

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam memenuhi aktivitas sehari-hari, perekonomian adalah kebutuhan manusia. Tanpa dipahami, terdapat berbagai segi dalam interaksi perekonomian yaitu segi pertanian, perdagangan, perindustrian, dan lain-lain. Maka, manusia tidak akan dapat dipisahkan dengan aktivitas ekonomi.¹ Konsumsi merupakan wujud perilaku ekonomi dengan memakai barang atau jasa untuk pemenuhan kebutuhan hidup. Perilaku ekonomi merupakan suatu aktivitas konsumsi yang dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal. Dalam ajaran Islam, barang yang dapat menumbuhkan manfaat yang baik dalam hal material, moral, dan spiritual kepada konsumennya adalah barang yang dapat dikonsumsi.²

Dalam lingkungan bisnis, konsumen berperan penting karena konsumen adalah faktor pendukung agar suatu bisnis dapat berjalan dan berkembang dengan baik, serta konsumenlah yang menggunakan atau menghabiskan hasil produksi. Pelaku usaha harus menghasilkan produk yang unggul dan dituntut untuk dapat menciptakan kenyamanan, ketenangan, maupun kepuasan konsumen yang dapat memungkinkan konsumen untuk bertahan pada suatu

¹ Abdulloh Majid, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Tempe Barokah Di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah, Skripsi Universitas Negeri Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, (2019), 3.

² Zuhroh An-Nada, Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Label Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim (Studi pada Masyarakat Muslim di Perumahan Bekasi Elok I, Desa Jejalan Jaya, Tambun Utara, Bekasi, Jawa Barat), Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, (2018), 1.

produk tersebut. Pada saat ini, konsumen sangat kritis terhadap suatu produk yang mana mereka menuntut adanya kualitas produk yang tinggi dengan pelayanan prima.

Dalam menjamin keselarasan pelaku bisnis, dapat dilakukan dengan adanya rencana pemasaran yang baik. Pada dasarnya, rencana pemasaran memiliki tujuan untuk memenuhi, memuaskan kebutuhan, dan keinginan konsumen. Pemasaran adalah proses untuk mempengaruhi orang lain supaya mereka dapat memenuhi produk yang diinginkan atau diperlukan.³ Strategi pemasaran didasarkan pada perilaku konsumen terutama pada kepuasan konsumen. Dengan adanya pemahaman terhadap perilaku konsumen, maka produk yang ditawarkan akan menarik konsumen terpengaruh untuk menggunakan produk tersebut.

Kepuasan konsumen akan mendorong keberlangsungan hidup suatu usaha. Dapat dilakukan dengan beberapa strategi dalam meningkatkan kepuasan konsumen dilakukan dengan harapan konsumen memperoleh apa yang diinginkan atau diperlukan serta akan melakukan pembelian berulang atau bertahan pada suatu produk. Apabila seseorang menjadi konsumen yang tetap karena kebutuhan yang diinginkan terpenuhi, maka ia tidak akan berpindah pada produk lain. *Customer Retention* adalah keputusan konsumen untuk bertahan atau tetap menggunakan produk yang sama. Selain itu, *Customer Retention* juga merupakan suatu wujud kesetiaan yang berkaitan dengan sikap

³ Darmanto, dan Sri Wardaya, *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*, (Yogyakarta :Deepublish, 2016), 5.

konsumen dalam menggunakan suatu produk yang ditunjukkan melalui tingginya frekuensi konsumen.⁴

Mayoritas masyarakat Indonesia adalah beragama Islam, yang mengutamakan kehalalan suatu produk. Perlu adanya pertimbangan kehalalalan produk pangan agar konsumen dapat memberikan kepercayaan pada suatu produk pangan. Jaminan kehalalan akan suatu produk dapat dimaksudkan dalam bentuk sertifikat halal yang mengiringi suatu produk pangan, sehingga pada kemasan suatu produk produsen dapat memasang logo halal. Peristiwa ini, berhubungan dengan lembaga yang membuat sertifikat halal, karena bagaimana dapat membuktikan bahwa sertifikat halal dalam penetapan produk pangan telah memenuhi ketentuan kaidah syariah. Dalam hal ini, lembaga sertifikasi halal yang melakukan ketentuan kehalalan produk pangan yang mempunyai komisi fatwa sendiri sebagaimana terpenuhinya persyaratan dan keanggotaan yang telah ditentukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).⁵

Label Halal adalah pemasangan tulisan atau penjelasan halal yang terdapat pada kemasan suatu produk guna untuk menjelaskan bahwa produk tersebut memiliki status produk yang halal. Ketika hendak mencantumkan label halal pada produk, semua pelaku usaha terlebih dahulu harus mempunyai sertifikat halal. Tanpa adanya sertifikat halal MUI, maka pemerintah tidak akan memberikan izin pencantuman logo halal,. Jadi, konsumen harus

⁴ Metta Ehda Agusti, Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kepuasan Pelanggan terhadap *Customer Retention*(Studi pada PT. BPRS Adam Kota Bengkulu),Skripsi IAIN Bengkulu, (2019),3.

