

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya UMKM Berkah Alesha Kuningan

Berkah Alesha Kuningan merupakan usaha rumahan yg membuat dan memproduksi aneka kerajinan kuningan. Awal mula berdiri usaha ini kebetulan ada saudara yg di surabaya dan purwodadi sudah dahulu mempunyai usaha kuningan. Awalnya hanya menjadi reseller yakni hanya menjualkan barang saja tapi dikarenakan orderan semakin bertambah dan di perjalanan ada kendala untuk pengambilan barang harus menempuh perjalanan keluar kota. Maka dimulailah owner mulai belajar dari online (youtube) cara membuat kerajinan kuningan fiber. Dan untuk nama usaha diambil dari nama anak pemilik yakni Alesha. Dan dirangkai menjadi "Berkah Alesha Kuningan" dengan harapan usaha ini membawa keberkahan.

Untuk perjalanan usaha ini yang dikatakan musiman semakin berkembang dikarenakan untuk pemasaran dilakukan dengan dunia digital atau *marketplace* yakni Shopee, tokopedia, Instagram. Jadi kebanyakan customer yg melakukan order dari pulau jawa seperti: Banyuwangi, Jember, Pekalongan, Bekasi dsb dan untuk luar pulau jawa seperti : Aceh, Sumatra, Lampung, Kalimantan, Jayapura dsb. Untuk awal produk hanya kalung wisuda di perjalanannya berkah alesha kuningan berinovasi melakukan penambahan produk untuk memenuhi kebutuhan customer (sekolah-sekolah) seperti: Selempang bordir wisuda, Selempang sablon ,kalung wisuda sablon , kalung wisuda (kain pita,medali), Kalung rektor. Dan pangsa produknya biasanya dari sekolah Paud, TK, TPQ, SD, SMP, SMA, Pondok Pesantren, dan Universitas.¹

¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Wasis Budi Utomo selaku pemilik Toko Berkah Alesha Kuningan, Senin 08 Mei 2023, pukul 10.00 WIB.

2. Produk-Produk yang dijual Toko Berkah Alesha Kuningan

Adapun produk-produk yang dijual Toko Alesha Kuningan:²

No	Nama Produk	Harga
1.	Kalung Gordon rector dosen senat	200.000
2.	Kalung wisuda Gordon	15.000
3.	Kalung wisuda kuningan tali medali Gordon	13.000
4.	Selempang wisuda bludru border	27.000
5.	Kalung wisuda Gordon kuningan	13.500
6.	Kalung wisuda emboss	20.000
7.	Cetak stiker/film	30.000
8.	Kalung wisuda tali medali, logo kuningan 0.4mm	14.000
9.	Kalung wisuda tali medali	3.500
10.	Kalung wisuda bahan satin/pales, tanpa pin logo	6.000
11.	Nametag, nama dada akrilik full color	7.000
12.	Nametag, nama dada akrilik magnet	10.000
13.	Medali wisuda 2 sisi (logo bolak-balik)	18.000
14.	Tambah dimensi kalung wisuda	3.000
15.	Badge nama border computer	3.500
16.	Badge logo sekolah/instansi	5.000
17.	Nama dada (name tag) kuningan	7.000
18.	Pin Gordon kalung wisuda, minim order 20	8.500
19.	Nama dada (nametag) peniti	7.000
20.	Pin bulat kuningan diameter 4,4cm	8.000
21.	Nametag, nama dada, putih-gold	20.000
22.	Samir wisuda sablon	19.000

² Wasis Budi Utomo, 'Berkah Alesha Kuningan', *Shopee*, 2019, p. 1.

3. Letak Geografis Toko Berkah Alesha Kuningan

Untuk lokasi dari toko Berkah Alesha Kuningan sendiri berada di Desa Panjang RT 05 RW 02, Kelurahan Panjang, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59326.³

4. Visi dan Misi Toko Berkah Alesha Kuningan

a. Visi

“Dapat menghasilkan produk kerajinan kuningan yg baik dan memberikan kepuasan pada pelanggan”.

b. Misi

“Mengembangkan hasil produksi yg kreatif dan inovatif”

5. Struktur Organisasi Toko Berkah Alesha Kuningan

Keberhasilan suatu perusahaan atau organisasi dalam mencapai tujuannya tergantung pada adanya kerjasama, pembagian tugas, dan wewenang yang jelas di dalamnya. Oleh karena itu, struktur organisasi diperlukan sebagai pedoman untuk membagi tugas dan tanggung jawab, sehingga memungkinkan hubungan antar bagian dalam perusahaan berjalan dengan baik. Berikut struktur organisasi toko berkah alesha kuningan.

