

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan zaman dan teknologi saat ini begitu cepat sehingga mempermudah kegiatan seseorang diberbagai aspek mulai dari transportasi, pendidikan, kesehatan dan ekonomi. Pada aspek ekonomi, dengan adanya kemudahan ini banyak memunculkan para pelaku usaha baru. Para pelaku usaha lebih mudah dalam mencari bahan baku, mencari informasi yang berhubungan dengan usaha yang dilakukan, dan dalam pemasaran produk. Usaha tersebut bisa dilakukan dengan sangat sederhana dan bisa dilakukan dengan skala kecil. Umkm mempunyai fungsi yang sangat penting di Indonesia diantaranya mengurangi pengangguran, meningkatkan perekonomian, dan menjawab berbagai kebutuhan masyarakat.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mengemukakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dimaknai sebagai:

1. usaha mikro ialah usaha produktif yang dimiliki individu ataupun lembaga usaha milik seseorang yang sudah selaras persyaratan usaha mikro selaras terhadap regulasi yang termuat pada undang-undang
2. usaha kecil ialah usaha ekonomi produktif yang dijalankan secara mandiri oleh individual ataupun lembaga usaha yang tidak diklasifikasikan sebagai anak perusahaan ataupun cabang atas kepemilikan perusahaan, dikuasai, ataupun turut andil dalam usaha menengah serta usaha besar yang telah sesuai persyaratan selaras terhadap regulasi yang ada

3. usaha kecil dan menengah dimaknai sebagai aktivitas bisnis yang berskala tak begitu besar, memiliki manajemen yang sederhana, terdapat terbatasnya modal serta jangkauan pasarnya yang belum meluas

4. usaha menengah ialah usaha ekonomi produktif yang independen, dilaksanakan secara individual ataupun lembaga bisnis yang tak diklasifikasikan sebagai anak perusahaan ataupun cabang atas kepemilikan, penguasaan perusahaan, ataupun turut andil dalam usaha kecil atau usaha besar yang memiliki akumulasi kekayaan bersih ataupun hasil penjualan tahunan yang diregulasikan pada undang-undang ini

5. pelaku usaha ialah wirausahawan (*entrepreneurship*). Yang dimaknai sebagai sosok yang mampu meninjau kesempatan melalui pencarian pendanaan serta sumber daya lainnya guna penggarapan kesempatan yang ada, memiliki keberanian dalam mempertanggungjawabkan segala risiko berkenaan terhadap operasionalisasi usaha, serta menjalankan bisnisnya selaras terhadap perencanaan pengembangan dan perluasan bisnis. Umkm dapat dilakukan dengan perorangan, sehingga seseorang dapat membuka kegiatan UMKM dengan mudah karena tidak memerlukan organisasi yang kompleks.

Situasi persaingan dengan keketatan tinggi dipicu oleh meningkatnya jumlah pelaku UMKM. Dengan begitu para pelaku umkm harus mampu mempertahankan kegiatan usaha tersebut. Beberapa hal yang menjadi pertimbangan dalam mempertahankan kegiatan usaha tersebut adalah manajemen pemasaran. Pemasaran merupakan bagian terpenting karena menyangkut bagaimana suatu produk atau jasa tersebut laku di pasaran. Pemasaran produk atau jasa langsung berhubungan dengan para pembeli atau para pelanggan. Oleh karena itu para pelaku UMKM harus mampu menarik dan mempertahankan kelayaitasan para pelanggan. adapun cara

untuk mempertahankan kelayaitasan pelanggan yaitu dengan memperhatikan kepuasan pelanggan. Kepuasan dipahami sebagai taraf emosional individu yang mengemukakan temuan penyandingan berkenaan atas penerimaan serta ekspektasi performa (Kotler, dalam Imam, 2016). Oleh karena itu pelaku umkm harus tau apa yang diharapkan oleh pelanggan. Jikalau pelanggan merasakan kepuasan, tentu dapat mengindikasikan kemungkinan bertahannya pelanggan atas barang ataupun layanan dalam jangka panjang lama sehingga kegiatan UMKM tersebut dapat bertahan lama. Kepuasan pelanggan menjadi parameter pengukruan kesuksesan yang bermuara pada besarnya penjualan serta perolehan laba.

Seorang pelaku UMKM dapat memperhatikan beberapa hal yang perlu dalam mencapai kepuasan pelanggan diantaranya lokasi, harga dan kualitas pelayanan. Ketika lokasi tersebut mudah diakses oleh transportasi maka seorang pelanggan akan lebih mudah dan nyaman untuk membeli produk yang dijual. Selain itu lokasi pada tempat keramaian akan memudahkan suatu produk diketahui oleh masyarakat. Selain lokasi, harga juga menentukan kepuasan pelanggan. Para konsumen menginginkan suatu produk dengan harga yang murah tetapi mutu yang didapatkan dengan mutu yang bagus. Harga yang diberikan tidak terlalu lebih tinggi atau terlalu lebih rendah dengan harga dipasaran. Karena pelanggan biasanya membandingkan harga satu dengan yang lainnya. Kualitas pelayanan jug menentukan suatu kepuasan pada pelanggan. Pelayanan seperti yang diharapkan memicu hubungan personal yang sesuai yang diharapkan. Karena setiap orang ingin dihargai dan dilayani dengan baik.

UMKM yang ada saat ini ialah UMKM atap susu yang berlokasi di dusun Kapas Mlati, desa Jabaran, kecamatan Balongbendo, kabupaten Sidoarjo.

UMKM Atap Susu yaitu UMKM yang bergerak di bidang petanian dan kuliner, yaitu pemerahan susu sapi dan kedai susu sapi. Semakin ketatnya persaingan yang ada perlu adanya strategi bagaimana UMKM Atap Susu bisa bersaing dan mampu bertahan.

Banyak strategi yang digunakan untuk menghadapi persaingan yang sangat ketat tersebut diantaranya memperhatikan kepuasan pelanggan. UMKM Atap Susu perlu mengetahui beberapa faktor yang memberikan pengaruh atas kepuasan pelanggan yang dapat memenuhi kepuasan pelanggan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dalam menghadapi ketatnya situasi kompetitif, UMKM Atap Susu harus memikirkan kepuasan seorang pelanggan. Dengan begitu loyalitas pelanggan terhadap produk yang dihasilkan dapat tercipta. Sehingga kegiatan UMKM Atap Susu dapat tetap bertahan dan mampu unggul dalam persaingan. Pelaksanaan riset ini bertujuan supaya mengidentifikasi cara membuat kepuasan pelanggan yaitu memperhatikan sejumlah factor yaitu lokasi, harga, dan kualitas pelayanan. Berdasarkan permasalahan diatas maka didapat rumusan masalah yaitu:

1. bagaimanakah lokasi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan?
2. bagaimanakah harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan?
3. bagaimanakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan?
4. adakah pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan atas pelaksanaan riset ini ialah demikian:

1. mengidentifikasi pengaruh lokasi pada kepuasan pelanggan
2. mengidentifikasi pengaruh harga pada kepuasan pelanggan
3. mengidentifikasi pengaruh dari kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan
4. mengidentifikasi pengaruh lokasi, harga, dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan secara simultan.

### **1.4 Manfaat penelitian**

Pelaksanaan riset ini diekspektasikan mampu memberikan kebermanfaatn bagi beberapa aspek yang dijabarkan demikian :

1. aspek akademis

hasil riset mampu dipergunakan menjadi tambahan pustaka STIE MAHARDHIKA SURABAYA. Dan bisa diambil sebagai bahan penunjang oleh mahasiswa selain di kampus ini apabila mengambil topik riset yang sejenis

2. aspek pengembangan ilmu pengetahuan

hasil riset mampu dipergunakan sebagai patokan serta tambahan informasi dalam riset yang dilakukan oleh orang lain. Terutama tentang kepuasan pelanggan

3. aspek praktis

hasil riset diekspektasikan mampu membantu para pelaku umkm dan para petani susu sapi perah untuk melakukan analisis terhadap kepuasan pelanggan supaya tetap mampu mempertahankan dirinya serta melangsungkan bisnisnya ditengah situasi bisnis yang kompetitif.