

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada dasarnya, UMKM merupakan jenis usaha produktif yang dijalankan oleh individu, kelompok, keluarga, atau badan usaha kecil yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Dengan demikian, UMKM dapat diartikan sebagai bisnis yang dikelola oleh masyarakat dari kalangan menengah ke bawah. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berperan penting dalam membuka lapangan kerja, menyediakan layanan ekonomi yang luas bagi masyarakat, serta membantu pemerataan dan peningkatan pendapatan (Kristensen, 2022). Beberapa faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM meliputi inovasi, digitalisasi, dan *service quality*. Oleh karena itu, kami berupaya menganalisis pengaruh inovasi, digitalisasi, dan *service quality* dengan fokus pada kepuasan pelanggan.

Inovasi adalah kemampuan UMKM untuk menciptakan atau mengadaptasi ide, produk, atau layanan baru agar lebih relevan dengan pasar (Ayandibu et al., 2021). Digitalisasi adalah proses transformasi sistem bisnis yang awalnya manual menjadi berbasis teknologi digital, seperti pemanfaatan internet, aplikasi, dan media sosial. Faktor penting lainnya yang perlu diperhatikan adalah *service quality* (kualitas layanan). *Service quality* merujuk pada tingkat layanan yang diberikan UMKM kepada pelanggan, yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen (Daud et al., 2024). Pelayanan yang baik sangat menentukan tingkat kepuasan pelanggan karena mereka akan merasa puas jika mendapatkan layanan yang responsif dan sesuai dengan kebutuhan (Azis & Haryadi, 2022).

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **“Pengaruh Inovasi, Digitalisasi, dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM di Kota Medan”**. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan UMKM di kota Medan serta menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini penting karena kepuasan pelanggan berpotensi besar meningkatkan loyalitas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka identifikasi masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap kepuasan pelanggan UMKM di kota Medan?
2. Bagaimana pengaruh digitalisasi terhadap kepuasan pelanggan UMKM di kota Medan?
3. Bagaimana *service quality* UMKM di kota Medan mempengaruhi kepuasan pelanggan?
4. Bagaimana inovasi, digitalisasi, dan *service quality* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan UMKM di kota Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menguji dan menganalisis pengaruh Inovasi terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh Digitalisasi terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh Inovasi, Digitalisasi, *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman kepada pelaku UMKM di kota Medan mengenai pentingnya inovasi, digitalisasi, dan kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga dapat membantu mereka mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan berdaya saing.

2. Manfaat bagi Konsumen

Dengan meningkatnya kualitas produk, layanan, dan kemudahan akses digital, konsumen UMKM di kota Medan akan mendapatkan pengalaman berbelanja yang lebih memuaskan dan sesuai dengan kebutuhan mereka, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

3. Manfaat bagi Peneliti dan Akademisi

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan pengembangan UMKM, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan pengaruh faktor-faktor inovasi, digitalisasi, dan kualitas layanan pada UMKM.

I.5 Landasan Teori

Landasan teori adalah seperangkat definisi, konsep, proposisi yang telah disusun rapi, dan sistematis tentang variabel-variabel dalam sebuah penelitian. Landasan teori ini menjadi dasar yang kuat dalam penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu, pembuatan landasan teori secara baik dan benar dalam sebuah penelitian menjadi salah satu hal yang penting, karena landasan teori akan menjadi sebuah pondasi dan landasan dalam penelitian itu sendiri.

I.5.1 Teori Pengaruh Inovasi

Inovasi dapat berpengaruh positif terhadap UMKM di kota Medan, baik terhadap kepuasan konsumen, keberhasilan usaha, dan keunggulan bersaing. Inovasi juga dapat membantu UMKM membangun Unique Selling Point (USP) untuk produknya. Inovasi adalah proses menciptakan nilai baru melalui pengembangan produk, layanan, atau proses yang lebih baik. Menurut Kahn et al. (2020), inovasi yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas. Menurut Awan et al. (2021), UMKM yang berinovasi cenderung memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Indikator pengaruh strategi inovasi terhadap penggunaan teknologi informasi dalam industri UMKM Menurut Rini Hasanah et al. (2021):

1. Pengaruh inovasi terhadap UMKM, Indikator ini dapat diukur melalui meningkatnya daya saing dan peningkatan penjualan. Inovasi yang efektif seharusnya dapat meningkatkan pendapatan UMKM melalui peningkatan penjualan atau diversifikasi produk/jasa.
2. Pengaruh teknologi informasi terhadap UMKM, Indikator ini dapat diukur melalui efisiensi operasional dan efisiensi proses bisnis yang disebabkan oleh penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan pelayanan dan pengurangan biaya operasional dalam UMKM.
3. Pengaruh inovasi dan teknologi informasi terhadap UMKM, Indikator ini dapat diukur melalui peningkatan pendapatan dan kecepatan pengambilan keputusan seperti peningkatan penjualan atau pengurangan biaya operasional, yang disebabkan oleh penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan kualitas keputusan bisnis.

