

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern saat ini, kemajuan teknologi dan kemudahan akses informasi telah mendorong perkembangan dunia usaha secara signifikan. Kegiatan usaha tidak hanya menjadi sarana untuk memperoleh keuntungan semata, tetapi juga berperan penting dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat serta mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Pemerintah terus mendorong pengembangan sektor usaha untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengatasi tantangan ekonomi. Salah satu sektor yang menunjukkan pertumbuhan pesat adalah industri kuliner, yang terus berkembang seiring perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis dan praktis. Dalam industri kuliner, subsektor produksi mie mentah menjadi salah satu yang banyak diminati karena sifatnya yang praktis dan tingginya permintaan pasar.

Kondisi tersebut mendorong para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk terus berinovasi guna menghadapi persaingan yang semakin ketat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian nasional, termasuk dalam industri pengolahan yang mencapai kontribusi sebesar 4,64 persen (Badan Pusat Statistik, 2024). Para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk produsen mie mentah, dituntut untuk meningkatkan kualitas produk, menetapkan harga yang bersaing, dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, agar mampu menjaga eksistensi dan keberlanjutan usahanya.

Dunia usaha yang kompetitif, pelaku usaha perlu memahami perilaku dan keinginan pelanggan menjadi faktor penting dalam upaya mencapai kepuasan konsumen secara optimal. Setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan preferensi yang berbeda, tergantung pada daya beli dan latar belakang masing-masing.

Pelanggan dengan daya beli rendah biasanya mengutamakan fungsi dasar dari produk, sementara pelanggan dengan daya beli tinggi cenderung menginginkan nilai tambah seperti prestise dalam penggunaan produk. Perbedaan kebutuhan tersebut menuntut pelaku usaha untuk mengidentifikasi perilaku pelanggan secara tepat sebagai dasar dalam memahami kepuasan pelanggan. Pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, terutama dalam industri kuliner, sangat penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), produsen mie mentah. Hal ini dapat meningkatkan minat beli, menjaga daya saing, dan memastikan keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produksi mie mentah adalah UMKM Nur Cholis, yang berlokasi di Jl. Diponegoro No.13, Desa Kalisat, Kecamatan Kalisat, Kabupaten Jember. Usaha ini awalnya bernama Mie Mentah Pak Min, yang didirikan oleh Bapak Jarimin dan kini diteruskan oleh anaknya, Bapak Nur Cholis, sejak tahun 2009 hingga saat ini, serta memiliki 10 orang karyawan. Produk mie mentah yang ditawarkan memiliki berbagai ukuran yaitu kecil, sedang dan besar, serta ukuran sedang paling diminati karena cocok sebagai bahan baku mie ayam dan mie pangsit. UMKM ini memproduksi mie mentah dengan jumlah besar, setiap produksi menggunakan 1 karung tepung terigu seberat 25 kilogram menghasilkan 24 kilogram mie mentah, karena terdapat penyusutan bahan baku selama produksi. Setiap hari, UMKM ini menggunakan sekitar 10 hingga 25 karung tepung terigu, dengan masing-masing berat 25 kilogram. Dalam sebulan kebutuhan tepung terigu mencapai sekitar 800 karung atau 20.000 kilogram. Proses produksi dilakukan dua kali sehari, dengan produksi pertama dimulai pukul 05.00 WIB untuk melayani pelanggan umum dan produksi kedua dimulai pukul 09.00 WIB khusus untuk pesanan *online* pelanggan.

Permintaan produk harian berkisar antara 300 hingga 550 kilogram, namun mengalami fluktuasi tergantung pada momen tertentu. Data penjualan mie mentah UMKM Nur Cholis pada bulan Januari 2023 – bulan Maret 2025 dengan total sebanyak 391.200 kilogram. Dalam strategi pemasarannya, UMKM Nur Cholis memanfaatkan media sosial dan penjualan langsung, serta menggunakan jasa titip (JASTIP) untuk pengiriman ke luar daerah seperti, wilayah Bondowoso. Meski

cukup dikenal, UMKM ini menghadapi tantangan berupa pesaing dengan harga lebih murah dari Rp. 13.000 tanpa menggunakan telur, seperti Cakra Jaya Penggilingan Mie Cak Lutfi. Hal ini menyebabkan pelanggan menganggap harga dari UMKM Nur Cholis terlalu mahal, seharga Rp. 15.000 dengan menggunakan 13-14 butir telur, harga Rp. 16.000 dengan menggunakan 15-16 butir telur, serta harga Rp. 17.000 untuk penggunaan 20-22 butir telur per kilogram tepung terigu. Selain itu, pergantian karyawan juga berdampak pada kualitas mie dan pelayanan. Berdasarkan adanya pesaing mie mentah UMKM Nur Cholis menyebabkan produsen harus berfikir lebih untuk menghasilkan produk mie mentah yang berkualitas dan harga yang mudah dijangkau oleh pelanggan.

