

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM kepanjangan usaha mikro kecil dan menengah merupakan sebuah badan usaha yang didirikan oleh perorangan atau kelompok yang dapat mengisi berbagai sektor ekonomi. Unit usaha ini telah diatur sesuai dalam UU No 20 Tahun 2008. Badan usaha dengan bentuk umkm saat ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat karena dorongan oleh perubahan industri nasional akibat penyempitan lapangan pekerjaan di kota besar dan juga sumber daya manusia di Indonesia yang sangat banyak. UMKM berdiri sebagai salah satu bentuk penopang ekonomi yang sanggup bertahan meskipun ditengah krisis ekonomi di Indonesia. Bisnis ini mampu bertahan karena perannya yang hanya sebatas pada sektor ekonomi yang relatif kecil dalam sebuah lingkaran masyarakat. Dengan memanfaatkan sumber daya lokal dan pasar penjualan yang juga lokal membuat jenis usaha ini mampu bertahan dan sedikit-demi sedikit mampu memulihkan dan meningkatkan perekonomian daerah tersebut. Hal lain yang turut menyebabkan UMKM dapat bertahan dikarenakan struktur organisasi dan tenaga kerja yang sederhana dan fleksibel.

Masyarakat mulai tertarik untuk membuka lapangan kerja dan usaha baru untuk memberdayakan sumber daya manusia yang melimpah dengan menciptakan usaha kelas kecil hingga menengah. Dari sumber Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia dan yang ada, tercatat bahwa jumlah usaha kecil hingga kelas menengah (UMKM) di Indonesia hampir mencapai angka 66 juta unit usaha yang telah terdaftar. Jumlah ini meningkat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya yang berkisar 64,19 juta unit usaha yang telah terdaftar. Alasan masyarakat membangun sebuah usaha karena tujuan utamanya yaitu untuk mendapatkan keuntungan. Dari tujuan tersebut, sebagai badan usaha alternatif, berdirinya usaha ini di tengah masyarakat akan memunculkan suatu produk barang atau jasa baru disekitarnya dan menghadirkan sebuah persaingan baru dengan badan usaha sejenis lainnya.

Jenis UMKM yang berdiri di Indonesia sangat bervariasi dan menawarkan berbagai jenis layanan seperti usaha kecil bidang jasa perlengkapan rumah, gaya hidup, hingga dalam urusan pangan sekalipun. Terdapat dua jenis layanan yang diberikan dari usaha kecil tersebut yaitu jasa dan barang. Pada UMKM yang menghasilkan layanan sebuah jasa hasil yang diberikan kepada konsumen tidak dalam bentuk fisik, lebih mengandalkan kemampuan dan tidak terjadi perpindahan kepemilikan suatu objek seperti halnya jasa servis kendaraan atau perbaikan alat elektronik rumah. Lain halnya dengan usaha yang menghasilkan produk fisik seperti barang, dan pangan.

Pelanggan saat ini sudah mulai kritis dalam memilih perusahaan yang mampu memberikan layanan yang sesuai dengan keinginan mereka. Bukan hanya dari produk dan jasa saja yang mereka nilai, namun harapan mereka saat ini semakin kompleks yaitu dengan ikut mulai memperhatikan proses pelayanan perusahaan saat akan memperoleh produk atau jasa tersebut. Harapan pelanggan ini tidak dapat ditebak karena sifatnya yang fleksibel yaitu mengikuti tren yang ada saat itu juga sehingga perusahaan tidak boleh asal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah sebuah hasil yang diperoleh dari pemakaian suatu produk atau jasa yang diterima seseorang dan melebihi harapan orang tersebut. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) “bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan dengan yang diharapkan”. Setiap perusahaan selalu ingin memuaskan keinginan konsumennya, karena kepuasan konsumen akan memberikan dampak yang baik terhadap keberlangsungan perusahaan.

