

**ANALISIS STRATEGI PELAYANAN DALAM  
MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM  
BISNIS KULINER BEBEK GALAK HITAM CAK GIREN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**MANAJEMEN**



**OLEH:**

**ELFIANTI LITA**

**NIM. 2018120162**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi  
MALANG  
2022**

# **ANALISIS STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM BISNIS KULINER BEBEK GALAK HITAM CAK GIREN**

Pembimbing I: Dr. Willy Tri hardianto., S.Sos., MM., MAP  
Pembimbing II: Fitria Setyaningrum, SE.,MM  
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tribhuwana  
Tunggadewi Malang  
Email: elfianti.litta@gmail.com

## **Ringkasan**

UMKM Bisnis Kuliner merupakan usaha yang bergerak di bisnis makanan, dimana strategi pelayanan menjadi hal yang penting bagi perusahaan. Strategi pelayanan adalah cara untuk mencapai tujuan yang berfungsi untuk memperoleh kepuasan konsumen. Penelitian ini adalah penelitian Kualitatif, peneliti menganalisis data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi pada UMKM Bisnis Kuliner Bebek Galak Hitam Cak Giren Malang. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada UMKM Bisnis Kuliner Bebek Galak Hitam Cak Giren Malang. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan yang dilakukan UMKM Bisnis Kuliner Bebek Galak Hitam Cak Giren dalam mencapai kepuasan konsumen yaitu dari segi pelayanan yang baik dapat memberikan keharmonisan serta loyalitas sehingga dapat menguntungkan pihak UMKM Bisnis Kuliner Bebek Galak Hitam Cak Giren tersebut.

**Kata kunci:** *Strategi, Pelayanan, Kepuasan*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Kota Malang adalah salah satu tujuan banyak orang dari berbagai kalangan daerah di Indonesia yang akan meneruskan studi di universitas negeri maupun swasta, sehingga Kota Malang menjadi padat penduduk dan menyebabkan macet karena urbanisasi yang terus meningkat. Oleh karena itu, Kota Malang mempunyai peluang besar untuk menarik perhatian masyarakat. Beberapa peluang besar yang dapat dikembangkan oleh penduduk dan pemerintah Kota Malang yang bisa menyimbolkan *icon* Kota Malang dan pesona bagi wisatawan serta masyarakat yang berada di Malang, yaitu berbagai tempat wisata seperti wisata pantai, wisata wahana dan wisata kuliner.

Surganya para pecinta kuliner juga terdapat di Kota Malang, mulai dari olahan hasil panen hingga olahan hasil ternak, sehingga mengakibatkan terjadinya persaingan pasar yang sangat ketat. Keadaan ini menuntut pengusaha untuk bekerja lebih aktif serta memperhatikan strategi dan pelayanan demi menjaga kelangsungan usaha. Terutama untuk pelaku UMKM yang bergerak di bidang bisnis kuliner, usaha ini tidak dapat diragukan lagi ketangguhannya telah terbukti sebagai jaring pengaman perekonomian disaat usaha lain banyak yang gulung tikar. Selain itu, UMKM juga menjadi peran penting dalam pengembangan perekonomian masyarakat dan sebagai pencipta pasar baru yang memiliki inovasi kreatif. Hartono (2016) berpendapat UMKM sebagai komponen usaha produksi

yang *independen* dapat dilakukan perorangan atau badan usaha di bidang sektor ekonomi.

Pemberdayaan UMKM pada perkembangan teknologi dan persaingan yang semakin meluas mengharuskan pelaku UMKM agar dapat menghadapi tantangan serta persaingan, seperti memberikan pelayanan yang baik, melakukan inovasi produk, teknologi dan mengembangkan SDM (sumber daya manusia) serta memperluas jaringan pemasaran. Selain itu pelaku UMKM juga harus selalu mengikuti perkembangan zaman secara terus-menerus sehingga mampu meningkatkan kualitas dan kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan dan konsumen merasa puas serta percaya dengan kualitas pelayanan yang diterima, Menurut Neris dan Hardianto (2016) menyatakan bahwa secara umum dalam memberi pelayanan aspek kualitas perlu diperhatikan untuk meningkatkan kenyamanan masyarakat. Hal ini harus diperhatikan guna menaikkan nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya yaitu untuk bisa bersaing dengan produk lain yang semakin menguasai manufaktur dan sentra industri di Indonesia. Mengingat UMKM merupakan suatu usaha yang mampu menembus faktor produksi terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011). Menurut Setyaningrum (2018) menyatakan bahwa UMKM yaitu penunjang perekonomian, terlihat dari kilas balik insiden di tahun 1997 sampai tahun 1998, yakni terjadinya krisis ekonomi. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan besar gulung tikar. Tetapi UMKM mampu bertahan dari hal tersebut. UMKM juga memberikan jumlah nilai tambah atas barang dan jasa yang besar setiap tahunnya. Data dari kementerian koperasi dan UMKM, PDB UMKM di tahun 2010-2013 terus mengalami kenaikan. Dari

