

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengembangan UMKM melalui program pembangunan nasional merupakan komponen yang penting dalam meletakan dasar bagi pertumbuhan ekonomi yang adil dan berkelanjutan. Dalam menilai kemajuan atau pembangunan ekonomi suatu negara, karena pertumbuhan ekonomi akan memenuhi masyarakat, maka kegiatan ekonomi merupakan upaya untuk meningkatkan kekuatan dan taraf hidup masyarakat. Baik perekonomian terkena dampak dari percepatan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan (Faeni et al., 2023). UMKM merupakan usaha yang berperan penting dalam mengembangkan perekonomian Indonesia. Hal seperti ini diharapkan dapat mengurangi angka pengangguran, dengan bertambahnya UMKM maka lapangan kerja semakin melimpah. Persaingan pasar semakin ketat sehingga pelaku usaha harus mampu menghadapi persaingan dengan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi lingkungan agar tetap mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. (Hanurdin, 2020). UMKM dapat meningkatkan upaya-upaya pemberdayaan pada masyarakat dalam kegiatan ekonomi yaitu dalam kegiatan usaha, dan UMKM juga merupakan pengembangan kawasan andalan untuk mempercepat pemulihan perekonomian guna mewadahi program prioritas serta pengembangan berbagai sektor dan potensi (Ina Primiana, 2021) UMKM terdiri dari berbagai sektor, diantaranya adalah sektor penerbitan, percetakan, kerajinan, periklanan, serta kuliner. Industri kuliner merupakan sektor yang sedang banyak diminati para pelaku usaha terutama usaha kuliner rumahan. Perusahaan harus beradaptasi dengan konsumen yang lebih suka dalam upaya mereka untuk memasarkan kemasan usaha mereka (Faeni, 2024).

Industri kuliner rumahan menjanjikan keuntungan yang berlimpah apabila para pelaku usaha dapat mengelola usahanya dengan manajemen yang baik. Kemudahan dalam mengelola usaha kuliner rumahan membuat usaha jenis ini bisa dijumpai dimana saja, Hal ini menjadikan kuliner sebagai pilihan utama wirausaha (Bhaktiar et al., 2021) salah satunya di Bogor yang memiliki banyak pelaku usaha kuliner

rumahan, banyak warung atau kios makanan yang tersebar di Bogor, terutama dalam bidang bakso yang menawarkan inovasi-inovasi baru yang sering kita dengar dengan bakso mercon, namun dengan berjalanannya waktu akan berganti dengan inovasi-inovasi lain yang dikeluarkan oleh pedangan bakso itu sendiri, Usaha kuliner harus mampu meningkatkan kompetensi usahanya dalam menjaga keberlangsungan usahanya, terutama karena persaingan semakin meningkat oleh karena itu inovasi merupakan salah satu kunci penting mereka dalam menjalankan sebuah usaha (Purbaningrum, 2020) maka dari itu sebagai pedagang bakso perlu mempunyai ciri khas dalam produk baksonya agar tidak tenggelam dalam pasar dan terlupakan oleh konsumen. Warung bakso Perintis yang beralamat di Perumahan Pura Bojong Gede jalan Boulavard Timur Raya, Kecamatan Tajur Halang, Kelurahan Tajur Halang, Bogor Jawa Barat tetap mempertahankan rasa sebagai ciri utama dari warung baksonya, tidak merubah banyak dalam bentuk namun mengunggulkan rasa dan juga kualitas bahan yang bagus dan terjamin kebersihannya, sehingga kualitas rasa dan juga produk yang disajikan akan terjaga. Saat ini warung bakso perintis mematok dengan harga sebesar Rp 12.000,- yang akan naik harganya apa bila bahan baku dipasar naik juga, warung bakso perintis memiliki tempat yang bersih, nyaman dan juga cukup luas. Jika harga yang diterapkan perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pilihan konsumen terhadap suatu produk tertentu akan terfokus pada produk tersebut (Samadi, 2021). Berdasarkan hal ini, warung bakso perintis memberikan gambaran yang berada dibawah ini :



Gambar 1. 1 Daftar Harga Warung Bakso Perintis Bogor

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas, terdapat beberapa rekomendasi harga dari produk yang ditawarkan oleh warung bakso perintis. Jika dilihat, warung bakso perintis masih memiliki harga yang relative murah dari beberapa warung bakso yang lainnya, tetapi kualitas rasa dan kebersihan yang diberikan dari warung bakso perintis masih dijaga oleh pemiliknya.

