

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada jaman saat ini di Indonesia memiliki kompetisi dagang yang sangat ketat dan bersaing seperti produk baik dagang ataupun jasa. Dalam hal ini pemasaran merupakan peranan cukup penting bagi setiap pedagang. Misalnya Seperti meningkatkannya kualitas pada jasa ataupun produk dengan menggunakannya strategi pemasaran yang terlihat menarik di mata konsumen. Contoh suatu bisnis yang memiliki daya saing yang banyak dibidang dagang yaitu UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Konsumen memiliki berbagai macam pilihan seperti kualitas produk, kualitas layanan dan citra perusahaan yang baik serta kualitas pelayanan perusahaan yang baik, produk makanan yang enak dan harga yang terjangkau. hal ini bisa menjadi tantangan tersendiri bagi setiap UMKM. Ketatnya persaingan dalam produk jasa dan ekspektasi konsumen yang semakin meningkat menjadikan pemilik UMKM wajib memiliki cara untuk meningkatkan proporsi nilai di UMKM nya sendiri.

Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi UMKM Dapur Keyra dalam menciptakan sebuah produk yang menarik dan juga enak. Menurut Ely (2021) kualitas produk merupakan sebuah totalitas yang memiliki karakteristik produk atau jasa dapat memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang akan dinyatakan *implisit*. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan. UMKM sendiri senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi

keinginan konsumen. Dengan produk yang berkualitas, Dapat bersaing dengan para *kompetitor* dalam menguasai pangsa pasar.

Dengan memberikan perhatian pada kualitas akan memberikan dampak yang positif kepada bisnis melalui dua cara yaitu dampak terhadap biaya produksi dan dampak terhadap pendapatan. Dampak terhadap biaya produksi terjadi melalui proses pembuatan produk yang memiliki derajat konformasi yang tinggi terhadap standar-standar sehingga bebas dari tingkat kerusakan. Dampak terhadap peningkatan pendapatan terjadi melalui peningkatan penjualan atas produk berkualitas yang berharga *kompetitif*. Dengan memperhatikan aspek kualitas produk, maka tujuan UMKM untuk memperoleh laba yang optimal dapat terpenuhi sekaligus dapat memenuhi tuntutan konsumen akan produk yang berkualitas dan harga yang *kompetitif*.

Salah satu elemen yang penting yang dijadikan pertimbangan utama oleh para konsumen didalam melakukan pembelian suatu produk yaitu adanya Kualitas layanan semua konsumen di UMKM Dapur Keyra berharap akan adanya pelayanan yang baik dari setiap produk atau jasa yang dibeli. Karena konsumen pada dasarnya akan membeli beberapa produk atau jasa yang dapat memenuhi keinginan juga kebutuhannya. Kondisi pelanggan merupakan gambaran dari kualitas layanan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan.

Menurut Ariani (2020) kualitas pelayanan merupakan kualitas dapat ditentukan oleh pelanggan, dan di mana seorang pelanggan yang menginginkan sebuah produk maupun jasa yang akan sesuai dengan adanya kebutuhan dari harapan yang ada tingkatan sebuah nilai produk. Bagi UMKM Dapur Keyra akan mencapai keberhasilan jika memberikan kualitas pelayanan yang berkualitas adalah hal yang mutlak untuk dilakukan *owner* Dapur Keyra agar UMKM tersebut mendapatkan citra yang baik bagi para konsumen sehingga bisa mendapatkan pelanggan yang loyal.

Banyaknya UMKM yang berkembang menjadikan konsumen lebih detail untuk menentukan pilihannya dalam setiap akan membeli produk. Konsumen akan membeli produk dengan melihat apakah perusahaan mempunyai citra perusahaan yang baik dalam hal apapun. Tujuan dari pemilik UMKM memiliki citra perusahaan yang baik adalah bagaimana UMKM mengidentifikasi produk yang dihasilkan sehingga berbeda dengan produk pesaing UMKM lainnya. Dengan adanya citra perusahaan yang mendapatkan nilai baik dapat membuat UMKM Dapur Keyra banyak dikenal oleh masyarakat dan bisa menjadikan suatu pilihan konsumen dalam melakukan pembelian.