Pemilik Perusahaan : Wasis Budi Utomo

Bagian Produksi : Eni Susana

Tenaga kerja borongan : Saiful Anas, Solikah, dan Titik.

6. Omset pada Toko Berkah Alesha Kuningan

Dikarenakan usaha ini merupakan usaha yang sifatnya musiman karena produknya untuk wisuda jadi di bulan-bulan kelulusan orderan masuk banyak. Sehingga omset di tiap bulannya dalam masa tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Dari bulan Januari sampai bulan Mei omsetnya mencapai Rp 12.000.000 per bulannya, dengan banyaknya pemesanan yang meliputi kalung wisuda, selempang wisuda, dan kalung rektor. Selanjutnya,
- b. Bulan Juni hingga bulan Desember pencapaian omset mengalami penurunan hingga mencapai Rp

³ ‘Google Maps’ <<https://maps.app.goo.gl/kZx4RhNNsKiqRyRK6>>.

2.000.000 sampai Rp 3.000.000 per bulannya dengan pemesanan hanya pada kalung rektor saja.⁴

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Berkah Alesha Kuningan

Di era saat ini, kompetisi bisnis semakin sengit, sehingga penting bagi suatu bisnis untuk memiliki pelayanan berkualitas guna mempertahankan pelanggan dan menjaga kelangsungan penjualan. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan agar pelanggan merasa puas sehingga menjadi pelanggan setia. Seperti yang dilakukan oleh toko berkah alesha kuningan yang melakukan pelayanan dengan sebaik mungkin agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Seperti wawancara dengan bapak Wasis Budi Utomo yang menyatakan.

“Cara melayaninya yakni dengan cara memberikan respon atau jawaban kepada calon customer. Misalnya bisa membuat logo, customer hanya memberikan gambaran coret-coretan di kertas, kami sebagai pengrajin sebisa mungkin segera mendesain sendiri agar gambar segera dikirim kepada calon customer. Karena biasanya hasil desainnya yang diajukan belum tentu di acc. Tapi dengan kita memberi pelayanan yang baik, cepat kepada calon customer mereka akan merasa diprioritaskan sebagai calon customer”.

Selain itu, pelayanan yang tinggi mutunya akan berdampak positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dianggap baik jika dapat memenuhi harapan konsumen, sebaliknya jika tidak mampu memenuhi harapan tersebut, kualitas pelayanan akan dianggap buruk. Oleh karena itu, untuk memastikan kepuasan konsumen, suatu bisnis harus memberikan perhatian yang

⁴ Wasis Budi Utomo. ‘Berkah Alesha Kuningan’, *Shopee*, 2019, p. 1 <<https://shopee.co.id/wasis29?smtt=0.0.9>> [accessed 09 May 2023]

serius terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya. Sebagaimana wawancara dengan Lia sebagai pelanggan Berkah Alesha Kuningan:

“Pelayanan di toko berkah alesha kuningan ramah dan amanah serta pesanan datang tepat waktu. Dapat gift gantungan kunci juga dari penjualnya dan puas dengan pelayanannya”.

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan pelanggan yang lain untuk memperkuat bahwa kualitas pelayanan di berkah alesha kuningan. Sebagaimana wawancara dengan Rifky sebagai pelanggan Berkah Alesha Kuningan menyatakan:

“Seller Toko Berkah Alesha Kuningan baik, ramah, respon cepat, proses pengerjaan selalu ada pemberitahuan dan kiriman juga tepat waktu. Tidak mengecewakan”.

Secara spesifik pelayanan dapat dibentuk 3 kategori yaitu sebagai berikut :

a. Pelayanan dengan lisan

Pelayanan lisan dilakukan oleh staf-staf yang berinteraksi dengan masyarakat seperti Humas, bagian layanan informasi, dan bidang-bidang lain yang bertugas memberikan penjelasan atau informasi kepada siapa pun yang membutuhkannya. Di toko ini, pelayanan lisan dilakukan langsung oleh ownernya sendiri.

b. Pelayanan melalui tulisan

Pelayanan melalui tulisan merupakan bentuk pelayanan yang paling menonjol dalam pelaksanaannya, tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi perannya. Di toko ini untuk bagian pelayanan tulisan dilakukan oleh ownernya secara langsung.⁵

c. Pelayanan dalam bentuk perbuatan

Secara umum, sebagian besar layanan yang dilakukan dalam bentuk tindakan sekitar 70-80% dilakukan oleh petugas-petugas di tingkat menengah dan bawah. Oleh karena itu, kemampuan dan keahlian

⁵ Wasis Budi Utomo.

petugas tersebut sangat mempengaruhi hasil dari tindakan atau pekerjaan yang dilakukan. Di toko ini untuk bagian pelayanan pembuatan dilakukan oleh bagian produksi dan tenaga kerja borongan.

