

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Untuk bertahan hidup, manusia sangat bergantung pada kebutuhan. Kebutuhan manusia sangat beragam, tergantung pada sifat, subjek, intensitas, dan waktu. Kebutuhan manusia terdiri dari keempat kategori di atas. Kelompok barang dan jasa tertentu dianggap memiliki peran paling signifikan dalam mempertahankan keberlangsungan kehidupan kita sebagai makhluk hidup, atau intensitas. Kebutuhan kita terhadap barang dan jasa ditunjukkan oleh intensitas.¹

Kita dapat membuat barang dan jasa sendiri untuk memenuhi kebutuhan intensitas dengan bekerja atau berbisnis. Salah satu kebutuhan intensitas adalah jasa. Kegiatan ini membantu kehidupan dengan memenuhi kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Bekerja terdiri dari semua aktivitas yang dilakukan secara dinamis dan dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Bekerja adalah salah satu kewajiban dan perintah dari Allah SWT, dan telah berlangsung sejak manusia pertama diciptakan, Nabi Adam AS, dan terus berlanjut hingga Nabi Muhammad SAW. Dalam pandangan Islam, bekerja adalah bagian penting dari ibadah dan jihad jika itu sesuai dengan hukum Allah SWT, suci dalam niatnya, dan untuk memenuhi kebutuhan hidup seseorang.²

Islam melihat pekerjaan sebagai ibadah untuk mencari dan memenuhi rezeki dari Allah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain itu, Islam menganjurkan pemeluknya untuk memiliki pekerjaan agar

¹ Zainur, *Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, Vol. 09, No.05, 2017, hal.38

² Rahmad. Kurniawan, *Urgensi Bekerja Dalam Al-Quran*, Jurnal Trasformatif, Vol. 3, No. 1, 2019, hal. 42

mereka dapat memenuhi kebutuhan pribadi mereka dan membantu orang lain. Tidak peduli apa jenis pekerjaan yang dilakukan oleh pemeluknya, selama itu tidak bertentangan dengan syariat Islam dan tidak membahayakan orang lain.

Pelaku usaha adalah setiap individu atau badan usaha, baik badan hukum maupun bukan badan hukum, yang didirikan atau berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik secara individu maupun bersama-sama melalui perjanjian untuk melakukan bisnis dalam berbagai bidang ekonomi.³ Memenuhi kebutuhan hidup manusia adalah tujuan dari semua upaya masyarakat. Karena tidak ada yang bertanggung jawab untuk mengolah, memanfaatkan, dan mendistribusikan kebutuhan, tidak mungkin untuk memenuhi kebutuhan hidup tanpa usaha atau kegiatan usaha. Manusia membutuhkan orang lain untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka karena mereka tidak dapat menggantungkan hidup mereka pada diri mereka sendiri. Salah satunya melalui aktivitas bisnis dan ekonomi. Beberapa contohnya adalah bisnis peternakan, perikanan, bisnis makanan dan minuman, dan bisnis perdagangan. Memenuhi kebutuhan masyarakat adalah tujuan dari bisnis ini.

Bisnis atau usaha yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, atau rumah tangga disebut UMKM. Karena UMKM berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, keberadaan mereka di Indonesia sangat diperhitungkan. Dalam hal usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha yang memenuhi syarat sebagai usaha mikro. Undang-Undang (UU) Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM

³ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan Dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen

membuat definisi UMKM lebih jelas. UU tersebut mendefinisikan UMKM sebagai usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah.

Kinerja dalam usaha merupakan salah satu aspek penting yang sangat diperhatikan dalam kemajuan. Setiap pelaku usaha sekarang mengejar kinerja, yang merupakan tanda kesuksesan sebuah produk yang diterima masyarakat. Mereka terus berkembang dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Philip Kotler mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai “suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antar persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan”. Sementara Tjiptono mengatakan kepuasan pelanggan adalah “sebagai alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan”. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada banyak hal penting, seperti menumbuhkan loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, mengurangi biaya transaksi di masa depan, meningkatkan produktivitas dan efisiensi karyawan, dan mengurangi biaya transaksi.⁴

Kualitas produk adalah fokus utama perusahaan, dan merupakan salah satu kebijakan penting untuk meningkatkan daya saing produk. Produk harus memberikan kepuasan pelanggan dengan kualitas yang melebihi atau paling tidak sama dengan produk pesaing. Kotler mengatakan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan karakteristik dan

⁴ Kotler, P., Keller, “*Manajemen Pemasaran*” (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 22.

kemampuan suatu produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁵

Sementara itu, menurut Yan, Sengupta dan Wyer, kualitas produk adalah kinerja produk yang diinginkan pelanggan, baik dari segi ukuran paket, kualitas yang dilihat, kinerja, dan desain yang benar-benar bagus menurut sudut pandang pelanggan.⁶

Menurut Kotler, pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu; sebaliknya, pelayanan adalah tindakan seseorang dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan.⁷

Selain kualitas dan layanan produk, harga sangat penting bagi pelaku UMKM dalam bersaing. Harga merupakan faktor yang dianggap paling menarik bagi konsumen ketika mereka memutuskan untuk membeli suatu produk. Harga merupakan ukuran seberapa besar atau kecil kepuasan konsumen dengan produk tersebut.⁸ Jumlah produk yang mampu dijual oleh UMKM dapat dipengaruhi oleh penetapan harga yang tepat. Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar, dan harga mempengaruhi posisi persaingan dan bagian atau saham pasar dari UMKM.

