

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang semakin pesat, dunia bisnis mengalami perubahan yang sangat cepat dan persaingan yang semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi terhadap perubahan tersebut agar dapat mempertahankan kelangsungan usahanya. Hal ini berlaku bagi para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang harus mampu mengembangkan strategi yang tepat dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah. UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian nasional, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi. Keberadaan UMKM juga berkontribusi dalam pemerataan ekonomi dan penguatan sektor usaha berbasis lokal.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2024, UMKM berkontribusi sekitar 60,51% terhadap produk domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Selain itu, UMKM juga berkontribusi terhadap oriduk domestik bruto sebesar 15,65%. Data tersebut menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran dalam mendukung stabilitas dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dengan kontribusi yang besar, UMKM harus terus meningkatkan kualitas produk dan layanan agar mampu bersaing secara berkelanjutan. Upaya peningkatan tersebut penting agar UMKM tidak hanya

bertahan, tetapi juga mampu berkembang di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Di Indonesia, UMKM berkembang dalam berbagai bidang usaha, salah satunya adalah industri kerajinan tangan yang meliputi produk-produk dari bahan alami seperti tempurung kelapa dan kayu aren. Dari kedua bahan tersebut telah menjadi bagian dari warisan budaya masyarakat serta memiliki potensi pasar yang cukup besar, baik ditingkat lokal maupun internasional. Meskipun memiliki nilai seni dan potensi pasar yang menjanjikan, produk kerajinan dari tempurung kelapa dan kayu aren masih menghadapi berbagai tantangan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Keterlambatan penyelesaian pesanan pada periode permintaan tinggi menyebabkan tingkat kepuasan pelanggan belum tercapai secara maksimal. Kondisi ini menunjukkan perlunya strategi yang tepat agar produk kerajinan mampu bersaing dan memberikan nilai yang lebih baik pada konsumen.

Dengan demikian, perlu menerapkan strategi pemasaran dengan konsep orientasi pasar dan inovasi produk yang berperan penting terhadap kepuasan pelanggan. Salah satu faktor yang penting untuk menentukan keberhasilan UMKM dalam menghadapi persaingan tersebut adalah orientasi pasar. Orientasi pasar berperan penting karena semua bisnis memahami bahwa konsumen adalah aset yang dapat meningkatkan kinerja bisnis seiring dengan meningkatnya persaingan dan kebutuhan pelanggan, hal ini sejalan dengan pendapat Dedy dan Soelaiman (2023) yang menyatakan bahwa orientasi pasar adalah salah satu tujuan utama bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kemahiran mereka dalam

menerapkan berbagai metode pemasaran untuk mengembangkan usahanya. Selain orientasi pasar, inovasi produk juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Inovasi produk tidak hanya terbatas pada pembaruan desain, tetapi juga mencakup peningkatan kualitas, fungsi serta nilai tambah yang dirasakan oleh pelanggan. Inovasi produk dapat menciptakan inovasi dengan berbagai macam desain produk, dan kualitas produk sehingga dapat meningkatkan kualitas yang di terima oleh pelanggan.

Hal ini sejalan dengan pendapat Fadhillah et. al (2021), yang menyatakan bahwa inovasi produk mengacu pada kemajuan atau modifikasi apapun dalam produk, prosedur, teknologi maupun layanan yang menguntungkan konsumen. Dengan adanya konsep orientasi pasar dan inovasi produk akan membantu dalam memasarkan produk UMKM untuk membantu meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelaku UMKM dapat kehilangan pelanggan apabila kurangnya pemahaman terhadap preferensi pasar dan ketidakmampuan untuk meningkatkan nilai, kualitas, atau daya tarik pelanggan. Hal ini sejalan dengan pendapat Bakti et. al (2019) yang menyatakan bahwa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pasar dibutuhkan sesuatu hal yang baru atau di sebut inovasi. Sebuah inovasi dalam usaha diperlukan untuk dapat memperbaiki suatu pengembangan dari usaha. Inovasi di gambarkan melalui step perubahan ide menjadi produk bernilai juga diminati oleh peminatnya dan harus mempunyai nilai profit kepada pemiliknya.

Salah satu UMKM yang bergerak di bidang kerajinan berbahan tempurung kelapa dan kayu aren yaitu UMKM kerajinan Fitri Jaya Lestari yang berlokasi di

Desa Karanganyar, Kecamatan Cijeungjing, Kabupaten Ciamis. UMKM ini memproduksi berbagai jenis kerajinan seperti peralatan rumah tangga, aksesoris, serta pernik-pernik dekorasi. Namun demikian berdasarkan observasi awal pada UMKM Fitri Jaya Lestari diketahui bahwa masih terdapat permasalahan-permasalahan mengenai belum optimalnya kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya beberapa konsumen yang masih kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Penyelesaian pesanan sering kali mengalami keterlambatan terutama pada periode permintaan tinggi, sehingga produk tidak dapat diterima pelanggan sesuai waktu yang dijanjikan.