Adapun prinsip-prinsip dalam dimensi pelayanan yang dijadikan sebagai tolak ukurnya adalah sebagai berikut:⁶

- a. *Reliability* (Kendala), Keandalan atau reliability adalah salah satu faktor penting dalam membangun kualitas pelayanan. Suatu layanan dikatakan memiliki keandalan jika dapat mengikuti prosedur dengan cermat dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan menjalankan standar pelayanan yang jelas, keandalan menjadi faktor yang penting. Keandalan dapat tercermin dari kemampuan perusahaan dalam menggunakan alat bantu yang tersedia untuk memproses pelayanan, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.⁷ terdiri dari kemampuan unit pelayanan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat. Maka dengan hal ini, toko akan terus melakukan perbaikan terkait pelayanan yang diberikan agar nantinya pelayanan dari perusahaan dapat menjadi semakin baik lagi.
- b. *Responsiveness* (Tanggap), kemauan untuk membantu konsumen bertanggungjawab terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Pada toko ini, *responsiveness* berkaitan erat dengan visi dari perusahaan ini sendiri yakni “Dapat menghasilkan produk kerajinan kuningan yg baik dan memberikan kepuasan pada pelanggan”. Ciri-ciri *responsiveness* dapat dikenali dari kemampuan dalam merespons pelanggan dengan baik, termasuk memberikan respon yang cermat, cepat, dan tepat. Ketika ada pelanggan yang mengajukan keluhan, pihak terkait segera

⁶ Nurhadi, ‘Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah’, 141.

⁷ Yusuf Abdhul, ‘Kualitas Pelayanan: Indikator, Pengaruh Dan Contoh [Lengkap]’, *Deepublishstore*, 2022, p. 1. <<https://deepublishstore.com/blog/kualitas-pelayanan/>> [accessed 09 May 2023]

- merespons dan melakukan perbaikan yang diperlukan.
- c. *Assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, serta bisa dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Yang mana hal ini telah ada pada toko, terutama terkait dengan keamanan yang diberikan oleh toko dan harga yang ditawarkan pada toko.⁸ Ciri-ciri perusahaan yang memberikan jaminan kepada pelanggan dapat diidentifikasi sebagai berikut. Pertama, perusahaan tersebut menjalankan kegiatan dengan tepat waktu. Kedua, jaminan diberikan secara sesuai dengan jenis layanan yang diberikan. Terakhir, jaminan tersebut diberikan karena perusahaan memiliki legalitas yang sah.⁹
 - d. *Empathy* (Perhatian), kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Pada toko ini, perihal komunikasi sangatlah diutamakan, sebab toko ini bergerak dibidang pelayanan sehingga faktor terpenting pada toko ini salah satunya ialah sebuah komunikasi yang baik antara pihak toko dengan pembeli. Sehingga pada akhirnya pihak pembeli merasa puas atas pelayanan yang telah toko berikan¹⁰. Bentuk-bentuk empati dalam pelayanan dapat mencakup melayani konsumen dengan sikap sopan, ramah, menghargai pelanggan tanpa memandang siapa mereka, dan memberikan prioritas pada kepentingan pelanggan. Hal terpenting, tidak boleh melayani dengan cara diskriminatif dan pilih kasih. Semua hal tersebut telah dilakukan oleh toko Berkah Alesha Kuningan.
 - e. *Tangibles* (Langsung), terdiri atas fasilitas fisik, peralatan, personil dan komunikasi. Kehadiran aspek tangible dalam pelayanan dapat dicirikan dengan memberikan kemudahan dalam proses pelayanan dan

⁸ Wasis Budi Utomo.

⁹ Abdhul.

