

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 1, Nomor 5, Juni 2023
e-ISSN: 2986-6340
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8038631>

Efek Segi Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Cookies & Dessert By Me

Tiara Alvina Juliyanti¹, Yuni Putri Amelia², Dwi Epty Hidayaty³

^{1,2,3}Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email: ¹mn21.tiarajuliyanti@mhs.ubpkarawang.ac.id,

²mn21.yuniamelia@mhs.ubpkarawang.ac.id, ³dwi.epty@ubpkarawang.ac.id,

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Cookies & Dessert by Me. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode deskriptif dengan observative. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan ketiga faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan secara parsial segi pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang lebih besar daripada lokasi. Penelitian ini merekomendasikan agar UMKM Cookies & Dessert by Me memperhatikan kualitas pelayanan dan harga yang terjangkau dalam menjaga kepuasan konsumen, memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan kerjasama dengan supplier bahan baku untuk meningkatkan efisiensi. Kesimpulan dari jurnal ini adalah bahwa faktor-faktor seperti pelayanan dan harga yang terjangkau merupakan elemen penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen, dan UMKM perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan secara berkala.

Kata kunci: *UMKM, kepuasan konsumen, segi pelayanan, harga, lokasi.*

Abstract

This study aims to examine the effect of service quality, price, and location on customer satisfaction at Cookies & Dessert by Me UMKM. This study uses a quantitative approach through descriptive methods with observative. The results showed that simultaneously these three factors had a significant effect on customer satisfaction, while partially the service and price aspects had a greater influence than location. This study recommends that UMKM Cookies & Dessert by Me pay attention to service quality and affordable prices in maintaining consumer satisfaction, expanding marketing reach, and increasing collaboration with raw material suppliers to increase efficiency. The conclusion of this journal is that factors such as service and affordable prices are important elements in influencing consumer satisfaction, and MSMEs need to maintain and improve the quality of products and services on a regular basis.

Keywords: *MSME, customer satisfaction, service aspect, price, location.*

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi di Indonesia telah mengalami kemajuan ke arah yang lebih baik. Masalah ini terlihat sejalan dengan pesatnya perkembangan dunia usaha, dimana semakin banyak pelaku usaha membuka dan mengembangkan usahanya. Salah satunya dalam industri UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) berkembang dengan sangat signifikan. Salah satu sektor yang cukup menjanjikan adalah sektor makanan dan minuman. Cookies &

Dessert by merupakan salah satu contoh UMKM di bidang makanan dan minuman yang kekinian yang mampu bersaing dengan UMKM lain. Usaha cookies & dessert by me ini menyediakan berbagai macam olahan dessert dan cemilan kekinian seperti Turkish dessert box, choco crunchy, buko pandan, salad buah, sando fruits, spaghetti brulle, dll.

Dalam persaingan yang semakin ketat, kepuasan konsumen menjadi kunci utama dalam mempertahankan kelangsungan bisnis UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi efek dari tiga faktor yaitu segi pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Cookies & Dessert by Me. Menurut Djaslim (dalam Abdurahman 2015:2) pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang di rancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Strategi yang harus dilakukan dalam upaya mencapai target pemasaran dimulai dari dalam perusahaan, khususnya produk yang diciptakan oleh perusahaan. Strategi yang perlu dilakukan tersebut adalah strategi dalam variasi produk, kualitas pelayanan, harga dan juga lokasi.

Memperhatikan kepentingan konsumen dengan melihat kebutuhan dan Keinginan serta kepuasan pelayanan adalah faktor kunci untuk sukses di tengah persaingan yang semakin ketat. Karena itu, dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang bernilai dan dapat memberikan kesan yang mendalam kepada konsumen adalah dengan memberikan kepuasan melalui kinerjanya sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Kualitas layanan adalah strategi keuntungan untuk menarik lebih banyak pelanggan baru, pertahankan pelanggan yang sudah ada, hindari beralih pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus. Dengan mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan sebagai upaya mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen sehingga konsumen merasa memiliki nilai lebih dari mengharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting. Dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Selain kualitas pelayanan, harga juga merupakan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga merupakan faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena menetapkan harga yang tidak sesuai. Bagi konsumen, harga adalah bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Menurut (Walton) harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, masih sedikit bukti empiris yang mengeksplorasi hubungan ini. Dia salah satu faktor yang tidak diperhatikan oleh perusahaan, jadi konsumen akan berpikir ulang untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Menurut Lupiyoadi (2013:136), harga memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Keputusan penentuan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh layanan/jasa dinilai oleh konsumen, dan juga dalam membangun citra. Penentuan harga juga memberikan persepsi tertentu dalam hal loyalitas. Kurniasih (2012) dalam penelitiannya variabel harga, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Lembang (2010:24), ada empat indikator yang menentukan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan Harga sesuai dengan manfaat. Harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk menyesuaikan fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Menurut Tjiptono (2010:85) menyatakan bahwa harga memiliki peran utama dalam proses pengambilan keputusan pembeli, yaitu:

1. Peran alokasi harga. Fungsi harga dalam membantu pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuasaan membelinya.