Menurut Omoregie Et Al. (2019) mengemukakan bahwa Citra Perusahaan ialah bentuk *asset* yang tidak berwujud pada perusahaan yang memiliki keunikan dimana mudah untuk diidentifikasi namun sukar untuk di tiru. Pentingnya citra perusahaan yaitu memberi kemudahan perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumen supaya mencapai tujuan secara *efektif*, konsumen adalah sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan, konsumen juga

sebagai fungsi dari pengalaman dan harapan atas kualitas pelayanan.

Dapur Keyra merupakan sebuah UMKM berdiri di bidang makanan yang mana menjual aneka olahan kue basah, kue kering, dan beberapa sayuran yang biasa dikonsumsi sehari-hari. Dapur Keyra terletak di Desa Kebun Agung Kec. Puri Kab. Mojokerto. Hal yang menarik pertama yaitu perhatian penulis tertuju kepada intensitas pengunjung yang ramai terutama pada saat hari *weekend*. Dapur Keyra merupakan salah satu UMKM yang terbilang sehat dalam maknanya karena di sana menjual berbagai aneka kue basah/kering dan kuah kuahan seperti soto, sop dll.

Menurut Oliver (2019) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila harapan maka pelanggan akan kecewa. konsumen telah menjadi konsep yang penting dalam perencanaan bisnis dan manajemen suatu perusahaan. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik serta memuaskan. Kepuasan dapat membentuk persepsi dan hal ini dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggan. Hal tersebut penting sebagai acuan dalam membenahi kualitas pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan bisa memberikan kepuasan pada tingkat yang optimal.

Dengan adanya kepuasan pelanggan berarti pelanggan sudah mendapatkan kepuasan, kebutuhan dan keinginannya terhadap suatu produk atau jasa yang digunakan, ada kemungkinan konsumen juga akan merekomendasikannya produk

atau jasa tersebut kepada orang lain. Hal ini sangat di inginkan UMKM dapur keyra supaya mendapatkan dua kali keuntungan dan dalam jangka yang panjang. Dapur Keyra juga berupaya meningkatkan citra perusahaan dan kualitas pelayanan yang baik Sehingga dapat mempertahankan mereka para pelanggan setia, karena hal itu sama saja bisa meningkatkan *system* keuangan dan kelangsungan hidup pemilik UMKM.

Berdasarkan latar belakang tersebut yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang mengenai Kepuasan Konsumen UMKM Dapur Keyra dan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Dapur Keyra Kec. Puri Kab. Mojokerto”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas permasalahan yang akan dibahas dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di UMKM Dapur Keyra?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh pada Kepuasan Konsumen di UMKM Dapur Keyra?
3. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh pada Kepuasan Konsumen di UMKM Dapur Keyra?
4. Apakah Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan secara silmutan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di UMKM Dapur Keyra?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Dapur Keyra
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen UMKM dapur keyra
3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen UMKM dapur keyra
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan terhadap kepuasan konsumen UMKM Dapur Keyra

1.4 Manfaat

Penelitian ini berharap dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis bagi perusahaan, universitas, dan penulis. Mengenai penjelasannya akan dijabarkan sebagai berikut :

a. Secara Teoritis

Mendapatkan informasi tambahan secara teori dengan penelitian yang sesuai judul mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas produk, kualitas layanan dan citra perusahaan pada UMKM “Dapur Keyra “

b. Secara Praktis

1. Bagi Peneliti

Adapun manfaat bagi peneliti yaitu bisa menambah dan mengembangkan wawasan peneliti, juga sebagai bahan kajian ilmiah dari penelitian yang dapat diperoleh untuk diimplementasikan.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan supaya Universitas Islam Majapahit mempunyai tambahan referensi di bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi UMKM Dapur Keyra

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk meningkatkan kepuasan dan kesetiaan konsumen di Dapur Keyra.