⁵ Neli Latifah,Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen), (Studi kasus di TAHUBAXO Ibu Pudji Ungaran),Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo,Semarang, (2015),6.

memperhatikan label halal dalam suatu produk karena merupakan hal penting.⁶

Aspek lain yang harus diperhatikan dalam suatu usaha adalah *Product quality* (kualitas produk) yang akan dibeli oleh konsumen. *Product quality* (Kualitas produk) adalah kekuatan suatu produk dalam melaksanakan perannya seperti ketahanan, keandalan, ketepatan, kemudahan dalam penggunaan, perbaikan, dan ciri lainnya.⁷ Jika kualitas produk bertambah, maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Apabila konsumen memperoleh kepuasan yang tinggi, akan membuat konsumen untuk mengulangi pembelian atau bertahan pada produk tersebut, dan sebaliknya.⁸

Bagi kalangan bisnis, konsekuensi kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan dampak yang sangat kritis. Karena, pada dasarnya konsumen adalah suatu indikator dalam kinerja pasar. Terwujudnya kepuasan konsumen akan menumbuhkan hubungan yang teratur antara perusahaan dengan konsumen, menciptakan jalan yang baik untuk melakukan pembelian kembali, terwujudnya kesetiaan konsumen, serta terbentuknya pertimbangan konkret yang dapat menguntungkan perusahaan.⁹

⁶ KN.Sofyan Hasan, “Kepastian Hukum Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan”, *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol.14, No. 2, Mei 2014, 231.

⁷ Erna Ferrinadewi dan Didit Darmawan, *Perilaku Konsumen: Analisis Model Keputusan*, (Yogyakarta: Universitas Atmajaya, 2004), 25.

⁸ Nur Wulandari, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen* (Studi kasus pada Konsumen Kopikita Semarang), Skripsi UNDIP, Semarang, (2013), 18.

⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015), 78.

Customer service dilakukan dengan memberikan pelayanan yang bagus dan mudah. Sehingga konsumen akan mendapatkan kepuasan yang memungkinkan konsumen untuk terus membeli atau bertahan pada produk tersebut. Selain itu, kemungkinan besar mereka akan menyarankan konsumen yang lain untuk membeli atau menggunakan produk tersebut. Dengan mempertahankan konsumen dari waktu ke waktu maka akan membina hubungan yang baik dengan konsumen.¹⁰

Pelayanan adalah aktivitas yang mampu diberikan oleh pihak satu pada pihak lainnya. Pelayanan juga dapat diartikan sebagai perilaku konsumen guna terlaksananya kepuasan pada konsumen. Dengan adanya pelayanan yang tinggi, maka minat beli yang dihasilkan akan tinggi.¹¹ Selain itu, pelayanan yang baik dapat mewujudkan kenyamanan konsumen, sehingga berpengaruh positif terhadap suatu usaha yaitu terjadinya peningkatan volume penjualan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan hal yang fundamental pada perekonomian suatu Negara maupun daerah. Dengan adanya ekspansi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat memajukan perkembangan ekonomi serta dapat menekankan angka kemiskinan pada suatu Negara. Apabila, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menerapkan pengelolaan tata laksana yang baik, maka Usaha Mikro Kecil dan Menengah(UMKM) dapat bertahan dan bersaing. Pengelolaan tata

¹⁰ Fitri Wahyuni, Rois Arifin, dan Afi Rachmat Slamet“Analisis Pengaruh Customer Service Quality, Customer Satisfaction, Switching Cost, dan Trust In Brand Terhadap Customer Retention”,*e-Jurnal Riset Manajemen*,198.

¹¹ Ade Syarif Maulana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI”, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 7, No.2, November 2016, 117.

laksana ini terdiri dari berbagai bidang seperti bidang produksi, sumber daya manusia, pemasaran, dan keuangan.¹²

UMKM Kunara Jombang merupakan sebuah usaha yang terletak di kabupaten Jombang yang bergerak dalam bidang industri makanan. UMKM Kunara merupakan sentra olahan salak yang memproduksi buah salak sebagai olahan makanan yang memanfaatkan daging buah, biji, dan kulit. Daging buah salak dijadikan sebagai sirup dan stik buah salak. Biji salak dijadikan produk olahan kopi. Sedangkan, kulit salak dijadikan sebagai teh. Selain itu, limbah dari pembuatan olahan buah salak dijadikan sebagai pupuk. Untuk wilayah pemasaran UMKM Kunara Jombang tidak hanya dalam Kabupaten Jombang saja melainkan sudah sampai ke luar negeri.

