

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Aspek terpenting dalam membangun suatu negara adalah membangun batas-batas negaranya. Menurut (AF Nurkholidah et all, 2020) dari sudut pandang ekonomi, pembangunan perbatasan berperan sebagai penggerak utama yang dapat meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi masyarakat di sekitarnya. Pemerintah daerah mempunyai banyak kewenangan untuk mengembangkan kapasitas daerahnya sesuai dengan Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 (JAP Vol. 1, No. 2, hlm. 213-220). Salah satu bidang yang ada di setiap daerah adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang dikenal dengan UMKM sudah mulai berkembang di Indonesia dan membantu menghasilkan investasi di tingkat nasional dan internasional. Selanjutnya UMKM juga memiliki peranan penting dalam pembangunan daerah, terutama dalam mendukung perekonomian suatu daerah peningkatan ekonomi dapat dilakukan dengan mengembangkan sektor-sektor berpotensi yang ada. Salah satu daerah yang memiliki potensi unggulan adalah Kabupaten Pacitan, yang dikenal dengan UMKM kerajinan batiknya, di antaranya adalah Batik Saji Pacitan.

Batik Saji Pacitan yang berdiri sejak tahun 1987 selalu ramai pembeli dan pengunjung setiap harinya. Berbagai jenis kain batik ditawarkan dengan harga yang beragam. Batik Saji Pacitan merupakan salah satu produsen batik terkemuka di Kabupaten Pacitan, Jawa Timur. Sentra busana eksklusif ini

dikenal dengan nama “Batik Tulis Saji”. Gerainya berlokasi di Dusun Ngerjoso, Desa Sukoharjo, Kecamatan Pacitan. Terkenal karena memiliki ciri khasnya yang unik, yaitu berupa batik tulis dengan motif-motif modern yang beragam, sambil menonjolkan warna-warna yang lebih mencolok. Batik Saji dikembangkan oleh seorang perempuan bernama Saji, yang sudah mahir dalam seni batik sejak remaja. Tekadnya demi melestarikan kerajinan batik asli kota Seribu Satu Goa.

Gambar 1. 1 Batik Saji Pacitan



Sumber: Ketik.co.id | Media Kolaborasi Indonesia.

Perbedaan Batik Saji dengan batik lainnya yang ada di Pacitan terletak pada perbedaan warna dan ragam motifnya. Kain ini menunjukkan karakteristik unik yang diwujudkan melalui warna cerah dan desain yang kekinian. Teknik dasar yang digunakan oleh Batik Saji melibatkan pemanfaatan pewarna alami yang dicampur pewarna sintetis. Ukuran batik juga tersedia dalam berbagai varian, meliputi ukuran S hingga XL. Harga batik kisaran Rp 65 ribu hingga 1,5 juta, tergantung pada kerumitan desain dan jenis kainnya. Informasi mengenai Batik Saji diperoleh dari (web

ketik.co.id 2024). Oleh karena itu, peneliti memilih Batik Saji Pacitan sebagai objek penelitian ini.

Fenomena masalah yang ditemukan yaitu pada zaman globalisasi yang terus berkembang, dunia bisnis sedang mengalami pertumbuhan pesat. Persaingan dalam pemasaran produk dan jasa semakin meningkat di seluruh dunia. Para pelaku bisnis terlibat dalam strategi kompetitif guna mempromosikan barang yang mereka sediakan, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kondisi ini juga diperkuat oleh temuan dalam penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa persaingan pada perusahaan yang sejenis memberikan tekanan signifikan terhadap keberlangsungan dan daya saing UMKM di sektor ini. Salah satunya bisnis Usaha Mikro Menengah (UMKM) yang sedang berkembang pesat di kota Pacitan yaitu industri batik. Adapun data jenis batik yang ada di Pacitan sebagai berikut :

