

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN UMKM KERIPIK PISANG DI DESA KERTARAHARJA

Sri Hamidah¹, Santi Pertiwi Hari Sandi²

ps19.srihamidah@mhs.ubpkarawang.ac.id¹; santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id²

Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi semakin canggih sehingga persaingan antara UMKM di Indonesia cukup ketat. Sehingga para pelaku UMKM harus dapat memanfaatkan teknologi dengan baik sebagai tempat berjualan untuk memperluas pemasaran baik di sosial media maupun di *E-Commerce*. Dalam persaingan tersebut para pelaku UMKM harus dapat mempertahankan konsumennya dengan cara membuat konsumen puas terhadap produk dan pelayanan yang diterimanya. Oleh karena itu, pelaku UMKM harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Fandy Tjiptono (dalam Sumartini & Tias, 2019) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen diantaranya yaitu : kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional serta biaya dan kemudahan. Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada UMKM keripik pisang di desa Kertaraharja. Penulis menggunakan metode pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan menggunakan teknik *incidental sampling* dan terdapat 5 responden. Pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner menggunakan goggle formulir. Kegiatan ini dilakukan selama 1 hari dimulai dari pukul 09.00-17.00 di desa Kertaraharja. Dari pengumpulan data tersebut di dapatkan hasil bahwa sebanyak 100% responden atau seluruh responden yang telah melakukan pembelian produk keripik pisang ibu Ida dan yang telah mengisi kuesioner pada tanggal 31 Juli memiliki tingkat kepuasan sangat tinggi terhadap faktor kualitas pelayanan yang ibu Ida berikan.

Kata kunci: Kepuasan, Konsumen, Usaha Mikro Kecil Menengah(UMKM)

ABSTRACT

Along with the development of science and technology is becoming increasingly sophisticated so that the competition between MSMEs in Indonesia is quite tight. So that MSME actors must be able to take advantage of technology well as a place to sell to expand marketing both on social media and in E-Commerce. In this competition, MSME actors must be able to maintain their customers by making consumers satisfied with the products and services they receive. Therefore, MSME actors must know what factors affect consumer satisfaction. According to Fandy Tjiptono (in Sumartini & Tias, 2019) there are five factors that can affect the satisfaction of a consumer including: product quality, price, service quality, emotional factors as well as cost and convenience. Based on this, the researchers wanted to know the level of consumer satisfaction on banana chips SMEs in

Kertaraharja village. The author uses a descriptive quantitative approach using incidental sampling techniques and there are 5 respondents. Data collection using a questionnaire technique using a goggle form. This activity was carried out for 1 day starting from 09.00-17.00 in the village of Kertaraharja. From the data collection, it was found that as many as 100% of respondents or all respondents who had purchased Ibu Ida's banana chips products and who had filled out the questionnaire on July 31 had a very high level of satisfaction with the service quality factor that Ida provided.

Keywords: Satisfaction, Consumers, Micro Small and Medium Enterprises

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi semakin canggih, konsep pemasaran modern pun mengalami perkembangan dengan menempatkan konsumen sebagai perhatian utama. Produsen berlomba-lomba untuk sebisa mungkin dapat bersaing dengan kompetitor. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya produsen yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi berbeda harga dan layanan. Konsumen pun bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibeli. Dalam suatu usaha bisnis para UMKM harus memperhatikan keinginan konsumen yang selalu berubah dengan seiringnya waktu. Maka dari itu produsen harus mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen agar dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan dapat mengundang pelanggan baru untuk membeli produk yang di sediakan.

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata tahun 2022 yang diselenggarakan Universitas Buana Perjuangan Karawang dengan tema “Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri” yang diadakan secara *Hybrid (Online-Offline)* dengan menempatkan mahasiswa semester 7 ke 86 Desa pada 16 Kecamatan di Kabupaten Karawang. Mahasiswa diharapkan dapat ikut serta untuk menciptakan serta mengembangkan potensi UMKM setiap desa yang ada di Kabupaten Karawang.

Desa Kertaraharja merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang. Setiap wilayah desa tentu memiliki potensi yang tersembunyi begitupun dengan Desa Kertaraharja. Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Desa Kertaraharja kecamatan Pedes ini memiliki macam-

macam bidang usaha mulai dari makanan, obat-obatan tradisional dan ekonomi kreatif. Dengan hal tersebut penulis ingin mengembangkan potensi desa dengan mengetahui kepuasan konsumen terhadap UMKM yang ada di desa Kertaraharja yang salah satunya adalah UMKM keripik pisang milik Ibu Ida. Agar penulis serta pemilik usaha keripik pisang dapat mengetahui kepuasan konsumen untuk menjadi acuan agar berkembangnya potensi desa dibidang UMKM.

