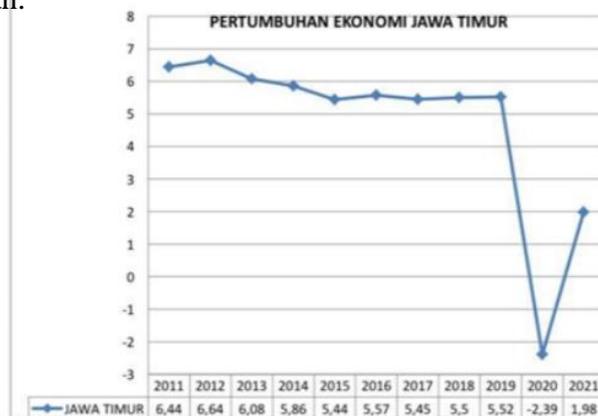


# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Persaingan dunia usaha di Indonesia semakin hari semakin ketat terutama di bidang industri kuliner, karena setiap UMKM yang bergerak di bidang kuliner berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Perusahaan harus mampu mengenal apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun yang akan datang. Dani Haris, (2019) mengatakan salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap pelaku usaha adalah menarik konsumen dan dapat mempertahankan konsumen sehingga dengan banyaknya usaha industri kuliner dapat membuat persaingan dalam dunia usaha jauh lebih ketat, sehingga dapat membuat beberapa strategi agar usaha atau perusahaan yang dikembangkan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.



Gambar 1.1 Pertumbuhan UMKM Jawa Timur Tahun 2011-2021

Terlihat pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur pada periode 2011-2021 banyak mengalami naik turun atau fluktuasi. Hingga tahun 2020 terjadi perlambatan parah akibat Covid-19 seiring dengan memburuknya kondisi perekonomian dan banyak UMKM yang tidak mampu melanjutkan usahanya, dan pada tahun 2021 pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur nampaknya mulai membaik sehingga mulai banyak inovasi baru dalam UMKM

Salah satu jenis usaha yang masih menjadi pusat perhatian semua kalangan yaitu UMKM di bidang industri kuliner. Industri kuliner pada era globalisasi banyak melakukan perubahan-perubahan dengan inovasi terbaru dengan mengikuti perkembangan zaman. Dengan demikian, banyak konsumen tertarik dengan banyaknya inovasi atau perubahan dalam industri kuliner Rafidahi, Mila Dewi Lasika et al., (2019) mengatakan bahwa untuk saat ini kehidupan masyarakat modern turut mempengaruhi pola perilaku masyarakat dalam pembelian. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merek yang ada di pasar, perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan. Riskypuji, (n.d.) mengatakan bahwa untuk membuat produk yang memiliki nilai jual dan daya saing yang tinggi, dalam proses inovasinya perusahaan harus dapat menemukan strategi bisnis yang tepat. Oleh karena itu, pelaku usaha industri kuliner perlu memanfaatkan sumber dayanya

dengan optimal dan melakukan kegiatan pengembangan produk untuk menjaga keberlangsungan hidup usahanya. Seperti memanfaatkan sumber daya yang ada di alam untuk diolah menjadi sebuah inovasi terbaru dalam bidang industri kuliner. Banyaknya Persaingan yang ketat dalam dunia usaha industry kuliner membuat para pelaku usaha berlomba lomba dalam menarik konsumen-konsumennya agar merasa nyaman dan puas atas produk yang di ciptakan dengan 3 (tiga) faktor yang harus diperhatikan seperti kepercayaan merek, desain produk dan kualitas pelayanan agar dapat memuaskan para konsumen.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan, selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan Dani Haris, (2019). Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh perusahaan itu sendiri atau di luar perusahaan itu sendiri sehingga konsumen dapat memilih produk yang ingin dikonsumsi apalagi dengan produk tersebut memiliki kualitas yang baik sehingga konsumen mempunyai rasa senang dan puas serta memiliki rasa tertarik pada produk tersebut. Dapat dilihat dari beberapa peneliti ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan para konsumen yaitu adalah kepercayaan merek.