Hal tersebut diperkuat oleh data hasil pra survei terhadap 30 orang konsumen tentang kepuasan pelanggan pada UMKM Fitri Jaya Lestari yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
Hasil Kuesioner Pra-Survei Mengenai Kepuasan Pelanggan
Pada UMKM Fitri Jaya Lestari

No	Aspek Kepuasan Pelanggan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Jum-lah	Jum-lah Skor	Skor Ideal	Penca-paian	Rata-rata	Kriteria
Membeli Kembali (Re-purchase)												
1.	Saya sering melakukan pembelian ulang produk ini	4	6	12	8	0	30	96	150	64,00	67,34	Kurang baik
2.	Saya memilih membeli Kembali produk UMKM Fitri Jaya Lestari dibanding mencoba produk dari tempat lain	5	8	15	2	0	30	106	150	70,67		
Menciptakan Word-Of-Mouth												
3.	Saya akan merekomendasikan produk UMKM Fitri Jaya Lestari kepada teman atau keluarga	4	6	12	8	0	30	96	150	64,00	66,45	Kurang baik
4.	Saya sering menceritakan pengalaman positif	5	8	12	5	0	30	103	150	68,67		

No	Aspek Kepuasan Pelanggan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Jum-lah	Jum-lah Skor	Skor Ideal	Penca-paian	Rata-rata	Kriteria
	menggunakan produk UMKM Fitri Jaya Lestari											
5.	Saya menyarankan orang sekitar untuk mencoba produk dari UMKM Fitri Jaya Lestari ini	4	9	10	7	0	30	100	150	66,67		
Menciptakan Citra Merek												
6.	Saya merasa produk ini mempunyai ciri khas tersendiri yang membedakannya dari merek lain	4	10	10	6	0	30	102	150	68,00	69,34	Baik
7.	Merek pada produk UMKM Fitri Jaya Lestari memberikan kesan positif bagi saya	5	8	15	2	0	30	106	150	70,67		
Membuat keputusan untuk membeli produk lain di perusahaan yang sama												
8.	Saya tertarik ingin membeli produk lain dari UMKM Fitri Jaya lestari karena kepuasan saya terhadap produk sebelumnya	4	8	10	8	0	30	98	150	65,33	66,44	Kurang baik
9.	Saya lebih memilih produk dari UMKM Fitri Jaya Lestari di bandingkan tempat lain	4	9	11	6	0	30	101	150	67,33		
10.	Jika UMKM Fitri Jaya Lestari menciptakan produk baru, saya tertarik untuk membelinya	4	9	10	7	0	30	100	150	66,67		
Total								1.008	1.500	672,01	269,57	Kurang baik
Rata-Rata								67,20	150	67,20	67,39	

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025)

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat bahwa kepuasan pelanggan pada UMKM Fitri Jaya Lestari yang memiliki skor ideal 1.500 dan hanya memperoleh skor 1.008 dengan rata-rata 67,20%, yang termasuk dalam kategori kurang baik. Meskipun berada pada kategori tersebut, nilai tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada UMKM Fitri Jaya Lestari belum mencapai kondisi yang optimal, hal ini terlihat dari beberapa indikator yang masih berada pada persentase relatif rendah. Aspek dengan nilai rata-rata terendah terdapat pada

indikator membuat keputusan untuk membeli produk lain di perusahaan yang sama dengan persentase 66,44%. Hasil ini mengindikasikan bahwa minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang maupun mencoba produk lain dari UMKM Fitri Jaya Lestari masih relatif rendah. Kondisi tersebut menunjukkan adanya potensi permasalahan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Apabila kondisi ini tidak diperhatikan, maka dapat berdampak pada menurunnya tingkat pembelian ulang serta berkurangnya daya saing usaha ditengah persaingan yang semakin ketat.

