

## TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) KERIPIK BAWANG DI DESA KARYAMULYA

Egi Muhammad Taufik

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi

ps19.egitaufik@mhs.ubpkarawang.ac.id

### Abstrak

Dengan berkembangnya zaman pelaku usaha harus dapat memanfaatkan teknologi yang berkembang pesat seperti memulai penjualannya secara *online* atau dengan kemasannya yang lebih modern. Akan tetapi masih banyak pelaku UMKM yang masih melakukan penjualannya secara *offline* dan kemasan produk yang cenderung masih sederhana. Sehingga dengan memperbaiki pemasaran dan produk yang dihasilkan maka akan membuat konsumen puas sehingga hal itu mampu meningkatkan penjualan. Tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui tingkat kepuasan konsumen UMKM Keripik bawang di Desa Karyamulya. Peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan 8 responden serta menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, serta penyebaran kuesioner melalui *google* formulir. Penelitian ini dilakukan selama satu bulan di Desa Karyamulya mulai dari 1 juli 2022 hingga 31 juli 2022. Dari pengumpulan data tersebut, responden sangat puas dengan pelayanan dan barang produksi. Usaha Keripik bawang harus melakukan perubahan untuk meningkatkan pelayanan serta hasil produk untuk tercapainya kepuasan konsumen. Konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakan. Oleh karena itu, pelaku usaha harus mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Usaha Keripik bawang juga harus bisa memanfaatkan teknologi sebagai tempat pemasaran sehingga hal tersebut akan meningkatkan penjualan karena semakin cepatnya informasi dapat tersampaikan. Hal tersebut, bisa menjadi acuan untuk berkembangnya usaha-usaha UMKM di setiap desa serta meningkatkan ekonomi masyarakat desa.

**Kata kunci:** Teknologi, UMKM Keripik bawang, Kepuasan konsumen.

## PENDAHULUAN

Pada saat ini perkembangan pelaku usaha semakin meningkat seiring berkembangnya teknologi yang membuat lebih cepatnya proses produksi maupun pemasaran. Perubahan tersebut yaitu beralihnya bisnis *offline* menuju bisnis digital yang dikenal juga sebagai fenomena kewirausahaan digital. Media sosial dan *market place* (perantara) dapat menjadi sebuah konsep untuk mempermudah pelaku UMKM mendapatkan akses pemasaran yang lebih luas (Purnomo, 2019).

Lebih lanjut, dalam upaya pengembangan UMKM digital perlu diperhatikan beberapa hal diantaranya, yaitu kualitas produksi, kapasitas produksi, dan literasi digital. Meski begitu ada tiga kendala yang dihadapi oleh UMKM yaitu; Pertama, pelaku UMKM masih terkendala pada kapasitas produksi barang. Bahkan banyak UMKM yang gagal dipasar digital, karena tidak memenuhi permintaan pasar digital. Kedua, kualitas daya tahan pelaku UMKM yang belum merata. Dikarenakan di pasar digital ini para pelaku harus dapat bersaing dengan perusahaan besar yang selama pandemi juga beralih menggunakan platform digital. Ketiga, diperlukan penguatan edukasi literasi digital dan penguatan sumber daya manusia para pelaku usaha UMKM (Suwarni, 2019). Sebab selama ini literasi digital dan kualitas sumber daya manusia para pelaku UMKM sangat minim, sehingga berdampak pada kurang maksimalnya dalam memproduksi produk unggulan masing-masing. Padahal, mayoritas pelaku usaha UMKM ingin mempraktikkan bisnis digital dalam pengembangan usahanya (Susanti, 2020).

Dengan memperbaiki cara pemasaran dan produk yang dihasilkan maka akan meningkatkan kepuasan kepada konsumen. Menurut Kotler & Keller (2009) menyatakan bahwa kualitas produk dan jasa, kepuasan pelanggan dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat. Semakin tinggi pula tingkat kualitas semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan, yang mendukung harga yang lebih tinggi dan (sering kali) biaya yang lebih rendah. Berdasarkan definisi di atas

dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan sikap, penilaian, dan respon emosional yang ditunjukkan konsumen setelah proses pembelian/konsumsi yang berasal dari perbandingan kesan peserta terhadap kinerja aktual terhadap suatu jasa dan harapannya. Di Karawang sendiri banyak sekali UMKM yang berpotensi masih bisa dikembangkan dengan seiring perkembangan teknologi salah satunya UMKM Keripik bawang milik Bu Santi di desa Karyamulya Karawang yang dimana UMKM tersebut masih mampu dikembangkan baik itu dari cara penjualannya secara *online* ataupun kemasannya diubah menjadi lebih modern.