Menurut Lau dan Lee dalam Fandiyanto, (2019), kepercayaan pelanggan pada merek (*brand trust*) didefinisikan sebagai keinginan pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek pada resiko-resiko yang dihadapi karena ekspektasi terhadap merek itu akan menyebabkan hasil yang positif. Menurut Manajemen et al., (2022) kepercayaan merek juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena apabila citra perusahaan baik akan membuat pelanggan percaya dengan produk tersebut dan tidak takut untuk menggunakannya. Dengan kualitas serta kepercayaan terhadap merek yang baik pula, pelanggan akan merasa puas. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Jika sebuah merek memenuhi atau bahkan melebihi harapan para konsumen dan juga menjamin kualitas penggunaannya. Salah satu indikator kepercayaan merek adalah reputasi merek yang dievaluasi tentang produk atau layanan bermerek yang baik kepada konsumen sehingga banyak yang menyukai merek tersebut sehingga diyakini menghasilkan efek yang baik dan dapat meningkatkan kepercayaan pada konsumen.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu desain produk. Desain Produk menurut Zhang dalam Ogy Irvanto dan Sujana, (2020) menyatakan bahwa perkembangan teknologi memiliki peran yang penting dalam pengembangan desain produk, dimana perusahaan dapat melibatkan konsumen dalam perancangan suatu produk sehingga perusahaan dapat mendesain produk sesuai dengan tampilan dan nilai guna yang diinginkan konsumen secara spesifik. Ini akan dapat membantu perusahaan mengungguli pesaingnya dan mendapat nilai positif dari konsumen sehingga para konsumen semakin tertarik dengan menciptakan desain produk yang khas dan tidak mudah untuk ditiru oleh pesaing yang lain, dengan demikian pandangan yang pertama kali dari konsumen ialah desain dari produk sehingga dapat menimbulkan kesan yang menarik seperti kemasan dari kuliner tersebut yang memiliki kesamaan antar kuliner yang lain tetapi lebih menarik tampilannya maka akan di pilih oleh konsumen tersebut.

Selain itu juga, faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam Heni Rohaeni<sup>1</sup>, (2018) karena semakin banyak pesaing maka sebuah perusahaan harus lebih unggul dari para pesaingnya. Semakin ketatnya persaingan berdampak pada peningkatan tuntutan konsumen dalam hal pelayanan. Manusia pada dasarnya menginginkan pemuas kebutuhan. Dan salah satu hal untuk memuaskan kebutuhan manusia adalah pelayanan. Kotler dan Keller dalam Ni Made Sakha Dwi Ariesta, (2022) menyatakan bahwa 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. Mendapatkan pelayanan dengan kualitas terbaik adalah hal yang diinginkan setiap manusia. Pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan layanan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan para konsumen dalam melakukan pembelian sehingga para konsumen mendapatkan kepuasan. Dimana kualitas pelayanan adalah sebuah faktor keberhasilan suatu perusahaan dengan memiliki pelayanan yang baik konsumen akan merasa lebih nyaman dan akan melakukan pembelian secara berulang.

Berdasarkan hasil penelitian dari Manajemen et al., (2022), Ratih Siti Jamilah, (2022) dan Ni Made Sakha Dwi Ariesta<sup>1</sup>, (2022) menunjukkan bahwa kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil dari Dani Haris, (2019), Gusviany Ayu Murti, (2018) dan Isfahila et al., (2018) menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dari hasil penelitian (Mariansyah & Syarif, 2020), (Setiawan et al., 2019), Lintang Sanubari, (2020), Surti et al., (2020) dan Marhen Saputra<sup>1</sup>, (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kontribusi dalam penelitian ini, ingin mereplikasi penelitian-penelitian sebelumnya berdasarkan hasil penelitian yang tidak konsisten hasilnya dengan menggunakan unit analisa yang berbeda dalam rangka memperkaya kajian empiris tentang bidang penelitian pada UD KVN keripik tape.

Pada saat ini adalah dimana komoditas hasil pertanian di Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur menciptakan sebuah olahan khas yang terbuat dari bahan singkong yang memiliki nama yaitu "TAPE", sehingga tape menjadi *icon* daerah bagi Kabupaten Bondowoso. Kota ini juga didukung dengan letak geografis dan topografis serta keahlian dan kreatifitas para pelaku produksi tape juga memiliki kualitas baik dan unggul sehingga Kabupaten Bondowoso dijuluki sebagai "Kota Tape". Hampir semua di Kecamatan Bondowoso memiliki industri pengolahan tape, hampir setiap harinya memproduksi kurang lebih beberapa kwintal perharinya yang selalu didistribusikan ke beberapa wilayah Jawa Timur seperti Kabupaten Jember, Kabupaten Situbondo, Kabupaten Banyuwangi dan Kabupaten Probolinggo. Para pelaku Industri tape di Bondowoso pada masa saat ini sangat cepat mengalami perkembangan dengan inovasi-inovasi sehingga produk tape dapat menghasilkan lebih dari satu jenis yaitu, Keripik Tape, Tape bakar, Tape manis, Suwar suwir, Prol Tape dan masih banyak lainnya.

Hadirnya UD KVN Keripik Tape ini di Kabupaten Bondowoso dimana pada saat ini produk tersebut laris di pasaran, dikarenakan produk baru dan produk tersebut tidak menghilangkan ciri khas rasa dari tape tersebut sehingga membuat keripik tape ini sangat fenomenal di pasaran untuk saat ini. KVN Keripik Tape ini berdiri sejak tahun 2018 dan