UMKM Nur Cholis belum memiliki sistem yang dapat mendeteksi secara pasti penyebab ketidakstabilan penjualan. Selain itu, belum ada upaya untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas produk, harga, dan pelayanan. Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, dan perbaikan, serta atribut berharga lainnya (Daga, 2017:36). Produk mie mentah UMKM Nur Cholis memiliki kualitas yang bagus seperti tekstur yang tidak pecah, lembut dan memiliki warna kekuningan atau tidak pucat, serta memiliki variasi ukuran dari ukuran kecil, sedang dan besar. Pengemasan yang digunakan yaitu dengan plastik supaya mie mentah terhindar dari kontaminasi kotoran. Produk mie mentah UMKM Nur Cholis sudah memiliki legalitas dengan izin usaha mikro kecil. Proses pembuatan mie mentah menggunakan beberapa mesin dan dibantu dengan perlakuan karyawan, tetapi sangat terjamin kebersihannya, sehingga pelanggan tidak perlu ragu untuk membeli produk mie mentah UMKM Nur Cholis.

Faktor lain yang perlu diperhatikan selain kualitas produk yaitu harga. Menurut Indrasari (2019:36), Harga adalah nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Dalam hal ini, harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Dalam pemasaran, penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang. Bagi pelanggan, harga menjadi salah satu pertimbangan utama dalam mengambil keputusan untuk

membeli sebuah produk. Pelanggan cenderung melakukan pembelian, apabila nilai atau manfaat yang diperoleh setara atau melebihi biaya yang dikeluarkan. Namun, apabila manfaat yang dirasakan dianggap tidak sebanding dengan uang yang telah dibayarkan, maka produk tersebut akan dianggap terlalu mahal. Akibatnya, konsumen kemungkinan besar akan ragu atau enggan untuk melakukan pembelian ulang. Harga produk mie mentah yang diproduksi oleh UMKM Nur Cholis dijual dengan harga antara Rp.15.000 hingga Rp.17.000 per kilogram. Rentang harga tersebut dianggap masih terjangkau oleh konsumen, sehingga menjadikan produk ini lebih diminati dibandingkan dengan produk sejenis dari pesaing di sekitar Pasar Kalisat, seperti Cakra Jaya Penggilingan Mie Cak Lutfi.

Faktor selanjutnya yang perlu diperhatikan adalah pelayanan. Menurut Kotler dan Keller (2021:223), apabila produk fisik tidak dapat dibedakan dengan mudah, kunci sukses yang kompetitif mungkin terletak pada layanan nilai tambah dan meningkatkan kualitasnya. UMKM Nur Cholis sendiri memiliki prinsip menjaga pelayanan yang berkualitas, ketersediaan fasilitas sarana fisik dan komunikasi, kebersihan produk, serta mempermudah akses pengiriman pelanggan dengan biaya sebesar Rp. 4.000/km sesuai kebijakan JASTIP Kalisat. Tujuan dari pelayanan yang diberikan oleh UMKM Nur Cholis supaya memenuhi kebutuhan pelanggan secara maksimal, menciptakan pengalaman positif, mendorong pembelian ulang, serta memperluas jangkauan pasar dan memudahkan pelanggan untuk mendapatkan produk, terutama yang berada di luar wilayah produksi mie mentah UMKM Nur Cholis.

Merujuk pada ketiga faktor diatas menentukan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller, (2021:89), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah mereka mengevaluasi kinerja produk atau layanan dibandingkan dengan harapan mereka. Pelanggan yang sangat puas memberikan sejumlah keuntungan bagi perusahaan, antara lain loyalitas yang lebih tinggi, peningkatan pembelian produk baru atau *upgrade*, promosi dari mulut ke mulut yang positif, kurangnya perhatian terhadap pesaing dan sensitivitas harga, kontribusi ide, serta biaya pelayanan yang lebih efisien karena transaksi yang rutin. Kepuasan pelanggan muncul ketika harapan dan kebutuhan pelanggan terhadap

suatu produk atau layanan terpenuhi secara optimal. Proses ini berawal dari kesadaran pelanggan akan kebutuhan mereka, yang dapat dipicu oleh faktor internal maupun eksternal. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, pelanggan akan membentuk preferensi terhadap merek atau produk tertentu. Tingkat kepuasan pelanggan akan semakin tinggi apabila produk yang dipilih mampu memberikan pengalaman sesuai atau melebihi harapan, sehingga mendorong terbentuknya niat untuk melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penting dilakukan penelitian untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap mie mentah yang diproduksi oleh UMKM Nur Cholis. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda melalui *software IBM SPSS 27.0 for Windows*. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar perbaikan dan pengembangan usaha. Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Mentah pada UMKM Nur Cholis di Kecamatan Kalisat, Kabupaten Jember.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, diperoleh rumusan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas produk, harga, dan pelayanan berpengaruh secara serempak terhadap kepuasan pelanggan mie mentah pada UMKM Nur Cholis di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember?
2. Apakah variabel kualitas produk, harga, dan pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan mie mentah pada UMKM Nur Cholis di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat dirumuskan beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menguji kualitas produk, harga, dan pelayanan yang berpengaruh secara serempak terhadap kepuasan pelanggan mie mentah pada UMKM Nur Cholis di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.
2. Menganalisis dan menguji kualitas produk, harga, dan pelayanan yang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan mie mentah pada UMKM Nur Cholis di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka dari hasil penelitian ini diharapkan sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
 Penelitian ini diharapkan mampu membantu penulis agar lebih memahami dan memperluas pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan mie mentah di UMKM Nur Cholis yang berlokasi di Kecamatan Kalisat, Kabupaten Jember.
2. Bagi Perusahaan
 Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan berupa informasi yang berguna mengenai variabel-variabel yang memengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga informasi ini dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan produknya.
3. Bagi Pembaca
 Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, serta dapat menjadi sumber referensi dalam proses pembelajaran.