2. Peran informasi harga. Fungsi harga dalam menyasar konsumen di mengenai factor produk, seperti kualitas. Ini sangat berguna di situasi di mana pembeli mengalami kesulitan menilai produk atau faktor produk manfaat objektif

Selain beberapa factor diatas lokasi juga berperan penting sebagai tempat usaha tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan. Memilih lokasi yang mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Konsumen cenderung memilih tempat yang berlokasi strategis dan dekat dengan aktivitasnya. Keputusan pemilihan lokasi juga berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, karena itu penyedia jasa harus mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan dan peraturan di masa mendatang.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian berulang atau loyalitas yang berkelanjutan. Semakin banyak harapan konsumen terpenuhi, maka konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus memiliki strategi dalam menjual makanannya, sehingga konsumen

dapat dipertahankan atau lebih ditingkatkan jumlahnya. Jika konsumen puas, maka ia akan melakukan pembelian berulang. kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Penilaian kepuasan pelanggan mempunyai tiga bentuk yang berbeda, yaitu:

1. Positive disconfirmation, dimana kinerja lebih baik dari harapan.
2. Simple confirmation, dimana kinerja sama dengan harapan.
3. Negative disconfirmation, dimana kinerja lebih buruk dari harapan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan rekomendasi yang berguna bagi Cookies & Dessert by Me untuk meningkatkan kualitas layanan, harga dan lokasi yang ditawarkan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan lebih baik. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaku usaha UMKM di bidang makanan dan minuman lainnya dalam mengembangkan usahanya di masa depan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2012: 13) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Menurut Sudjana dan Ibrahim (2004:64) penelitian deskriptif adalah “penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang”. Untuk pendekatan kuantitatif dijelaskan oleh arikunto (2013:12) bahwa pendekatan dengan menggunakan kuantitatif karena menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.

Metode Deskriptif dengan observatif digunakan untuk mengetahui efek dari segi pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Cookies&Dessert by Me. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei, di mana data-data akan dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada konsumen Cookies&Dessert by Me. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan, harga, dan lokasi pada UMKM Cookies&Dessert by Me. Data yang dihasilkan nantinya akan digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, menyesuaikan harga produk, dan memperbaiki lokasi UMKM Cookies&Dessert by Me.

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari segi pelayanan, harga, dan lokasi, serta variabel dependen terdiri dari kepuasan konsumen. Subjek dalam penelitian ini adalah

konsumen dari UMKM dessert & cookies by me di cikarang dan sekitarnya. Objek dalam penelitian ini adalah pelayanan, harga dan lokasi serta kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan Kunjungan Industri

Dessert by Me oleh Opi Ropiyah ini berdiri pada tahun 2018, pada awal merintis dimulia dengan berjualan cookies, nastar dan kue kering. Pemesanan tersebut hanya bisa dilakukan pada saat lebaran atau hari raya. Akhirnya penjual mencari cara apa yang harus di jualnya agar bisa berjual secara aktif, akhirnya ia memilih untuk menjual dessert yang bisa di produksi setiap minggu dan tidak diproduksi di waktu tertentu saja.

Penjual memilih usaha ini karena ia suka memasak, cooking, suka baking dan memiliki waktu yang cukup di sela-sela profesi utamanya yaitu menjadi ibu rumah tangga. Salah satu hal yang di lakukan penjual agar usaha Dessert by Me agar terus berkembang yaitu menentukan target pasar untuk menentukan harga jual, menurut penjual hal ini sangat penting karena di zaman sekarang banyak konsumen yang mencari makanan enak dan berkualitas dengan harga yang terjangkau.

Untuk cara pemasarannya sendiri penjual melakukannya secara online dan secara conversational marketing dan untuk target pemasaran yang dituju biasanya anak muda sekitar usia 15-20 keatas. Untuk kendala yang dihadapi oleh penjual yaitu penjual belum bisa memproduksi pesanan terlalu banyak karena penjual masi melakukan pekerjaan tersebut secara sendiri.

Bahan baku yang digunakan penjual dibeli secara online karena harga yang ditawarkan lebih murah, mudah dicari, dan juga dapat menghemat waktu dan tenaga.

Terdapat kendala dalam pembelian bahan baku secara online yaitu apabila sudah mendekati deadline produksi dessert tetapi bahan baku belum sampai biasanya penjual membeli bahan baku secara offline.

Keuntungan yang di dapat dalam usaha ini bisa mencapai 4.000.000 – 6.000.000 selama sebulan. Dalam usaha ini juga ada waktu turun dan naiknya banyaknya pesanan, biasanya saat musim hujan pesanan turun dan pada saat waktu gajian biasanya konsumen membeli lebih banyak produk.