terletak di Desa Kajar, Kecamatan Tenggarang, Bondowoso. Dimana KVN keripik tape ini adalah Perusahaan pertama yang berhasil menciptakan olahan dari tape yang di modifikasi menjadi sebuah keripik dan mempunyai sebuah label dalam kemasan dan produk tersebut sudah mulai masuk di swalayan seperti Murni Mart, Indomaret dan toko Kelontong. Dimana didalam sebuah perusahaan terutama di industri kuliner juga terdapat suatu kelemahan dan kekurangan salah satu kekurangan dari KVN Keripik Tape memiliki desain produk atau desain kemasan yang sederhana dan kurang lengkap dalam menyajikan informasi seperti nomer pemesanan dan untuk kualitas pelayanan itu sendiri sudah baik akan tetapi pelayanan dalam pemesanan *online* kurang aktif sehingga banyak para *reseller* harus datang langsung ke tempat dan pemesanan melalui nomer telepon cenderung lebih lama mendapatkan respon. Banyak sekali bermunculan keripik- keripik tape lain, sehingga KVN keripik tape melakukan beberapa hal agar para konsumennya tertarik untuk melakukan pembelian seperti:



Gambar 1.2 Stiker KVN Keripik Tape

Berdasarkan gambar 1.2 di atas KVN keripik tape menciptakan label dan merek yang mudah diingat para konsumen dengan yang sederhana dan menarik, juga menampilkan komposisi dan menampilkan kode produksi serta tanggal batas konsumsi, KVN keripik Tape juga meningkatkan kualitas pelayanan yang prima dalam melayani *reseller* maupun konsumen yang akan melakukan pemesanan dengan mempermudah dalam pemesanan sehingga dapat menciptakan kepuasan bagi para konsumen.

Tabel 1.1 Penjualan UD KVN Keripik Tape 5 (lima) Tahun Terakhir

Per Tahun	Hasil penjualan	Presentase Kenaikan	Presentase Penurunan
2019	43.200 pcs	-	-
2020	19.200 pcs	-	55%
2021	18.000 pcs	-	6,25%
2022	28.800 pcs	60%	-
2023	40.800 pcs	41%	-

Sumber: KVN Keripik Tape

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa penjualan KVN keripik tape pada tahun 2019 mencapai target penjualan dengan 43.200 per item dalam kurun waktu setahun, akan tetapi pada tahun berikutnya di tahun 2020 mengalami penurunan sebanyak 55% yang di akibatkan adanya pandemi covid-19, pada tahun 2021 berikutnya penjualan semakin menurun 6,25% akibat pademi covid-19 yang masih berlangsung dan di tambah lagi KVN keripik Tape tidak memiliki Lapak *Online* Sehingga membuat para konsumen kesusahan dalam pemesanan,

tahun 2022 penjualan mulai menunjukkan kenaikan 60%, akan tetapi KVN keripik tape belum mencapai target penjualan, dikarenakan penjualan di swalayan dan dipertokoan kecil mengalami penurunan yang di akibatkan munculnya merek lain dari keripik tape tersebut. Pada tahun 2023 mengalami peningkatan penjualan sebesar 41% di karenakan pada saat Hari Raya Idul Fitri permintaan pesanan meningkat dan acara atau *event* tahunan di Kabupaten Bondowoso mulai banyak dan ikut berpartisipasi dengan membuka *stand* di bazar, sehingga dapat disimpulkan bahwa KVN keripik tape namanya masih cukup familiar di mata para konsumennya sampai saat ini.

Latar belakang tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian guna mencari tahu Pengaruh Kepercayaan Merek, Desain Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD KVN Keripik Tape agar UD KVN Keripik Tape dapat lebih mengembangkan lagi produk dan pelayanan dalam memuaskan para konsumen.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kepercayaan merek, desain produk dan kualitas pelayanan agar dapat bertahan ditengah persaingan yang ketat UD KVN keripik tape. Di daerah Bondowoso dengan adanya keripik tape ini banyak sekali bermunculan UMKM yang memproduksi keripik tape sehingga menimbulkan banyaknya persaingan untuk saat ini yang menjadikan ancaman bagi KVN Keripik Tape. Latar belakang tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian guna mencari tahu pengaruh kepercayaan merek, desain produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UD KVN Keripik Tape, agar UD KVN Keripik Tape dapat lebih mengembangkan lagi produk dan pelayanan dalam memuaskan konsumen. Berikut beberapa rumusan masalah yang peneliti ambil, diantaranya sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UD KVN Keripik Tape Bondowoso?
2. Apakah desain produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UD KVN Keripik Tape Bondowoso?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UD KVN Keripik Tape Bondowoso?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang ada dilatar belakang tersebut, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen pada KVN Keripik Tape Bondowoso.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen pada KVN Keripik Tape Bondowoso.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada KVN Keripik Tape Bondowoso.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya. Berikut beberapa manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi para pemilik UMKM agar nantinya dapat mempertimbangkan masalah dari masukan yang telah dibuat terutama mengenai kepercayaan merek, desain produk dan kualitas pelayanan yang akan berdampak positif terhadap keberlangsungan bisnis.

2. Bagi perguruan tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.

3. Bagi penulis

Diharapkan penelitian ini sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam penerapan teori-teori yang diperoleh pada saat kuliah dan mendapat wawasan dalam berbisnis.