Kotler (dalam Alfaridzi & Budiani, 2021) mendefinisikan kepuasan konsumen ialah sebuah perasaan senang atau kecewa (emosional) yang muncul setelah membandingkan hasil kinerja dari produk yang dipikirkan terhadap hasil yang dirasakan. Sedangkan menurut Jayanti, Utomo & Murwani, 2013 kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

konsumen yang merasa puas dengan produk, jasa, atau merek kemungkinan besar akan terus membelinya dan memberitahukan kepada yang lain perihal pengalaman-pengalaman menyenangkan yang dirasakannya terhadap produk, jasa atau merek tersebut. Bila tidak puas, kemungkinan besar konsumen akan berganti produk, jasa atau merek dan mengadukan keluhan kepada produsen atau penyedia jasa. Pengukuran kepuasan merupakan elemen penting dalam proses evaluasi pada suatu bisnis, dimana tujuan akhir yang akan dicapai adalah menyediakan pelayanan dan barang produksi yang lebih baik. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kepuasan konsumen dapat juga dijadikan acuan bagi berhasil atau tidaknya suatu pelayanan dan barang yang disediakan

Oleh karena itu, pelaku UMKM harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Fandy Tjiptono (dalam Sumartini & Tias, 2019) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen diantaranya yaitu : 1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas apabila produk yang mereka beli berkualitas, 2. Harga, produk yang sama dengan harga yang lebih murah akan lebih menarik perhatian pelanggan, 3. Kualitas pelayanan, pelanggan akan senang jika mendapatkan pelayanan yang baik, 4. Faktor emosional, ada kepuasan setelah membeli produk tertentu, 5. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk, pelanggan merasa senang jika produk

dapat di beli dengan mudah. Dari penjelasan di atas penulis tertarik untuk melakukan survei kepuasan konsumen terhadap produk keripik pisang milik Ibu Ida.

METODE

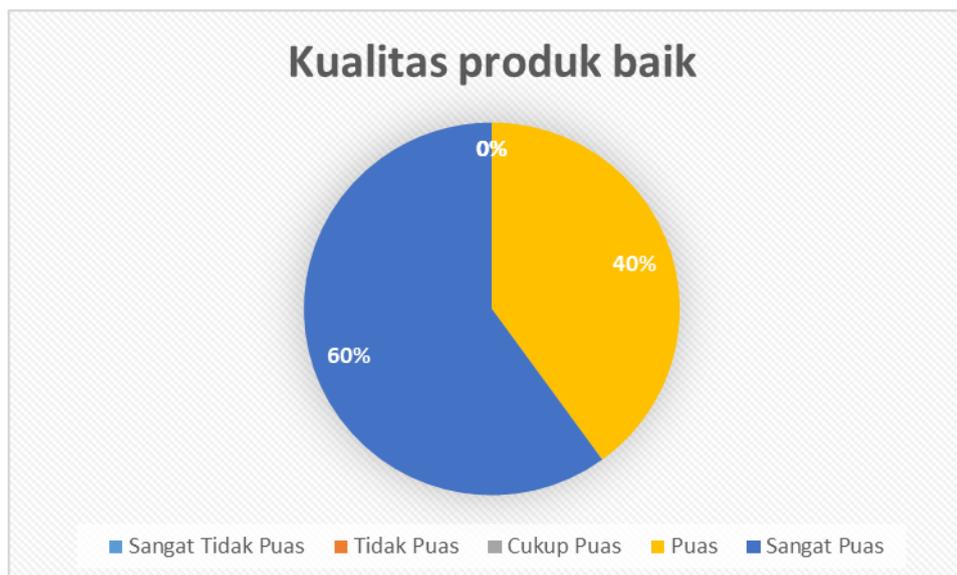
Pendekatan yang digunakan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif.. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *incidental sampling* sebagai penentuan informan, Menurut Sugiyono (dalam Sulistyaningrum, 2012) *incidental sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang peneliti temui secara aksidental dimana sampel tersebut memenuhi karakteristik populasi sehingga dipandang cocok sebagai sumber data. Populasi pada penelitian ini adalah pembeli atau konsumen yang pernah melakukan kegiatan pembelian di usaha milik ibu Ida dengan jumlah yang tidak diketahui. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh melalui google formulir ini, yang diselenggarakan pada 31 Julidari jam 09.00 sampai dengan 17.00. Dalam kegiatan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk keripik pisang milik Ibu Ida. Terdapat 5 responden yang telah mengirim melalui google formulir. Berikut hasil data yang diperoleh.

Pie Chart 1

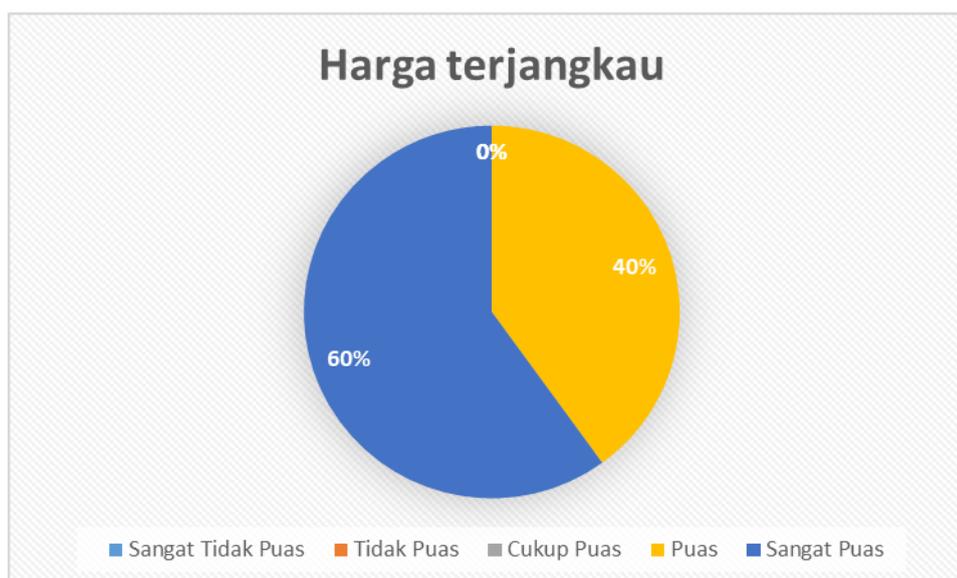
Kepuasan Konsumen dalam Faktor Kualitas Produk



Dari data yang diperoleh dapat diketahui 60% responden merasa sangat puas dan 40 % responden merasa puas terhadap kualitas produk dari keripik pisang milik Ibu Ida.

Pie Chart 2

Kepuasan Konsumen dalam Faktor Harga



Dari data yang diperoleh dapat diketahui 60% responden merasa sangat puas dan 40 % responden merasa puas terhadap harga dari keripik pisang milik Ibu Ida yang terjangkau.

Pie Chart 3

Kepuasan Konsumen dalam Faktor Kualitas Pelayanan



Dari data yang diperoleh dapat diketahui 100% responden merasa sangat puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Ibu Ida.

Pie Chart 4

Kepuasan Konsumen dalam Faktor Emosional



Dari data yang diperoleh dapat diketahui 80% responden merasa sangat puas dan 20 % responden merasa puas.

Pie Chart 5

Kepuasan Konsumen dalam Faktor Biaya dan Kemudahan



Dari data yang diperoleh dapat diketahui 80% responden merasa sangat puas dan 20 % responden merasa puas terhadap biaya dan kemudahan dalam pembelian produk keripik pisang milik Ibu Ida

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap produk keripik pisang milik Ibu Ida memiliki tingkat kepuasan paling tinggi pada faktor kualitas pelayanan dengan skor 100% responden atau seluruh responden yang telah melakukan pembelian dan telah mengisi kuesioner merasa sangat puas terhadap pelayanan yang ibu Ida berikan ketika membeli keripik pisangnya.

Rekomendasi

Bagi pelaku UMKM, hasil ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi pihak UMKM supaya bisa mempertahankan serta meningkatkan kualitas barang produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaridzi, M, F. & Budiani, M, S. (2021). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan X. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(8).
- Jayanti, W., Utomo, S, W. & Murwani, J. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Di Kabupaten Ngawi. *Jurnal Akutansi dan Pendidikan*, 2(1).
- Sumartini, L, C. & Tias, F, A. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-BIS*,3(2).
- Sulistyaningrum, D. (2012). Pengaruh Brand Lotalty Terhadap Variety Seeking. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1(2).

LAMPIRAN



