

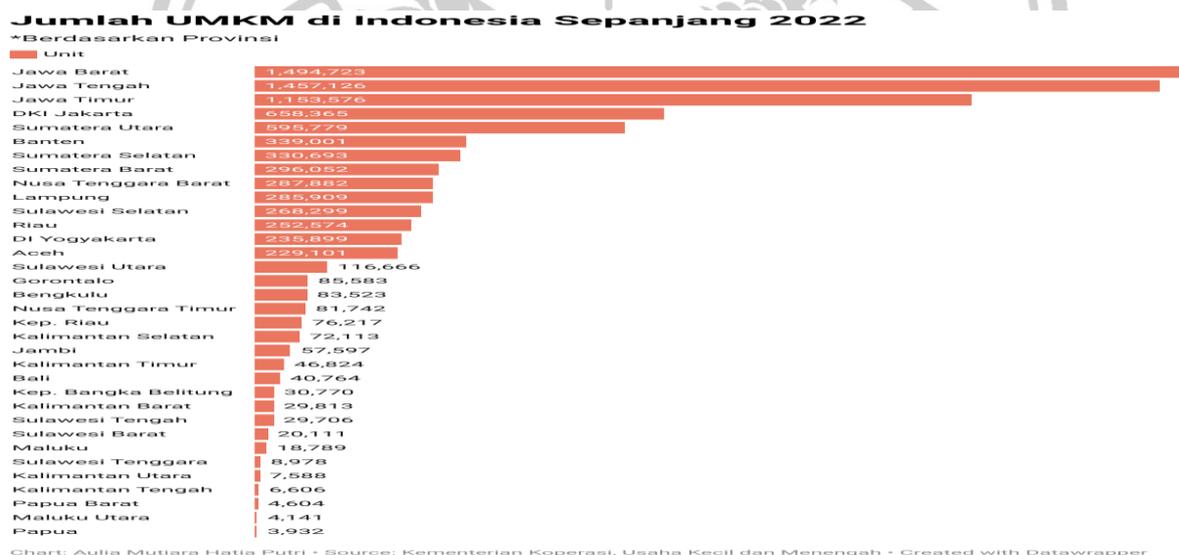
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan perekonomian di Indonesia yang begitu pesat, peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi sangatlah penting bagi sebuah negara, tidak hanya pada negara-negara yang sudah maju namun juga negara-negara yang masih berkembang. Usaha mikro, kecil dan menengah atau UMKM dapat diartikan sebagai jenis usaha berdasarkan skala atau ukuran tertentu seperti omset, jumlah karyawan dan aset. Pembagian skala atau ukuran UMKM misalnya seperti usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Lebih jelasnya menurut (Wilantara & Susilawati, 2016) sebutan UMKM merujuk pada kegiatan usaha yang dibentuk oleh warga negara, baik berupa usaha pribadi ataupun badan usaha. Usaha mikro, kecil dan menengah atau UMKM biasanya berbentuk perorangan atau kelompok kecil yang dikelola dengan sumber daya yang terbatas. Meskipun termasuk kecil dan terbatas, namun bisnis tersebut memiliki dampak berkelanjutan bagi perekonomian. UMKM memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia karena memberikan sumbangan signifikan khususnya dalam pembentukan produk domestik bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja serta UMKM juga dipercaya memiliki ketahanan ekonomi yang tinggi sehingga dapat menjadi penopang bagi stabilitas sistem keuangan dan perekonomian (www.bi.go.id). UMKM telah memainkan strategi dalam pertumbuhan ekonomi nasional, baik pada pasar export maupun inovasinya. (Putra dalam Mutrofin et al., 2021).

Menurut (cnbcindonesia.com) dilansir berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) di tahun 2022 UMKM di Indonesia mengalami pertumbuhan yang baik dengan angka mencapai 8,71 juta unit, dengan rincian sebagai berikut:



Sumber: (cnbcindonesia.com, 2023)

Gambar 1.1
Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2022

Dapat dilihat berdasarkan data di gambar 1.1 Jawa Barat menempati urutan pertama UMKM terbanyak dengan jumlah 1,49 juta unit usaha, Jawa Tengah menempati urutan kedua dengan jumlah 1,45 juta unit usaha dan Jawa Timur menempati urutan ketiga dengan jumlah 1,15 juta unit usaha serta Papua menempati urutan terbawah dengan 3,9 ribu unit. Perkembangan UMKM yang begitu pesat dapat membantu menstabilkan ekonomi nasional dalam menghadapi ancaman resesi yang sampai hari ini memberikan kekhawatiran bagi perekonomian negara.