Sebagai kegiatan ekonomi yang dilakukan sehari-hari, penjualan adalah secara umum, penjualan adalah kegiatan menghasilkan dan menjual produk, baik barang maupun jasa, ke pasar. Sebagai bentuk kegiatan pemasaran, penjualan menjadi penentu dalam upaya mencapai tujuan perusahaan. Penjualan adalah segala kegiatan yang bertujuan memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen dengan cara yang paling efisien dengan tujuan menciptakan permintaan yang efektif (Nitisemito, 2022). Dibawah ini merupakan salah satu data jumlah penjualan warung bakso perintis pada tahun 2024 :

Tabel 1. 1 Data Penjualan Warung Bakso Perintis

No	Bulan	Total Penjualan
1	Januari	65.000.000.00
2	Februari	45.000.000.00
3	Maret	30.000.000.00

Sumber : Warung Bakso Perintis

Dari data yang tertera pada tabel diatas terlihat bahwa jumlah penjualan warung bakso pionir mengalami penurunan yang cukup besar setiap bulannya. Oleh karena itu pihak toko bakso pionir harus mampu memberikan pelayanan dan produk yang baik dan baik kepada pelanggan dan konsumen, sehingga pelanggan dan konsumen merasa puas terhadap pelayanan dan produk yang diberikan oleh pemilik bakso perintis.

Dalam bidang penjualan makanan terdapat beberapa hal yang mempengaruhi kepuasan pembelian, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan pemberian kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya sehingga memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan suatu hal penting yang harus diperhatikan dan dimaksimalkan agar dapat bertahan dan tetap menjadi pilihan pelanggan itu sendiri (Octavia, 2019).

Tidak hanya kualitas pelayanan yang penting, namun kualitas produk yang baik dan segar juga sangat penting bagi pelanggan. Kualitas produk merupakan senjata strategis yang berpotensi mengalahkan pesaing. Kualitas produk mencakup dimensi fisik, fungsional, dan estetika yang membentuk persepsi pelanggan (Jumawan, Hadita, et al., 2023). Keunggulan suatu produk yang dihasilkan oleh sebuah bisnis makanan sangat bergantung pada kualitas yang mereka berikan kepada konsumen yang membeli produk tersebut. Kualitas produk yang tinggi menjadi faktor kunci dalam menciptakan nilai bagi pelanggan (Hadita et al., 2020). Pada dasarnya kualitas produk menggambarkan sejauh mana suatu produk mampu menampilkan kemampuannya atau menjalankan fungsinya. Kualitas produk yang baik dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk (Oktaria Santika, 2019). Jadi warung bakso perintis tetap mempertahankan rasa sebagai ciri utama dari warung baksonya, tidak merubah dalam bentuk namun mengunggulkan cita rasa dan juga kualitas bahan yang bagus dan segar serta terjamin kebersihannya, dalam memproduksi bahan-bahan dibuat secara *handmade* oleh pemilik bakso perintis, dan pemilik bakso perintis juga membeli bahan-bahan sendiri ke pasar untuk warung baksonya sehingga kualitas rasa akan terjaga.

Warung bakso perintis memiliki kualitas produk yang baik dan segar selalu, oleh karena itu pelanggan merasa puas dan tergugah seleranya untuk memakan hidangan yang disajikan oleh warung bakso perintis, dalam industri UMKM, kualitas produk sangat penting untuk diperhatikan(Faeni et al., 2019).

Kepuasan pelanggan terhadap warung bakso perintis ini juga sangat penting, ketika konsumen merasa puas, pemilik warung harus berusaha untuk terus menjalin dan menjaga hubungan dengan konsumen, begitu pula sebaliknya ketika konsumen merasa tidak puas maka pemilik warung mencari tahu penyebab ketidakpuasan tersebut dan berusaha menarik kembali minat konsumen. Karena Kepuasan konsumen biasanya puas jika produk atau jasa memenuhi atau melebihi harapan mereka (Gerson, 2020). Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting dan berperan dalam menjalankan suatu usaha karena memberikan dampak positif bagi kelangsungan suatu perusahaan (Prastiyani et al., 2016). Dibawah ini merupakan salah satu data pra-survey kepuasan pelanggan bakso perintis di warung bakso perintis pada tahun 2024 :

Tabel 1. 2 Data Pra-Survey Kepuasan Pelanggan Bakso Perintis

No	Pernyataan	Setuju		Tidak Setuju	
		Orang	%	Orang	%
1.	Pelayanan yang diberikan pegawai bakso perintis sopan, ramah dan memuaskan	17	56,7%	13	43,3%
2.	Saya percaya produk yang ditawarkan bakso perintis terjamin kualitasnya	24	80%	6	20%
3.	Bakso perintis merupakan pilihan saya dalam membeli makanan	19	63,3%	10	33,3%
4.	Saya akan merekomendasikan produk bakso perintis kepada orang lain	18	60%	11	36,7%
Rata-rata		23	70%	7	30%

Sumber : Warung Bakso Perintis

Berdasarkan data Pra-Survey yang di dapat dari 30 orang pelanggan bakso perintis yang telah membeli produk di bakso perintis, data tersebut menunjukkan rata-rata 70% setuju dari semua pertanyaan yang telah di ajukan dalam Pra-Survey tersebut. Artinya Kepuasan Pelanggan produk bakso perintis cukup baik dan bagus untuk pelanggan bakso perintis.

Word of Mouth atau Komunikasi mulut ke mulut juga tidak kalah pentingnya karena merupakan proses komunikasi berupa penyediaan suatu produk atau jasa baik secara individu maupun kelompok yang bertujuan untuk memberikan informasi pribadi, *word of Mouth* merupakan strategi yang sangat efektif dalam mempengaruhi konsumen. Keputusan dalam menggunakan produk atau jasa dan dari mulut ke mulut dapat membangun rasa percaya di kalangan pelanggan, bahkan dari mulut ke mulut sudah menjadi bagian penting dalam bisnis, komunikasi dari mulut ke mulut merupakan sebuah cerita berupa kesan dari konsumen kepada teman-temannya mengenai sebuah layanan dan promosi yang kenikmatan suatu produk atau jasa (Siswanto & Maskan, 2020), Oleh karena itu konsumen merasa puas dengan pelayanan baik dan produk bagus yang diberikan oleh warung bakso pionir tersebut, maka dari itu konsumen pun melakukan hal tersebut *word of mouth*.

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui informasi ilmiah mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui *word of mouth*. Oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian dengan memanfaatkan pelanggan dari Warung Bakso Perintis Bogor sebagai populasi dan sampel penelitian. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Word Of Mouth Pada UMKM Bakso Perintis Bogor”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap *Word Of Mouth* Bakso Perintis ?
2. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap *Word Of Mouth* Bakso Perintis ?
3. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Bakso Perintis ?
4. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Bakso Perintis ?
5. Apakah terdapat pengaruh antara *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan Bakso Perintis ?
6. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui *word of mouth* Bakso Perintis ?
7. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui *word of mouth* Bakso Perintis ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap *Word Of Mouth* Bakso Perintis.
2. Untuk menguji apakah variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap *Word Of Mouth* Bakso Perintis.
3. Untuk menguji apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bakso Perintis.
4. Untuk menguji apakah variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bakso Perintis.
5. Untuk menguji apakah variabel *word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bakso Perintis.