Persepsi rasa kepuasan ini diartikan jika seorang konsumen memperoleh sebuah produk yang sesuai bahkan melebihi apa yang diharapkan. Agar rasa loyalitas pelanggan dapat dimiliki, kualitas dari produk yang diproduksi harus tetap sama dengan sebelumnya. Kotler dan Armstrong (2008) definisi dari kualitas suatu barang merupakan kesanggupan suatu barang untuk menunjukkan kemampuannya, yaitu *durability*, *reliability*, ketepatan, keawetan dan juga atribut barang lainnya. Dari definisi

tersebut dapat diartikan bahwa kualitas produk bisa mempengaruhi loyalitas bagi para pelanggan. Selain itu penilaian yang diberikan oleh pelanggan terkait pelayanan yang diperoleh tentu akan sangat mempengaruhi citra atau nama bagi sebuah perusahaan. Sebuah nilai positif yang diberikan pelanggan kepada perusahaan dapat menghasilkan sebuah keuntungan yaitu rasa loyal atau setia dari pelanggan kepada perusahaan, namun jika perusahaan gagal memberikan kepuasan kepada konsumen, konsumen bisa saja menyebarkan nilai negatif kepada pihak lainnya yang sudah tetap atau kepada calon pelanggan yang baru saja akan menggunakan produk dari perusahaan sehingga yang berbahaya ialah penurunan jumlah pelanggan dan kehilangan pelanggan tetap mereka. Dari situ dapat terlihat bahwa kepuasan setiap pelanggan sangatlah bergantung dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan agar citra dagang atau nama perusahaan dapat terus bertahan.

Salah satu perusahaan yang harus terus memberikan pelayanan dan mempertahankan kepuasan ialah yang bergerak di bidang pangan salah satu unit usaha yang memproduksi roti tawar sebagai bahan utama dalam pembuatan dan penjualan roti bakar. Salah satu panganan ini sangat mudah ditemukan di berbagai daerah karena penikmatnya yang banyak, selain itu dengan harga yang terjangkau, rasa yang ditawarkan juga sangat bervariasi seperti coklat, strawberi, kacang, nanas, bahkan kombinasi berbagai rasa tersebut sudah menjadi variasi dalam penjualan roti bakar menjadi alasan juga roti bakar mudah ditemukan. Karenanya persaingan bisnis kelas ini cukup kompetitif bagi kalangan pihak produsen untuk bisa memproduksi roti tawar dengan kualitas yang jauh lebih baik dan dapat bersaing dengan produsen roti tawar lainnya. Sebagai bahan utama pembuatan roti bakar, roti tawar ini di produksi yang tentunya menggunakan bahan yang berkualitas baik agar hasil roti yang di produksi memiliki kualitas, dan karakteristik tersendiri yang menjadikan ciri khas dari sebuah rumah produksi tersebut. Tepung terigu, gula, mentega, telur dan bahan lainnya merupakan bahan dasar dari pembuatan roti tersebut yang mana kualitas menjadi hal yang utama sebagai bahan dasar pembuatan roti tawar. Banyak faktor yang turut mempengaruhi pelanggan dalam membeli roti tawar dari sebuah rumah produsen. Menurut

Mudjajanto dan Yulianti (2004), kriteria roti tawar yang berkualitas adalah roti tawar yang memiliki tekstur lunak dan elastis. Kemudian menurut Irma Yunita, Dyah Nurani Setyaningsih, dan Titin Agustina dalam *Food Science and Culinary Education Journal*, sebuah roti tawar yang baik tentu memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Warna kulit yang coklat keemasan,
2. Keserasian bentuk,
3. Karakteristik kulit roti yang tipis,
4. Keseragaman ukuran pori-pori roti,
5. Warna pori-pori yang cerah,
6. Aroma,
7. Rasa yang gurih,
8. Tekstur roti.

Mereka berharap pada harga dan kualitas pelayanan baik yang diberikan oleh produsen, oleh karenanya para produsen harus mampu untuk memproduksi sebuah produk, layanan yang berkualitas dan harga yang masih terjangkau oleh para konsumen. Para produsen harus mampu mempertahankan ciri khas atau citra mereka dalam memproduksi barang yang berkualitas baik. Faktor pelayanan menjadi hal yang cukup sensitif bagi para konsumen saat ini dikarenakan layanan dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha, jika pelayanan dinilai buruk, maka dapat mempengaruhi perasaan pelanggan secara langsung dan berakibat buruk pada perusahaan. Ketika harapan pelanggan tidak berhasil dipenuhi pastinya para pelanggan merasakan kecewa karena harga yang harus dibayar ternyata tidak sebanding dengan pelayanan yang diperoleh. Dari situ, produsen harus terus berupaya maksimal untuk mempertahankan kualitas pelayanan agar mereka tidak berpindah produsen.

