

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Payakumbuh merupakan salah satu kota yang berada di Sumatera Barat dengan keanekaragaman makanan khas yang dimilikinya seperti kerupuk sanjai, batiah, galamai, bareh randang, dan lain sebagainya. Dimana makanan khas tersebut di produksi langsung oleh UMKM yang ada di Payakumbuh. UMKM di Kota Payakumbuh merupakan sebuah usaha yang banyak memberikan manfaat dan dampak positif terhadap perkembangan perekonomian. Salah satunya dapat dilihat dari besarnya penyerapan tenaga kerja oleh UMKM yaitu 7.612 orang, dan dari jumlah tersebut 50.58% tenaga kerjanya diserap oleh UMKM yang bergerak disektor industri makanan (BPS Kota Payakumbuh, 2017). Dan berdasarkan data jumlah sektor industri makanan di Payakumbuh, industri galamai dan sejenisnya menjadi unit usaha yang paling banyak di kota tersebut yaitu sebesar 285 unit **BPS Kota Payakumbuh, (2017)**. Oleh karena itu kinerja dari industri kerupuk harus lebih ditingkatkan agar menjadi lebih baik lagi.

Salah satu jenis makanan khas di Sanjai Erina yang banyak di produksi oleh UMKM di Kota Payakumbuh yaitu galamai dan sanjai. Dalam waktu kurang lebih dari 3 tahun Sanjai Erina mengalami penurunan produksi dikarenakan berkurangnya pelanggan. Oleh sebab itu, penting bagi Sanjai Erina untuk meningkatkan loyalitas pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Berikut ini jumlah penjualan Sanjai Erina pada tahun 2019-2021 dapat dilihat dari tabel 1.1.

Tabel 1.1
Jumlah Penjualan Produk pada Sanjai di Kota Payakumbuh
Tahun 2019-2021

Produk	Tahun		
	2019	2020	2021
Gelamai	368890	290216	278044
Beras Renang	250009	206796	185329
Beras Rendang Pandan	4897	1437	1304
Batah	35179	35665	32962
Wajik	48279	37962	34403
Gelamai Hitam	23619	17052	14503
Gelamai Pandan	31818	28147	26830
Total	762691	617275	573375

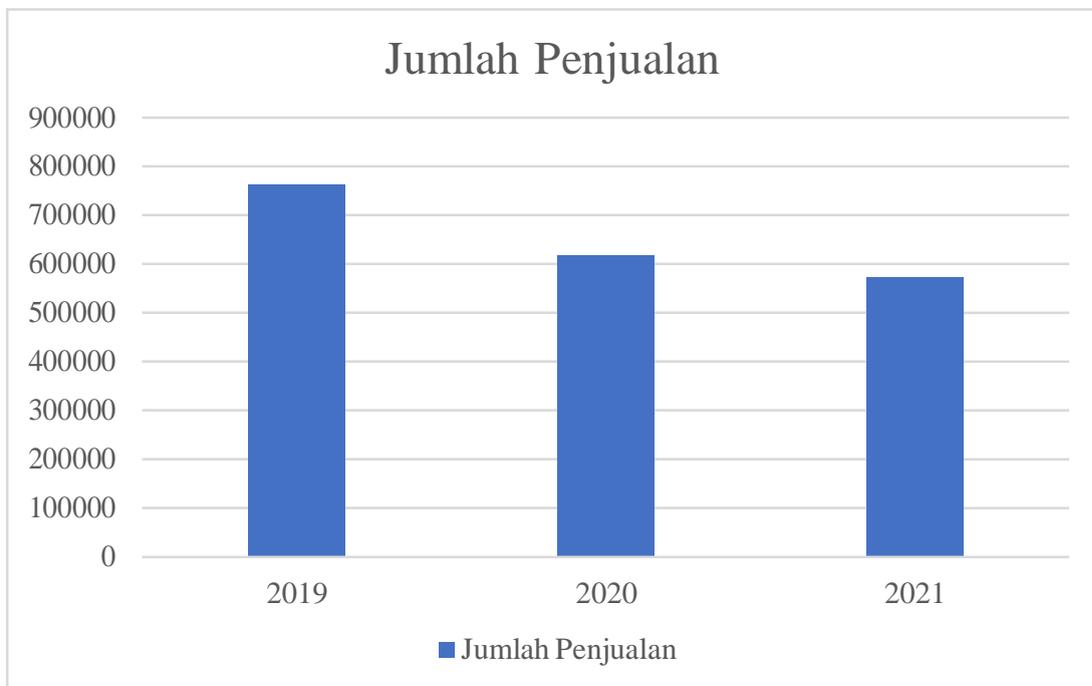
Sumber : Sanjai Erina Payakumbuh

Menurut observasi pendahuluan pada tanggal 16 September 2018 yang dilakukan peneliti pada 10 UMKM sanjai umumnya latar belakang yang mendorong UMKM sanjai untuk menjalankan usahanya yaitu karena usaha tersebut merupakan usaha turun temurun dari orangtuanya yang harus dilanjutkan, dan usaha tersebut sudah berjalan sejak beberapa tahun . Proses pengolahan, proses memasak, hingga proses pengemasan masih dilakukan dengan metode tradisonal serta tetap menjaga kebersihan dan kerapian pembuatannya. Kemasan dari galamai sanjai yang sebelumnya menggunakan plastik bening yang tipis dan diikat dengan karet gelang sekarang sudah dikemas dengan menggunakan plastik bening yang cukup tebal dan plastik tersebut sudah ditempel dengan kertas merek, dan bagian atasnya disiler agar kerupuk tidak layu. Beberapa pemilik UMKM juga pernah mengikuti pembinaan dari Dinas Koperasi dan UMKM mengenai penyuluhan *Achivement Motivation Training* (AMT) yang bertujuan untuk memotivasi UMKM dalam memasarkan produk secara *online* melalui Lazada,

Shopee, dan media penjualan online lainnya.

Adapun berikut data grafik tabel produksi pada Sanjai Erina Payakumbuh pada tahun 2019-2021

Tabel 1.2
Grafik Rata-Rata Produk pada tahun 2019-2021



(Sumber data sanjai erina payakumbuh)

Pada grafik diatas menggambarkan tahun 2019 produksi Sanjai Erina meningkat kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan dan turun kembali pada tahun 2021. Dalam tabel grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa penjualan produksi Sanjai Erina pada 3 tahun terakhir mengalami penurunan yang cukup drastis.

Sanjai Erina mulai berdiri tahun 2012. Sanjai Erina beralamat di Jalan Imam Bonjol, Payolansek, Payakumbuh Barat, Tanjung Gadang.Sanjai Erina

menyediakan berbagai oleh oleh khas Payakumbuh diantaranya galamai dan berbagai jenis rendang dan lain lain dengan rasa yang enak dan harga terjangkau. strategi pemasaran yang dilakukan menitik beratkan pada 4 hal, yaitu promosi, lokasi, pelayanan, dan tampilan toko yang disebut juga dengan store design & display.

Dalam upaya mendatangkan pelanggan dan akhirnya melakukan keputusan pembelian tidak mudah. Banyak faktor yang mempengaruhi hal tersebut baik dari faktor internal atau dari dalam diri konsumen ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan dari luar yang dilakukan oleh pelaku usaha (perusahaan), dimana dalam hal ini perusahaan harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen dalam hubungannya melakukan suatu keputusan pembelian. Pengusaha Sanjai Erina menyampaikan bahwa tidak ada data pasti yang menyatakan berapa jumlah konsumen yang datang ke Sanjai Erina dan melakukan pembelian. Namun dari segi pendapatan terjadi peningkatan dari tahun ke tahun. Artinya dapat diambil kesimpulan bahwa terjadi peningkatan jumlah konsumen yang melakukan pembelian. Konsumen yang datang tidak berasal dari Kota Payakumbuh saja, namun juga berasal dari berbagai daerah seperti Pekanbaru, Batam, Medan, Jakarta, Padang, dan daerah lainnya.

Promosi menurut **BuchariAlma dalam Hurriyati, (2018)** adalah “Suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan”. Definisi menurut **Swastha, 2017)** : Promosi adalah komunikasi non

individu dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga lembaga non laba serta individu-individu". Untuk membangun sebuah usaha diperlukan adanya promosi produk. Menurut **Kotler dan Keller 2016 (dalam Benik dan Ramadhan, 2018)** menyebutkan promosi merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Oleh sebab itu, promosi dan iklan merupakan suatu aktivitas komunikasi pemasaran yang menyampaikan informasi kepada pelanggan mengenai kualitas produk tersebut **Wijaya, (2018)**.

Dengan promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian. Salah satu promosi yang dilakukan oleh Sanjai Erina yaitu Personal selling, ia mempromosikan ke instansi-instansi pemerintah seperti Dinas Pariwisata. Nanti dinas pariwisata juga akan membantu mempromosikan pada tamu-tamu mereka yang datang dari luar daerah. Kemudian juga dengan mengikuti pameran-pameran dagang yang diselenggarakan oleh Pemerintah. Selain itu promosi juga dilakukan secara online yaitu melalui sosial media website dengan alamat "<https://sanjai-erina.business.site>".

Faktor selanjutnya yang berpengaruh yaitu Kualitas Pelayanan Menurut Menurut **Rusydi, (2017)** kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya. Menurut **Tjiptono, (2017)** kualitas layanan adalah tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi

atau harapan dari pelanggan.. “Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah unsur yang saling berhubungan mengenai mutu yang dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan dan dapat membangun kerja sama dalam jangka panjang dan saling dapat menguntungkan”. Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan menurut **Wijaya, (2018)**.terdiri dari “Ketanggapan (responsiveness), Jaminan dan kepastian (Assurance), Bukti fisik (Tangible), Perhatian (Empathy), Keandalan (Realibility)”.