Perkembangan UMKM harus diikuti juga dengan peningkatan daya saing dan keunggulan kompetitif agar dapat bersaing dengan berbagai peluang dan tantangan yang ada. Saat ini para konsumen sudah mulai pintar dalam memilih suatu produk, bukan hanya mempertimbangkan harga ketika menginginkan suatu produk, namun para konsumen sudah mulai kritis dengan kualitas suatu produk yang diinginkan. Bukan hanya itu saja para konsumen juga membandingkan produk sejenis dan mencari kualitas yang terbaik dengan kisaran harga yang sama atau hampir sama. Saat ini kemudahan untuk mengakses sebuah produk yang berkualitas semakin mudah dengan adanya bantuan teknologi informasi dan sosial media, terlebih lagi daya beli masyarakat Indonesia cenderung baik dan semakin besar. Kualitas produk akan memberikan gambaran keunggulan produk yang akan mudah diingat dari produk pesaing untuk dipilih oleh para konsumen. Kualitas produk merupakan fungsi kemampuan yang dapat diperagakan suatu produk, yang termasuk di dalamnya adalah ketepatan, kemudahan pengoperasian, durabilitas, reliabilitas, dan reparasi produk, serta atribut-atribut lainnya (Kotler & Keller, 2016).

Menghasilkan produk-produk yang berkualitas dapat didasarkan dalam dua hal, baik dari sisi internal maupun sisi eksternal perusahaan. Jadi, bukan hanya memproduksi sebuah produk dengan standar kualitas yang ketat namun juga perusahaan harus mampu memasarkan produk tersebut (*branding*) sesuai dengan kualitas yang telah diproduksi. Hal tersebut selaras seperti menurut (Nasution, 2015) yaitu pentingnya kualitas dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional dan manajemen pemasaran. Setiap proses produksi dan juga inovasi yang dilakukan oleh perusahaan harus didasarkan pada kualitas produk sehingga sebuah produk dapat diterima dan dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan para konsumen. Apabila para konsumen merasa puas dengan produk yang dibutuhkan dan diinginkan maka produk tersebut dapat dikatakan berkualitas. Jadi, kualitas produk merupakan landasan utama dalam proses produksi dan aktivitas bisnis. Menurut Feigenbaum dalam (Nasution, 2015) menyatakan bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*).

Proses produksi dengan standar yang ketat untuk menghasilkan produk yang berkualitas dilakukan diberbagai sektor bisnis, seperti halnya bisnis di bidang jasa, industri, pakaian, pertanian dan peternakan serta makanan dan minuman (*food and beverage*). Dalam konteks bisnis makanan dan minuman kualitas produksi harus dilakukan secara rinci karena dengan kualitas yang buruk akan mempengaruhi cita rasa makanan dan minuman itu sendiri sehingga membuat para konsumen kecewa terhadap kualitas yang ada dan sulit untuk mengembalikan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ada. Kualitas produksi dilakukan mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi dan penyajian sampai ke tangan

konsumen harus dilakukan dengan standar kualitas yang telah ditetapkan di setiap tahapannya. Kualitas produk yang baik dapat menentukan harga, segmentasi pasar dan strategi yang akan dilakukan perusahaan. Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Kualitas produk merupakan salah satu sarana *positioning* utama pemasar (Kotler & Armstrong, 2017).

Bisnis makanan dan minuman (*food and beverage*) memang harus mengedepankan kualitas produk agar produk dapat memberikan rasa yang enak dan berkualitas serta dapat digemari oleh para konsumen seperti halnya Gedangdut Indonesia yang memproduksi makanan olahan pisang. Gedangdut Indonesia merupakan UMKM yang memproduksi makanan ringan dari olahan pisang goreng dengan berbagai varian topping rasa yang memiliki 3 cabang di Kabupaten Jember khususnya wilayah kampus. Gedangdut Indonesia menawarkan beberapa varian topping rasa pisang goreng, seperti goreng madu, *original cheese*, *choco peanut*, *choco tiramisu*, *cappocino cheese*, *double choco*, *double cheese*, *choco crunch*, *greentea cheese*, *choco cheese*, *tiramisu cheese* dan *choco oreo cheese*. Gedangdut Indonesia juga menawarkan harga produk yang kompetitif dengan strategi pemasaran menggunakan sosial media dan endorse beberapa *food vlogger* dengan segmentasi pasar yang jelas dan luas sehingga produk-produk yang diproduksi Gedangdut Indonesia mudah dikenali oleh para konsumen. Namun, ada beberapa hambatan dan tantangan yang harus diselesaikan oleh Gedangdut Indonesia yang menyebabkan konsumen merasa kurang puas. Hambatan dan tantangan yang dialami adalah manajemen Gedangdut Indonesia belum maksimal dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan. Hal ini akan menimbulkan dampak terhadap kepuasan pelanggan Gedangdut Indonesia. Berikut keluhan yang sering dialami pelanggan Gedangdut Indonesia berdasarkan ulasan di *google* dan *instagram*:

Tabel 1.1
Daftar Keluhan Gedangdut Indonesia

No	Keluhan
1	Pelayanan yang terlalu lama
2	Pelayanan yang tidak ramah
3	Produk yang sudah dingin (tidak fresh)
4	Outlet yang sering tutup

Sumber: Data sekunder, 2023

Daftar keluhan yang ditunjukkan pada tabel 1.1 bisa dijadikan bahan evaluasi Gedangdut Indonesia untuk lebih memperhatikan kualitas perusahaan. Proses produksi dan pelayanan sebuah produk harus dilakukan dengan sebaik mungkin dengan meminimalisir kesalahan, Jika tidak maka proses produksi akan mengalami penurunan kualitas dan penurunan kepuasan pelanggan. Untuk itu diperlukan proses pengendalian kualitas secara menyeluruh untuk memaksimalkan kinerja perusahaan, salah satunya dengan menggunakan metode *total quality management* (TQM). *Total quality management* merupakan suatu pendekatan dalam mengorganisasikan manajemen kerja untuk memaksimalkan daya saing perusahaan melalui perbaikan terus menerus atas produk, jasa, manusia (SDM), proses dan lingkungannya (Tjiptono & Diana, 2014).

Sebagai referensi dalam proses penelitian mengenai *total quality management* (TQM), maka penelitian ini mengambil beberapa penelitian, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Amiri & Mandala, 2019) dengan judul “Pengaruh Implementasi *Total Quality Management* Terhadap Kepuasan Pelanggan”, analisa data menggunakan metode *total quality management* (TQM) dengan fokus pada pelanggan, obsesi pada kualitas, kerjasama tim dan perbaikan berkesinambungan. Penelitian yang dilakukan oleh (Pasonggo, 2021) dengan judul “Pengaruh Penerapan *Total Quality Management* (TQM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Informa Samarinda Square”, analisa data menggunakan metode *total quality management* (TQM) dengan fokus pelanggan, obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim dan karyawan keterlibatan dan pemberdayaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Savina *et al.*, 2023) dengan judul “Pengaruh *Total Quality Management* Terhadap Kepuasan Pelanggan”, analisa data menggunakan metode *total quality management* (TQM) dengan fokus terhadap pelanggan, obsesi pada kualitas dan perbaikan secara berkesinambungan

Dari paparan dan uraian yang telah dijelaskan di atas dan pentingnya pengendalian kualitas produk dan layanan produk agar selalu berupaya memberikan kepuasan kepada para pelanggan di UMKM Gedangdut Indonesia dengan berbagai hal yang melatar belakangi seperti permasalahan yang sering terjadi. Maka hal itu menjadi salah satu dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai pengendalian kualitas produk dan layanan produk pada Gedangdut Indonesia dan penelitian ini memberikan tawaran atau alternatif baru dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan menggunakan objek yang belum diteliti dan waktu penelitian yang berbeda serta sekaligus peneliti menguji adanya pengaruh positif dari pengendalian kualitas produk dan layanan produk dengan menggunakan metode *total quality management* (TQM).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah fokus pada pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Gedangdut Indonesia?
2. Apakah obsesi terhadap kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Gedangdut Indonesia?
3. Apakah perbaikan berkesinambungan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Gedangdut Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis secara signifikan fokus pada pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Gedangdut Indonesia
2. Untuk menguji dan menganalisis secara signifikan obsesi terhadap kualitas terhadap kepuasan pelanggan pada Gedangdut Indonesia

3. Untuk menguji dan menganalisis secara signifikan perbaikan berkesinambungan terhadap kepuasan pelanggan pada Gedangdut Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat di masa mendatang, yaitu:

1. Manfaat secara teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih gagasan atau ide-ide baru untuk menunjang perkembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai manajemen operasional terkait dengan pengendalian kualitas sebuah produk dan memberikan penjelasan mengenai pentingnya menjaga kualitas sebuah produk dalam upaya menghasilkan produk yang berkualitas dan terpenuhinya kepuasan pelanggan.

2. Manfaat secara praksis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk orang lain yang akan melakukan penelitian seputar manajemen operasional terkait dengan pengendalian kualitas produk dan pelayanan produk serta sekaligus memberikan manfaat bagi pihak Gedangdut Indonesia sebagai bahan pertimbangan dan masukan yang berguna dalam hal menentukan strategi pengendalian kualitas untuk mempertahankan kualitas produk dan pelayanan produk Gedangdut Indonesia serta sebagai upaya untuk menghadirkan produk yang berkualitas bagi para konsumen Gedangdut Indonesia.