Sesuai dengan penjelasan sebelumnya Kegiatan Kuliah Kerja Nyata tahun 2022 yang diselenggarakan oleh Universitas Buana Perjuangan Karawang di Kabupaten Karawang diharapkan mahasiswa dapat ikut serta untuk menciptakan atau mengembangkan potensi desa yang ada di Kabupaten Karawang salah satunya dari sektor UMKM yang dilakukan oleh penulis di Desa Karyamulya. Dengan hal tersebut penulis tertarik ingin mengembangkan potensi UMKM di desa dengan mengetahui kepuasan konsumen salah satunya UMKM Keripik bawang. Hal ini dilakukan agar penulis serta pemilik UMKM tersebut dapat mengetahui kepuasan konsumen untuk menjadikan sebuah acuan supaya berkembangnya potensi di Desa Karyamulya dari sektor UMKM salah satunya UMKM Keripik bawang Bu Santi tersebut.

## **METODE**

### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Jenis penelitian yang dilakukan adalah menggunakan metode penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Untuk pendekatan kuantitatif dijelaskan oleh Arikunto (2013) bahwa pendekatan dengan menggunakan kuantitatif karena menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data

tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Pendekatan kuantitatif yang dilakukan peneliti yaitu dengan cara menjelaskan dan membandingkan data dalam bentuk angka berdasarkan fenomena yang terjadi, seperti konsumen kurang puas dengan pelayanan atau produk.

## **B. Jenis dan Sumber Data**

Pada penelitian ini penulis menggunakan data primer dan sekunder yang dimana data skunder adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi. Sedangkan data primer yang digunakan penulis adalah hasil dari pengisian *google* formulir yang diberikan kepada konsumen serta diolah peneliti. Selain itu peneliti juga melakukan wawancara serta observasi dengan para konsumen Keripik bawang Bu Santi.

## **C. Populasi dan Sample**

### **1) Populasi Penelitian**

Populasi pada penelitian ini adalah pembeli atau konsumen yang pernah membeli Keripik bawang Bu Santi.

### **2) Sample Penelitian**

Sampel merupakan sebagian yang dipilih dari keseluruhan objek dalam penelitian dan dianggap mewakili dari keseluruhan populasi. Hal ini terjadi, karena populasi yang tidak diketahui, maka dilakukan prosedur pencarian responden dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana sampel yang diambil dengan pertimbangan waktu dan situasi yang terjadi saat penelitian.

## **D. Instrumen Pengumpulan Data**

### **1) Interview (Wawancara)**

Interview (Wawancara) secara umum adalah suatu percakapan antara dua atau lebih orang yang dilakukan oleh pewawancara dan narasumber. Adapun menurut Menurut (Moleong, 2010) pengertian wawancara adalah suatu percakapan dengan tujuan-tujuan tertentu. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara yang tidak struktur. Wawancara tidak struktur merupakan suatu kegiatan wawancara bebas yang dimana peneliti tidak membuat pedoman wawancara .

### **2) Observasi**

Observasi merupakan suatu penelitian yang dijalankan secara sistematis dan sengaja diadakan dengan menggunakan alat indra (terutama mata) atas kejadian-kejadian yang langsung dapat ditangkap pada waktu kejadian itu berlangsung. Agar observasi dapat berhasil dengan baik, salah satu hal yang harus dipenuhi ialah alat indra harus dipergunakan dengan sebaik-baiknya (Walgito, 2010). Observasi dalam penelitian ini melihat bagaimana UMKM Keripik bawang ini mulai dari proses pembuatan, alat-alat yang digunakan pada saat pembuatannya dan juga kemasan dari produk tersebut.

### **3) Kuesioner (Angket)**

Kuesioner adalah salah satu bentuk instrument pengumpulan data yang cukup efisien dan mudah digunakan dalam suatu penelitian. Dari kuesioner ini dikumpulkan informasi data-data dari para responden menggunakan *google* formulir. Penulis menggunakan *skala likert* dalam pengukuran tersebut. *Skala likert* mempunyai empat atau lebih butir-butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk sebuah skor/nilai. Dalam proses analisis data, komposit skor, biasanya jumlah atau rata-rata, dari semua butir pertanyaan dapat digunakan. Penggunaan jumlah dari semua butir pertanyaan valid karena setiap butir pertanyaan adalah indikator dari variabel yang

direpresentasikannya. Berikut skala yang dibuat sebagai berikut:

Table 2.1 Table *Skala Likert*

No	Keterangan	Bobot
1	STP (Sangat Tidak Puas)	1
2	TS (Tidak Puas)	2
3	CP (Cukup Puas)	3
4	M (Memuaskan)	4
5	SP (Sangat Puas)	5

Adapun pertanyaan yang dibuat sebagai berikut:

Table 2.2 Pertanyaan *Google Formulir*

NO	PERTANYAAN
1	Apakah produk UMKM Kripik bawang Bu Santi sesuai dengan ekspektasi anda?
2	Bagaimana kualitas Kripik Bawang bu santi?
3	Apakah sejauh ini puas dengan produk UMKM Kripik bawang bu santi?
4	Apakah Kripik bawang yang dijual memiliki kualitas yang baik daripada anda membeli di toko yang lain?
5	Bagaimana tampilan produk UMKM Kripik bawang Bu Santi?
6	Bagaimana rasa UMKM Kripik bawang bu Santi?

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil dari wawancara, observasi dan memberikan beberapa kuesioner menggunakan *google* formulir, berikut uraian deskripsi data yang telah diperoleh:

### 1) Wawancara

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terkait UMKM Keripik bawang milik Bu Santi dari 8 responden yang telah di wawancarai bahwa rasa dari Keripik bawang Bu Santi ini cukup enak, gurih dan renyah serta harganya yang cukup terjangkau.

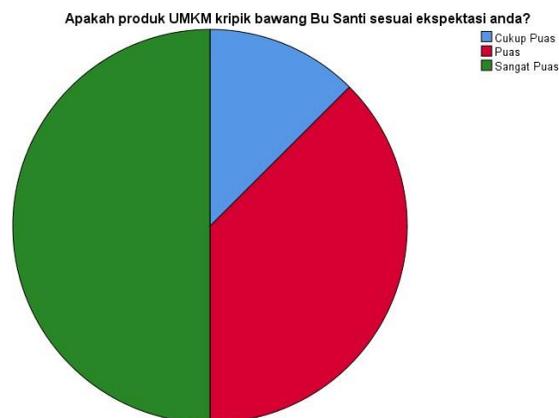
### 2) Observasi

Dari hasil Observasi terkait dengan UMKM Keripik bawang Bu Santi ini terdapat masih kekurangan dari alat yang digunakan untuk membuat Keripik bawang cenderung sudah lama dipakai, segi kemasan yang masih sangat sederhana hanya dibungkus plastik biasa, belum terdapat logo kemasan dan tersedia hanya rasa *original* saja.

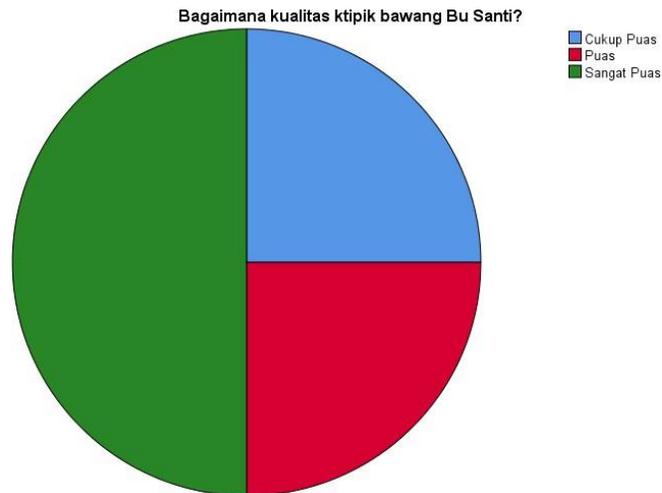
### 3) Kuesioner

Berdasarkan data yang diperoleh melalui *google* formulir ini, yang diselenggarakan dua hari. Dalam kegiatan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen UMKM Keripik bawang milik Bu Santi di desa Karyamulya terhadap perkembangan usaha Keripik bawang selanjutnya. Responden yang telah mengirim melalui *google* formulir dengan bentuk skala likert. Berikut data hasil dari metode survei menggunakan skala likert:

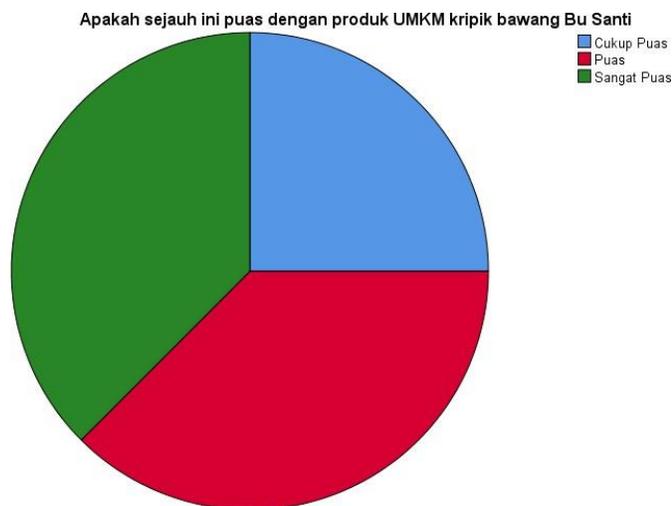
#### 3.1 Tingkat Kepuasan Konsumen



### 3.2 Tingkat Kepuasan Konsumen

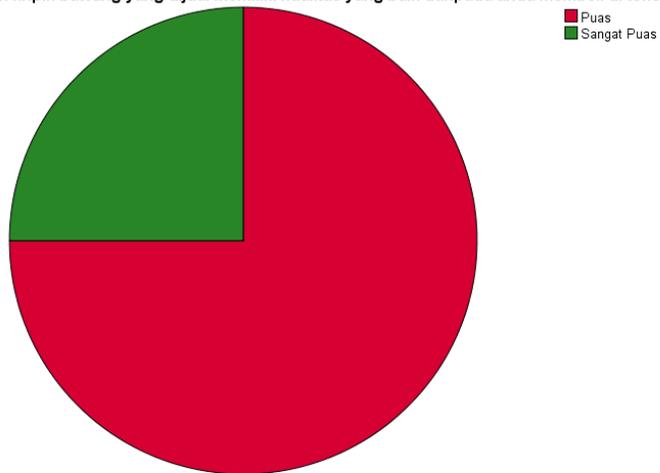


### 3.3 Tingkat Kepuasan Konsumen



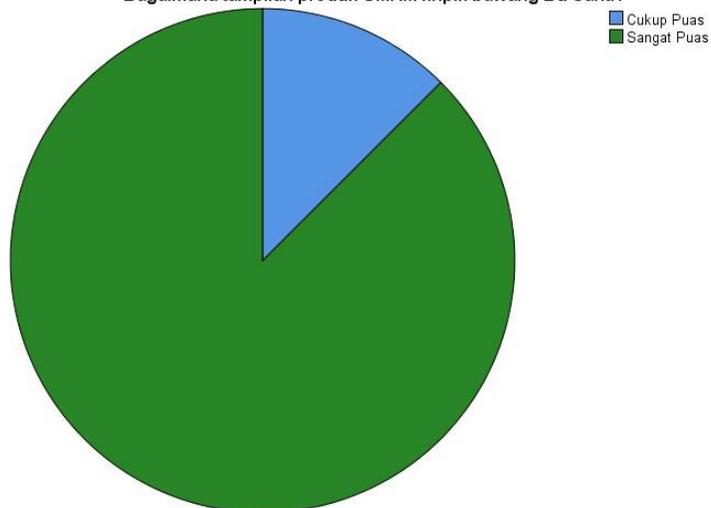
### 3.4 Tingkat Kepuasan Konsumen

Apakah kripik bawang yang dijual memiliki kualitas yang baik daripada anda membeli di toko yang lain?

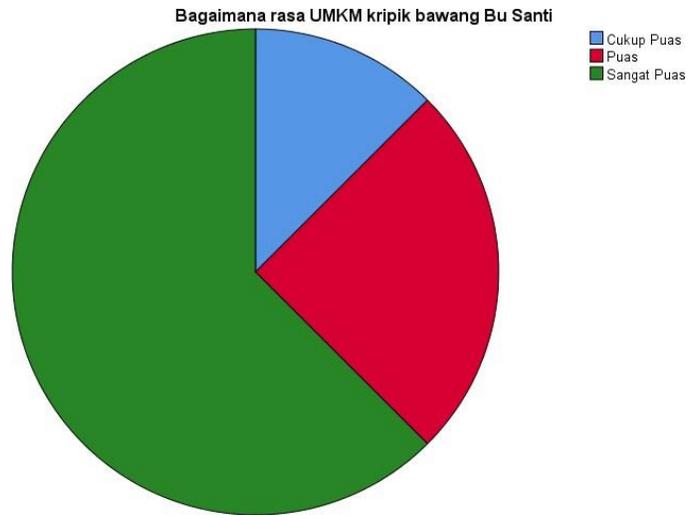


### 3.5 Tingkat Kepuasan Konsumen

Bagaimana tampilan produk UMKM kripik bawang Bu Santi?



### 3.6 Tingkat Kepuasan Konsumen



## B. Pembahasan

Dari hasil instrumen penelitian mulai dari wawancara, observasi dan memberikan kuesioner kepada responden, yang pertama dari hasil wawancara kepada 8 responden memberikan pernyataan bahwa UMKM Keripik bawang milik Bu Santi ini rasanya cukup enak, gurih. renyah serta harganya yang cukup terjangkau

Selanjutnya dari hasil observasi terkait dengan UMKM Keripik bawang Bu Santi ini terdapat masih kekurangan dari alat yang digunakan untuk membuat Keripik bawang cenderung sudah lama dipakai, segi kemasan yang masih sangat sederhana hanya dibungkus plastik biasa dan tersedia hanya rasa *original* saja sehingga membutuhkan.

Kemudian dari hasil kuesioner melalui *google* formulir kepada responden yang sama dari gambar yang dijelaskan 3.1 sebanyak 4 responden menjawab sangat puas, 3 responden menjawab puas dan 1 responden menjawab puas.pada UMKM Keripik bawang milik Bu Santi.

Pertanyaan kedua, sesuai dengan yang dijelaskan pada gambar 3.2 sebanyak 2 responden menjawab Cukup puas, 2 responden menjawab puas, dan 4 responden lainnya menjawab sangat puas.

Pertanyaan ketiga, sesuai dengan gambar yang dijelaskam pada gambar 3.3 sebanyak 2 responden menjawab cukup puas, 3 responden menjawab puas dan 3 responden lainnya menjawab sangat puas.

Pertanyaan keempat, sesuai dengan gambar yang dijerlaskan pada gambar 3.4 sebanyak 5 responden menjawab puas dan 3 responden lainnya menjawab sangat puas.

Pertanyaan kelima, sesuai dengan gambar 3.5 sebanyak 1 responden menjawab cukup puas dan 7 responden lainnya menjawab sangat puas.

Pertanyaan keenam, sesuai dengan gambar 3.6 sebanyak 1 responden menjawab cukup puas, 2 responden menjawab puas, dan 5 responden menjawab sangat puas.

Dari hasil kuesioner ini bahwa hampir rata-rata tanggapan dari responden mengenai produk UMKM Keripik bawang Bu santi sangat puas dengan total dari 8 responden sebanyak 26 tanggapan menjawab sangat puas. Maka hasil ini menjadikan sebuah acuan untuk mengembangkan usahanya untuk lebih baik lagi kedepanya.

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan mengenai tingkat kepuasan konsumen UMKM Keripik bawang di Desa Karyamulya sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terkait UMKM Keripik bawang milik Bu Santi dari 8 responden yang telah di wawancarai bahwa rasa dari Keripik bawang Bu Santi ini cukup enak, gurih dan renyah serta dari harganya yang cukup terjangkau.
- 2) Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan alat-alat yang digunakan untuk membuat keripik bawang tersebut sudah lama dipakai sehingga perlu mengganti dengan alat yang baru, dari kemasanya masih sederhana hanya dibungkus plastik biasa sehingga harus ada pembaharuan agar lebih menarik.
- 3) Berdasarkan hasil kuesioner melalui *google* formulir kualitas produk maupun pelayanannya sudah cukup baik dilihat dari responden rata-rata menjawab sangat puas.

### B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti serta kesimpulan yang telah diuraikan maka untuk selanjutnya rekomendasi yang dapat bermanfaat bagi

peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan hal-hal apa saja yang menjadi komponen kepuasan konsumen. Adapun rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- a. Bagi praktisi, diharapkan dapat digunakan serta menjadi bahan evaluasi bagi pihak Keripik bawang supaya bisa mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan serta barang produksi sehingga meningkat penjualannya. Selanjutnya, dapat memanfaatkan perkembangan teknologi dengan hal ini teknologi informasi sebagai tempat berjualan atau dikenal dengan *online shop* untuk memperluas pemasaran.
- b. Bagi akademik, diharapkan bisa digunakan sebagai informasi atau referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai kepuasan konsumen terhadap perkembangan usaha Keripik bawang ataupun UMKM lainnya.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, dapat pembelajaran mengenai pentingnya kepuasan konsumen terhadap suatu perkembangan usaha seperti usaha Keripik bawang milik Bu Santi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, J. L. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Purnomo, F. 2019. *Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital sebagai Wadah dalam Pengembangan Umkm di Madura*. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 89-95.
- Susanti, E. 2020. *Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor*. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), 36-50
- Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H. 2019. *Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro pada Era Ekonomi Digital*. *Ikra-Ith Ekonomika*, 2(2), 29-34.
- Walgito, B. 2010. *Bimbingan dan Konseling (Studi & Karier)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.