

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, dalam kehidupan sehari-hari jutaan orang melakukan kegiatan bisnis untuk meningkatkan kesejahteraan hidup mereka. Kegiatan bisnis individu dan organisasi dilakukan untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa, untuk mendapatkan keuntungan dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Kegiatan bisnis yang sedang meningkat di Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Hal ini dikarenakan peran UMKM yang begitu besar dalam pergerakan ekonomi nasional. Menurut Rudjito (2003:03) menyatakan bahwa UMKM adalah usaha yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya.

Menurut Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah adalah :

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan dan/atau badan usaha yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang RI ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang RI ini.

3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang RI ini.

Berikut kriteria UMKM yang tercantum dalam Undang-Undang RI NO. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah adalah :

(1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

(2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

(3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Berdasarkan pernyataan di atas dapat dikatakan bahwa UMKM sebagai salah satu pilar perekonomian Indonesia memiliki peran penting terhadap pertumbuhan ekonomi negara dan membuka lapangan pekerjaan. Jumlah UMKM yang banyak berbanding lurus dengan banyaknya lapangan pekerjaan Indonesia sehingga UMKM dapat ikut andil dalam membuka lapangan pekerjaan.

UMKM berperan penting dalam perekonomian negara salah satunya industri mebel. Industri mebel merupakan sektor penting dalam perekonomian yang melibatkan desain, produksi dan distribusi berbagai jenis mebel untuk rumah tangga, kantor, sekolah, masjid dan lain-lain. Perkembangan industri mebel di Indonesia saat ini menunjukkan berbagai dinamika dan tantangan, namun tetap memberikan optimisme untuk masa depan. Di Indonesia industri ini telah mencatat peningkatan ekspor signifikan selama beberapa tahun terakhir. Pada 2021, nilai ekspor mebel mencapai 2,8 miliar USD, naik 33% dibandingkan tahun sebelumnya, dan stabil pada 2,9 miliar USD di tahun 2022. Pertumbuhan ini didorong oleh beberapa faktor, antara lain, perubahan gaya hidup, dan meningkatnya permintaan akan produk yang nyaman dan estetik.

Untuk mengembangkan bisnis harus memiliki tujuan untuk membantu memberikan arahan, memotivasi, dan mengukur keberhasilan. Tujuan bisnis adalah menciptakan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan atau memberikan kepuasan kepada konsumen dan juga untuk mendapatkan laba/keuntungan yang maksimal.

Kotler dan Keller (2009:138) menyatakan :

Bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi konsumen terhadap kinerja produk/layanan dan ekspektasi konsumen terhadap produk/layanan tersebut. Kepuasan terjadi ketika persepsi kinerja memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen.

UD. Samsul Jaya merupakan salah satu usaha mebel yang ada di wilayah cabangbungin memiliki 2 orang pegawai, usaha ini sudah berjalan 22 tahun tepatnya berdiri pada tahun 2002 yang berada di Jalan Jaya Sakti, Kampung Bugis Rt 024 Rw 008 Desa Lenggahsari, Kecamatan Cabangbungin, Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat 17720. Berdasarkan hasil survey peneliti pada hari Senin 6 Mei 2024 ada 10 usaha mebel di Kecamatan Cabangbungin, Bekasi.

Tabel 1. 1 Nama Usaha Mebel di Kecamatan Cabangbungin

No	Nama Usaha	Alamat (Desa)
1.	TK Bang Pram	Lenggahsari
2.	TK Mulyadi	Lenggahsari
3.	PK Karya Mandiri	Setia Jaya
4.	TK Rahmat	Setia Jaya
5.	TK Pak Rudi	Sindang Jaya
6.	TK Salim	Jayalaksana
7.	TK Budi	Setialaksana
8.	TK Andi	Setialaksana
9.	TK Yanto	Jaya Bakti
10.	TK H. Yudi	Jayabakti

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa banyaknya pengusaha membuka usaha mebel.

Melihat perkembangan usaha pada UD. Samsul Jaya Berikut adalah tabel volume penjualan dari tahun 2019-2023

Tabel 1. 2 Volume Penjualan UD.Samsul Jaya Tahun 2019-2023

Tahun	Volume Penjualan Per Unit				
	Kusen pintu	Daun pintu	Kusen jendela	Daun jendela	Jumlah
2019	41	43	78	80	242
2020	56	54	82	78	270
2021	60	47	115	106	328
2022	83	73	150	110	416
2023	72	61	113	98	344

Berdasarkan Tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa volume penjualan pada UD. Samsul Jaya pada tahun 2019-2022 mengalami kenaikan yang signifikan, namun pada tahun 2023 mengalami penurunan. Berikut tabel tentang omzet pendapatan UD. Samsul Jaya cabangbungin dari tahun 2019-2023 :

Tabel 1. 3 Omzet Penjualan UD. Samsul Jaya 2019-2023

Tahun	Omzet Penjualan Per Tahun (Rp)				
	Kusen Pintu	Daun Pintu	Kusen Jendela	Daun Jendela	Jumlah
2019	12.300.000	19.300.000	19.500.000	20.000.000	71.150.000
2020	16.800.000	24.300.000	20.500.000	19.500.000	81.100.000
2021	18.000.000	21.150.000	28.750.000	26.500.000	94.400.000
2022	24.900.000	32.850.000	37.500.000	27.500.000	122.750.000
2023	21.600.000	27.450.000	28.250.000	24.500.000	101.800.000

Sumber : Laporan Keuangan UD. Samsul Jaya

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat bahwa omzet penjualan pada lima tahun terakhir mengalami fluktuatif. Sedangkan pada tahun 2023 omzet penjualan

mengalami penurunan sebesar 17,7% diakibatkan karena menurunnya kepuasan konsumen yang diakibatkan oleh kurangnya variasi produk.

Berdasarkan hasil survei, dapat diketahui fenomena yang terdapat di UD. Samsul jaya adalah :

Fenomena yang terjadi yaitu Beberapa konsumen mengeluhkan kurangnya variasi produk. Akibatnya, tingkat kepuasan konsumen tidak mencapai level yang diharapkan, dan hal ini berdampak pada stagnasi volume penjualan.

Berdasarkan uraian di atas, perlu dilakukannya penelitian mengenai upaya meningkatkan volume penjualan melalui pemenuhan kepuasan konsumen . Untuk itu peneliti akan mengangkat judul penelitian : **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN”**. (Studi Kasus Pada Usaha Mebel UD. Samsul Jaya Cabangbungin, Bekasi)

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena dalam latar belakang yang menguraikan tentang permasalahan yang terjadi pada usaha mebel UD. Samsul Jaya bekasi, maka peneliti merumuskan masalah yang telah dibuat. Beberapa pertanyaan tersebut dirinci dalam suatu identifikasi masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan UD. Samsul Jaya
2. Faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen UD. Samsul Jaya
3. Upaya apa saja yang dapat dilakukan UD. Samsul Jaya untuk memenuhi kepuasan konsumen dalam meningkatkan volume penjualan.

1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan UD. Samsul Jaya cabang Bungin Bekasi serta mengidentifikasi upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen di UD. Samsul Jaya.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat meningkatkan volume penjualan.
3. Untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan UD. Samsul Jaya dalam memenuhi kepuasan konsumen dalam upaya meningkatkan volume penjualan

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu dalam bidang analisis kepuasan konsumen dan juga dapat memperkaya wawasan dan ilmu pengetahuan.
2. penelitian ini diharapkan dapat membantu sebagai bahan referensi untuk para peneliti.

1.4.2. Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan strategi untuk meningkatkan

volume penjualan yang baik, sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal.

2. Bagi pembaca umum, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dalam pemahaman mengenai pentingnya memahami kepuasan konsumen untuk meningkatkan volume penjualan pada industri mebel.

