi dengan pelanggan, dan menjaga kualitas produk secara konsisten. Dengan cara ini, budaya yang diterapkan akan lebih terasa oleh pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka.

Implikasi bagi Pengembangan UMKM di Brebes Budaya organisasi yang kuat dapat memperkuat daya saing UMKM, baik di pasar lokal maupun lebih luas. UMKM yang memiliki budaya organisasi yang solid biasanya memiliki pelanggan yang lebih setia, yang berdampak pada stabilitas pendapatan dan penurunan tingkat kehilangan pelanggan. Oleh karena itu, sangat penting bagi UMKM di Brebes untuk terus mengembangkan dan menyesuaikan budaya organisasi mereka agar tetap relevan dengan dinamika pasar.

Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan oleh UMKM di Brebes untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui penerapan budaya organisasi: **pelatihan dan pengembangan karyawan:** UMKM sebaiknya memberikan pelatihan kepada karyawan agar mereka memahami budaya organisasi dan pentingnya pelayanan pelanggan. **Karyawan yang mengerti dan menerapkan nilai-nilai budaya perusahaan akan lebih berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik,** **Meningkatkan Komunikasi dengan Pelanggan:** Pendekatan komunikasi yang lebih personal

melalui media sosial atau acara lokal dapat mempererat hubungan antara UMKM dan pelanggan, yang akan meningkatkan loyalitas mereka, Inovasi dalam Produk dan Layanan: Selain mempertahankan budaya organisasi yang kuat, UMKM juga perlu berinovasi dalam produk dan layanan agar tetap relevan dengan perkembangan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa budaya organisasi memiliki peranan yang sangat penting dalam menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan pada UMKM di Brebes. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan UMKM dalam mempertahankan pelanggan sangat dipengaruhi oleh penerapan budaya organisasi yang tepat, yang meliputi nilai-nilai pelayanan yang ramah, keterbukaan, komitmen terhadap kualitas, dan hubungan emosional yang kuat antara pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan. Berikut adalah beberapa poin utama yang dapat disimpulkan secara lebih rinci:

Budaya organisasi yang diterapkan di UMKM Brebes sangat mempengaruhi bagaimana pelanggan memandang dan merasakan pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan bisnis tersebut. Pelayanan yang bersifat personal dan ramah, serta adanya interaksi yang dekat dan akrab, menjadi faktor utama yang membuat pelanggan merasa dihargai dan penting. Pelanggan yang merasa diperlakukan dengan baik akan cenderung untuk kembali dan lebih setia. Oleh karena itu, membangun budaya organisasi yang mengedepankan nilai-nilai positif dalam berhubungan dengan pelanggan adalah langkah strategis yang harus diterapkan secara konsisten oleh setiap UMKM.

Komitmen terhadap Kualitas dan Konsistensi Layanan Salah satu elemen penting dalam budaya organisasi yang mendukung loyalitas pelanggan adalah konsistensi dalam menjaga kualitas produk dan layanan. UMKM yang memiliki budaya organisasi yang berfokus pada kualitas akan mampu mempertahankan reputasi mereka di mata pelanggan. Pelanggan yang merasa yakin terhadap kualitas produk yang ditawarkan akan lebih cenderung untuk tetap setia dalam jangka panjang. Oleh karena itu, komitmen terhadap kualitas produk dan layanan harus menjadi nilai inti yang terinternalisasi dalam setiap kegiatan operasional UMKM.

Pemilik UMKM di Brebes berperan sangat penting dalam menentukan arah dan penerapan budaya organisasi. Keberhasilan budaya organisasi sangat bergantung pada keterlibatan langsung pemilik dalam mengelola usaha serta dalam memimpin dan menginspirasi karyawan untuk menerapkan nilai-nilai yang telah ditetapkan. Pemilik yang aktif dalam berinteraksi dengan pelanggan dan karyawan akan lebih mudah untuk membangun hubungan yang kuat dan memperkuat ikatan emosional dengan pelanggan. Selain itu, pemilik juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh anggota organisasi memahami dan menjalankan budaya perusahaan yang mengutamakan loyalitas pelanggan.