⁵ Slamet Riyadi, *Akuntansi Manajemen* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2017), hal. 100.

⁶ Lily Suyati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Startegi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2015), hal. 23.

⁷ Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2016), hal. 55.

⁸ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta : BEFE Yogyakarta,2008), hal. 271.

Harga adalah nilai yang disebutkan sebagai alat tukar dalam rupiah, sen, atau medium moneter lainnya.⁹ Kebijakan pelaku UMKM mempengaruhi penetapan harga. Pelaku UMKM harus menawarkan produk yang berkualitas dan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang mereka tawarkan agar harga yang ditentukan tidak terlalu mahal atau terlalu murah. Harga juga harus selalu dikaitkan dengan manfaat yang diterima konsumen.

Konsumen di pasar UMKM dipengaruhi oleh banyak faktor yang mempengaruhinya, sehingga konsumen harus mempertimbangkan semua faktor tersebut saat memutuskan untuk membeli barang di pasar UMKM. Pada akhirnya, faktor-faktor ini dapat menjadi referensi bagi pasar UMKM untuk menerapkan strategi untuk membuat konsumen tertarik dan terus berbelanja.

Salah satu faktor kunci kesuksesan UMKM adalah peningkatan kualitas produk. UMKM harus fokus pada peningkatan kualitas produk mereka agar memenuhi harapan pelanggan dan bersaing di pasar lokal maupun global untuk menciptakan daya saing yang lebih baik.

Produk berkualitas tinggi cenderung lebih tahan lama, berfungsi dengan baik, dan memberikan nilai lebih bagi konsumen. Dengan memiliki produk yang berkualitas tinggi, UMKM dapat menciptakan diferensiasi di pasar dan menarik perhatian pelanggan yang semakin pintar. Selain itu, kualitas produk akan membantu UMKM mempertahankan pangsa pasar mereka dan bersaing dengan perusahaan besar dan merek internasional.

Ini memungkinkan usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk mendapatkan posisi yang kuat di pasar dan menghadapi persaingan yang

⁹ Meithiana Inrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: UP Unitomo Press, 2019), hal. 38-39.

lebih baik. Fenomena yang terjadi dilapangan pun sangat menarik dari beberapa faktor yang telah disampaikan sebelumnya. Dan di Kecamatan Cisarua juga menjadi salah satu objek wisata yang bisa terbilang banyak. Akibatnya, penulis tertarik menulis skripsi yang berjudul: **Pengaruh Kinerja Karyawan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Di Kecamatan Cisarua.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka didapatkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
3. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

C. Pembatasan Masalah

Batasan-batasan terhadap penelitian yang akan dilakukan harus diterapkan agar diskusi mencapai tujuan dan proses pengolahan data menjadi lebih mudah. Tujuan dari membatasi masalah ini adalah untuk mencegah diskusi penelitian lebih luas dari yang diharapkan; oleh karena itu, peneliti membatasi penelitian mereka hanya pada pengaruh kinerja karyawan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan UMKM di kecamatan Cisarua.

D. Perumusan Masalah

Pertanyaan-pertanyaan yang jawabannya akan ditemukan dalam penelitian yang dilakukan disebut perumusan masalah. Rumusan masalah

penelitian ini adalah sebagai berikut berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan di atas:

1. Bagaimana pengaruh kinerja karyawan dan kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan UMKM di kecamatan Cisarua?
2. Bagaimana pengaruh kinerja karyawan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan UMKM di kecamatan Cisarua?

E. Tujuan Penelitian

Berawal dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kinerja karyawan dan kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan UMKM di kecamatan Cisarua
2. Untuk mengetahui pengaruh kinerja karyawan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan UMKM di kecamatan Cisarua

F. Manfaat Penelitian

Semua penelitian diharapkan memiliki manfaat, baik teoritis maupun praktis. Manfaat penelitian kualitatif hanya bersifat teoritis, berbeda dengan hasil penelitian kuantitatif yang dapat diterapkan secara praktis. Namun, ini tidak berarti bahwa penelitian kualitatif tidak memiliki kemungkinan praktis.

Adapun manfaat yang ingin dicapai oleh penulis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan pengetahuan tambahan, pemahaman, dan pemahaman tentang cara menganalisis pengaruh kinerja karyawan

dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, penulis memiliki kesempatan untuk menerapkan teori-teori yang mereka pelajari selama perkuliahan dengan menganalisis dan memecahkan masalah.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan bahwa penelitian ini akan menjadi salah satu sumber informasi yang membangun dan dapat digunakan sebagai gambaran tentang bagaimana perusahaan dapat meningkatkan kinerja karyawan dan kualitas produk sambil meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian di jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Hasanuddin Banten diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian mendatang dan memberikan kontribusi pada penelitian ilmu pengetahuan, khususnya penelitian tentang perekonomian.