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan dalam jangka waktu yang lama **Agustina, (2018)**. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan pada suatu merek, toko atau pemasok yang berdasarkan sikap yang positif yang tercermin dalam pembelian ulang secara konsisten **Bulan, (2017)**. Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting untuk meningkatkan perkembangan penjualan dalam suatu perusahaan **Anggraeni, (2018)**. Loyalitas merupakan komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap suatu pelayanan atau jasa secara konsisten **Arshad, (2019)**. Pelanggan yang loyal merupakan aset yang paling penting dan berharga bagi perusahaan. Perusahaan yang ingin membentuk ikatan pelanggan yang kuat harus memperhatikan sejumlah pertimbangan yang beragam, sebab hal ini merupakan kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang. Dalam membentuk loyalitas pelanggan salah satunya yaitu diberikannya pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasakan perasaan puas dan juga senang **Armanto, (2018)**. Loyalitas pelanggan adalah seorang pelanggan yang melalui periode yang panjang menggunakan dan membeli di suatu perusahaan untuk memuaskan segala macam

bentuk kebutuhan mereka dengan merasakan dan menikmati pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut **Novandy, (2018)**.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dengan demikian, **Lewis dan Booms (dalam Tjiptono, 2017)** kualitas layanan bisa diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan. kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. **Kotler dan Keller (dalam Suryati, 2019)** definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi.

Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Faktor selanjutnya yang berpengaruh yaitu kepuasan pelanggan. Menurut **Levy & Weitz, (2017)**, kepuasan pelanggan yaitu serangkaian kegiatan dan program yang dilakukan oleh retailer untuk membuat pengalaman belanja lebih bermanfaat bagi para pelanggan mereka. Layanan kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Sanjai Erina hakim kepada konsumennya antara lain adalah kasir yang dilengkapi dengan mesin kasir

dan komputer, mesin EDC (*Electronic data capture*) untuk melayani pembayaran dengan kartu debit ATM, dan pengepakan barang dengan kardus agar keripik sanjai yang dibeli terlindungi dengan baik hingga dibawa kerumah oleh konsumen. Hal-hal tersebut disediakan agar konsumen yang datang terlayani dengan maksimal dan merasa nyaman sehingga diharapkan dapat mendorong terjadinya pembelian. Selain itu karyawan juga dilatih untuk langsung menyambut konsumen yang datang dan melayani secara personal agar konsumen yang mengalami kebingungan dapat bertanya langsung kepada karyawan.

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang tersebut masih ada layanan-layanan yang harus diperbaiki dan diperbarui seiring perkembangan zaman agar semua layanan tersebut disediakan agar konsumen yang datang terlayani dengan maksimal dan merasa nyaman sehingga diharapkan dapat mendorong terjadinya pembelian. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promotion Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Sanjai Erina Payakumbuh”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah diatas dalam kajian-kajian manajemen pemasaran, maka dapat didefinisikan masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya kualitas yang dilakukan pihak perusahaan dalam melayani kepuasan pelanggan pelayanan
2. Kurangnya promosi yang diberikan Sanjai Erina kepada pelanggan
3. Promosi dari produk terhadap kepuasan pelanggan tidak menunjukkan rasa

loyalitas pelanggan

4. Pemanfaatan Kualitas pelayanan yang belum maksimal
5. Kurangnya respon pelanggan terhadap kualitas pelayanan
6. Kualitas Pelayanan masih relatif rendah
7. Loyalitas pelayanan pada pelanggan belum sepenuhnya mencakup terhadap kepuasan pelanggan
8. Lambatnya respon dari perusahaan dalam menanggapi kualitas pelayanan
9. Strategi promosi yang belum optimal
10. Belum adanya ide untuk merubah strategi kualitas pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

1.3. Batasan Masalah

Melihat luasnya ruang lingkup yang akan dibahas serta keterbatasan waktu, dan agar penelitian ini lebih fokus dan tidak menyimpang dari apa yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan yang ada yaitu membahas mengenai pengaruh promotion (X1), kualitas pelayanan (X2), kepuasan pelanggan (Z), loyalitas pelanggan (Y) di sanjai erina Payakumbuh.

1.4. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Sanjai Erina?
2. Bagaimana Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Sanjai Erina ?
3. Bagaimana Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

pada Sanjai Erina ?

4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Sanjai Erina?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Sanjai Erina?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Sanjai Erina?
7. Bagaimana cara Sanjai Erina untuk mempromosikan produk supaya kualitas pelayanannya dapat terpenuhi?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Sanjai Erina.
2. Untuk menganalisis Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Sanjai Erina.
3. Untuk menganalisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Sanjai Erina.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Sanjai Erina.
5. Untuk menganalisis Pengaruh Promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Sanjai Erina.
6. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada

Sanjai Erina.

7. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Bagi manajemen, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan ketika akan menentukan suatu kebijakan terkait kualitas pelayanan yang diberikan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah referensi dan alternative dalam menyusun penelitian terkait kualitas pelayanan, loyalitas dan kepuasan pelanggan.
3. Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dapat dipraktikkan bagi permasalahan yang saat ini terjadi dan menjadi pendukung gambaran mengenai kesesuaian fakta dan teori yang ada.