

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian di Indonesia saat ini tentu tidak terlepas dari peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM adalah usaha yang produktif yang dijalankan oleh individu atau suatu badan usaha dan memenuhi sebagai usaha mikro. UMKM mempunyai peran yang sangat penting dalam mendorong laju pertumbuhan perekonomian saat ini di Indonesia, selain itu UMKM juga sangat berperan penting dalam upaya pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, peran UMKM juga dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang tidak mempunyai pekerjaan dan peran UMKM juga sebagai sarana dalam mengentaskan kemiskinan.

UMKM yang ada di wilayah Kecamatan Sugio. Salah satu usaha umkm yakni kue garpu merupakan jenis usaha yang kreatif dan inovatif. Sehingga di butuhkan strategi pemasaran yang baik, karena dengan adanya strategi pemasaran akan memudahkan memasarkan produk. Kepuasan seorang pelanggan di pengaruhi dengan kualitas produk yang bagus, harga produk yang sesuai standar penjualan serta kualitas pelayanan penjual terhadap konsumen sehingga meningkatkan produktivitas di UMKM kue garpu tersebut.

Pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang di produksi kepada konsumen

agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Menurut Kotler (2001) dalam Dewanti, M.A (2022).

Salah satu keunggulan dalam persaingan UMKM kue garpu terutama pada kualitas produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen menurut Wijaya (2011) dalam Maramis, F. S (2018). Usaha UMKM kue garpu kualitas produk sangat di perhatikan karena kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Produk mampu bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Di lihat dari pelanggan yang cukup mementingkan kualitas produk sebagai acuan mereka untuk membeli produk tersebut maka UMKM kue garpu Jubellor harus mampu meningkatkan kualitas produk yang baik dan menciptakan inovasi agar para konsumen melirik produk UMKM kue garpu tersebut.

Cemilan kue garpu ini sangat digemari para anak muda di Indonesia, yang juga populer di Kabupaten Lamongan. Kue garpu merupakan salah satu camilan homemade yang menarik dan unik serta memiliki cita rasa yang

berbeda, sehingga memiliki daya tarik sendiri dimata konsumen. Harga yang terjangkau semua kalangan mulai dari Rp. 5.000 per pouch sampai dengan Rp 25.000 per kg didukung dengan kemasan yang unik dan menarik. Harga yang ramah kantong mampu menarik minat konsumen untuk membeli kue garpu tersebut, dengan hal ini mampu menambah tingkat produktivitas umkm kue garpu tersebut. Sehingga pemilik UMKM kue garpu tersebut mampu menciptakan banyak macam varian rasa yang membuat makanan ini lebih lezat dan di sukai oleh anak kalangan muda zaman sekarang dengan harga yang sangat terjangkau.

Harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba. harga merupakan dasar dalam sistem penjualan, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, modal, dan gaji karyawan Menurut Tjiptono (2009) dalam Maramis, F. S (2018). Usaha UMKM kue garpu memberikan harga produk yang cukup terjangkau bagi semua kalangan guna menarik daya minat konsumen di wilayah Desa Jubellor Kecamatan Sugio maupun di luar wilayah tersebut.

Di samping itu, adapula yang cenderung memilih cemilan makan yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang dinikmati. sebagian konsumen ada yang beranggapan dari pada makan cemilan yang mewah serta mahal tetapi tidak cukup lezat rasanya, lebih baik memilih cemilan makananan yang biasa tetapi cukup lezat sesuai dengan selera mereka.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan.

Menurut Tjiptono dalam Maramis, F. S (2018). UMKM kue garpu ini juga sangat memperhatikan kualitas pelayanan. Keramahan penjual juga akan mendapatkan nilai plus dari pelanggan, sehingga masyarakat ketika mau membeli merasa nyaman kalau penjualnya ramah.

