

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cita rasa produk adalah faktor kunci yang memengaruhi daya tarik suatu produk atau makanan. Cita rasa berdampak nyata secara individual pada minat beli konsumen (Meryawan et al 2023). Perubahan tren konsumen terhadap makanan sehat, organik, atau makanan khas daerah dapat memengaruhi cara UMKM mengembangkan produk mereka. Putri et al. (2022) mengemukakan bahwa cita rasa adalah suatu komponen pelengkap dari makanan yang meliputi bentuk, aroma, dan rasa. Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang preferensi konsumen dan kemampuan untuk menyesuaikan produk mereka dengan cita rasa yang diinginkan dapat membantu UMKM untuk tumbuh dan bersaing di pasar.

Pelayanan konsumen yang baik adalah salah satu aspek penting dalam mempertahankan dan memperluas basis pelanggan. Menurut (Mardikawati & Farida, 2013) semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin tinggi juga loyalitas konsumen. UMKM perlu memahami pentingnya memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif kepada pelanggan. Komunikasi yang baik dan kemampuan menyelesaikan masalah pelanggan dapat membantu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dalam era digital saat ini, kemampuan dalam mengelola komunikasi online seperti melalui media sosial juga menjadi kunci dalam memberikan pelayanan yang memuaskan.

Lokasi adalah struktur fisik dari suatu usaha yang merupakan komponen penting yang terlihat dalam pembentukan kesan suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang diperlukan oleh konsumen (Utami, 2012). Lokasi yang strategis merupakan faktor penting lainnya yang dapat memengaruhi keberhasilan UMKM. Sampang, seperti banyak daerah lainnya, memiliki lokasi yang berpotensi untuk bisnis UMKM. Menurut Izzuddin et al (2020) lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan suatu usaha. Pemilihan lokasi yang tepat dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM terhadap pelanggan potensial. Misalnya, usaha kuliner yang ditempatkan di dekat tempat wisata atau kawasan perkantoran dapat meningkatkan peluang bisnis.

Perkembangan perekonomian di Kabupaten Sampang dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain adalah pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dan pengangguran. Pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) cenderung mengalami peningkatan, dan pengangguran mengalami penurunan (Soesatyo, Y. & Zubairi 2016). Menurut Faraby et al., (2023) Kabupaten Sampang sendiri di tahun 2020 tercatat 30,830 UMKM, yang mana dibagi menjadi 30.618 usaha mikro, 178 usaha kecil dan 34 usaha menengah berdasarkan data yang ada di Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Sampang. Sementara mengenai rekapitulasi usaha mikro di kabupaten Sampang di tahun 2020 apabila dikelompokkan berdasarkan sektor usahanya, sektor makanan dan minuman (mamin) berjumlah 6.533 unit usaha, yang menjadi urutan kedua terbanyak setelah sektor perdagangan yakni sejumlah 11.533, dan sektor pertanian dan perkebunan kehutanan di urutan ketiga sejumlah 4.551.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Hastuti, dkk (2020) berpendapat bahwa UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperbanyak lapangan pekerjaan dan dapat berperan dalam proses pemerataan peningkatan pendapatan masyarakat setempat, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi, dan dapat berperan secara langsung dalam pembangunan nasional. UMKM memiliki potensi untuk menggerakkan perekonomian masyarakat sekaligus menjadi pokok utama sumber pendapatan masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan (Inayah, 2019). Sektor UMKM biasanya memanfaatkan bahan baku lokal untuk menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat sekitar. UMKM seringkali disebut sebagai ekonomi kerakyatan karena produk yang dihasilkan oleh UMKM merupakan apa yang dibutuhkan sehari-hari oleh masyarakat. Selain berperan dalam menciptakan lapangan kerja, UMKM juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Berbagai bahan UMKM seringkali didapat dari pertanian, peternakan, dan perkebunan. Dalam penelitian ini, penulis memilih tema mengenai UMKM kuliner yang berada di Sampang. Salah satu faktor kunci yang dapat mempengaruhi kesuksesan UMKM adalah pengaruh cita rasa produk, pelayanan konsumen, dan lokasi yang strategis.

Adanya kombinasi dari cita rasa produk yang menarik, pelayanan konsumen yang baik, dan lokasi yang strategis dapat memberikan UMKM kuliner di Sampang keunggulan kompetitif yang signifikan. Prospek pertumbuhan dan perkembangan UMKM kuliner di Sampang dinilai cukup menjanjikan untuk kemajuan perekonomian di Sampang dikarenakan para pelaku UMKM Kuliner di Sampang sudah mulai berbenah dan memikirkan apa saja yang dapat menjadi kelebihan UMKM yang dikelolanya. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut tentang

bagaimana faktor-faktor ini saling berinteraksi dan memengaruhi pelaku UMKM kuliner di Sampang akan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang cara mengembangkan dan mempertahankan bisnis mereka di pasar yang kompetitif.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, penulis mengambil judul “Pengaruh Cita Rasa, Pelayanan Konsumen, dan Lokasi yang Strategis terhadap Daya Saing UMKM Kuliner di Sampang”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh cita rasa terhadap daya saing UMKM kuliner di Sampang?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan konsumen terhadap daya saing UMKM kuliner di Sampang?
3. Apakah lokasi yang strategis berpengaruh terhadap daya saing UMKM kuliner di Sampang?
4. Bagaimana pengaruh cita rasa, pelayanan konsumen, dan lokasi yang strategis terhadap daya saing UMKM kuliner di Sampang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh cita rasa terhadap daya saing UMKM kuliner di Sampang.
2. Mengetahui pengaruh pelayanan konsumen terhadap daya saing UMKM kuliner di Sampang.
3. Mengetahui pengaruh lokasi yang strategis terhadap daya saing UMKM kuliner di Sampang.

4. Mengetahui pengaruh cita rasa, pelayanan konsumen, dan lokasi yang strategis terhadap daya saing UMKM kuliner di Sampang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Sebagai sumber data dan informasi serta dapat dijadikan pertimbangan mengenai pentingnya cita rasa, pelayanan konsumen, dan lokasi yang strategis dalam mendirikan suatu UMKM kuliner karena faktor tersebut dapat mempengaruhi daya saing antara UMKM kuliner.
- b. Sebagai studi komparatif bagi penelitian sejenis di masa yang akan datang
- c. Sebagai landasan bagi penelitian yang akan datang dalam melakukan penelitian sejenis

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi UMKM Kuliner di Sampang, hasil penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan tambahan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penerapan terkait faktor cita rasa, pelayanan konsumen dan lokasi yang strategis karena beberapa faktor tersebut dapat meningkatkan daya saing UMKM kuliner di Sampang.
- b. Bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan atau studi banding untuk penelitian selanjutnya yang sejenis dalam pengembangan ilmu pengetahuan, serta berguna untuk menambah wawasan dalam topik cita rasa, pelayanan konsumen, lokasi yang strategis dan daya saing UMKM kuliner.