

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era global saat ini, kepuasan konsumen menjadi fokus utama di bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Perilaku konsumen sangat penting untuk meningkatkan kualitas pemasaran dan untuk meningkatkan keuntungan bisnis serta kepuasan konsumen (Brigadya & Imran, 2023). Dalam kondisi ini, mengupayakan pelaku UMKM untuk tidak hanya berfokus pada aspek produksi, tetapi juga memperhatikan bagaimana konsumen menilai produk yang ditawarkan. Pemahaman terhadap preferensi dan persepsi konsumen menjadi faktor penting agar produk mampu bertahan dan bersaing di pasar. Selain itu, di era persaingan bisnis yang semakin ketat, pelaku UMKM harus menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Salah satu pendekatan yang efektif untuk mencapai hal ini adalah dengan memahami secara mendalam kebutuhan dan keinginan konsumen, memastikan bahwa produk yang mereka hasilkan tidak hanya memenuhi standar kualitas tetapi juga memberikan nilai tambah bagi konsumen (Kartiko et al., 2025).

Usaha Mikro, kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak aktivitas ekonomi masyarakat, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam pemerataan pendapatan serta penciptakan lapangan kerja. Berdasarkan data (Kementrian Koprasi dan UMKM, 2023), jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai lebih dari 66 juta unit usaha dan memberikan kontribusi lebih dari 60 % terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberlangsungan UMKM sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan besarnya kontribusi yang signifikan dari UMKM,

kesuksesan bisnis tidak hanya ditentukan oleh kapasitas produksi, tetapi juga oleh kemampuan untuk mempertahankan pelanggan melalui tingkat kepuasan konsumen berfungsi sebagai indikator penting untuk mengevaluasi kesuksesan jangka panjang suatu bisnis.

Dalam konteks usaha kuliner, kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam menentukan keberhasilan usaha, Konsumen yang merasa puas terhadap kualitas produk dan pelayanan cenderung melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan produk kepada pihak lain. Sehingga berkontribusi terhadap terbentuknya loyalitas konsumen dan peningkatan penjualan (Mutiara et al., 2021). Oleh karena itu, pengukuran kepuasan konsumen secara objektif menjadi hal yang penting sebagai dasar evaluasi dan perbaikan kualitas produk.

Kepuasan konsumen pada dasarnya terbentuk dari perbandingan antara harapan sebelum membeli dengan kinerja produk yang dirasakan setelah dikonsumsi. Menurut Kotler dalam Adhari, (2021) menyatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Secara operasional, kepuasan bersifat subjektif namun dapat diukur melalui atribut-atribut produk dan pelayanan. Menguatkan kebutuhan untuk mengukur kepuasan secara terukur karena bersifat subjektif namun dapat dipetakan melalui indikator yang jelas.

Di antara bentuk produk UMKM, olahan tempe menjadi bentuk pengolahan yang paling dikenal, produk makanan ringgan memiliki karakteristik unik, karena konsumen sangat sensitif terhadap atribut seperti rasa, tekstur, dan harga. Oleh karena itu, mengevaluasi atribut-atribut ini sangat penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen. Tempe yang merupakan bahan makanan tradisional asli dari Indonesia selain dikonsumsi sebagai pendamping makanan pokok juga dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan lainnya (Harahap & Mahyar, 2025). Salah satu produk pangan

olahan tempe yang memiliki peluang pasar cukup besar adalah keripik tempe. keripik tempe merupakan salah satu makanan ringan tradisional yang memiliki potensi pasar yang luas di Indonesia. Peluang pasar makanan kering semakin terbuka prospeknya, karena makanan kering keripik tempe ini sederhana dan mengandung banyak serat yang bermanfaat bagi tubuh manusia (Shadruddin & Ayu, 2022). Produk ini tidak hanya menawarkan rasa yang khas, tetapi juga mempunyai kandungan gizi yang baik dan daya tarik yang luas. Selain itu, ketersediaan bahan baku yang melimpah dan keterampilan masyarakat dalam mengelola tempe menjadi nilai tambah yang dapat di kembangkan lebih lanjut (Islam & Sumatera, 2025).

UMKM keripik tempe Lek Ja'im ini berlokasi di Desa Ngampel, Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro dan telah beroperasi selama 14 tahun. Tempat produksi terletak di dekat kawasan industri minyak dan gas bumi adalah pilihan strategis untuk menyasar pangsa pasar perantau dari industri ini. Dalam kegiatan produksinya, UMKM ini mampu menghasilkan rata-rata 40 kg keripik tempe per hari. Produk yang paling banyak di minat ii dipasaran terdiri dari dua jenis kemasan, yaitu kemasan $\frac{1}{4}$ kg dengan harga Rp14.000 yang memiliki persentase penjualan sebesar 60%, serta kemasan 850 gram dengan harga Rp10.000 dengan persentase penjualan sebesar 40%. Produk keripik tempe Lek Ja'im juga dipasarkan di berbagai toko oleh-oleh yang berada di wilayah Bojonegoro, Tuban, Lamongan, dan Gresik. Data penjualan produk UMKM keripik tempe Lek Ja'im dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. 1Data Penjualan Keripik Tempe