Penjual tidak dapat memenuhi permintaan konsumen maka menimbulkan ketidakpuasan terhadap pelanggan. pelanggan menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dengan cara membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Pemahaman perusahaan berawal dari produk, selanjutnya disesuaikan dengan pelayanan, harga, kualitas produk serta tingkat produktivitas UMKM kue garpu. Era ini diyakini pula sebagai era dengan ketidakpastian yang dibarengi dengan munculnya fase pertumbuhan yang tidak menentu. Salah satu penyebabnya adalah tingginya tingkat persaingan di dunia baik bisnis lokal maupun global. Tingkat persaingan yang ketat antara perusahaan menyebabkan perusahaan harus benar-benar memikirkan strategi yang tepat. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan dan meningkatkan produktivitas UMKM kue Garpu. Pelanggan akan puas dengan produk yang di beli sesuai dengan keinginannya terhadap produk dan jasa pelayanan. Maka konsumen tidak segan untuk membeli kembali produk dan menggunakan jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul

dikemudian hari.

Ditinjau dari penjelasan di atas kepuasan pelanggan merupakan faktor utama bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang yang terhadap produk baik dari porsi terbesar maupun volume penjualan perusahaan untuk mengetahui tingkat produktivitas pada umkm kue garpu.

Diantara beberapa jurnal yang telah *terpublish* oleh Dewanti, M.A (2022) terdapat 2 variabel karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran; Maramis, F. S. dkk. (2018) terdapat 3 variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan; Rachmawati, N. dkk. (2018) terdapat 3 variabel Pengaruh pelatihan dan motivasi terhadap produktivitas umkm; Anggarawati, I. R. (2021) terdapat 3 variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dari penjabaran jurnal diatas terdapat kebaruan dalam penelitian ini yaitu penambahan variabel sehingga menjadi 6 yakni strategi pemasaran, kualitas produk, harga produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan tingkat produktivitas, dimana salah satu variabel dijadikan sebagai variabel mediasi atau perantara antara variabel independen dan variabel dependen. Sebab pada penelitian sebelumnya belum pernah di lakukan penelitian dengan judul tersebut dan penelitian ini menggunakan alat uji *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*. Serta peneliti memilih produk UMKM Kue Garpu sebagai objek di karenakan produk ini masih jarang di pasaran dan masih jarang peminatnya dengan menggunakan strategi pemasaran upaya produk ini bisa di kenal oleh masyarakat umum untuk mengetahui tingkat produktivitas.

Berdasarkan fenomena tersebut, memotivasi penyusun untuk meneliti masalah ini melalui suatu penelitian untuk mengetahui apakah Strategi Pemasaran mampu meningkatkan produktivitas umkm guna mengetahui kepuasan pelanggan pada Umkm Kue Garpu. Dan untuk kepentingan penelitian maka peneliti merumuskan judul penelitian “**Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Produk, Harga Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Mediasi Tingkat Produktivitas Pada Umkm Kue Garpu Di Desa Jubellor**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dirumuskan diatas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?
3. Apakah harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?

4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?
5. Apakah strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?
7. Apakah harga produk berpengaruh positif dan signifikan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?
8. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?
9. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif secara signifikan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini:

1. Untuk menguji apakah strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue Garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?
2. Untuk menguji apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue Garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?
3. Untuk menguji apakah Harga Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue Garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?
4. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue Garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?
5. Untuk menguji apakah strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue Garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?
6. Untuk menguji apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue Garpu di Desa Jubellor

dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?

7. Untuk menguji apakah harga produk berpengaruh positif dan signifikan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue Garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?
8. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue Garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?
9. Untuk menguji apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan di mediasi tingkat produktivitas pada UMKM kue Garpu di Desa Jubellor dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS)*?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, yakni sebagai berikut :

1. Kegunaan Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian terkait dengan kepuasan konsumen.
 - b. Menambah wawasan serta pengetahuan penulis dalam hal manajemen pada umumnya dan tentang perilaku konsumen pada khususnya.
2. Kegunaan Secara Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengetahui faktor kualitas pelayanan bagi konsumen yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kue Garpu, sehingga pembuat kebijakan dapat menerapkan strategi yang tepat untuk semakin meningkatkan kepuasan pelanggan untuk mengetahui tingkat produktivitas.
- b. Bagi perusahaan Memberikan tambahan beberapa teori atau ilmu yang ada, sehingga dapat lebih meningkatkan penjualan dengan metode-metode yang sudah ada.
- c. Bagi Universitas Diharapkan bisa menjadi salah satu referensi untuk bahan bacaan dan sebagai masukan bagi mahasiswa untuk digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian sejenis lainnya.