¹⁰ Wasis Budi Utomo.

memperlihatkan keberadaannya dalam melayani pelanggan merupakan aspek penting. Hal ini dapat menciptakan kenyamanan bagi pelanggan dan mempermudah akses mereka dalam memperoleh layanan yang dibutuhkan¹¹. Pada toko ini, terkait pada kegiatan kesehariannya membuat toko harus selalu memberikan inovasi terkait produk yang telah diluncurkan sehingga fasilitas yang diberikan tidak diragukan dan dipertanyakan lagi terkait keamanan yang ada pada proses pengerjaannya.¹²

2. Kualitas Harga Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Berkah Alesha Kuningan

Secara garis besar, harga merujuk pada jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen kepada penjual untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkannya. Umumnya, penentuan harga dilakukan oleh penjual atau penyedia jasa. Namun, dalam konteks perdagangan, pembeli atau konsumen dapat melakukan negosiasi harga. Setelah tercapai kesepakatan antara pembeli dan penjual, maka transaksi dapat dilakukan. Namun, tidak semua sektor pemasaran memungkinkan adanya tawar-menawar. Sebagai contoh, sistem tawar-menawar sering terjadi dalam pembelian di pasar tradisional.

Dalam strategi pemasaran, harga memiliki peranan yang sangat penting. Hal ini disebabkan karena harga merupakan nilai yang ditukarkan dengan produk atau jasa dan dinyatakan dalam bentuk uang. Selain itu, harga juga merupakan faktor kunci dalam menentukan kesuksesan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Keberhasilan perusahaan dinilai berdasarkan sejauh mana perusahaan tersebut dapat menghasilkan keuntungan dari harga yang ditetapkan dalam penjualan produk atau jasa yang mereka tawarkan.¹³

Oleh karena itu, toko harus secara terus-menerus meningkatkan kualitas pelayanan mereka agar dapat

¹¹ Abdhul.

¹² Wasis Budi Utomo.

¹³ Tokopedia.

menarik konsumen dan menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman dan menyenangkan bagi mereka. Selain itu, toko juga perlu memperhatikan kebijakan penetapan harga mereka, dengan mempertimbangkan harga yang ditawarkan oleh pesaing dan berfokus pada manfaat yang dirasakan oleh pelanggan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang akan berdampak positif pada peningkatan penjualan toko.¹⁴

Harga memiliki keterkaitan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa harga suatu produk adalah wajar, mereka cenderung akan melakukan pembelian ulang. Sebaliknya, jika pelanggan merasa harga tidak sesuai, mereka kemungkinan besar tidak akan melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, penting untuk menetapkan harga yang wajar dan terjangkau, serta memberikan informasi yang komprehensif mengenai produk yang dapat dipahami oleh konsumen. Persepsi harga juga memiliki pengaruh psikologis yang signifikan terhadap respons pelanggan terhadap harga. Semakin tinggi nilai yang dirasakan oleh pelanggan, semakin besar kepuasan pelanggan yang dapat tercipta. Sebagaimana wawancara dengan Lia sebagai pelanggan berkah Alesha Kuningan menyatakan:

“Harga yang ditawarkan oleh toko berkah Alesha Kuningan terkait produknya sangat sesuai dengan harapan saya antara produk dengan kualitas produk dari berkah Alesha Kuningan. Barang bagus dan tidak mengecewakan”.

Kemudian wawancara juga dilakukan dengan Rifky sebagai pelanggan berkah Alesha Kuningan yang menyatakan:

“Harga yang ditawarkan oleh toko berkah Alesha Kuningan terkait produknya sesuai dengan harapan saya. Produknya original atau asli, desain juga bisa kompromi. Sesuai harapan dan bisa menjadi langganan”.

Dari wawancara tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa toko berkah Alesha Kuningan dalam menentukan harga sesuai dengan harga pasaran dan meningkatkan

¹⁴ Gofur.

kualitas produk agar tetap bisa bersaing. Dalam kaitannya harga dengan kepuasan pelanggan, toko berkah alesha kuningan sudah baik hal tersebut dibuktikan dengan pelanggan yang merasa bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang bagus dan original.

3. Kualitas Pelayanan Dan Harga Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Berkah Alesha Kuningan

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi yang digunakan untuk memastikan bahwa pengalaman konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan harapannya. Kepuasan pelanggan juga dapat diartikan sebagai respons pelanggan terhadap perbedaan antara harapan dan kinerja produk yang dirasakan.¹⁵ Oleh karena itu, sampai saat ini, kepuasan pelanggan telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari visi, misi, tujuan, dan pernyataan posisi toko, serta banyak elemen lainnya.

