BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu pendorong yang signifikan pada pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di dunia terutama di Asia Timur dan Tenggara. Negara-negara dengan sebutan *Newly Industrializing Countries* (NICs) seperti Korea Selatan, Singapura, dan Taiwan adalah contoh dari negara yang memiliki laju pertumbuhan PDB yang tinggi karena kinerja UKM mereka yang sangat efisien, produktif, dan memiliki tingkat daya saing global yang tinggi (Tulus Tambunan 2002:19). Begitu pula di Indonesia, UKM telah mendapatkan perhatian lebih karena pertumbuhannya yang semakin pesat dan merupakan salah satu pelaku ekonomi yang memiliki peran, kedudukan serta potensi yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi baik secara regional maupun nasional. Selain itu, daya tahan terhadap krisis telah membuktikan UKM sebagai penyelamat bangsa Indonesia dari krisis moneter yang berkepanjangan.

Begitu pula dengan pembangunan ekonomi di Jawa Barat, UKM memiliki peran terutama dalam penciptaan lapangan pekerjaan dan pembentukan PDRB Jawa Barat. PDRB Jawa Barat yang mencapai Rp 231.764 milyar menyumbang 14-15 persen dari total PDB nasional, angka tertinggi bagi sebuah provinsi. Mengingat jumlah penduduk yang besar, PDB per kapita Jawa Barat adalah Rp 5.476.034 termasuk minyak dan gas, ini menggambarkan 82,4 persen dan 86,1 persen dari rata-rata nasional. Pertumbuhan ekonomi berkisar 4,21 persen tidak termasuk minyak dan

gas dan 4,91 persen termasuk minyak dan gas, angka pertumbuhan ini lebih baik dari Indonesia secara keseluruhan (diskumkm.jabarprov.go.id).

Jumlah UMKM yang terdapat di Jawa Barat menurut Badan Pusat Statistik mencapai 8.214.262 unit dengan jumlah sentra UMKM di Jawa Barat mencapai 138 sentra yang tersebar secara spasial di lima wilayah yakni Cirebon, Bogor, Priangan Timur dan Barat, dan Purwakarta. Sebaran hampir merata dengan sedikit terkonsentrasi di wilayah Priangan Timur dan Bogor.

Tabel I

Sebaran Jumlah Sentra UMKM Jawa Barat

Tahun 2013

Wilayah	Jumlah Sentra (%)
Wilayah Priangan Barat	
Kabupaten Bandung	44%
Kota Bandung	30%
Kabupaten Sumedang	17%
Kota Cimahi	19%
Wilayah Priangan Timur	
Kabupaten Garut	28%
Kabupaten Tasikmalaya	26%
Kabupaten Ciamis	23%
Kota Tasikmalaya	17%
Kota Banjar	6%
Wilayah Bogor	
Kabupaten Sukabumi	31%
Kabupaten Cianjur	21%
Kabupaten Bogor	18%
Kota Sukabumi	12%
Kota Bogor	9%
Depok	9%
Wilayah Purwakarta	
Kabupaten Subang	31%
Kabupaten Bekasi	22%
Kabupaten Karawang dan Purwakarta	17%
Kota Bekasi	13%

Wilayah Cirebon	
Kabupaten Indramayu	25%
Kabupaten Majalengka	21%
Kuningan	21%
Kabupaten Cirebon	21%
Kota Cirebon	12%

Sumber: diskumkm.jabarprov.go.id diolah kembali

Kinerja UMKM Jawa Barat ini mampu menyerap 13.911.531 orang tenaga kerja serta dapat memberikan sumbangan terhadap LPE (Laju Pertumbuhan Ekonomi) Jawa Barat sebesar 8,04 persen dan berkontribusi terhadap PDRB Jawa Barat sebesar Rp 345,187 triliun (diskumkm.jabarprov.go.id).

Di Propinsi Jawa Barat, UMKM juga memiliki peranan yang sangat penting terhadap perekonomian. Hal itu bisa dilihat pada table 1.2 dimana peranan UMKM jawa barat pada tahun 2011 memiliki kontribusi sebesar 52,88 persen terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Jawa Barat. Selanjutnya pada tahun 2012 dan 2013 peranan UMK jawa barat mengalami kenaikan masing-masing sebesar 53,68 persen dan 54,20 persen. Kondisi tersebut berbanding terbaik dengan peranan Usaha Besar (UB) terhadap PDRB Jawa Barat yang mengalami penurunan dari tahun 2011 sampai 2013 yaitu pada tahun 2011 sebesar 47,12 persen, tahun 2012 sebesar 46,32 persen, dan pada tahun 2013 kembali mengalami penurunan yang hanya memiliki kontribusi sebesar 45,80 persen terhadap PDRB Jawa Barat (www.depkop.go.id, 2014).

Dengan peranan UKM yang sangat penting, maka sebetulnya UKM merupakan sektor ekonomi yang tidak hanya memberikan kegiatan usaha pada rakyat kecil saja, namun juga dapat berperan sebagai alternatif pemecahan masalah sosial seperti ledakan jumlah tenaga kerja yang terus bertambah di Indonesia. Peranan-peranan penting inilah yang menjadikan alasan agar UKM tetap

dikembangkan di Indonesia, khususnya Jawa Barat. Selain itu, terdapat beberapa alasan lain yang melandasi agar usaha atau industri kecil tetap dikembangkan di Indonesia (Effendi M. Guntur, 2009:43).

