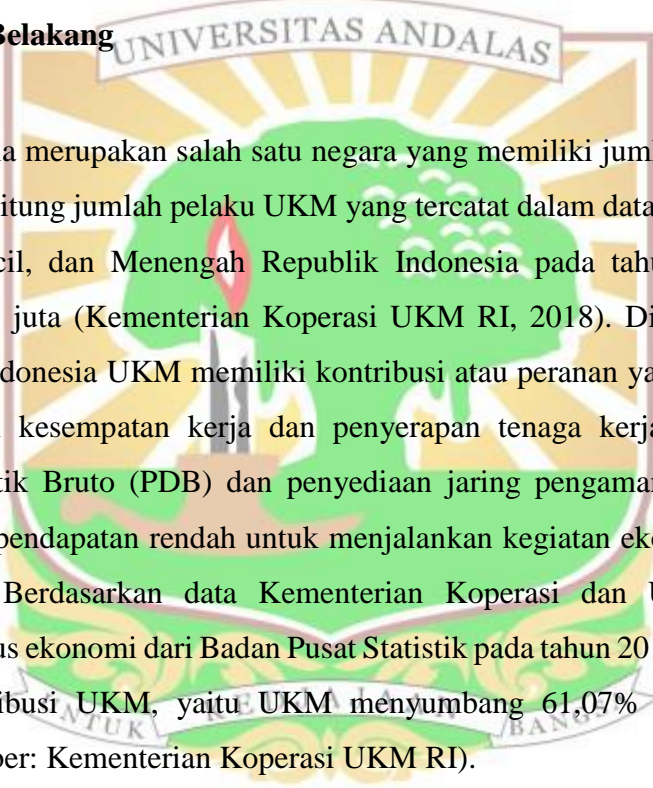


BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang



Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah sektor UKM yang besar, terhitung jumlah pelaku UKM yang tercatat dalam data Dinas Koperasi dan Usaha Kecil, dan Menengah Republik Indonesia pada tahun 2018 adalah sebanyak 64,19 juta (Kementerian Koperasi UKM RI, 2018). Dilansir dari situs Bappenas, di Indonesia UKM memiliki kontribusi atau peranan yang cukup besar, yaitu perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja, pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyediaan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpendapatan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif (Putri, 2019). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, sensus ekonomi dari Badan Pusat Statistik pada tahun 2016 menunjukkan besarnya kontribusi UKM, yaitu UKM menyumbang 61,07% dari total PDB Nasional (Sumber: Kementerian Koperasi UKM RI).

Sesuai dengan data yang telah diperoleh dari Dinas Koperasi UMKM Sumatera Barat Tahun 2016, jumlah UMKM di Sumatera Barat sebanyak 128.276 unit dan jumlah UMKM di Kota Padang sebanyak 2.056 unit (Dinas Koperasi UKM Provinsi Sumbar, 2017). Selanjutnya pada tahun 2018 terdapat 2.191 Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang terdaftar di Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian (Disnakerin) Padang (Disnakerin, 2018). UKM di Padang terdiri dari berbagai jenis industri, termasuk industri makanan, industri logam, industri elektronik, industri pakaian, kimia industri, industri mebel, industri mesin, industri kerajinan, industri

alat transportasi, industri barang kayu, dan berbagai industri. **Tabel 1.1** berikut ini merupakan rekapitulasi UKM di Padang berdasarkan jenis industrinya.

Tabel 1.1 Rekapitulasi UKM di Padang

No	Jenis Industri	Jumlah
1	Alat Transportasi	13
2	Beragam	126
3	Barang Kayu	83
4	Elektronik	67
5	Furniture	85
6	Handicraft	29
7	Bahan Kimia	84
8	Logam	111
9	Mesin	31
10	Makanan	1.118
11	Pakaian	444
Total		2191

(Sumber: Disnakerin Padang, 2018.)

Berdasarkan **Tabel 1.1** dapat dilihat bahwa jenis industri makanan merupakan jumlah UKM yang terbanyak. Saat ini, salah satu jenis usaha kuliner yang sedang berkembang di Kota Padang adalah usaha industri kuliner rendang daging sapi. Kepala Dinas Koperasi dan UKM Sumbar Zirna Yusri juga mengatakan perkembangan usaha kuliner khas rendang saat ini berkembang sangat pesat (Indira, 2019). Usaha industri kuliner rendang daging sapi merupakan makanan kuliner khas Sumatera Barat yang banyak digemari oleh berbagai lapisan kalangan masyarakat di Indonesia, bahkan juga masyarakat internasional. Hal ini terbukti dari hasil survei yang dilakukan oleh lembaga *CNN Travel* tahun 2017, yang mengatakan bahwa rendang menempatkan posisi pertama pada kategori makanan terlezat di dunia (Cheung, 2017). Oleh karena itu, terdapat banyak usaha UKM rendang yang berada di Kota Padang yaitu sebanyak 20 unit (Disnakerin, 2018). Dengan banyaknya UKM rendang yang ditemukan di Kota Padang tentu menjadi perhatian bagi setiap UKM untuk memperhatikan produk serta layanan pelanggan untuk membangun keunggulan bersaing.

Membangun keunggulan kompetitif mencakup memahami kebutuhan pasar (pelanggan) dan menyusun strategi untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia (atau dapat diperoleh) untuk dapat bersaing. Strategi membangun keunggulan kompetitif ini perlu memperhitungkan target pasar dan kekuatan serta kelemahan perusahaan. Meskipun banyaknya penelitian yang menjelaskan dan mempelajari dampak signifikan dari menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dari kinerja perusahaan, masih belum banyak literatur yang berfokus pada faktor-faktor keunggulan kompetitif dari layanan dan perspektif produk (misalnya; kualitas layanan dan kualitas produk) di sektor bisnis ke bisnis (B2B) (Hoe, 2018).

Menurut Beerli (2004), loyalitas pelanggan tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga dapat menarik pelanggan baru. Pada jangka pendek, memperbaiki loyalitas pelanggan akan membawa profit pada penjualan. Profit merupakan motif utama konsistensi bisnis, karena dengan keuntungan maka roda perputaran bisnis dari variasi produk dan jasa yang ditawarkan maupun perluasan pasar yang dilayani (Aryani dan Rosinta, 2010).

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Rimawan (2017) menyatakan, kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja produk yang dirasakan oleh pembeli. Apabila produk yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa tidak puas. Dengan kata lain kepuasan konsumen akan didapat jika produk yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen. Pelanggan dipengaruhi oleh harapan, persepsi layanan dan persepsi kualitas.

Menurut Tjiptono (dalam Putro, 2014) beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas layanan dan kualitas produk. Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas jasa, yaitu: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Putro, 2014) menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Jadi, kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan dari suatu produk.

Apabila pelanggan merasa puas terhadap suatu produk yang di beli, akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga membuat pelanggan melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Seperti yang dikatakan Moven dan Minor (dalam Putro, 2014) bahwa loyalitas sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merk, mempunyai komitmen pada merk tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang. Salah satu cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik, yang diharapkan dapat membuat pelanggan untuk kembali melakukan transaksi.

Pilkington dan Chai (dalam Jananshahi dkk., 2011) mempelajari pentingnya kualitas produk dan layanan pada kepuasan pelanggan dan menemukan bahwa pelanggan yang loyal sebagian besar berada dalam kategori pelanggan yang telah menggunakan produk-produk berkualitas tinggi. Ini menyiratkan bahwa kualitas produk yang lebih baik cenderung meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian oleh Chai dan rekan (dalam Jananshahi dkk., 2011) menunjukkan bahwa kualitas layanan kepada pelanggan adalah salah satu faktor paling penting dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan baru dan seperti yang kita semua tahu, kunci untuk kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah menyediakan pelanggan dengan kebutuhan mereka yang belum ditemukan.

Jananshahi dkk. (2011) telah menganalisis hubungan layanan pelanggan dan kualitas produk dalam konteks industri otomotif India. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa layanan pelanggan dan kualitas produk telah berpengaruh pada kepuasan pelanggan dan juga ada hubungan positif antara layanan pelanggan dan kualitas produk dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam konteks industri otomotif India. Selanjutnya Maria dan Anshori (2013) menyimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di toko kue. Penelitian lain hanya membahas hubungan antara kualitas produk atau kualitas layanan pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Atiyah (2016) menyimpulkan bahwa kualitas produk dianggap sebagai sumber dasar dan penting karena mengarah pada kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas dan meningkatkan tingkat profitabilitas dalam jangka menengah dan panjang dalam organisasi. Aryani dan Rosinta (2010) menyimpulkan bahwa kelima dimensi pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa perlu untuk melihat kepuasan dan loyalitas dalam UKM rendang yang berguna untuk memberikan saran dan masukan kepada UKM rendang untuk membangun keunggulan bersaing. Oleh karena itu, penulis melakukan analisis pengaruh kualitas layanan pelanggan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan pelanggan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada usaha UKM rendang di Kota Padang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam menciptakan keunggulan bersaing di UKM rendang kota padang.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pelanggan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam menciptakan keunggulan bersaing di UKM rendang kota padang.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah konsumen UKM rendang.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang akan digunakan dalam Laporan Tugas Akhir ini terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan dalam penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

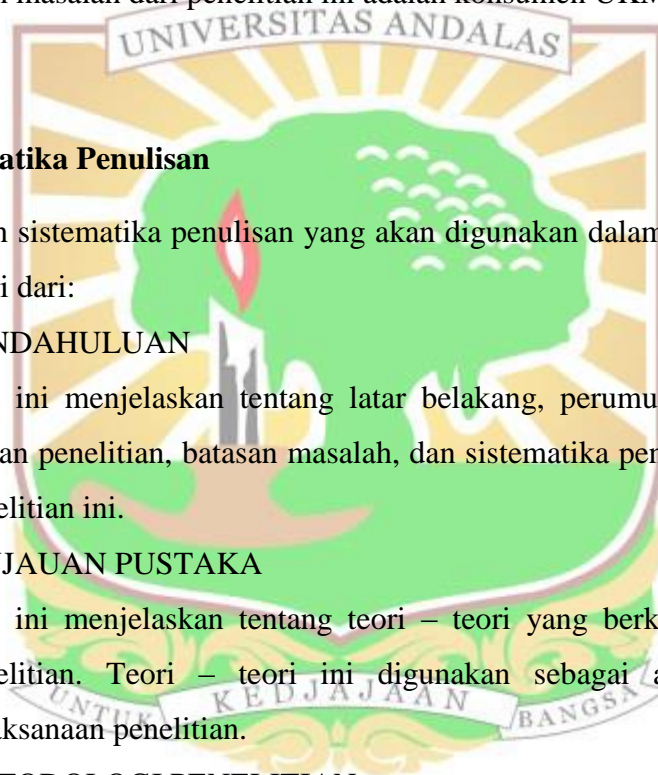
Bab ini menjelaskan tentang teori – teori yang berkaitan dengan penelitian. Teori – teori ini digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang tahapan – tahapan penelitian yang dimulai dari identifikasi masalah hingga pengumpulan dan pengolahan data berdasarkan metode yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil yang didapatkan dari proses pengumpulan dan pengolahan data. Setelah data dikumpulkan, data tersebut diolah dan dibahas untuk memperoleh hasil dari penelitian ini.



BAB V ANALISIS

Bagian ini berisikan analisis terhadap hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran terkait penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dan saran diperoleh dari hasil dan pembahasan penelitian ini.