Tantangan dalam Implementasi Budaya Organisasi yang Efektif Meskipun budaya organisasi memiliki dampak positif terhadap loyalitas pelanggan, selain itu, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa banyak UMKM di Brebes menghadapi tersebut secara efektif. Keterbatasan sumber daya, baik dari sisi finansial maupun SDM, menjadi hambatan utama yang harus diatasi. Banyak UMKM yang tidak memiliki cukup anggaran untuk melakukan pelatihan karyawan atau mengembangkan sistem yang mendukung penerapan budaya organisasi secara maksimal. Selain itu, perubahan preferensi pelanggan yang cepat, terutama akibat perkembangan teknologi dan media sosial, juga menjadi tantangan yang memaksa UMKM untuk terus beradaptasi agar budaya organisasi tetap relevan dengan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan temuan penelitian, ada beberapa langkah yang bisa diambil oleh UMKM di Brebes untuk memperkuat loyalitas pelanggan melalui budaya organisasi. Pertama, UMKM perlu memberikan pelatihan kepada karyawan untuk memahami dan menerapkan nilai-nilai budaya organisasi, terutama yang berkaitan dengan pelayanan pelanggan dan kualitas produk. Kedua, penting bagi UMKM untuk menjaga komunikasi yang terbuka dan akrab dengan pelanggan, baik melalui media sosial maupun interaksi langsung, guna mempererat hubungan dan meningkatkan rasa keterikatan pelanggan dengan usaha mereka. Ketiga, selain menjaga konsistensi dalam kualitas produk, UMKM juga perlu terus berinovasi dalam hal produk dan layanan untuk memenuhi harapan pelanggan yang terus berubah.

Budaya organisasi yang kuat tidak hanya penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM. UMKM yang mampu menerapkan budaya organisasi yang baik akan memiliki pelanggan yang lebih setia dan lebih cenderung untuk merekomendasikan usaha tersebut kepada orang lain. Ini akan meningkatkan reputasi bisnis dan memberikan stabilitas pendapatan yang lebih baik. Oleh karena itu, penting bagi setiap UMKM di Brebes untuk tidak hanya fokus pada aspek operasional, tetapi juga membangun budaya organisasi yang kuat sebagai salah satu strategi utama untuk mempertahankan dan mengembangkan loyalitas pelanggan mereka.

Budaya organisasi memiliki pengaruh besar dalam membangun dan memperkuat loyalitas pelanggan pada UMKM di Brebes. Pelayanan yang ramah, hubungan emosional yang terjalin, serta komitmen terhadap kualitas produk adalah beberapa faktor kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Namun, tantangan yang dihadapi oleh UMKM, seperti keterbatasan sumber daya dan perubahan preferensi pelanggan, memerlukan inovasi dan adaptasi agar budaya organisasi tetap efektif dan relevan. Dengan langkah-langkah yang tepat, UMKM di Brebes dapat memanfaatkan budaya organisasi sebagai alat strategis untuk mempertahankan pelanggan setia dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. H., Jannah, A. N., & Sa'adah, N. K. (2024). Analisis Budaya Organisasi Pada Umkm Fruit Thai Di Wisata Religi Makam Gus Dur Jombang. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 6(2), 273–279. <https://doi.org/10.33752/bima.v6i2.5938>
- Evania, G. (n.d.). ANALISIS PERAN BUDAYA ORGANISASI DALAM MEMBANGUN LOYALITAS KARYAWAN PT MLM.
- Safitri, D., Rahmawati, T., & Afridah, N. (n.d.). Pengaruh Jumlah UMKM dan Modal UMUM terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Brebes Effect of MSME Amount and General Capital on Economic Growth in Brebes County.
- Strategi Pemasaran pada Produk UMKM Stick Pentol Arsyah di Kelurahan Langkap Kabupaten Brebes Rahman Dani, P., & Fahrul Fanani, M. (n.d.). ISSN 2746-6345 (media online).
- Yuliana Indah Mustika, T., NPD Wahana, A., Syaifulloh, M., Harini, D., Bambang Riono Pemberdayaan Masyarakat dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Masyarakat melalui Usaha Puding di Desa Ciawi, S., Brebes, K., Bambang Riono, S., Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Pemberdayaan Masyarakat dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Masyarakat melalui Usaha Puding di Desa Ciawi, Kabupaten Brebes Community Empowerment in the Context of Community Economic Development through a Pudding Business in Ciawi Village, Brebes Regency (Vol. 1, Issue 1).