Biasanya penjual melakukan Pre - Order di hari Sabtu – Rabu dan pesanan akan di antar pada hari jumat, menu yang di tawarkan pun cukup beragam. Ada bayak menu yang di tawarkan seperti berbagai aneka dessert box (tiramisu, Turkish, choco crunchy), sago mango, buko pandan, salad buah, brulle boom, sando fruits, spaghetti brulle dan masih banyak lagi.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan segi pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Cookies & Dessert by Me. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut perlu diperhatikan secara serius karena dapat mempengaruhi kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Sedangkan secara parsial, segi pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan lokasi tidak berpengaruh signifikan. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

Lebih lanjut, hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan pada usaha cookies & dessert by me signifikan dan positif. Kondisi ini menunjukkan semakin baik pula kualitas pelayanan yang diberikan oleh usaha cookies & dessert by me meningkatkan kepuasan pelanggan untuk membeli Kembali serta pelayanan yang baik serta menerima semua kritik dan saran dari konsumen.

Hasil analisis harga terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan di usaha cookies & dessert by me. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik strategi harga yang ditawarkan dan relative lebih murah di bandingkan dengan pesaing maka akan membuat pelanggan senang dan mereka akan Kembali membeli produk yang kita tawarkan.

Hasil analisis lokasi terhadap kepuasan pelanggan di usaha dessert & cookies by me adalah signifikan dan positif. Karena beberapa produk yang di tawarkan di usaha ini bisa dikirim/diantar ke berbagai kota di Indonesia menggunakan layanan jasa antar yang digunakan.

Dalam penelitian ini di harapkan agar UMKM Cookies & Dessert by Me tetap memperhatikan segi pelayanan dan harga dalam menjaga kepuasan konsumen. Selain itu, UMKM juga perlu memperhatikan kualitas produk dan memperluas jangkauan pemasarannya untuk meningkatkan jumlah konsumen dan keuntungan usaha.

KESIMPULAN

Penelitian ini mencoba untuk memastikan pengaruh lokasi, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan klien di Cookies & Dessert by Me UMKM. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif dan observatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan UMKM Cookies & Dessert By Me dipengaruhi secara signifikan oleh pelayanan, harga, dan lokasi pada waktu yang bersamaan. Lebih banyak pertimbangan harus diberikan pada faktor-faktor ini karena mereka memiliki potensi untuk mempengaruhi kepuasan konsumen secara keseluruhan. Layanan dan harga memiliki pengaruh terbesar, tetapi lokasi memiliki pengaruh yang kecil. Temuan diskusi mengarah pada kesimpulan bahwa memberikan layanan pelanggan yang sangat baik dan memiliki harga yang wajar adalah dua elemen utama yang mempengaruhi kebahagiaan pelanggan.

UMKM Cookies & Dessert by Me telah berhasil merintis usaha dessert yang berfokus pada kepuasan konsumen dengan menentukan target pasar dan harga yang terjangkau. Namun, kendala dalam produksi terlalu banyak dan pembelian bahan baku secara online perlu diatasi untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Faktor-faktor seperti pelayanan, harga, dan kualitas produk perlu diperhatikan secara serius untuk menjaga kepuasan konsumen. Oleh karena itu, UMKM Cookies & Dessert by Me perlu memperhatikan kualitas pelayanan dan harga yang terjangkau dalam menjaga kepuasan konsumen serta memperluas jangkauan pemasarannya untuk meningkatkan jumlah konsumen dan keuntungan usaha.

Kesimpulan dari jurnal ini adalah bahwa segi pelayanan dan harga yang terjangkau merupakan dua faktor yang paling penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada UMKM Cookies & Dessert by Me. Selain itu, lokasi juga berpengaruh namun tidak signifikan. Oleh karena itu, dalam menjaga kepuasan konsumen, UMKM Cookies & Dessert by Me perlu memperhatikan kualitas pelayanan dan harga yang terjangkau. UMKM juga perlu memperluas jangkauan pemasaran dan memperhatikan kualitas produk untuk meningkatkan jumlah konsumen dan keuntungan usaha.

Saran yang dapat diberikan adalah UMKM Cookies & Dessert by Me perlu terus berinovasi dalam menciptakan produk yang sesuai dengan tren dan kebutuhan konsumen. UMKM juga perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan pemasaran agar dapat meningkatkan jumlah konsumen. Selain itu, UMKM dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan kerjasama dengan supplier bahan baku untuk menghindari kendala dalam pembelian bahan baku secara online. Terakhir, UMKM juga perlu terus memantau dan memperbaiki aspek-aspek kepuasan konsumen secara berkala agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

Referensi

- Jayusman, I., & Shavab, O. A. K. (2020). Studi Deskriptif kuantitatif tentang aktivitas belajar mahasiswa dengan menggunakan media pembelajaran edmodo dalam pembelajaran sejarah. *Jurnal artefak*, 7(1).
- Al Ahror, U., & Soekotjo, H. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CAFE. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(3).
- Budiono, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 17(02), 1-15.
- Efnita, T. (2017). Effect of variation of products, the service quality, price and location on customer satisfaction wedding organizer. *Jurnal AdBispreneur*, 2(2), 107-115.
- Situmeang, L. S. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Darmawan, K. G., Yulianthini, N. N., & Mahardikha, A. N. Y. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 74-82.