G. Kerangka Pemikiran

Kinerja karyawan menunjukkan bagaimana peneliti berpikir sesuai dengan teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian.¹⁰ Prestasi kerja karyawan didefinisikan sebagai kinerja dalam hal kuantitas dan kualitas yang diharapkan dari setiap karyawan, menurut teori kinerja karyawan. Prestasi kerja adalah perbandingan antara hasil kerja dengan standar yang ditetapkan, dan merupakan hasil kerja baik secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

¹⁰ Firdaus dan Fakhry Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hal. 76.

Kinerja (*performance*) adalah hasil pekerjaan seseorang yang sesuai dengan persyaratan pekerjaan. Perusahaan menginginkan peningkatan kinerja karyawan karena kinerja yang baik dapat meningkatkan produktivitas perusahaan. Para pekerja di tempat lain ingin berkembang dan dipromosikan.¹¹

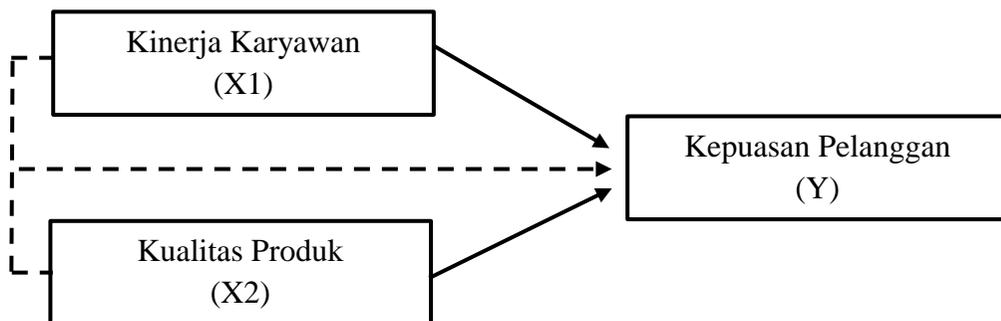
Pernyataan tingkat kemampuan suatu produk tertentu untuk melakukan fungsi yang diharapkan dan sebagai bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia disebut sebagai kualitas produk. Perusahaan harus menggunakan strategi pengukuran untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, seperti mengelompokkan produk dalam beberapa kategori, seperti kualitas rasa, kuantitas atau porsi, variasi menu, atau variasi jenis makanan yang tersedia. Tidak diragukan lagi bahwa rasa yang unik, porsi yang sesuai dengan ekspektasi dan selera, serta banyaknya pilihan makanan akan menarik pelanggan untuk melihat lebih jauh.¹²

Salah satu kunci keberhasilan bisnis adalah kepuasan pelanggan, karena perusahaan dapat meningkatkan keuntungan dengan memuaskan pelanggannya. Kepuasan pelanggan adalah persepsi tentang seberapa baik atau buruk kinerja produk.¹³

¹¹ Bangun, W. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 29.

¹² Joko Bagio Santoso, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun), *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* Vol. 16, No. 01, hal. 128.

¹³ Bella Khairani, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ud. Mini Top Di Medan Johor, *Jurnal Buletin Utaan Teknik*, Vol. 18, No. 1, hal 54.



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- > : Hubungan parsial X1 terhadap Y & X2 terhadap Y
- - - - -> : Hubungan simultan X1 & X2 terhadap Y

H. Sistematika Pembahasan

Untuk membuat pembahasan penelitian lebih mudah bagi penulis, sistematika pembahasan harus dimasukkan ke dalam pembahasan penelitian. Untuk membahas penelitian ini secara sistematis, penulis membaginya menjadi 5 (lima) bab, masing-masing berisi perincian sebagai berikut:

Dalam bab pertama, latar belakang masalah dibahas, termasuk alasan penelitian dilakukan, tujuan, metode, kerangka pemikiran, dan sistematika penulisan.

Dalam bab kedua, berbagai literatur memberikan ide dan teori tentang kinerja karyawan, kualitas produk, kepuasan pelanggan, hubungan antara variable, penelitian terdahulu yang relevan dan hipotesis.

Dalam bab ketiga berisi ruang lingkup penelitian, populasi dan sample, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknis analisis data dan operasional variabel penelitian.

Dalam bab keempat berisi deskripsi objek penelitian, hasil analisis serta pembahasan yang mendalam tentang hasil temuan dan menjelaskan implikasinya. Pada hasil penelitian dikemukakan pada bab dia serta Hasil pengujian hipotesisnya penyajian hasil penelitian dapat berupa teks, tabel gambar dan grafik. Hasil penelitian memuat data utama, data penunjang dan pelengkap yang diperlukan dalam penelitian, yang disertai penjelasan tentang makna data yang terdapat dalam tabel, grafik yang dicantumkan

Dalam bab kelima berisi hasil akhir dan di bab ini merupakan penutup dari pembahasan skripsi yang memuat kesimpulan atas Pengujian Hipotesis, hasil yang diperoleh dan saran yang menjelaskan keterbatasan penelitian yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya.