

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Meskipun termasuk kecil, namun usaha ini ternyata sangat bermanfaat untuk perekonomian negara. Saat ini UMKM semakin berkembang dari hari ke hari. Melansir dari peraturan perundangan-undangan No. 20 tahun 2008, UMKM dibedakan beberapa bagian yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Secara umum, UMKM adalah usaha yang dilakukan oleh rumah tangga, individu, kelompok, atau sekelompok orang. UMKM saat ini sebagai fondasi perekonomian masyarakat Indonesia karena dinilai mampu membangkitkan sektor ekonomi (djkn.kemenkeu, 2024).

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satu dampak positif dari UMKM adalah kemampuannya menciptakan lapangan kerja, yang berkontribusi pada penurunan tingkat pengangguran. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, jumlah UMKM pada tahun 2022 meningkat hingga mencapai 60 juta pelaku. Dengan jumlah tersebut, UMKM berhasil menyumbang sekitar 7,1% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta berperan dalam mengurangi pengangguran di Indonesia. UMKM biasanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan rumah tangga. Meskipun mengalami pertumbuhan yang signifikan, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya modal untuk pengembangan usaha dan kesulitan dalam pengelolaan serta pencatatan laporan keuangan secara sistematis dan baik (Dharma *et al.*, 2021).

Salah satu contoh UMKM yang berkembang di Kota Palembang adalah Toko *Layer Duren* Palembang. Dalam menjalankan kegiatan produksinya, Toko ini memerlukan manajemen yang terpadu, yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan pengendalian produksi. Dalam hal ini, pengendalian produksi sangat bergantung pada ketersediaan bahan baku untuk memastikan kelancaran proses produksi. Keterbatasan sumber daya dapat menyebabkan munculnya berbagai masalah dalam operasional industri tersebut.

Toko *Layer Duren* Palembang adalah usaha yang bergerak di bidang industri makanan modern, berlokasi di Jl. Musi Raya Barat No. 480, Sako, Kota Palembang. Dalam proses produksinya, usaha ini menggunakan durian sebagai bahan baku utama. Durian sendiri memiliki nilai tambah karena tidak hanya enak dikonsumsi secara langsung, tetapi juga lezat ketika diolah menjadi berbagai hidangan seperti jus, kolak, dodol, surabi, es krim, pancake, dan keripik. Salah satu olahan durian yang kini sedang populer adalah *Layer Duren (mille durian)*, sebuah variasi kue berlapis dengan isian krim durian yang lembut, menghadirkan sensasi rasa yang unik dan menggugah selera.

Layer Duren (mille durian) ini dapat dinikmati oleh semua kalangan. Dengan harga yang terjangkau, tampilan yang menarik, dan cita rasa yang lezat, layer durian mampu memanjakan lidah para penikmatnya. Keunggulan inilah yang membuat bisnis ini terus berkembang. Namun, persaingan dalam bisnis kuliner sangat ketat, sehingga berbagai strategi perlu diterapkan untuk menarik minat masyarakat agar mencoba layer durian ini.

Tabel 1.1 Pesaing Toko *Layer Duren* di Kota Palembang

No	Nama	Jumlah Cabang
1	Susan Wilson	2
2	Dwi Olshop	2
3	Mama Tiga Putra	8
4	Pancake Qiu	2

Sumber : penulis, 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat bahwa pesaing utama seperti Susan Wilson, Dwi Olshop, dan *Pancake Qiu* masing-masing memiliki 2 cabang, sementara Mama Tiga Putra memiliki 8 cabang. Sementara itu, toko *Layer Duren* Palembang belum memiliki cabang sama sekali, sehingga posisinya menjadi kurang kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat. Para pesaing yang terus memperluas operasional mereka memiliki peluang yang lebih besar untuk membangun jaringan pelanggan yang lebih luas dan memperbesar pangsa pasar. Sebaliknya, toko *Layer Duren* yang hanya beroperasi di satu lokasi mengalami keterbatasan dalam menjangkau konsumen di daerah lain. Selain itu, keberadaan cabang yang lebih banyak memberikan keuntungan operasional bagi pesaing, seperti distribusi bahan baku yang lebih efisien dan strategi pemasaran yang lebih luas untuk mendominasi pasar. Oleh karena itu, toko *Layer Duren* perlu mempertimbangkan strategi ekspansi atau inovasi produk agar tetap relevan dan kompetitif di tengah persaingan yang semakin dinamis.

Peneliti tertarik untuk meneliti toko *Layer Duren* Palembang dapat fokus pada beberapa permasalahan utama. Menurut Lupiyoadi dalam (Inrasari, 2019 p 91-92) menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, harga dan biaya. Oleh karena itu, absennya cabang *Layer Duren* Palembang di pasar saat ini menarik perhatian untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk ini.

Layer Duren Palembang buka setiap hari dengan jam operasional mulai dari pukul 08.00-17.00. Meskipun hanya memiliki sekitar 2 karyawan, *Layer Duren* Palembang selalu berupaya menyajikan produk dan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga dapat menarik konsumen. Hal ini dapat menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun jumlah pengunjung yang data ke *Layer Duren* Palembang dapat dilihat dari tabel 1.2.

Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung *Layer Duren Palembang*

Bulan	Tahun				
	2019	2020	2021	2022	2023
Januari	125	171	137	166	193
Februari	150	170	139	168	187
Maret	155	164	141	180	185
April	142	167	154	185	181
Mei	170	175	147	182	172
Juni	164	153	144	189	154
Juli	157	156	150	178	158
Agustus	160	144	153	181	151
September	165	140	156	184	150
Oktober	168	138	159	186	147
November	172	135	157	188	152
Desember	169	130	161	200	168
Jumlah Pengunjung	1.897	1.843	1.798	2.187	1.998

Sumber: *Layer Duren Palembang*, 2024

Pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa data jumlah pengunjung per bulan dari tahun 2019 hingga 2023. Secara umum, terlihat bahwa jumlah pengunjung mengalami fluktuasi dari bulan ke bulan setiap tahunnya. Pada tahun 2019, jumlah pengunjung total mencapai 1.897, dengan puncaknya pada bulan Mei. Tahun 2020 menunjukkan penurunan total pengunjung menjadi 1.843, dengan penurunan signifikan pada bulan Desember. Tahun 2021 kembali mengalami penurunan menjadi 1.798, dengan fluktuasi bulanan yang serupa. Tahun 2022 mencatat jumlah pengunjung tertinggi di 2.187, menunjukkan pemulihan yang kuat dengan angka tertinggi di bulan Desember. Tahun 2023 mengalami penurunan menjadi 1.998, meskipun tetap lebih tinggi dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, dengan jumlah pengunjung tertinggi tercatat pada bulan Januari dan Mei. Data ini mencerminkan variasi dalam jumlah pengunjung dan

menunjukkan tren umum bahwa pengunjung cenderung meningkat pada akhir tahun dan menurun pada periode tertentu.

Dalam beberapa tahun terakhir pengunjung *Layer Duren* Palembang mengalami fluktuasi. Adapun jumlah pendapatan penjualan *Layer Duren* Palembang pada tahun 2019-2023.

Tabel 1.3 Jumlah Pendapatan *Layer Duren* Palembang

Tahun	Pendapatan
2019	Rp. 89.958.000
2020	Rp. 87.467.000
2021	Rp. 84.016.500
2022	Rp. 97.928.000
2023	Rp. 90.881.000

Sumber: : *Layer Duren* Palembang, 2024

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa penurunan pendapatan toko *Layer Duren* dari tahun 2019 hingga 2021 disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk dampak pandemi COVID-19 yang menyebabkan pembatasan mobilitas, pengurangan jam operasional, dan perubahan perilaku konsumen yang lebih mengutamakan kebutuhan pokok yang tahan lama. Selain itu, kondisi ekonomi yang kurang mendukung, seperti resesi atau menurunnya daya beli masyarakat, juga dapat berkontribusi terhadap penurunan ini. Pada tahun 2022, terjadi peningkatan pendapatan yang disebabkan oleh pemulihan ekonomi pasca-pandemi, di mana pelonggaran pembatasan sosial dan peningkatan mobilitas masyarakat memberikan peluang untuk peningkatan penjualan. Peningkatan ini juga bisa dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang efektif, inovasi produk, atau peningkatan kesadaran merek melalui emosional yang lebih agresif. Namun, pada tahun 2023 pendapatan kembali menurun, yang bisa disebabkan oleh meningkatnya persaingan di pasar, penurunan daya beli konsumen karena inflasi atau kenaikan harga bahan baku, serta kemungkinan perubahan strategi pemasaran yang kurang efektif.

Di tengah persaingan yang ketat, *Layer Duren* Palembang berhasil mempertahankan posisinya sebagai usaha makanan modern yang cukup maju di kota Palembang. Adapun data pelanggan pada *Layer Duren* pada tabel 1.4 :

Tabel 1.4 Data Pelanggan *Layer Duren* Palembang

Tahun	Jumlah Pelanggan
2023	192

Sumber : *Layer Duren* Palembang, 2024

Tabel 1.4 menunjukkan data pelanggan *Layer Duren* Palembang tahun 2023 mencatat sebanyak 192 pelanggan. Jumlah ini menggambarkan keberhasilan usaha di tengah persaingan ketat dalam industri makanan modern di Kota Palembang. Meskipun angka tersebut belum besar, hal ini menunjukkan bahwa *Layer Duren* berhasil menarik perhatian pelanggan secara signifikan. Dengan produk utama berbasis durian dan konsep kuliner modern, usaha ini mampu mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang baik. Angka ini juga bisa dijadikan acuan bagi perusahaan dalam mengevaluasi strategi pemasaran dan pelayanan untuk meningkatkan jumlah pelanggan di masa depan.

Dengan memperhatikan faktor-faktor yang membuat pelanggan merasa puas, dengan ini dapat menciptakan pengalaman yang mendorong minat beli konsumen dan menjadi pelanggan yang royal. Maka dari itu peneliti tertarik meneliti *Layer Duren* Palembang karena adanya potensi pasar yang belum optimal serta keunikan produk yang menarik minat konsumen. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana *Layer Duren* bersaing dengan produk lokal dalam hal kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional dan harga.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, dan harga untuk menganalisis bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi kepuasan pelanggan dalam lingkungan yang kompetitif saat ini.

Menurut Oliver dalam (Indrasari, 2019, p. 86) Kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipatgandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian. *Layer Duren* sebagai kue berlapis dengan krim durian yang lembut menawarkan sensasi baru yang memadukan kelezatan durian dengan tekstur kue modern. Durian, yang sudah dikenal memiliki nilai tambah tinggi sebagai bahan baku, memberikan kepuasan karena bisa dinikmati tidak hanya dalam bentuk aslinya, tetapi juga diolah menjadi produk premium yang memberikan pengalaman kuliner yang berbeda. Pengalaman positif ini akan menciptakan rasa puas pada konsumen, terutama jika produk sesuai atau melampaui harapan mereka terkait rasa, kualitas, dan inovasi dalam olahan durian.

Menurut Tjiptono dalam (Indrasari, 2019, p. 61) Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa *service quality* atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Toko *Layer Duren* memastikan bahwa produk *Layer Duren* dibuat dari durian berkualitas tinggi dan disajikan dalam kondisi segar, untuk menjaga keinginan pelanggan terhadap produk durian premium. Selain itu, ketepatan dalam mengolah dan menyajikan pesanan, keramahan staf, serta penyajian yang rapi turut berperan dalam menjamin kualitas pelayanan yang baik. Dengan kombinasi produk yang berkualitas dan pelayanan yang optimal, toko ini berusaha memenuhi, bahkan melampaui, harapan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller dalam (Tonce, 2022, p. 24) Kualitas produk adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari jasa ataupun produk yang tergantung pada kekuasaan guna memuaskan. Produk *Layer Duren* dari Toko *Layer Duren* Palembang menunjukkan kualitas produk melalui pemilihan durian berkualitas dan tekstur lembut yang terdapat dalam

setiap lapisan kue. Dengan menggabungkan cita rasa durian yang autentik dengan proses pembuatan yang modern, *Layer Duren* mampu memenuhi ekspektasi konsumen, tidak hanya dari segi rasa, tetapi juga dari segi keunikan dan daya tarik. Kombinasi ini memastikan bahwa produk tersebut dapat memberikan kepuasan maksimal kepada pelanggan, sesuai dengan standar kualitas yang mereka harapkan.

Menurut (Sihombing, 2019 p 150) Emosi yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai Tingkat kepuasan yang lebih tinggi. *Layer Duren Palembang* menciptakan kepuasan emosional dengan menawarkan produk yang lezat dan pengalaman kuliner unik. Menggunakan durian berkualitas tinggi, pelanggan merasa bangga menikmati hidangan premium yang mendapat apresiasi dari orang lain. Pengalaman ini meningkatkan kepuasan, karena pelanggan merasa senang dan percaya diri saat mengonsumsi *Layer Duren*.

Menurut Samsul Ramli dalam (Indrasari, 2019, p. 39) Harga adalah sebagai nilai relatif dari produk atau jasa dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa. Harga yang ditetapkan untuk *Layer Duren* mencerminkan nilai relatif yang dirasakan oleh konsumen, yang merupakan hasil kombinasi antara kualitas bahan baku durian premium dan metode produksi yang modern. Meskipun harga tidak sepenuhnya mencerminkan total biaya produksi, konsumen tetap menganggap bahwa harga tersebut sebanding dengan kualitas dan keunikan yang ditawarkan oleh *Layer Duren*. Dengan demikian, produk ini dapat memberikan kepuasan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Adapun daftar menu dan harga pada toko *Layer Duren* dapat dilihat dari tabel di tabel 1.5.

Tabel 1.5 Daftar Menu dan Harga *Layer Duren Palembang*

Produk	Harga
--------	-------

Pancake Duren	45.000
<i>Layer Duren</i> Mini Box	50.000
<i>Layer Duren</i> 1 Box	135.000
<i>Layer Duren</i> Sliced	25.000
Duren Klappie	30.000
Mille Crepe Cokelat	65.000
Mille Crepe Tiramisu	65.000
Mille Crepe Red Velvet	65.000
Mille Crepe Lotus	65.000
Donut Mix 1 Box	30.000
Dessert In Jarr All Varian	55.000
Bolu Talas	55.000
Risoles Ayam	20.000

Sumber: *Layer Duren* Palembang, 2024

Produk *Layer Duren*



Pada tabel 1.5 terdapat beberapa daftar menu dan harga *Layer Duren* Palembang, dengan pilihan menu yang beragam beserta harganya. Daftar ini mencakup berbagai pilihan yang cocok untuk konsumen.

Adapun daftar harga pada toko yang menjual produk yang sama seperti *Layer Duren* Palembang dapat dilihat pada tabel 1.6.

1.6 Daftar Menu dan Harga Pesaing *Layer Duren Palembang*

Susan Wilson		Dwi Olshop	
Produk	Harga	Produk	Harga
Mille Crepes Durian 18 cm	145.000	Mille Durian 200 ml	75.000
Mille Crepes Durian 650 ml	75.000	Mille Durian 650 ml	125.000
Mille Crepes Durian 200 ml	25.000	Mille Crepes 200 ml	95.000
Pancake Durian 5 Pcs	50.000	Mille 18 cm	130.000
Pancake Durian 10 Pcs	95.000	Pancake Medan 1 Pcs 8	70.000
Cinamon Rolls	65.000	Pancake Medium	65.000
Mille Crepes RedVelvet 22 cm	220.000	Cake Durian Butter	75.000
Mille Crepes Lotus 22 cm	220.000	Lapis Durian	155.000
Mille Crepes Chocolate 22 cm	220.000	Tempoyak	110.000
Burnt Cheese Cake	95.000	Donat Kentang 2 Box	80.000

Sumber: Katalog Susan Wilson dan Dwi Olshop, 2024

Kepuasan pelanggan pada *Layer Duren* di Kota Palembang sangat dipengaruhi oleh kombinasi sinergis dari empat variabel utama: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Emosional, dan Harga. Pelanggan merasa puas ketika mendapatkan pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif, sehingga merasa dihargai sebagai konsumen. Selain itu, produk berkualitas tinggi, seperti rasa *duren* yang lezat, tekstur yang sempurna, dan penyajian yang menarik, memenuhi harapan pelanggan. Faktor lain yang tak kalah penting adalah harga yang kompetitif, yang memberikan nilai lebih bagi pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka.

Berdasarkan penelitian yang sebelumnya yang dilakukan oleh (Wardina *et al.*, 2023) dengan judul “pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jajanan pasar sari roso di kabupaten Blitar”. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa secara bersama-sama kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial kualitas produk, kualitas pelayanan, serta harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan oleh (Gilang dan Richard, 2022)

dengan judul “analisis pengaruh *brand image*, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna raket li-ning (studi kasus pada ukm olahraga unimus)”. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan secara simultan variabel *brand image*, kualitas produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, EMOSIONAL, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO *LAYER DUREN* DI KOTA PALEMBANG**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis menentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko *Layer Duren* di kota Palembang secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko *Layer Duren* di kota Palembang secara simultan.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Pembahasan analisis penelitian ini berupa ruang lingkup yaitu membahas tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko *Layer Duren* di kota Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko *Layer Duren* di kota Palembang secara parsial.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko *Layer Duren* di kota Palembang secara simultan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini nantinya diharapkan bermanfaat :

Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori di bidang pemasaran jasa dan manajemen kepuasan pelanggan, dengan meneliti pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur yang ada serta menjadi rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya dalam topik yang terkait.

Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan bisa menjadi media pembelajaran serta memberi pengetahuan baru bagi peneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
2. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan mengenai hubungan kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

3. Bagi Pembaca, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan yang bermanfaat bagi para pembaca mengenai hubungan kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika penelitian

Sistematika penelitian ini terdiri dari beberapa bab meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menjelaskan mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai tinjauan pustaka yang terdiri dari berbagai landasan teori yang berisikan pengertian teori mengenai hubungan kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang sedang diteliti oleh penulis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, populasi dan sampel, jenis data serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai pengolahan data yang telah diperoleh berkaitan dengan pembahasan masalah yang sedang diteliti penulis. Didalam bab ini terdapat gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan penelitian

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diperoleh dan penulis akan memberikan saran bagi perusahaan.