Hal yang paling penting bagi perusahaan dalam menciptakan kepuasan pelanggan adalah menjaga kualitas produk yang mereka tawarkan. Beberapa faktor yang perlu diperhatikan agar konsumen tetap setia dalam bisnis kita antara lain:

a. Kualitas Produk

Kualitas produk dapat dinilai berdasarkan kepuasan pelanggan setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, yang menunjukkan bahwa produk memiliki kualitas yang tinggi.

b. Harga

Harga yang terjangkau juga akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang mereka beli.

c. Pelayanan

Pelayanan merupakan elemen kunci dalam sifat jasa yang bertujuan untuk menjaga dan meningkatkan hubungan antara produsen dan pelanggan. Selain itu, penting untuk mendengarkan keluhan dan masukan dari

¹⁵ Poniman and Choerudin.

pelanggan serta memberikan solusi yang tepat agar produk perusahaan dapat ditingkatkan dan lebih disukai oleh pelanggan. Service Quality disebutkan ada 3 yaitu berupa sistem, teknologi serta manusia.

d. Emotional

Menggunakan merek terkenal untuk memenuhi gaya hidup dapat memberikan kepuasan emosional kepada pelanggan.

e. Biaya dan Kemudahan

Kepraktisan dalam mendapatkan produk dan harga yang terjangkau juga berperan sebagai faktor yang mendorong kepuasan pelanggan.¹⁶

Kualitas pelayanan dan harga menjadi faktor kunci dalam menilai tingkat kepuasan pelanggan. Perubahan kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga yang ditetapkan. Dengan menyediakan pelayanan yang baik, seperti memberikan waktu dan bantuan kepada pelanggan, serta memiliki keterampilan komunikasi yang baik untuk menyampaikan informasi produk, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu harga yang ditawarkan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti harga yang ditawarkan sesuai pasaran atau bisa lebih rendah dengan kualitas yang sama, bisa juga dengan menawarkan kualitas produk yang baik atau premium sehingga pelanggan akan merasa puas walaupun harga yang diberikan sedikit lebih mahal. Sebagaimana wawancara dengan Bapak Wasis Budi Utomo Selaku Owner toko berkah alesha kuningan menyatakan:

“Alhamdulillah seperjalanan usaha ini belum ada komplain dari customer yang berlebihan. Cuma customer selalu memastikan kembali barang ready kapan agar bisa segera dikirim. Pernah ada pengalaman pada saat pertama kali menjual selempang wisuda dan pernah ada yang orderan, karena hasil produknya kurang maksimal dan estimasi waktu sudah kirim, maka

¹⁶ Irawan.

barang tetap kami kirim sesuai pesanan. Tapi owner memberikan informasi kepada customer kalo hasil produk selempong wisuda kurang maksimal yakni dari warna kain dan benang kurang menonjol dan owner meminta maaf dan menyelipkan uang potongan pembelian (cash back) di barang pengiriman sebagai permintaan maaf. Customer berterimakasih dan tidak mempermasalahkannya serta memberi respon yang baik dengan balasan tahun depan akan order kembali”.

Hal tersebut dalam dunia usaha dagang yang terpenting adalah komunikasi yang baik dengan customer sehingga customer merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan sehingga akan melakukan pembelian kembali, bahkan akan merekomendasikan ke teman, saudara, dan lain-lain. Dan owner selalu berkomitmen untuk dapat menyelesaikan orderan sesuai estimasi waktu kesepakatan antara customer.

Kepuasan pelanggan juga dibuktikan dengan wawancara dengan Lia selaku pelanggan toko berkah alesha kuningan yang menyatakan:

“Saya memutuskan belanja di toko berkah alesha kuningan karena melihat testimoni pelanggan bagus dengan kualitas produk yang dijual berkah alesha kuningan bagus serta harga juga tergolong murah dan pelayanan juga bagus”.

Wawancara selanjutnya dilakukan dengan Rifky selaku pelanggan toko berkah alesha kuningan yang menyatakan:

“Dari segi pelayanan dan harga yang didapatkan sesuai dengan harapan saya. Sellernya juga komunikatif, pengerjaan dan pengiriman tepat waktu”.

Tingkat kepuasan pelanggan yang didapatkan oleh UMKM Berkah Alesha Kuningan sangatlah baik, banyak pelanggan yang mengatakan bahwasanya toko ini memiliki pelayanan yang sangat baik terlebih dalam merespon pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung, banyak pelanggan yang mengatakan bahwa toko ini amat sangat ramah sehingga para pelanggan merasa nyaman dan puas berbelanja di toko ini. Selain

itu harga yang ditawarkan juga termasuk terjangkau dengan kualitas produk yang bagus¹⁷.

C. Analisis dan Pembahasan

1. Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada UMKM Berkah Alesha Kuningan

Setiap toko atau tempat usaha selalu ingin dianggap terbaik di mata konsumennya. Konsumen pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Ciri-ciri pelayanan yang baik harus diketahui oleh pihak toko atau tempat usaha sehingga keinginan konsumen dapat diberikan secara maksimal. Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik. Untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen, salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai. Konsumen mengharapkan pelayanan yang prima, dan hal ini dapat dicapai dengan menyediakan fasilitas dan infrastruktur yang baik.
- b. Tersedia karyawan yang baik. Kenyamanan konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Oleh karena itu, penting bagi karyawan untuk memiliki sifat yang ramah, sopan, dan menarik dalam berinteraksi dengan konsumen. Selain itu, petugas juga perlu memiliki responsifitas yang cepat, kemampuan berkomunikasi yang baik, kemampuan untuk menciptakan suasana yang menyenangkan, serta kecerdasan dalam melayani konsumen.
- c. Setiap karyawan bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan kepada konsumen mulai dari awal hingga selesai. Mereka harus mampu memberikan pelayanan yang baik dan memenuhi

¹⁷ Pengguna Shopee, 'Penilaian Produk', *Shopee*, 2023, p. 1. <https://shopee.co.id/Kalungwisuda-gordon-i.9626695.1025131472?sp_atk=caac6dc3-7fe8-40db-815b-dcf0100f23eb&xptdk=caac6dc3-7fe8-40db-815b-dcf0100f23eb> [accessed 09 Mei 2023]

- kebutuhan konsumen sejak awal interaksi hingga akhir transaksi atau kegiatan.
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat. Petugas diharapkan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada konsumen. Mereka harus mengikuti prosedur yang telah ditetapkan untuk memberikan pelayanan yang sesuai. Selain itu, pelayanan juga harus disesuaikan dengan jadwal dan kebutuhan konsumen agar dapat memenuhi harapan mereka.
 - e. Mampu berkomunikasi. Petugas harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dengan konsumen dan memahami keinginan mereka. Hal ini melibatkan penggunaan bahasa yang jelas dan mudah dipahami, serta menghindari penggunaan istilah yang sulit dimengerti oleh konsumen.
 - f. Berusaha memenuhi kebutuhan konsumen. Petugas harus responsif terhadap kebutuhan dan permintaan konsumen, serta memiliki pemahaman yang baik tentang keinginan dan kebutuhan mereka.

Meningkatkan kepuasan pelanggan adalah tugas yang tak mudah bagi setiap bisnis. Tentunya hal ini membutuhkan kerja keras dan kolaborasi dari seluruh tim untuk mencapai tujuan tersebut. Berikut adalah beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan:

- a. Menanggapi masalah yang terjadi pada pelanggan secara cepat dan ramah.¹⁸
- b. Meminta feedback secara berkala.
- c. Membangun hubungan yang baik dengan para pelanggan.
- d. Selalu kompetitif terhadap kondisi pasar.
- e. Memberikan promo atau reward atas loyalitas pelanggan.
- f. Memberikan pelatihan kepada karyawan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.¹⁹

¹⁸ Wasis Budi Utomo.

¹⁹ Sodexo, 'Kepuasan Pelanggan: Definisi Dan Faktor Pendukungnya', Sodexo, 2019 <<https://www.sodexo.co.id/pengertian-kepuasan-pelanggan/>>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh toko berkah alesha kuningan sangat baik dengan berperilaku sopan, ramah, cepat tanggap, dan komunikasi yang baik. Selain itu berkah alesha kuningan juga memperhatikan setiap kebutuhan dan kemauan pelanggan, sehingga pelanggan merasa pelayanan yang dilakukan sesuai dengan harapan dan pelanggan merasa puas atas layanan yang diberikan di toko berkah alesha kuningan.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ali Murdhani Ngandoh, yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa layanan yang berkualitas tinggi akan memberikan dampak positif pada kepuasan pelanggan. Kualitas layanan dianggap baik apabila dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, sedangkan jika tidak memenuhi harapan konsumen, kualitas layanan akan dinilai buruk. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan kepada pelanggan guna memenuhi kepuasan mereka²⁰. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori di atas bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