CV. Galuh Binangkit merupakan sebuah badan usaha berbentuk UMKM yang menjadi salah satu pemasok roti tawar dan bumbu roti lainnya seperti keju, meses, selai dll yang nantinya akan di pasarkan oleh para pedagang roti bakar. Unit bisnis ini merupakan salah satu badan usaha yang cukup terkenal dikalangan para pedagang roti bakar karena berdiri sudah

cukup lama dan kualitas roti yang mampu bersaing dengan produsen roti tawar lainnya. Karena berdiri sudah cukup lama, sehingga banyak sekali calon pelanggan yang mengajukan diri untuk bergabung dengan perusahaan tersebut ke dalam sebuah kontrak *franchise* karena proses kontrak yang mudah dan sudah di fasilitasi dengan peralatan dan gerobak dari perusahaan sendiri. Seiring berjalan waktu, nama UMKM ini sudah sangat besar dan terkenal karena memiliki lebih dari seratus pelanggan yang tersebar di Bogor dan Depok. Dengan banyaknya jumlah pelanggan yang mempercayakan CV. Galuh Binangkit dalam produksi roti tawar dan bumbu roti lainnya, membuat perusahaan harus tetap konsisten dalam menjaga pelayanan pada pelanggan dan juga menjaga kualitas produk yang mereka sediakan. Pemilihan bahan baku pembuatan roti tawar tidak boleh dilakukan dengan sembarangan karena bahan baku yang dipilih akan mempengaruhi kualitas roti tawar yang di produksi. Dalam melakukan produksinya, CV. Galuh Binangkit selalu menggunakan bahan baku dari *brand* yang sudah terkenal demi menjaga agar kualitas roti tawar yang dihasilkan tetap sama dari tahun ke tahun.

CV. Galuh Binangkit telah mengalami banyak sekali peningkatan dan bahkan penurunan jumlah pelanggan roti mereka yang disebabkan banyak faktor. Berikut data peningkatan jumlah pelanggan dari tahun 2018 hingga tahun 2022.



Gambar 1. 1 Data Kenaikan dan Penurunan Pelanggan

Dari grafik diatas, dapat kita ketahui sejak tahun 2018 hingga tahun 2022, CV. Galuh Binangkit mengalami peningkatan jumlah pelanggan mereka pada tahun 2019 sebanyak 13 pelanggan menjadi 142 unit. Kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan yang drastis akibat munculnya wabah yang mengakibatkan ikut menurunnya jumlah pelanggan mereka menjadi 116 unit, pada tahun 2021 terjadi lagi penurunan jumlah pelanggan sebanyak 4 unit menjadi 112 dan terus menurun hingga tahun 2022 sebanyak 104 unit dagang. Penurunan yang dialami oleh CV. Galuh Binangkit ini tidak hanya diakibatkan oleh wabah pandemi yang terjadi selama 2 tahun, tetapi kenaikan harga bahan baku akibat konflik Negara lain pun ikut menjadi penyebab nya, kenaikan harga bahan baku ini sempat menyebabkan penurunan kualitas dari roti yang di produksi. Selain itu salah satu faktor eksternal yang turut menjadi penyebab adalah lambatnya respon penanganan keluhan dan kurang tenaga kerja sehingga tenaga kerja yang ada saat ini harus mengerjakan tugas lebih banyak dan berakibat pada kualitas dan tingkat pelayanan dari produsen menjadi melemah. Berikut beberapa bentuk komplain dari beberapa pelanggan yang peneliti kumpulkan saat melakukan observasi,

1. Stok roti yang akan diambil oleh pelanggan terkadang terlambat karena masih dalam proses pengemasan roti sedangkan sebelumnya pihak produsen sudah memperbolehkan mereka datang untuk mengambil stok, hal ini diakibatkan oleh tenaga kerja yang kurang sehingga proses pengambilan roti menjadi terlambat.
2. Kebutuhan bumbu roti bakar seperti selai atau meses yang kurang atau tidak sesuai dengan pesanan ketika diambil oleh pelanggan, peristiwa ini terjadi ketika bagian manajemen produsen salah memberikan paket bumbu roti bakar dan tertukar dengan pelanggan yang lainnya. Dampaknya ialah pelanggan atau pelanggan menjadi kehilangan rasa percaya terhadap pihak produsen.
3. Terdapat keluhan bahwa beberapa roti yang telah diambil pelanggan memiliki kualitas yang tidak bagus seperti bentuk tidak simetris dan mulai rusak, hal ini diakibatkan adonan yang tidak mengembang dan roti terlalu cepat dikemas ketika keadaannya masih panas. Dampaknya

ialah pelanggan harus mengurangi roti bakar yang seharusnya bisa dijual dan merasa hilang kepercayaan akibat rasa ragu kepada produsen.