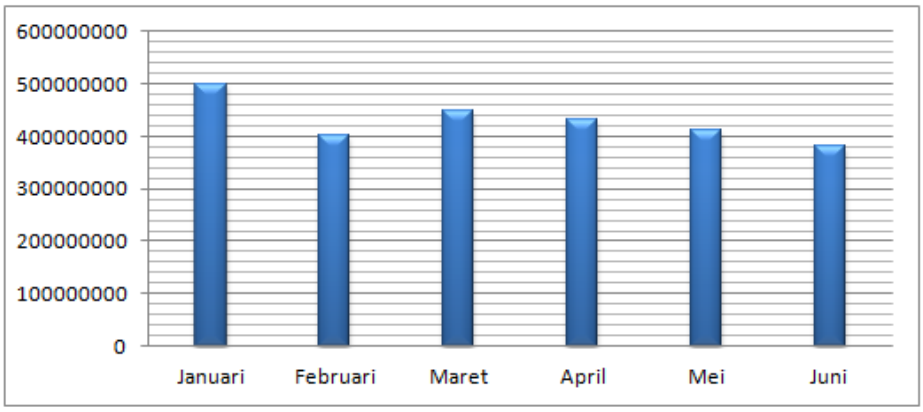
Salah satu unit UKM yang ada di kota Bandung adalah Putra Snack, dimana UKM tersebut bergerak di bidang industri makanan atau oleh-oleh khas kota Bandung. Putra Snack menyediakan berbagai macam penganan khas kota Bandung sepeti pisang molen, brownies, keripik tempe, pisang sale, dan aneka snack lainnya. Putra Snack berdiri pada tahun 2004. Pemilik Putra Snack bernama Bapak Adam Firdaus. Lokasi Putra Snack ini berada di Jln. Cihampelas. No.122. Kota Bandung, Jawa Barat.

Putra Snack pun mengalami fluktuatif pendapatan sebagai akibat persaingan yang ketat antara toko oleh-oleh. Berikut adalah perkembangan omset Putra Snack selama tahun 2014.

Gambar 1

Perkembangan Omset Putra Snack Periode Januari - Juni 2014

(dalam Rupiah)



Sumber : Putra Snack, 2014

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa perkembangan omset Putra Snack tidak stabil dan cenderung menurun, dimana omset tertinggi dicapai pada bulan

Januari yaitu Rp 500.000.000 dan omset terendah dicapai pada bulan Juni yaitu Rp 380.000.000.

Saat ini gambaran kualitas pelayanan pada Putra Snack antara lain sebagai berikut:

1. Kebersihan toko yang terjamin
2. Jenis produk yang ditawarkan adalah produk unggulan kota Bandung
3. Setiap produk diberi kode barcode dan tanggal kadaluarsa
4. Sistem pembayaran yang cepat dan akurat
5. Menerima sistem pembayaran cas atau dengan kartu kredit/debit
6. Menerima pesanan khusus untuk kemasan (menyediakan dus dan kemasan yang menarik)
7. Menerima pesanan dengan sistem *delivery*
8. Kerapihan dan kesopanan setiap staf sangant rapih dan baik
9. Pengelolaan untuk toko sendiri di kelola dengan cara professional

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas produk dan kualitas layanan yang dikehendaki pelanggan sehingga jaminan dari kualitas yang diberikan menjadi prioritas bagi perusahaan (Hidayat, 2009: 86). Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan, kualitas pelayanan yang baik sering dikatakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan bisnis. Parasuraman, Zeeithaml dan Berry (1991) dalam Zumi (2005:28-36) dalam studinya menunjukan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Semua tindakan dan perhatian atau cara melayani oranglain harus memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Hal ini berarti, kualitas pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen. Pada tingkat kesesuaian

yang semakin tinggi antara harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, di situlah tercipta nilai kepuasan yang maksimal. Sanka (2012) menyatakan ada korelasi positif dan signifikan antara dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Zafar *et al*. (2012) juga menyatakan ada hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Menurut Bedi dalam Ming *et al*. (2010) pengiriman layanan yang berkualitas tinggi adalah suatu keharusan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, melihat fenomena di atas akhirnya penulis mengambil penelitian tentang bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada salah satu UKM di kota Bandung, dan akhirnya penulis mengambil judul: **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Putra Snack"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk menyempurnakan, terhadap pembahasan dan keterbatasan pengetahuan penulis, maka penulis mengidentifikasikan:

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada Putra Snack?
2. Bagaimana kepuasan konsumen pada Putra Snack?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Putra Snack?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui kualitas pelayanan pada Putra Snack
2. Mengetahui kepuasan konsumen pada Putra Snack

3. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Putra Snack

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang berupa skripsi ini diharapkan dapat digunakan untuk pihak-pihak antara lain:

1. Bagi perusahaan, dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dalam melaksanakan sistem pengawasan dikemudian hari dalam mengatasi masalah-masalah yang terjadi di lingkungan kerja bagian pemasaran.
2. Bagi pihak lain yang berminat mempelajari konsep ini diharapkan dapat merupakan salah satu masukan untuk penelitian lebih lanjut.
3. Bagi penulis sendiri, diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan di bidang manajemen khususnya yang berhubungan dengan masalah pemasaran.