Gambar 1. 2 Data UMKM Batik Kabupaten Pacitan 2017

DATA INDUSTRI KECIL MENENGAH BATIK KABUPATEN PACITAN TAHUN 2017										
NO	NAMA PERUSAHAAN	PEMILIK	ALAMAT		TENAGA KERJA (Orang)	PRODUKSI 2017			CARA PEMASARAN	KET.
			DESA	KECAMATAN		JUMLAH	SATUAN	NILAI		
1.	CANTING JAYA II	SUPARNI	BOGOHARJO	NGADIROJO	87	5.850	Potong	2.457.000.000	Sendiri, pesanan pihak lain	
2.	PUSPITA	MOCH. TARUL	BOGOHARJO	NGADIROJO	42	2.150	Potong	645.000.000	Sendiri, pesanan	
3.	CANTING JAYA I	SARMI	BOGOHARJO	NGADIROJO	20	1.200	Potong	300.000.000	Sendiri, pesanan	
4.	CANTING MAS	JUMIATI	BOGOHARJO	NGADIROJO	8	450	Potong	78.750.000	Sendiri, pesanan	
5.	ANTHERA	EMI ISLIYANTI	BOGOHARJO	NGADIROJO	30	950	Potong	285.000.000	Sendiri, pesanan	
6.	PURI	Hj. PURI	COKROKEMBANG	NGADIROJO	98	6.100	Potong	1.525.000.000	Sendiri, distributor, pesanan	
7.	TENGGAH SAWAH	BUDI RAHARJO/ TONI RETNO	WIYORO	NGADIROJO	45	990	Potong	594.000.000	Sendiri, pesanan pihak lain	
8.	SRIKANDI	RUMINIWANDI	ARJOWINANGUN	PACITAN	35	1.375	Potong	343.750.000	Sendiri, pesanan	
9.	SAJI	SAMURI	SUKOHARJO	PACITAN	110	6.550	Potong	2.358.000.000	Sendiri, pesanan	
10.	PURI PUTRI	SUMIATIN	COKROKEMBANG	NGADIROJO	60	4.700	Potong	1.175.000.000	Sendiri, pesanan	
11.	MIRADANI	MIRAWATI	BOGOHARJO	NGADIROJO	10	450	Potong	112.500.000	Sendiri, pesanan	
12.	SENDANG ARUM	SENDANG ARUM	SUKOREJO	SUDIMORO	15	500	Potong	125.000.000	Sendiri, pesanan	
13.	SEKAR JAGAT	ISTATIK	SIRNOBOYO	PACITAN	20	250	Potong	50.000.000	Sendiri, pesanan	
14.	KUDA TERBANG	ATIK	NJILUBANG	PRINGKUKU	15	200	Potong	30.000.000	Sendiri, pesanan	
15.	NGALUR OMBO	WIWID	WATUKARUNG	PRINGKUKU	15	200	Potong	30.000.000	Sendiri, pesanan	
16.	KENCANA INDAH	FITRIA ARIYANI	PAGEREJO	NGADIROJO	15	200	Potong	30.000.000	Sendiri, pesanan	
17.	E-GALORE	NURUL LINDAWATI	POJOK SIDOHARJO	PACITAN	5	350	Potong	87.500.000	Sendiri, pesanan	
JUMLAH TOTAL TAHUN 2017					630	32.465		11.185.900.000		
JUMLAH TOTAL TAHUN 2016					652	31.250		10.371.750		
JUMLAH TOTAL TAHUN 2015					602	33.320		10.173.150		
JUMLAH TOTAL TAHUN 2014					596	33.011		9.533.635.000		
JUMLAH TOTAL TAHUN 2013					591	32.822		9.405.190.000		
JUMLAH TOTAL TAHUN 2012					571	30.615		8.759.250.000		

Sumber : Sumber: Scribd.com/by Annisa 'anis ;sitta

Berdasarkan data di atas dengan adanya 17 UMKM batik yang turut bersaing di wilayah Pacitan, Batik Saji menghadapi tekanan yang lebih besar dalam mempertahankan identitas khasnya, memperkuat posisi di pasar, serta menjaga tingkat kepuasan konsumennya. Informasi yang dikutip dari web (ketik.co.id), Batik Saji juga sempat menghadapi kendala dalam pemasaran batik, namun seiring berjalannya waktu, Batik Saji mulai tumbuh dan dikenal oleh masyarakat secara luas.

Dalam mengatasi kendala tersebut tidak terlepas dari peran penting beberapa faktor, yaitu inovasi produk, kualitas pelayanan, *customer review*, serta riset pasar yang baik. Hal ini relevan dengan kepuasan konsumen yang berperan penting dalam meningkatkan keputusan pembelian produk, serta sebagai tolak ukur untuk mengevaluasi perusahaan atau UMKM Batik Saji dalam mencapai tujuan pemasaran, seperti volume penjualan, pangsa pasar, dan kepuasan konsumen. Dari hal tersebut menimbulkan masalah seperti persaingan di pasar batik dan produk kerajinan, kualitas dan ciri khas produk dan tantangan dalam menjaga kepuasan konsumen. Jika kualitas pelayanan, ulasan pelanggan atau *customer review* dan inovasi produk tidak dikelola dengan baik, Batik Saji mungkin akan kesulitan dalam mempertahankan pelanggan, sehingga perlu dilakukan pemahaman terkait kepuasan konsumen.

Salah satu faktor yang paling berpengaruh adalah Kualitas Pelayanan. Menurut Sunyoto (2012) Kualitas Pelayanan ialah ukuran untuk mengevaluasi apakah suatu barang atau jasa memiliki nilai guna sesuai dengan harapan. Dengan kata lain, suatu barang atau jasa dianggap memiliki mutu apabila dapat berfungsi atau memberikan nilai guna sebagaimana yang diinginkan .

Sedangkan menurut Tjiptono (2012) dalam Desikasari (2018), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan pemahaman mengenai tentang kualitas pelayanan itu sendiri, kemudian melebar menjadi *fitness for use dan conformance to requirement*. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan pengalaman konsumen, memengaruhi keputusan pembelian dan menciptakan loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana kualitas pelayanan berkontribusi terhadap kepuasan konsumen.

Faktor lain yang juga berperan penting adalah *Customer Review*. Menurut Kotler dan Keller (2012) *Customer Review* adalah respon dari pelanggan yang bisa memengaruhi keputusan pembelian konsumen lain. Sedangkan menurut Zeithaml dan Bitner (2013) menyatakan bahwa *customer review* mencerminkan persepsi mereka terhadap kualitas produk dan layanan, serta berperan penting dalam membentuk citra merek. Pendapat lain dari Mudambi dan Schuff (2012) mengatakan bahwa *customer review* merupakan alat krusial dalam strategi pemasaran untuk memperkuat hubungan kepercayaan dan kesetiaan pelanggan, ulasan tersebut tidak hanya memberikan gambaran tentang kualitas produk atau layanan, tetapi juga mencerminkan keterlibatan konsumen dengan merek tersebut. Mereka berpendapat bahwa semakin banyak ulasan yang tersedia, maka semakin banyak informasi rinci yang dapat diberikan dan akan meningkatkan tingkat kepercayaan dari para pembeli potensial.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *customer review* berperan sebagai sumber informasi bagi konsumen lain dan sebagai evaluasi bagi perusahaan guna meningkatkan produk, layanan dan kepuasan konsumen.

Customer review merupakan nilai atau pendapat yang diberikan oleh pelanggan mengenai pengalaman mereka dengan barang atau jasa. Peran *customer review* atau ulasan pelanggan sebelumnya dapat sangat mempengaruhi reputasi dan keputusan pembelian konsumen baru. Ulasan positif dapat meningkatkan kepercayaan, sementara ulasan negatif bisa menjadi penghalang. Penelitian ini berupaya menganalisis dampak *customer review* terhadap kepuasan konsumen.

Selain itu, Inovasi Produk juga merupakan faktor yang tidak kalah penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Inovasi Produk menurut Soekarno (2013), adalah sesuatu yang dapat dilihat sebagai peningkatan kinerja suatu produk yang menempatkan produk tersebut unggul dari produk pesaing. Bagi UMKM inovasi produk penting untuk kelangsungan usaha dan kemampuan menerapkan inovasi produk merupakan peran penting manajemen perusahaan karena produk baru dapat menentukan kualitas kegiatan pemasaran (Nasir, 2017). Menurut Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa inovasi produk mencakup pertemuan beberapa proses yang saling terkait. Inovasi tidak boleh hanya ditafsirkan sebagai perumusan konsep baru, penemuan-penemuan baru, kelanjutan baru, namun cerminan dari keseluruhan proses. Inovasi produk dalam industri yang dinamis, menjadi kunci untuk menarik perhatian konsumen dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah. Penelitian ini ingin melihat bagaimana inovasi produk memengaruhi kepuasan konsumen di UMKM Batik Saji Pacitan.

Kepuasan Konsumen sendiri merupakan indikator utama dari keberhasilan suatu usaha. Menurut Kotler dan Amstrong (2012) Kepuasan

Konsumen adalah sejauh mana kinerja suatu produk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Zeithaml dan Bitner (2013), merupakan respon atau tanggapan pelanggan yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan evaluasi terhadap ciri dan karakteristik suatu produk atau jasa atau produk itu sendiri yang memberikan tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan konsumen merupakan indikator utama dari keberhasilan suatu usaha. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing.

Penelitian ini berfokus pada variabel *kepuasan konsumen* dari konsumen batik Saji Pacitan yang dipengaruhi oleh *kualitas pelayanan*, *customer review* dan *inovasi produk*. Penelitian ini difokuskan untuk melihat tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dari batik Saji Pacitan. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh *Kualitas Pelayanan*, *Customer Review* dan *Inovasi Produk* Terhadap *Kepuasan Konsumen* pada UMKM Batik Saji Pacitan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, tersusun rumusan masalah sebagai pokok dari penelitian dengan sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Batik Saji Pacitan ?
2. Apakah *Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Batik Saji Pacitan ?

3. Apakah Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Batik Saji Pacitan ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, agar lebih terfokus maka dikemukakan tujuan penelitian sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Batik Saji Pacitan
- b. Untuk mengetahui apakah *Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Batik Saji Pacitan
- c. Untuk mengetahui apakah Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Batik Saji Pacitan

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai strategi pemasaran yang bisa dilakukan guna meningkatkan kepuasan konsumen untuk menunjang keputusan pembelian. Untuk memberikan gambaran mengenai aspek pelayanan yang harus ditingkatkan, untuk memberikan kesan yang baik kepada konsumen.

Dapat mendorong UMKM dalam meningkatkan inovasi produk sesuai dengan keinginan konsumen.

b. Bagi Pihak Lain-Lain

Dapat membantu dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pertumbuhan UMKM. Konsumen mendapat manfaat dalam peningkatan kualitas pelayanan dan inovasi produk untuk menunjang kepuasan mereka.