Jenis kemasan	Persentase produksi	Jumlah produksi per Hari	Harga jual per Bungkus	Pendapatan per Hari
$\frac{1}{4}$ kg	60%	96 bungkus	Rp14.000	Rp1.344.000
850 gram	40%	19 bungkus	Rp10.000	Rp190.000
Total	100%	115 bungkus		Rp1.534.000

Sumber :Data primer diolah,2026

Jumlah konsumen UMKM keripik tempe Lek Ja'im terus meningkat pada setiap tahunnya, terutama pada saat mendekati hari raya idul fitri, hari raya idul adha, liburan atau tahun baru. Keripik tempe Lek Ja'im ini di jual di toko oleh-oleh di Bojonegoro, Tuban, Lamongan, dan Gresik. Meskipun potensi pasar cukup baik. Pengukuran kepuasan konsumen secara terstruktur belum dilakukan penelitian ini masih didasarkan pada pengalaman dan pengamatan pelaku usaha. Penilaian terkait pengukuran kepuasan konsumen pada UMKM keripik tempe skala kecil di daerah perbedasaan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) masih terbatas (Junita et al., 2025).

Sejalan dengan saran penelitian sebelumnya yang menekankan perlunya monitoring dan evaluasi penjualan perlu dalam jangka waktu tertentu, maka diperlukan kajian yang mampu menjelaskan kinerja penjualan tersebut secara lebih komprehensif. Monitoring dan evaluasi ini penting dilakukan untuk mengetahui perkembangan usaha serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan maupun penurunan penjualan. Salah satu faktor utama yang berpengaruh terhadap keberlanjutan penjualan adalah tingkat kepuasan konsumen (Saputra et al. 2024). Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kepuasan konsumen pada cemilan keripik tempe Lek Ja'im dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) serta menentukan prioritas perbaikan atribut produk melalui *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dipilih karena mampu mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan perbandingan antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut produk yang dipilih oleh konsumen, sehingga menghasilkan nilai indeks kepuasan yang dapat digunakan sebagai dasar evaluasi dan perbaikan kualitas produk (Sembiring et al., 2025). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas dan terukur pada tingkat kepuasan konsumen dan untuk menentukan prioritas perbaikan atribut

produk, yang dapat menjadi landasan bagi pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan bisnis di masa depan dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana tingkat kepentingan atribut produk keripik tempe Lek Ja'im menurut konsumen?
2. Bagaimana tingkat kinerja atribut produk keripik tempe Lek Ja'im yang dirasakan oleh konsumen?
3. Bagaimana prioritas perbaikan atribut produk berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA)
4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka Tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kepentingan atribut produk keripik tempe Lek Ja'im menurut konsumen.
2. Untuk mengetahui tingkat kinerja atribut produk keripik tempe Lek Ja'im yang dirasakan oleh konsumen.
3. Untuk menentukan prioritas perbaikan atribut produk Keripik Tempe Lek Ja'im berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA)
4. Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha

Memberikan informasi mengenai tingkat kepuasan konsumen menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* serta menentukan atribut yang menjadi prioritas perbaikan berdasarkan *Customer Satisfaction Index (CSI)* sehingga dapat menjadi bahan evaluasi dan dasar pengambilan keputusan dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan .yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan dasar pengambilan keputusan dalam meningkatkan produk dan layanan.

2. Bagi Akademisi

Menjadi referensi dan bahan kajian bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dan penerapan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

3. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan pengalaman dalam menerapkan metode penelitian deskriptif kuantitatif serta penggunaan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dalam menganalisis kepuasan konsumen. analisis kepuasan konsumen.

1.5 Batasan Variabel

Berdasarkan latar belakang penelitian, perlu ditetapkan batasan penelitian agar pembahasan lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditentukan. Adapun batasan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada kepuasan konsumen terhadap kualitas produk keripik tempe Lek Ja'im. Kepuasan konsumen

dianalisis secara deskriptif melalui beberapa aspek kualitas produk yaitu rasa, tingkat kerenyahan, aroma, kemasan, dan harga. Pengukuran kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk menentukan atribut yang menjadi prioritas perbaikan berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja konsumen sedangkan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk memperoleh nilai indeks kepuasan konsumen secara keseluruhan

2. Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM keripik tempe Lek Ja'im yang berlokasi di Desa Ngampel, Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro. Oleh karena itu, penelitian ini hanya menggambarkan kondisi kepuasan konsumen pada lokasi tersebut.
3. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi keripik tempe Lek Ja'im. Data mengenai kepuasan konsumen diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh responden.
4. Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel utama, yaitu kepuasan konsumen. Variabel tersebut diukur melalui komponen kualitas produk sebagai indikator kepuasan, Penelitian ini tidak menggunakan variabel (X) dan (Y) karena tidak bertujuan untuk menganalisis hubungan pengaruh antarvariabel, melainkan untuk menentukan prioritas perbaikan atribut produk menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) serta mengukur tingkat kepuasan konsumen menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).