

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri rumahan ataupun pelaku bisnis usaha menengah merupakan entitas ekonomi yang berperan penting dalam gerakan pengembangan industri serentak dan beragam. Industri rumahan dalam pesatnya perkembangan ekonomi Indonesia menjadi penggerak dan berkontribusi yang cukup besar pada sektor pengurangan pengangguran, Indonesia sebagai Negara dengan jumlah UMKM terbanyak di ASEAN, terdapat sekitar 5,79 juta UMKM di Indonesia. Sebagai salah satu Negara ASEAN, 96% bisnis Indonesia mengembangkan sayap pada sektor UMKM yang menyumbang 30-57% pada PDB (Produk Domestik Bruto) serta 50-98% terhadap seleksi tenaga kerja. (inpirasibangsa.com/peluaang-industri-kecil-dan-men).

Dalam mengatasi persaingan di dunia bisnis yang berjalan tanpa kepastian dan sangat dinamis membuat pelaku bisnis untuk memberikan langkah taktis, dan memberikan strategi yang tepat untuk memuaskan konsumen. Sehingga pelaku bisnis bisa bersaing pada ketatnya perkembangan globalisasi ekonomi

Di zaman ini, persaingan pelaku usaha semakin kompleks, untuk menjadikan konsumen yang mau untuk berlangganan adalah kepuasan konsumen tersebut. Konsumen ibarat raja yang harus diberikan pelayanan yang memuaskan, tetapi bukan berarti harus memberikan segalanya pada konsumen tersebut. Pada saat pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen maka, dalam usaha tersebut harus saling menguntungkan dan tidak saling merugikan kedua belah pihak.

Demi berjalannya suatu bisnis dan operasionalnya, kepuasan konsumen menjadi pokok penting yang harus dijaga untuk mempertahankan bisnis

perusahaan. Maka dari itu. Jika konsumen puas atau tidaknya pada pelayanan yang diberikan pada perusahaan akan memberikan dampak yang baik pada perusahaan.

Pada pelanggan yang merasakan kepuasan akan membuat pelanggan untuk kembali dan bertahan lebih lama, tidak terlalu mengacu pada harga dan memberikan nilai perusahaan secara positif. Dalam memberikan kepuasan pelanggan, bisnis harus membuat strategi yang menarik untuk menasar lebih banyak pasar sehingga bisa mempertahankan pelanggan dengan kepuasan tersebut.

Berdasarkan apa yang disampaikan Kotler (2016:9) adalah kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja perusahaan yang telah memenuhi harapan. Dari penyampaian di atas penekanan tentang ekspektasi dan apa yang dimaksud dengan kinerja/hasil dirasakan oleh konsumen.

Ekspektasi konsumen dinilai atas kejadian masa lalu, ulasan yang pernah disampaikan orang-orang disekitarnya dan informasi dari pemasar serta pesaing. Hal-hal tersebut yang memberikan timbal balik konsumen terhadap kinerja, baik itu kekecewaan konsumen maupun kepuasan konsumen, sehingga akan memenuhi harapannya.

Dengan banyak alasan yang begitu mendasar mengharuskan kepuasan harus ada dan mutlak untuk mempertahankan konsumen. Menurut Suprihanto (2017:85), pentingnya kepuasan bagi konsumen adalah pertama, kepuasan konsumen akan memberikan dampak loyal pada artinya akan terus melakukan pembelian dan menggunakan barang maupun pelayanan suatu usaha disaat bersamaan dengan itu terdapat usaha lain yang memproduksi dan menjual barang maupun jasa yang serupa ataupun sejenis. Yang kedua, dampak dari pada

kepuasan konsumen akan berguna sebagai informasi mengenai produk perusahaan yang mereka beli dan gunakan dengan orang lain yang juga bisa menjadi konsumen, sehingga menjadi penyebar informasi yang efektif. Yang ketiga, sebagai konsumen akan merasakan puas dan senang terhadap bisnis suatu perusahaan yang merupakan perusahaan dengan citra yang baik dan bertanggung jawab serta bukan hanya terfokus pada memaksimalkan keuntungan. Konsumen jelas merupakan prospek yang perlu diperhatikan karena kepuasan mereka menyimpan uang untuk membeli dan menggunakan produk dan layanan perusahaan.

Keinginan semua bisnis merupakan untuk kepuasan pelanggannya. Namun terkadang keinginan tersebut tidak berjalan atas apa yang dikehendaki. Perusahaan dalam usahanya sudah memaksimalkan kemampuan dalam melayani dan menaikkan kualitas produk, tetapi dalam usahanya terdapat konsumen yang tidak puas terhadap kinerja perusahaan. Dalam hal semacam ini juga ditemukan di Martha Tiller yang bergerak dibidang kosmetik.

Berdasarkan apa yang disampaikan Kotler dan Armstrong (2016:259), Kualitas produk berarti kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya. Ini mencakup daya tahan produk secara keseluruhan, keandalan, presisi, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Berdasarkan Parasuraman et. al (2017:44), Maksudnya kualitas layanan adalah persepsi pelanggan pada keunggulan suatu layanan. Pada dasarnya suatu perusahaan yang baik dan berkualitas hanya pelangganlah yang dapat menilai suatu pelayanan. Salah satu indikator yang tidak kalah penting adalah harga. Harga berkaitan dengan keuntungan yang dihasilkan dari suatu produk maupun pelayanan dengan nominal harga tertentu ketika keuntungan yang telah didapatkan konsumen meningkat. Oleh karena itu meningkatnya nilai tersebut.

Seperti pada saat terjadinya kenaikan harga tertentu, nilai harga suatu produk dan pelayanan naik seiring pada kenaikannya kegunaan atas apa yang dirasakan konsumen. Dalam memasarkan produk dan pelayanan pelaku bisnis harus menetapkan harga yang sesuai. Pertimbangan harga konsumen begitu penting pada saat pembelian barang maupun jasa suatu bisnis. Oleh karena itu harga sangat berdampak terhadap persepsi produk tersebut. Dengan begitu kepuasan pelanggan adalah menjadi penting terutama bagi sebagian besar bisnis.

Berdasarkan Alma (2015:169) mengenai harga adalah sebagai karakter yang saling terkait dengan produk yang memungkinkannya dapat memenuhi kebutuhan (needs), keinginan (desire) dan kepuasan pelanggan (satisfaction), dan dinyatakan dalam bentuk uang. Dalam bisnis pelayanan perlu merumuskan strategi pemasaran yang sesuai untuk mencapai tujuan bisnis maka diperlukan pemilihan tempat sebagai properti komersial untuk menjalankan bisnis. Keputusan itu begitu penting dalam menarik konsumen untuk datang ke lokasi bisnis untuk memenuhi kebutuhan mereka. Untuk mencapai tujuan bisnis dibutuhkan ketepatan dalam menentukan tempat yang memiliki fungsi strategis. Pertimbangan yang tepat pada lokasi seperti akses transportasi umum yang baik, jarak pandang ke tepi jalan yang baik, akses yang mudah dijangkau serta area parkir kendaraan yang aman dan luas. Dari pertimbangan-pertimbangan tersebut dapat menentukan keberhasilan aktivitas suatu bisnis.

Berdasarkan Manullang (2016:41) mengartikan lokasi sebagai fungsi Strategis, lokasi fisik, yang membantu menentukan pencapaian tujuan bisnis. *Place* atau lokasi merupakan tempat dimana didirikannya perusahaan. Pendapat lebih lanjut oleh Swastha (2017:92), menyatakan pada tempat/lokasi berperan sebagai aktivitas suatu perusahaan untuk membuat produk yang dibutuhkan oleh

pelanggan. Oleh karena itu, tempat diartikan sebagai berlangsungnya suatu usaha atau apa yang sedang dikerjakan.

Salah satu industri rumahan yang bergerak dibidang kuliner dan kegiatannya adalah UD. Bakpao Wijaya Gresik yang berlokasi di Gresik. Usaha ini membuat olahan produk yang dikenal dengan makanan yang berasal dari Negeri Bambu (Tiongkok). Bakpao merupakan masakan khas tradisi Cina, yang saat ini dikenal dengan Bakpao di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh bahasa Hokkien yang di anak turunkan oleh tionghoa yang berada di Indonesia. Pao diartikan "dibungkus" dan bak diartikan "Daging". Sehingga Bakpao diartikan sebungkus yang berisi daging dan bermula daging yang paling umum merupakan menggunakan daging babi, berbeda lagi jika berada di Indonesia yang mayoritas muslim sehingga bakpao yang tersedia dalam berbagai jenis variasi seperti coklat, stroberi, kacang tanah dan kacang hijau dan lain sebagainya sesuai keinginan. Pada kulit bakpao diproduksi dengan menambahkan ragi pada tepung yang sudah dijadikan adonan. Setelah diisi, adonan difermentasikan dan selanjutnya dikukus hingga matang. Warna yang berada di tengah bakpao biasanya dijadikan sebagai tanda perbedaan setiap isi varian rasa pada bakpao.

Di masa ini UD Bakpao Gresik bergerak dibidang produksi Bakpao Wijaya dan di masa ini juga sedang menghadapi masalah terkait dengan penjualan yang menurun dengan signifikan serta meningkatnya komplain oleh konsumen mengenai produk Bakpao wijaya yang sudah terkenal di kota Gresik.

Pada saat ini UD. Bakpao Wijaya Gresik dengan produksinya Bakpao Wijaya sedang dihadapkan dengan permasalahan yang berhubungan dengan penurunan omzet penjualan dan semakin meningkatnya keluhan konsumen terhadap Bakpao Wijaya. Dengan permasalahan penjualan yang semakin menurun

bagi UD. Bakpao Gresik menjadi permasalahan yang begitu serius. Sehingga harus segera dicari tahu penyebabnya dan segera diatasi. Hal ini disebabkan banyak faktor seperti halnya kualitas pelayanan, penetapan harga, kualitas harga serta lokasi perusahaan tersebut. Dalam hal pelayanan yang dilakukan perusahaan tersebut masih mendapatkan masalah seperti tidak terkirim sesuai pesanan pelanggan, pengiriman ke pelanggan yang sering tertunda, bahan baku yang terbatas yang disebabkan harga bahan baku yang naik. Yang mengakibatkan kesulitan dalam persaingan antar barang yang sejenis dan penempatan lokasi yang kurang strategis bagi perusahaan dagang.

Bagi perusahaan kepuasan pelanggan menjadi masalah yang perlu diselesaikan dengan cepat dan tepat. Karena masalah tersebut menjadi masalah penting di masa pertumbuhan sehingga perusahaan mampu untuk bertahan. Pelanggan yang merasakan kepuasan akan membeli ulang untuk kelangsungan dan perkembangan perusahaan.

Dari penjelasan diatas, serta latar belakang dari skripsi ini penulis tertarik untuk melakukan penyelidikan serta kajian yang lebih detail terhadap judul **“Analisis Kepuasan Konsumen di UD. Bakpao Wijaya Gresik”**.

1.2. Rumusan Masalah

Dalam merumuskan masalah penelitian ini didasarkan pada penjelasan latar belakang di atas. sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi dapat mempengaruhi secara simultan pada kepuasan pelanggan di UD. Bakpao Wijaya Gresik ?
2. Apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi secara parsial pada kepuasan pelanggan di UD. Bakpao Wijaya Gresik ?

3. Apakah kualitas produk dapat mempengaruhi secara parsial pada kepuasan pelanggan di UD. Bakpao Wijaya Gresik ?
4. Apakah harga dapat mempengaruhi secara parsial pada kepuasan pelanggan di UD. Bakpao Wijaya Gresik ?
5. Apakah lokasi dapat mempengaruhi secara parsial pada kepuasan pelanggan di UD. Bakpao Wijaya Gresik ?
6. Variabel bebas (kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi) manakah yang memberikan pengaruh dominan pada kepuasan pelanggan di UD. Bakpao Wijaya Gresik ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah dan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan pada kepuasan konsumen di UD. Bakpao Wijaya Gresik
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial pada kepuasan pelanggan di UD. Bakpao Wijaya Gresik
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial pada kepuasan pelanggan di UD. Bakpao Wijaya Gresik
4. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial pada kepuasan pelanggan di UD. Bakpao Wijaya Gresik
5. Untuk mengetahui pengaruh lokasi secara parsial pada kepuasan pelanggan di UD. Bakpao Wijaya Gresik

6. Untuk mengetahui variabel bebas (kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi) yang memberikan pengaruh dominan pada kepuasan pelanggan di UD. Bakpao Wijaya Gresik

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan dampak serta manfaat yang signifikan bagi pihak-pihak tertentu antara lain:

1. Aspek Akademis

Sebagai informasi pihak ketiga yang bisa digunakan untuk melakukan kajian lebih mendalam dan menambah daftar pustaka bagi peneliti lanjutan serta sebagai perbandingan penelitian lain dan sebagai bentuk nyata Dharma Bakti kepada perguruan tinggi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mahardhika Surabaya yang sesuai lazimnya dan khususnya bagi Program Studi Manajemen.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Sebagai informasi, sebagai bahan bacaan, sebagai media yang bisa digunakan oleh semua pihak untuk memperdalam ilmunya.

3. Aspek Praktis

Sebagai masukan bagi UD. Bakpao Wijaya Gresik yang bisa dijadikan langkah-langkah taktis dalam mengatasi masalah-masalah yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, lokasi, serta kepuasan konsumen.