Adapun prestasi yang dimiliki UMKM Kunara yaitu pada tahun 2015 sebagai Nominator Upakarti adalah penghargaan pada industri kecil yang diberikan oleh Pemerintah. Selanjutnya pada tahun 2016, UMKM Kunara masuk dalam 10 besar KRENOVA atau Kreatifitas Masyarakat Kabupaten Jombang dan telah diusulkan oleh pemerintah provinsi Jawa Timur sebagai Jasa Kepeloporan Usaha. Selain itu, pada tahun 2017, UMKM Kunara menjadi juara 2 pada Adhikarya Pangan Nusantara tingkat Provinsi yang dilakukan di Surabaya.

¹² Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, dan Sunarti “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM(Studi pada Batik Diajeng Solo)”,*Jurnal Administrasi Bisnis(JAB)*,Vol.29, No. 1, Desember 2015,59.

Tabel 1.1

Data Penjualan UMKM Kunara Jombang Tahun 2017-2020

No.	Nama Produk	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
1.	Kopi Biji Salak	2.678	3.185	3.463	3.576
2.	Teh Kulit Salak	2.362	2.409	2.679	2.982
3.	Sirup Salak	1.081	1.304	1.512	1.773
4.	Stik Salak	546	794	917	1.095

Sumber : Dokumen Kunara

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, penulis ingin untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kesetian pelanggan untuk bertahan dalam membeli produk UMKM Kunara. Sehingga penulis ingin meneliti sejauh mana label halal, *product quality*, dan *customer service* pada *customer retention*. Berkaitan dengan hal tersebut penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Label Halal, *Product Quality*, Dan *Customer Service* Terhadap *Customer Retention* Pada UMKM Kunara Jombang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini terdapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Label Halal, *Product Quality*, dan *Customer Service* berpengaruh terhadap *Customer Retention* pada UMKM Kunara Jombang ?
2. Apakah Label Halal berpengaruh terhadap *Customer Retention* pada UMKM Kunara Jombang ?

3. Apakah *Product Quality* berpengaruh terhadap *Customer Retention* pada UMKM Kunara Jombang ?
4. Apakah *Customer Service* berpengaruh terhadap *Customer Retention* pada UMKM Kunara Jombang ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh Label Halal, *Product Quality*, dan *Customer Service* terhadap *Customer Retention* pada UMKM Kunara Jombang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Label Halal terhadap *Customer Retention* pada UMKM Kunara Jombang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh *Product Quality* terhadap *Customer Retention* pada UMKM Kunara Jombang.
- d. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Service* terhadap *Customer Retention* pada UMKM Kunara Jombang.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini, berharap dapat memberi manfaat kepada beberapa pihak, yaitu:

- a. Bagi Peneliti

Dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman bagi penulis mengenai Label Halal, *Product Quality*, dan *Customer Service* dalam pengaruhnya terhadap *Customer Retention*.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan akan digunakan sebagai rujukan referensi tambahan bagi para peneliti selanjutnya sekaligus sumber referensi untuk peneliti yang ingin melakukan penelitian tentang pengaruh Label Halal, *Product Quality*, dan *Customer Service* terhadap *Customer Retention* pada UMKM Kunara Jombang.

c. Bagi Objek Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan digunakan sebagai tolak ukur untuk perbaikan kinerja dalam bidang pemasaran yang berhubungan dengan Label Halal, *Product Quality*, dan *Customer Service*.

d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan akan memberikan pandangan yang berkaitan dengan UMKM Kunara Jombang, sekaligus dapat dijadikan referensi untuk memilih UMKM yang diinginkan.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian landasan teori membahas mengenai teori-teori yang relevan yang akan digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian seperti label halal, *product quality*, *customer service*, *customer retention*, dan Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah(UMKM).

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian metode penelitian membahas mengenai metode yang hendak diterapkan dalam mengolah data penelitian seperti jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian hasil dan pembahasan membahas mengenai gambaran secara rinci objek penelitian dan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup membahas mengenai kesimpulan dan saran, yang mana kesimpulan merupakan hasil dari analisa yang didasari dengan penelitian. Sedangkan saran-saran yang bertujuan bagi peneliti selanjutnya yang mengambil variabel maupun obyek yang serupa dengan penelitian ini.