Adapun belum optimalnya kepuasan pelanggan berkaitan dengan penerapan orientasi pasar yang belum maksimal. Orientasi pasar yang efektif seharusnya mampu membantu pelaku usaha memahami kebutuhan, preferensi, serta perubahan selera konsumen. Namun, masih terbatasnya kegiatan promosi baik secara *online* melalui media sosial maupun *offline* seperti pameran atau bazar menunjukkan bahwa upaya untuk menjangkau dan memahami pasar secara luas masih perlu ditingkatkan. Kondisi ini dapat menyebabkan produk kurang dikenal oleh konsumen yang lebih luas, sehingga berdampak pada rendahnya minat pembelian ulang. Selain itu, inovasi produk juga menjadi faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Variasi desain kerajinan yang masih terbatas karena produk yang dihasilkan cenderung mengulang pola dan bentuk yang relatif sama dalam jangka waktu yang cukup lama, sehingga menyebabkan pelanggan merasa kurang memperoleh pilihan yang beragam. Proses pengembangan produk baru juga belum dilakukan secara terencana, misalnya melalui riset sederhana mengenai preferensi pelanggan serta penggabungan teknik

produksi yang lebih modern sehingga membuat UMKM kurang mampu menarik segmen pasar baru dan mempertahankan pelanggan lama yang menginginkan desain lebih kreatif dan fungsional.

Hal tersebut diperkuat oleh data hasil pra survei terhadap 30 orang konsumen tentang orientasi pasar pada produk UMKM Fitri Jaya Lestari Cijeungjing yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Hasil Pra Survei Tentang Orientasi Pasar
pada Produk UMKM Fitri Jaya Lestari

No	Aspek Orientasi Pasar	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Jum- lah	Jum- lah Skor	Skor Ideal	Penca- paian	Rata- rata	Kriteria
Orientasi Pelanggan												
1.	UMKM Fitri Jaya Lestari selalu berusaha memahami kebutuhan pelanggan	5	8	12	5	0	30	103	150	68,67	67,67	Kurang baik
2.	UMKM Fitri Jaya Lestari memberikan pelayanan yang baik untuk menjaga hubungan dengan pelanggan	4	9	11	6	0	30	101	150	67,33		
3.	UMKM Fitri Jaya Lestari selalu menyesuaikan produk dan layanan sesuai dengan keinginan pelanggan	4	6	12	8	0	30	96	150	64,00		
4.	UMKM Fitri Jaya Lestari selalu merespons keluhan pelanggan dengan cepat	5	8	15	2	0	30	106	150	70,67		
Orientasi Pesaing												
5.	UMKM Fitri Jaya Lestari berusaha menawarkan produk yang lebih baik dibandingkan pesaing	4	9	10	7	0	30	100	150	66,67	68,67	Baik
6.	UMKM Fitri Jaya Lestari selalu menyesuaikan strategi pemasaran ketika terjadi perubahan dalam persaingan pasar	4	9	13	4	0	30	103	150	68,67		
7.	UMKM Fitri Jaya Lestari berusaha menciptakan keunggulan yang membedakannya dari pesaing	6	12	4	8	0	30	106	150	70,67		

No	Aspek Orientasi Pasar	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Jum- lah	Jum- lah Skor	Skor Ideal	Penca- paian	Rata- rata	Kriteria
Koordinasi Antar Fungsi												
8.	Setiap bagian di dalam UMKM Fitri Jaya Lestari bekerjasama untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	10	8	12	0	0	30	118	150	78,67	70,45	Baik
9.	Saya sering berbagi informasi antar bagian UMKM Fitri Jaya Lestari agar bisa memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik	3	7	16	4	0	30	99	150	66,00		
10.	Masukan dari pelanggan selalu diterima oleh bagian UMKM Fitri Jaya Lestari untuk meningkatkan kualitas dan inovasi	5	8	9	8	0	30	100	150	66,67		
Total								1.032	1.500	688,02	206,78	Baik
Rata-Rata								68,8	150	68,80	68,92	

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025)

Berdasarkan tabel 1.2, dapat dilihat bahwa orientasi pasar pada produk UMKM Fitri Jaya Lestari yang memiliki skor ideal 1.500 dan hanya memperoleh skor 1.032 dengan rata-rata 68,80%, hal tersebut menunjukkan bahwa orientasi pasar pada produk UMKM Fitri Jaya Lestari masih belum sepenuhnya optimal terutama dalam aspek orientasi pelanggan yang mendapatkan rata-rata skor terendah yaitu sebesar 67,67%, hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen masih perlu ditingkatkan.

Selanjutnya data hasil pra survei terhadap 30 orang konsumen tentang inovasi produk pada UMKM Fitri Jaya Lestari yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.3
Hasil Kuesioner Pra-Survei Mengenai Inovasi Produk
pada UMKM Fitri Jaya Lestari

No	Aspek Inovasi Produk	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Jum- lah	Jumlah Skor	Skor Ideal	Penca- paian	Rata- Rata	Kriteria
Fitur Produk												
1	Produk yang ditawarkan memiliki fitur yang berbeda dengan produk lain	3	7	16	4	0	30	99	150	66,00	70,45	Baik
2	Produk UMKM Fitri Jaya Lestari memiliki Fitur yang memberikan manfaat tambahan bagi pelanggan	5	8	9	8	0	30	100	150	66,67		
3	Fitur produk yang dimiliki membantu meningkatkan kepuasan pelanggan	9	10	11	0	0	30	118	150	78,67		
Desain Produk												
4	Produk UMKM Fitri Jaya Lestari memiliki tampilan dan desain menarik sesuai dengan tren pasar	4	8	10	8	0	30	98	150	65,33	69,34	Baik
5	Produk UMKM Fitri Jaya Lestari memiliki variasi desain yang cukup beragam sehingga memberikan banyak pilihan bagi pelanggan	5	8	9	8	0	30	100	150	66,67		
6	Desain produk meningkatkan daya tarik produk dibandingkan produk pesaing	11	6	13	0	0	30	118	150	78,67		
7	UMKM Fitri Jaya Lestari selalu memperbarui desain produknya agar lebih modern dan menarik	5	8	9	8	0	30	100	150	66,67		
Kualitas Produk												
8	Produk yang saya beli memiliki kualitas yang baik dan dapat digunakan dalam waktu yang cukup lama	5	8	15	2	0	30	106	150	70,67	73,33	Baik
9	Produk UMKM Fitri Jaya Lestari memiliki kualitas bahan yang bagus, sehingga terlihat menarik dan memiliki nilai seni yang tinggi	12	9	9	0	0	30	123	150	82,00		

No	Aspek Inovasi Produk	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Jumlah	Jumlah Skor	Skor Ideal	Pencapaian	Rata- Rata	Kriteria
10	UMKM Fitri Jaya Lestari berusaha meningkatkan kualitas produk berdasarkan masukan pelanggan	4	8	13	5	0	30	101	150	67,33		
Total								1.063	1.500	708,68	213,12	Baik
Rata-rata								70,87	150	70,87	70,87	

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025)

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa inovasi produk pada UMKM Fitri Jaya Lestari yang memiliki skor ideal 1.500 dan hanya memperoleh skor 1.063 dengan rata-rata 70,87%. hal tersebut menunjukkan bahwa inovasi produk pada produk UMKM Fitri Jaya Lestari masih belum sepenuhnya optimal terutama dalam aspek desain produk yang mendapatkan rata-rata skor terendah yaitu sebesar 69,34%, hal ini mengindikasikan bahwa variasi dan pembaruan desain masih terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya permasalahan dalam pengembangan produk yang berpotensi menyebabkan ketidaksesuaian antara produk yang ditawarkan dengan harapan konsumen, sehingga mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh, dan menyajikan dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada UMKM Fitri Jaya Lestari)”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang penelitian di atas, maka identifikasi masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Belum optimalnya orientasi pasar pada UMKM Fitri Jaya Lestari terutama dalam aspek orientasi pelanggan.
2. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak perusahaan secara *online* (media sosial, *website*). Meskipun perusahaan telah memiliki akun media sosial, namun media tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana promosi dan penyampaian informasi produk kepada konsumen.
3. Masih terbatasnya variasi desain kerajinan yang ditawarkan kepada pelanggan, karena produk yang dihasilkan cenderung mengulang pola dan bentuk yang sama dalam jangka waktu yang cukup lama.
4. Belum optimalnya kepuasan pelanggan pada UMKM Fitri Jaya Lestari terutama pada aspek membuat keputusan untuk membeli produk lain di perusahaan yang sama.
5. Masih ada beberapa konsumen yang masih kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang sebagaimana dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap kepuasan pelanggan pada produk UMKM Fitri Jaya Lestari?
2. Bagaimana Pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Fitri Jaya Lestari?
3. Bagaimana pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan UMKM Fitri Jaya Lestari?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari permasalahan diatas, maka tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap kepuasan pelanggan pada produk UMKM Fitri Jaya Lestari.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk UMKM Fitri Jaya Lestari.
3. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk UMKM Fitri Jaya Lestari.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ekonomi manajemen, terutama pada manajemen pemasaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan dasar pertimbangan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan bahan untuk kajian evaluasi terhadap orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan yang ditetapkan sehingga bisa menjadi masukan untuk perkembangan dimasa yang akan datang.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu penelitian intelektual dan pengasahan daya pikir ilmiah khususnya dalam bidang manajemen pemasaran sebagai relasi dari pembelajaran selama perkuliahan.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.