data itulah menunjukkan bahwa UMKM penting menjaga eksistensi dan meningkatkan usahanya. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk mempertahankan dan menciptakan kepuasan konsumen adalah dengan memberikan konsumen pelayanan yang baik, bersikap ramah dan memberikan produk, barang atau jasa yang berkualitas. Kebutuhan akan makanan dan minuman sudah menjadi kebutuhan dasar manusia yang wajib terpenuhi, sehingga usaha bisnis kuliner menjadi trending di masyarakat, oleh karena itu, pelaku UMKM perlu mengetahui strategi pelayanan yang tepat untuk mengetahui perilaku dan sikap konsumen saat melakukan pembelian, menggunakan dan menilai pelayanan guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Semakin berkualitas pelayanan yang didapatkan oleh konsumen maka semakin loyal konsumen terhadap suatu perusahaan. Menurut Jauch dan Gleuch (2015) strategi yakni rencana yang digabungkan secara sistematis yang melibatkan strategi unggul perusahaan dengan persaingan dan dipersiapkan untuk meyakinkan tercapainya rencana yang tepat oleh perusahaan. Pelayanan yang berkualitas adalah titik pusat bagi perusahaan karena membawa dampak kepuasan konsumen. Kasmir (2017) mendefinisikan pelayanan yaitu sikap orang atau suatu organisasi dalam memuaskan konsumen, sesama pegawai serta atasan. Rusydi (2017) menyatakan kualitas pelayanan ialah kekuatan perusahaan dalam menciptakan pelayanan yang berkualitas dipadankan dengan kompetitornya. Hal ini bertujuan untuk seluruh barang dan jasa pelayanan yang diberikan kepada konsumen akan memperoleh nilai positif dari konsumen. Hal ini secara otomatis akan timbul jika pelayanan yang konsumen rasakan sangat memuaskan.

Tercapainya rasa puas yang dirasakan konsumen akan memberi manfaat baik bagi pelaku usaha, diantaranya yaitu terjalinnya hubungan baik antara konsumen dan pelaku usaha, terciptanya kelayakan konsumen, sehingga menguntungkan pelaku usaha itu sendiri. Brown dalam Dwiastuti (2012) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah kesesuaian harapan antara kebutuhan dan keinginan mengenai suatu produk dan jasa. Pentingnya strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen bagi UMKM Bisnis Kuliner Bebek Galak Hitam Cak Giren, yaitu suatu cara untuk mendapatkan keuntungan dan memperoleh keinginan sesuai harapan dalam suatu bisnis persaingan pemasaran yang berlangsung. Sebuah UMKM Bisnis Kuliner Bebek Galak Hitam Cak Giren yang bertempat di JL. Tirta Utomo No. 24, Malang, Jawa Timur. UMKM ini merupakan UMKM yang menyajikan aneka lalapan khas Malang dan memiliki cabang di Malang, yaitu berada di JL. Merjosari. UMKM Bebek Galak Hitam Cak Giren ini tidak hanya menyajikan makanan yang enak dan murah namun mereka menyadari bahwa perlunya strategi pelayanan yang dibutuhkan untuk memuaskan para konsumen sehingga menciptakan loyalitas konsumen terhadap UMKM Bebek Galak Hitam Cak Giren. UMKM ini menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan UMKM yang sejenis yang ada di JL. Tirta Utomo, Merjosari dan sekitarnya. Sehingga mengharuskan UMKM Bisnis Kuliner Bebek Galak Hitam Cak Giren untuk meningkatkan usahanya dalam menghadapi persaingan dengan cara meningkatkan penjualan, salah satu usaha yang digunakan oleh UMKM Bisnis Kuliner Bebek Galak Hitam Cak Giren yaitu dengan cara meningkatkan strategi pelayanan.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik membuat judul **Analisis Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada UMKM Bisnis Kuliner Bebek Galak Hitam Cak Giren Malang.**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Melihat latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah tersebut sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen yang diterapkan oleh pihak UMKM Bisnis Kuliner Bebek Galak Hitam Cak Giren.
2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat yang ada dalam strategi pelayanan yang diberikan UMKM Bisnis Bebek Galak Hitam Cak Giren.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dilihat dari rumusan masalah yang ada, tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui apa strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada UMKM bisnis kuliner bebek galak hitam cak giren.
2. Mencari tahu faktor pendukung dan penghambat strategi pelayanan yang diberikan UMKM Bisnis Bebek Galak Hitam Cak Giren.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Sebagaimana telah dipaparkan mengenai tujuan dari penelitian, sehingga manfaat penelitian yaitu:

1. Bagi Peneliti. Memberikan sebuah pengetahuan dan tingkat pemahaman saat dibangku perkuliahan serta mampu menginterpretasikan dalam dunia kerja.
2. Bagi Perusahaan. Memberi informasi kepada pihak pelaku UMKM Bisnis Kuliner Bebek Galak Cak Giren mengenai Strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Bagi Akademis. Hasil penelitian dan pengerjaan skripsi merupakan syarat dalam memperoleh gelar S1 di Tribhuwana Tungadewi Malang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Armistead, C.G dan G. Clark. 1996. *Customer Service and Support* (Layanan dan Dukungan Kepada Pelanggan). Jakarta: PT Elex Media KomputindoKelompok Gramedia.
- Armstrong, K. 2015, “*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*”, England: Pearson Education, Inc.
- Budio, S. 2019. Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata*. Vol. 02 (2) (56-72)
- Dwiastuti, dkk. 2012. Ilmu Perilaku Konsumen. Malang: UB Press.
- Fahri, I. 2013. Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi. Bandung: Alfabeta.
- Setyaningrum, F. 2018. Strategi Laporan Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, *Jurnal OPTIMA*, Vol. 2 (2) (14-23)
- Haksever, dkk. 2000. *Service Management oprations*. USA: Pearson Prentice Hall.
- Hartono dan D.H. Deny. 2014. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta, (*Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol. 14, No. 1, 2014: 15-30).
- Ibrahim. 2015. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Jauch, L.R & W.F. Glueck. 1996. Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan (alih bahasa *Strategic Management and Business Policy*). . 1996: cetakan keempat. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kasmir. 2017. *Customer Services Exellent* Teori Dan Praktik. JL Raya Leuwinanggung No 112 Kel Leuwinanggung Kec Tapos Kota Depok 16956: Pt Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P and K.L. Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Lovelock, C., Paul G. Patterson, & R.W. Walker; 2002. *Services Marketing: An Asia Pacific Perspective*, 2 nd ed. French Forest: Prentice Hall.
- Lovelock, C & L. Wright. 2004. *Principles of Service Marketing and Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Miles, M.B & Huberman A.M. 1984, Analisis Data Kualitatif. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. 1992. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Moleong, L.J. 2013. Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, L. 2014. Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

- Neris, F & Hardianto W. T. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Voice* (Ekspresi Ketidakpuasan) Masyarakat Di Sektor Administrasi kependudukan, JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 5 (2) : 32-40.
- Robbins, S.P. 1996. Perilaku Organisasi. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Rusydi, A. 2017. Manajemen Pemasaran. Sayed Mahdi, ALFABETA, Bandung
- Sudaryanto. 2011. *The Need for ICT-Education for Manager or Agribusinessman to Increasing Farm Income: Study of Factor Influences on Computer Adoption in East Java Farm Agribusiness*. International Journal of Education and Development, JEDICT, Vol 7 No 1 halm. 56-67
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Suwarsono. 1999. Manajemen Kualitas Pelayanan. Jakarta: PT. Mandala Krida.
- Tjiptono, F. 2017. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Utami, C.A. 2006. Strategi Dan Implementasi Ritel Modern. Jakarta. Salemba Empat.