I.5.2 Teori Pengaruh Digitalisasi

Digitalisasi adalah proses mengubah informasi dari format analog ke format digital, yang mencakup penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Menurut Bounfour (2021), digitalisasi dapat membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Menurut Mardiana et al. (2022), UMKM yang

mengadopsi digitalisasi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui layanan yang lebih cepat dan efisien. Menurut Herni Trianawati (2020) dalam penelitiannya tentang digitalisasi UMKM, Herni mengemukakan indikator berikut:

1. Penggunaan platform digital untuk pemasaran (media sosial, *marketplace*)
2. Adopsi sistem pembayaran digital (*e-wallet*, QRIS, *mobile banking*)
3. Pemanfaatan aplikasi keuangan digital (akuntansi berbasis aplikasi)
4. Pemanfaatan internet dan teknologi informasi dalam operasional usaha

I.5.3 Teori Pengaruh *Service Quality*

Kualitas layanan adalah penilaian pelanggan terhadap seberapa baik layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Menurut Zeithaml et al. (2020), kualitas layanan dapat diukur melalui lima dimensi: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kualitas layanan yang tinggi berkontribusi pada kepuasan pelanggan. Menurut Ali et al. (2023), pelanggan yang puas cenderung akan kembali menggunakan layanan dan merekomendasikannya kepada orang lain. Menurut Tjiptono dan Candra dalam Keloay et al., (2019) Indikator kualitas pelayanan ada lima yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

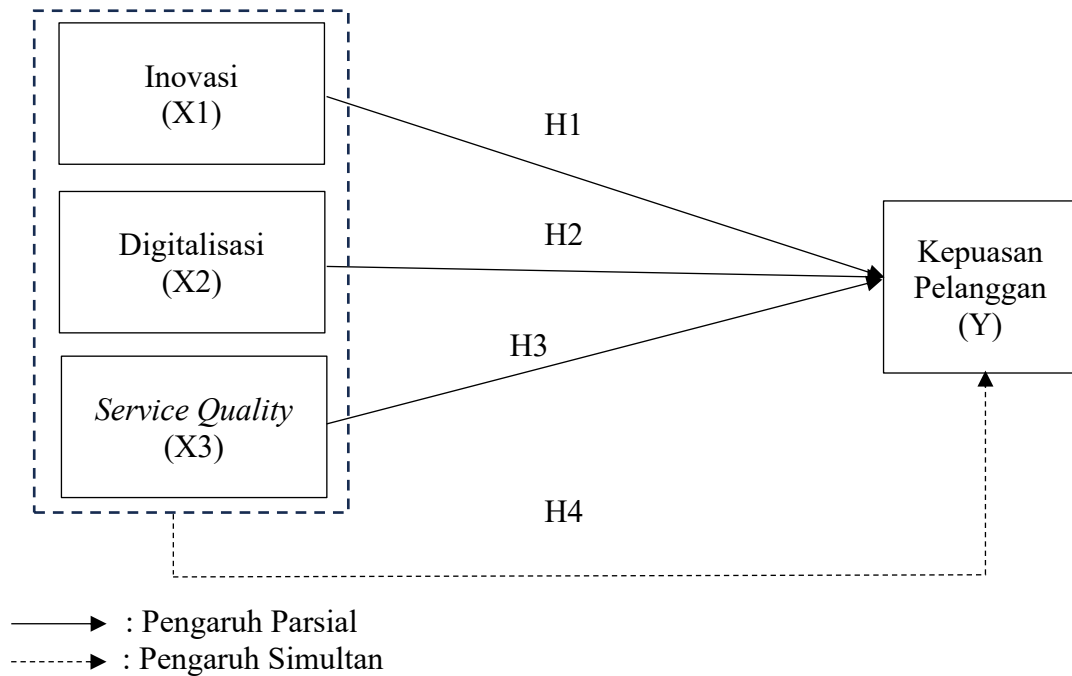
I.5.4 Teori Pengaruh Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau tidak senang yang muncul setelah membandingkan antara harapan dan kenyataan yang diterima. Menurut Kotler dan Keller (2021), kepuasan pelanggan adalah kunci untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan profitabilitas. Menurut (Awan et al., 2021; Mardiana et al., 2022) beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain inovasi, digitalisasi, dan kualitas layanan. Ketiga faktor ini saling berhubungan dan dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan. Indikator kepuasan konsumen menurut Tjiptono dalam Pratiwi (2020), adalah:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan
2. Dimensi kepuasan pelayanan
3. Konfirmasi harapan

4. Niat beli ulang
5. Kesiediaan untuk merekomendasikan

I.6 Kerangka Konseptual



Gambar I.1
Kerangka Konseptual

I.7 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pernyataan yang ada pada rumusan masalah penelitian, yang kebenarannya belum terbukti dan harus diuji. Hipotesis pada penelitian ini adalah :

H1: Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

H2: Digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

H3: *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

H4: Inovasi, Digitalisasi, *Service Quality* berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan