

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Puji dkk. (2020) Menjelaskan Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau biasa disebut UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan serta dalam pembangunan nasional. (Ningrum 2021) Pengusaha kecil pada umumnya kurang memperhatikan strategi bisnis bahkan tidak memiliki rencana pengembangan usaha. Mereka berfokus bagaimana menjual barang tanpa memikirkan bagaimana melakukan perbaikan kepada produk yang mereka pasarkan supaya lebih baik. Kebanyakan pengusaha UMKM berfokus hanya pada penjualan barangnya dan hasil usaha yang mereka dapatkan biasanya akan dihabiskan untuk konsumsi pribadi dan keluarganya

Seiring dengan meningkatnya kondisi ekonomi masyarakat saat ini meningkat pula keinginan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan gizi. Salah satu cara pemenuhan kebutuhan akan gizi dan pemenuhan kebutuhan protein hewani yang diminati adalah konsumsi daging ayam pedaging. Konsumen menyukai jenis daging ini karena harganya terjangkau serta mempunyai kandungan gizi yang tinggi. Untuk memenuhi permintaan masyarakat terhadap daging ayam pedaging tersebut, dibutuhkan adanya kegiatan pemasaran yang bisa menyalurkan daging tersebut dari produsen

ke konsumen. Dalam pemasaran tersebut semakin ketatnya persaingan bisnis maka banyak UMKM berlomba lomba untuk memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan. Selain itu, umkm juga menawarkan kualitas produk yang tinggi dan terjaga. Kegiatan pemasaran merupakan faktor penting yang akan menentukan keberhasilan usaha.

Ayam ras pedaging atau biasa disebut ayam pedaging menjadi komoditas utama karena pertumbuhannya yang sangat cepat. Secara umum perkembangan ayam pedaging memberikan manfaat yang besar bagi pelaku usaha peternakan. Komoditas ayam mempunyai pasar yang baik karena didukung oleh karakteristik produk unggas yang dapat diterima di masyarakat. Usaha ayam potong menjadi sektor paling penting mengingat produksi dan permintaan daging ayam yang terus meningkat, selain itu usaha ini juga dapat sedikit membantu menstabilkan harga daging ayam di pasaran. Pertumbuhan ini yang membuat UMKM mengalami peningkatan dan persaingan

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Krisnawati dalam penelitian (Cesariana, Juliansyah, dan Fitriyani 2022) memaparkan bahwa kualitas pelayanan merupakan keahlian perusahaan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan dan juga apabila pelayanan yang diterima ataupun dialami sudah sesuai yang diharapkan, sehingga kualitas dipresepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan.

Kualitas Produk, pada ayam pedaging ak Narno harus lebih memperhatikan proses pemotongan yang higienis dan efisien, serta memilih pemasok yang terpercaya, kualitas ayam potong yang dihasilkan harus lebih

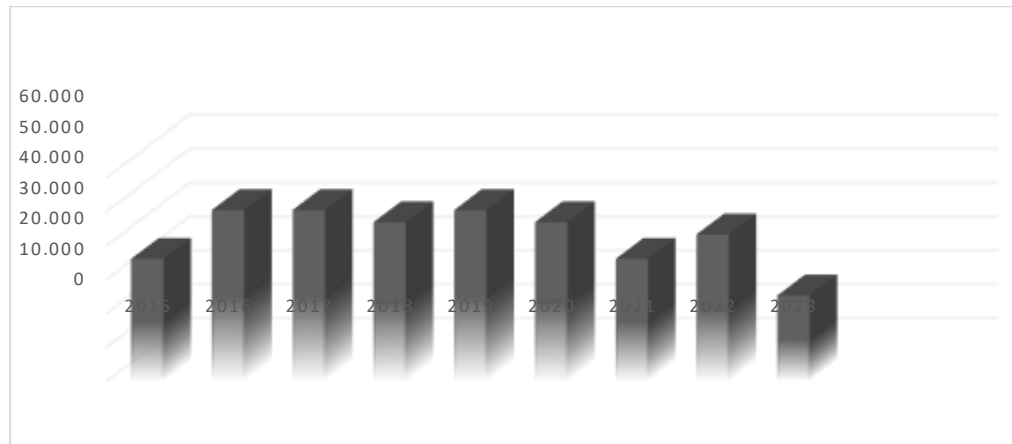
unggul daripada pesaing dan selalu memastikan bahwa ayam yang dijual selalu segar dan terjamin kebersihannya. Selain itu ayam pedaging Pak Narno juga harus memastikan setiap potongan ayam yang dijual untuk pelanggan harus presisi dan tepat agar saat dimasak oleh pelanggan tidak mudah hancur dan besarnya sama. (Asti dan Ayuningtyas 2020) memaparkan bahwa kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan atau dibutuhkan. kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk. Menurut hasil Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Asti dan Ayuningtyas 2020) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh (Ridho 2021) hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor lain yang harus dipertimbangkan adalah harga. *Price* atau harga sangat sensitif karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan secara langsung. Menurut (Tjiptono 2008) Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh harga, ketika konsumen menganggap harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat

produk yang didapat maka akan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Penurunan harga yang strategis dapat menarik lebih banyak pelanggan terutama pada para pelanggan yang sudah menetap membeli ayam di Pak Narno. Menurut hasil penelitian (Nurwulandari dan Maharani 2021) harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Penelitian terdahulu (Sari dan Marlius 2023) yang menunjukkan bahwa hubungan positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pembelian yaitu dengan memiliki hasil penelitian yang sama.

Ayam pedaging Pak Narno adalah sebuah lapak yang menjual ayam potong dan berbagai bagian bagian produk seperti daging ayam, ceker ayam, kepala ayam, hati ayam, usus ayam, lulang sapi. Usaha ini dimulai pada tahun 2015 usaha itu bermula memiliki 1 lapak saja yaitu di pasar Badegan, setelah berjalan dengan lancar sampai sekarang ayam potong Pak Narno sudah mempunyai 5 cabang di 3 kecamatan yaitu di kecamatan Sampung, Badegan dan Jambon, akan tetapi dalam 2 tahun terakhir, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah pedagang ayam di kecamatan Badegan, dengan bertambahnya penjual ayam potong baru yang juga berusaha memenuhi permintaan pelanggan terhadap protein hewani melalui produk ayam segar, sehingga menciptakan persaingan yang semakin ketat di pasar lokal.

Gambar 1 1 Penjualan per tahun dalam (kg)



Sumber : *owner* Pak Narno

Maka dapat diketahui bahwa setelah melakukan survei pada ayam potong Pak Narno bahwa pendapatan yang didapat mengalami naik turunnya setiap tahunnya. Penjualan terendah pada grafik tersebut terdapat pada tahun 2023 yaitu menjual 25.200 kg dalam 1 tahun dan penjualan tertinggi pada tahun 2019 pada saat covid 19 menyerang Indonesia yaitu hampir 50.000 kg dalam 1 tahun.

Alasan peneliti menggunakan objek tersebut adalah berdasarkan hasil observasi sederhana yang dilakukan peneliti dimana ditemukan beberapa masalah terkait kepuasan konsumen di ayam potong Pak Narno. Dalam beberapa waktu terakhir muncul sebuah keluhan dari konsumen yang berkaitan dengan pelayanan yang kurang cepat, perubahan kualitas ayam pedaging serta perubahan harga yang sangat drastis dan beberapa pelanggan menyatakan bahwa ayam yang diterima terkadang tidak segar, beberapa pelanggan juga mengeluhkan potongan ayam yang kurang sesuai dengan permintaan dan pengiriman sekarang menjadi melambat selain itu sebagian

Permasalahan tersebut apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan *price* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara simultan dan parsial

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN PADA UMKM AYAM PEDAGING PAK NARNO “**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Ayam Pedaging Pak Narno ?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Ayam Pedaging Pak Narno ?
3. Apakah *Price* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Ayam Pedaging Pak Narno ?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan *Price* secara bersama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Ayam Pedaging Pak Narno?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk Mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada ayam Pedaging Pak Narno Badegan Ponorogo.

- b. Untuk Mengetahui dan Menganalisis Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada ayam Pedaging Pak Narno Badegan Ponorogo.
- c. Untuk Mengetahui dan Menganalisis pengaruh *Price* terhadap Kepuasan Pelanggan pada ayam Pedaging Pak Narno Badegan Ponorogo.
- d. Untuk Mengetahui dan Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan *Price* terhadap Kepuasan Pelanggan pada ayam Pedaging Pak Narno Badegan Ponorogo.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti

Digunakan untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan *Price* dan Kepuasan Pelanggan, Selain itu juga sebagai wadah implementasi ilmu yang telah didapatkan pada bangku perkuliahan dengan wujud yang nyata serta sebagai referensi dan pengetahuan untuk penelitian kedepannya.

- b. Bagi UMKM Pak Narno

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi Pak Narno dalam mengembangkan Usahanya berkaitan dengan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan *Price* serta dapat menjadi pijakan untuk membantu Pak Narno agar semakin berkembang dalam mempertahankan kelebihan dan memperbaiki kekurangan yang ada.

c. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi atau daftar pustaka di kampus dan dapat menjadi sumbangan untuk pembendaharaan perpustakaan.

d. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan menjadi dasar dan rujukan teori penelitian selanjutnya terutama yang berhubungan dengan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, *Price* dan Kepuasan Pelanggan.