Banyak hal yang telah dilewati UMKM Berkah Alesha Kuningan terkait pelayanan, terutama dalam melayani keluhan dari para pelanggan. Namun, karena permasalahan yang datang bukanlah suatu hal besar sehingga pada akhirnya pihak toko dapat menyelesaikannya dengan baik dan tanpa merugikan

[accessed 09 Mei 2023]

²⁰ Ali Murdhani Ngandoh, 'Kepuasan Konsumen Melalui Harga, Promosi, Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan', *Jurnal Mirai Manajemen*, 6.2 (2021), 241.

pihak manapun.²¹ Dilihat dari cara toko menyelesaikan permasalahan yang datang, pihak toko pun dalam melayani pelanggan benar-benar ramah dan cekatan sehingga banyak pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh UMKM Berkah Alesha Kuningan.

2. Kualitas Harga Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada UMKM Berkah Alesha Kuningan

Harga dapat diartikan sebagai nilai uang yang digunakan untuk mengevaluasi atau menilai suatu barang atau produk²². Sedangkan, harga bisa juga didefinisikan sebagai jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu barang atau jasa sebagai imbalan atau feedback.²³ Persepsi harga merupakan suatu mekanisme yang digunakan agar pelanggan dapat memperoleh pemahaman dan penilaian yang lebih mendalam terkait harga suatu produk atau pelayanan.²⁴

Toko Berkah Alesha Kuningan menentukan sebuah harga hingga menarik para pelanggan adalah dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Menetapkan pangsa pasar merupakan salah satu dampak dari penetapan harga. Hal ini berarti bahwa harga yang ditentukan oleh penjual atau produsen akan mempengaruhi segmen pasar mana yang akan menjadi target dari penjualan barang atau jasa yang mereka tawarkan.
- b. Peningkatan keuntungan menjadi salah satu tujuan dari penetapan harga yang lebih tinggi. Dalam hal ini, semakin tinggi harga yang ditetapkan, semakin besar juga potensi keuntungan yang dapat diperoleh oleh penjual atau produsen. Namun, perlu diingat bahwa peningkatan harga harus mempertimbangkan, seperti daya beli dan faktor-faktor lain.

²¹ Wasis Budi Utomo.

²² Buchari.

²³ Indrasari.

²⁴ Sudaryono.

- c. Menjaga Loyalitas Konsumen. Agar dapat mempertahankan loyalitas konsumen, penjual atau produsen perlu menetapkan harga yang sesuai dengan segmen pasar yang dituju.
- d. Menjaga Daya Saing. Pembeli atau produsen menentukan harga untuk menjaga persaingan dengan kompetitor-kompetitor di pasar.

Karena UMKM Berkah Alesha Kuningan menerapkan hal-hal tersebut, para pelanggan menjadi merasa puas akan harga yang ditawarkan oleh UMKM Berkah Alesha Kuningan,²⁵ Banyak pula pelanggan menjadi tertarik untuk membeli karena melihat penawaran harga yang diberikan oleh UMKM Berkah Alesha Kuningan.

Adapun produk yang dijual Toko Alesha Kuningan serta harganya adalah sebagai berikut:²⁶

No.	Nama Produk	Harga
1.	Kalung Gordon rector dosen senat	200.000
2.	Kalung wisuda Gordon	15.000
3.	Kalung wisuda kuningan tali medali Gordon	13.000
4.	Selempang wisuda bludru border	27.000
5.	Kalung wisuda Gordon kuningan	13.500
6.	Kalung wisuda emboss	20.000
7.	Cetak stiker/film	30.000
8.	Kalung wisuda tali medali, logo kuningan 0.4mm	14.000
9.	Kalung wisuda tali medali	3.500
10.	Kalung wisuda bahan satin/pales, tanpa pin logo	6.000
11.	Nametag, nama dada akrilik full color	7.000
12.	Nametag, nama dada akrilik magnet	10.000
13.	Medali wisuda 2 sisi (logo bolak-balik)	18.000
14.	Tambah dimensi kalung wisuda	3.000
15.	Badge nama border computer	3.500

²⁵ Pelanggan 1, 'Wawancara Dengan', 2023.

²⁶ Utomo.

16.	Badge logo sekolah/instansi	5.000
17.	Nama dada (name tag) kuningan	7.000
18.	Pin Gordon kalung wisuda, minim order 20	8.500
19.	Nama dada (nametag) peniti	7.000
20.	Pin bulat kuningan diameter 4,4cm	8.000
21.	Nametag, nama dada, putih-gold	20.000
22.	Samir wisuda sablon	19.000

Dilihat dari harga yang tertera di atas, banyak pelanggan yang beranggapan bahwa harga tersebut sangatlah sesuai dengan kualitas produk yang dimiliki oleh UMKM Berkah Alesha Kuningan²⁷.

Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Bayu Putra Setiawan dan Agus Frianto. Mereka menyimpulkan bahwa persepsi harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, jika pelanggan memiliki persepsi harga yang baik, maka tingkat kepuasannya juga akan meningkat. Temuan ini sejalan dengan teori Tjiptono yang menyatakan bahwa harga yang ditetapkan oleh perusahaan harus sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan, sehingga konsumen merasa mendapatkan manfaat yang sepadan dengan jumlah uang yang mereka keluarkan²⁸.

Dari hal di atas harga yang ditawarkan di toko berkah alesha kuningan dapat memberi kepuasan pelanggan karena harga yang sesuai dengan kualitas produk yang tidak mengecewakan dan harga yang cukup menarik karena tersedia harga grosir sehingga harga jual lebih murah dan banyak promo menarik salah satunya gratis ongkir dengan jumlah pembelian tertentu.

²⁷ Hasil Wawancara dengan Lia selaku Pelanggan UMKM Berkah Alesha Kuningan, Jum'at 12 Mei 2023, Pukul 14.00 WIB.

²⁸ Bayu Putra Setiawan and Agus Frianto, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian)', *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3.3 (2021), 361–62 <<https://doi.org/10.33752/bima.v3i3.293>>.

3. Kualitas Pelayanan dan Harga Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada UMKM Berkah Alesha Kuningan

Dilihat dari banyaknya review jujur para pelanggan, Toko Berkah Alesha Kuningan memberikan pelayanan dan harga yang sangat memuaskan bagi para pelanggan, sehingga banyak pelanggan yang melakukan pembelian kembali di Toko Berkah Alesha Kuningan.

Hal tersebut didukung dengan data toko berkah alesha kuningan pada marketplace shopee mempunyai rate bintang 4.8 atau kategori toko yang termasuk bagus salah satunya dari segi kualitas pelayanan dan harga, banyak testimoni-tertimoni pelanggan merasa puas dengan toko berkah alesha kuningan sehingga sangat menarik untuk calon konsumen baru yang akan melakukan pembelian. Selain itu toko berkah alesha kuningan juga memberikan deskripsi produk yang jelas dan informasi yang diberikan juga lengkap.

Kepuasan pelanggan adalah hasil dari pemenuhan kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka, yang berdampak pada pembelian ulang dan loyalitas jangka panjang. Pelayanan dan harga memiliki peran yang signifikan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Semakin baik pelayanan dan harga yang ditawarkan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Keuntungan dapat diraih oleh toko atau tempat usaha jika kepuasan pelanggan meningkat. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan, toko atau tempat usaha perlu mendapatkan umpan balik dari pelanggan, yang dapat digunakan sebagai masukan untuk pengembangan, implementasi, dan peningkatan kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan mengajukan keluhan, ini menjadi kesempatan bagi toko atau tempat usaha untuk mengevaluasi kinerjanya.²⁹

Pendapat tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Aditia dan rekan-rekan. Menurut penelitian tersebut, terdapat hubungan antara harga dan kualitas

²⁹ Afnina Afnina and Yulia Hastuti, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9.1 (2018), 21–30 <<https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>>.

pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Dengan menetapkan harga yang tepat dan memberikan pelayanan yang baik, perusahaan dapat menarik pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka, sehingga pelanggan akan terus menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi, dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun, khususnya kualitas pelayanan dan harga memiliki dampak yang nyata terhadap kepuasan pelanggan³⁰.

Pada dasarnya setiap konsumen mengharapkan kualitas pelayanan yang baik dan harga yang sesuai. Jika kualitas pelayanan baik serta maksimal dan harga yang sesuai, maka pelanggan akan merasa puas dan besar kemungkinan untuk merekomendasikan kepada kerabatnya untuk menggunakan produk tersebut. Hal itu juga dilakukan oleh toko berkah alesha kuningan sehingga bisa bersaing di pasar yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik dan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan sehingga pelanggan yang berbelanja di berkah alesha kuningan merasa puas.

³⁰ Anton Tirta Komara and others, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Salah Satu Perusahaan Jasa Transportasi Di Kota Bandung)', *Acman: Accounting and Management Journal*, 1.2 (2021), 114.