4. Keluhan dari pelanggan rumahan seperti roti yang dipesan di hari sebelumnya ternyata tidak dikirim kepada pelanggan tersebut di hari esoknya dengan alasan bahwa roti yang di produksi sudah habis terjual kepada pelanggan di hari tersebut. Hal ini menjadi kan bahwa pihak manajemen tidak memegang amanah dari pelanggan tersebut dan berdampak pada kehilangan rasa percaya terhadap produsen.

Berikut ditampilkan jumlah perbandingan persentase dari keseluruhan keluhan yang terjadi dengan jumlah keluhan yang sudah di tangani oleh pihak produsen.



Gambar 1. 2 Data Jumlah Keluhan Yang Diterima Perusahaan

Dari beberapa keluhan pelanggan diatas, tentu dapat mengakibatkan penurunan jumlah pelanggan perusahaan yang disebabkan rasa sakit hati mereka terhadap pelayanan dan jika pelayanan yang menurun terus diabaikan, akan timbul *gap* antara harapan dengan kinerja atau kepuasan pelanggan yang saat ini dirasakan dari perusahaan. Jika pelanggan terus memberikan keluhan maka dampaknya ialah perusahaan dapat kehilangan pelanggan akibat pelayanan yang menurun. Pelanggan yang sebelumnya mempercayakan perusahaan ini sebagai pemasok bisa saja beralih kepada kompetitor lain yang mana perusahaan pesaing tersebut juga memiliki nama yang sudah terkenal

di wilayah Bogor dan sekitarnya. Maka perlu diadakannya penelitian yang membahas tingkat pelayanan yang diberikan kepada pelanggan karena kepuasan pelanggan tentunya mempengaruhi keberlangsungan CV.Galuh Binangkit sehingga dapat diketahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen saat ini.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjabaran diatas maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut

1. Seberapa besar *gap* atau kesenjangan antara pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan dengan yang diharapkan?
2. Atribut pelayanan apa saja yang perlu dilakukan perbaikan atas kinerja yang diberikan oleh perusahaan berdasarkan 5 dimensi kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan saat ini atas pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan?
4. Bagaimana usulan perbaikan atas kekurangan yang timbul dari pelayanan perusahaan?

1.3 Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *gap* antara pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan dengan kualitas pelayanan dari CV. Galuh Binangkit.
2. Untuk mengetahui atribut apa saja yang perlu dilakukan perbaikan sebagai upaya pembenahan kinerja pelayanan perusahaan.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan saat ini atas pelayanan yang telah diberikan perusahaan.
4. Untuk mengetahui usulan perbaikan seperti apa saja agar pelayanan dari CV. Galuh Binangkit dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penulisan ini semoga dapat dimanfaatkan untuk referensi untuk penelitian selanjutnya yang meneliti objek atau variabel yang sama. Kemudian dari penelitian yang dilakukan saat ini, diharapkan dapat sebagai sumber untuk penambah wawasan dalam pengembangan pemikiran dalam menyusun tugas akhir atau karya ilmiah lainnya.

2. Mampu mengukur tingkat kepuasan pelanggan saat ini atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan melalui *gap* berdasarkan 5 dimensi kepuasan pelanggan sehingga diharapkan hasil penelitian ini memberikan solusi dari isu yang terjadi di lingkungan perusahaan.
3. Manfaat bagi praktisi yaitu sebagai media untuk evaluasi untuk manajemen atau perusahaan agar bisa berupaya maksimal dalam meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan serta menjaga kepuasan *reseller* atau pelanggan.

1.5 Batasan Permasalahan

Penelitian ini memiliki batasan seperti di bawah ini:

1. Penelitian tidak membahas dimensi kualitas pelayanan selain *servqual* seperti nilai estetika, rasa roti, manfaat yang dirasakan, dan kesesuaian kegunaan produk.
2. Analisis pembahasan hanya dilakukan pada tingkat pelayanan yang dilakukan pada tahun 2022.
3. Hasil saran dari seluruh perbaikan atribut untuk pelayanan tidak mempertimbangkan unsur biaya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Batasan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang studi literatur yang dijadikan sebagai pedoman pemecahan masalah terkait penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan serta menggambarkan bagaimana alur dalam penelitian dan atau penyusunan skripsi.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi tentang hasil pengumpulan data serta bagaimana pengolahan data dilakukan serta analisa untuk memecahkan permasalahan guna menjawab tujuan penelitian.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil serta output penelitian dan saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini berisi informasi sumber referensi yang digunakan dalam penelitian.

LAMPIRAN