6. Untuk menguji apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui *word of mouth* Bakso Perintis.
7. Untuk menguji apakah variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui *word of mouth* Bakso Perintis.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak yaitu:

1. Bagi Pelaku Usaha

Sebagai masukan dan pertimbangan bagi pelaku usaha dalam menerapkan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui *word of mouth*.

2. Bagi Universitas

Berkontribusi dalam pengembangan teori atau materi dalam pengembangan akademik dan menambah referensi kajian ilmiah bagi mahasiswa program studi Manajemen Ekonomi.

3. Bagi Peneliti

Menambahkan wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai kepuasan pelanggan dari *word of mouth* di era globalisasi dalam berwirausaha dan menjalankan usaha, khususnya mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui mulut ke mulut.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi karena minimnya data dari customer Bakso Perintis Bogor sehingga data yang didapat juga terbatas. Selain itu penulisan memfokuskan pada kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan dan *word of mouth*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan agar lebih memudahkan pemahaman dalam penelitian ini, maka pada penulisan ini akan secara garis besar.

Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Didalam bab ini membahas mengenai latar belakang masalah mengenai perkembangan UMKM dan industri kuliner rumahan yang mampu memberikan ciri khas dan mengenai prasurvei dan daftar harga di warung bakso perintis dan disertai fenomena pada penelitian ini. Dan penjelasan mengenai variabel-variabel yaitu ada kualitas pelayanan, kualitas produk, *word of mouth*, dan kepuasan pelanggan. Dan selanjutnya ada rumusan masalah yang muncul berdasarkan uraian latar belakang pada penelitian ini, tujuan masalah yang harus diselesaikan pada penelitian ini, manfaat penelitian untuk pelaku usaha, untuk universitas, dan untuk peneliti itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab II ini peneliti menjelaskan literature yang berisikan variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Melalui *Word Of Mouth* (Z). Dalam bab II ini menjelaskan tentang metode konseptual, hipotesis dan penelitian-penelitian terdahulu untuk menghubungkan secara teoritis antara variabel x atau variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel Y atau variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) melalui variabel Z atau variabel intervening yaitu *Word Of Mouth* (Z).

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab III berisi tahapan-tahapan penelitian yang meliputi metode yang dapat digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan menganalisis data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam metode penelitian ini adalah dengan menyebarluaskan kuisioner kepada

pelanggan warung bakso pionir yang melakukan pembelian di warung bakso perintis berdasarkan variabel kualitas produk dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui mulut ke mulut. Selanjutnya melakukan observasi, wawancara, dokumentasi dan studi literatur untuk memperoleh data. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2024 sampai dengan Juli 2024. Sampel dalam penelitian dihitung dengan menggunakan metode non-probability sampling sehingga diperoleh 100 sampel. Dan pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan alat analisis SmartPLS versi 3.0.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV ini menganalisis hasil data dari jawaban responden pada penelitian ini. Dilakukan pengolahan data untuk mendapatkan hasil data pada setiap variabel kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), terhadap kepuasan pelanggan (Y), melalui variabel intervening *word of mouth* (Z). Menganalisis data dapat dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan atau tidak pada variabel kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), terhadap kepuasan pelanggan (Y), melalui variabel intervening *word of mouth* (Z).

BAB V

PENUTUP

Pada bab V ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan diimplikasi manajerial dari penelitian ini. Hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) tidak memiliki pengaruh positif terhadap *word of mouth* (Z), variabel kualitas produk (X_2) tidak memiliki pengaruh positif terhadap *word of mouth* (Z), variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y), variabel kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap

kepuasan pelanggan (Z), variabel *word of mouth* (Z) tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y), variabel kualitas pelayanan (X_1) tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui variabel intervening *word of mouth* (Z) tidak memediasi, dan variabel kualitas produk (X_2) tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui variabel intervening *word of mouth* (Z) tidak memediasi.

