

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada UMKM Oleh-Oleh Khas Kabupaten Jember)

Fajrul Maulana^{1*}, Moh. Danial Islami², Roni Yanto³

^{1,2,3}Akuntansi, Universitas Ibrahimy

^{1*}fajrulrisma21@gmail.com, ²mdanialislami01@gmail.com ³roniyanto@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pelayanan yang baik dan kepuasan pelanggan dapat memengaruhi keinginan seseorang untuk membeli produk oleh-oleh dari pelaku UMKM di Kabupaten Jember. Produk oleh-oleh menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan maupun masyarakat lokal, sehingga penting bagi pelaku UMKM untuk memahami apa yang membuat konsumen tertarik membeli. Peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang pernah membeli produk oleh-oleh dari UMKM yang ada di daerah tersebut. Dari hasil pengolahan data, diketahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha, seperti sikap ramah, cepat tanggap, dan pelayanan yang sopan, memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen. Selain itu, kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk, harga, dan pengalaman belanja secara keseluruhan juga memberi dampak besar pada keinginan konsumen untuk membeli ulang atau merekomendasikan produk tersebut. Secara keseluruhan, baik pelayanan maupun kepuasan pelanggan sama-sama mendorong meningkatnya minat beli masyarakat terhadap produk oleh-oleh lokal dari UMKM di Jember.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli, UMKM

PENDAHULUAN

Pada saat ini usaha di bidang kuliner semakin berkembang. Banyak pengusaha baru yang membuka usaha kuliner. Hal tersebut juga didukung oleh banyaknya makanan-makanan baru yang sebelumnya belum ada dan merupakan inovasi dari makanan lama (Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, 2022). Inovasi makanan tersebut banyak beredar di aplikasi media sosial seperti instagram yang disebarluaskan oleh para pengguna instagram yang memang mereka memiliki background memasak ataupun yang hanya memiliki hobi memasak dan kemudian melakukan inovasi makanan (Wiradarma, I. W. A., & Respati, 2020). Munculnya pengusaha kuliner baru ini juga didorong oleh tekad berwirausaha dan berinovasi di bidang makanan (Widiartini, N. P., Wimba, I. G., & Puja, 2023). Hal ini melakukan inovasi produk makanan untuk dapat terlihat lebih menarik dan memiliki nilai lebih di mata para calon konsumennya. Selain itu terdapat motif lain seperti ingin memperkenalkan produk makanan dari daerah tertentu yang belum tentu ada di daerah lain, sehingga banyak orang yang mengambil peluang untuk berwirausaha (Cahya et al., 2021).

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan salah satu pilar penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional maupun daerah. Keberadaan UMKM mampu menciptakan lapangan kerja, mendorong pemerataan pendapatan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di Kabupaten Jember, UMKM memainkan peran strategis dalam menggerakkan roda perekonomian lokal, terutama di sektor perdagangan dan industri kreatif. Salah satu sektor UMKM yang berkembang cukup pesat di wilayah ini adalah usaha di bidang produk oleh-oleh khas daerah. Produk oleh-oleh seperti makanan tradisional, camilan lokal, kerajinan tangan, hingga produk olahan lainnya tidak hanya menjadi identitas budaya dan potensi wisata, tetapi juga merupakan sumber penghasilan yang signifikan bagi masyarakat (Pagiling, O. F., Jaya, A., & Halik, 2024).

Pertumbuhan UMKM oleh-oleh di Kabupaten Jember tidak lepas dari meningkatnya minat masyarakat terhadap produk-produk lokal dan semakin berkembangnya sektor pariwisata daerah. Namun demikian, persaingan antar pelaku UMKM juga semakin ketat. Tidak hanya bersaing dengan sesama pelaku lokal, UMKM juga bersaing dengan produk dari luar daerah yang masuk melalui pasar digital. Dalam situasi ini, tidak cukup bagi pelaku UMKM hanya mengandalkan produk yang unik atau harga yang kompetitif. Faktor lain yang tak kalah penting adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan bagaimana upaya mereka dalam menjaga kepuasan pelanggan.

Di era digital dan keterbukaan informasi saat ini, perilaku konsumen juga mengalami pergeseran. Konsumen tidak hanya menilai produk berdasarkan aspek fungsional, seperti harga dan kualitas, tetapi juga memperhatikan pengalaman berbelanja secara menyeluruh (Makassar, 2024). Aspek-aspek pelayanan seperti keramahan penjual, kecepatan dalam melayani, kenyamanan tempat usaha, dan kemampuan merespons keluhan pelanggan menjadi faktor yang semakin menentukan dalam membangun persepsi positif konsumen. Pelayanan yang baik tidak hanya mampu menarik konsumen baru, tetapi juga menciptakan loyalitas pelanggan dan meningkatkan kemungkinan pembelian ulang (Wulandari, S., & Pratama, 2022). Hal ini penting mengingat loyalitas pelanggan menjadi salah satu kunci keberlangsungan usaha jangka panjang.

Selain kualitas pelayanan, faktor kepuasan pelanggan juga menjadi perhatian utama dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM. Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari kesesuaian antara harapan konsumen dengan kenyataan yang mereka

terima. Jika produk dan pelayanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas (Yuliana, L., & Sari, 2023). Pelanggan yang puas cenderung akan merekomendasikan produk kepada orang lain dan menjadi pelanggan setia. Sebaliknya, pelanggan yang kecewa dapat menyebarkan pengalaman negatif, terutama melalui media sosial, yang berdampak pada citra dan reputasi usaha.

Minat beli merupakan bentuk dari perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap stimulus tertentu. Dalam konteks UMKM oleh-oleh, minat beli mencerminkan sejauh mana konsumen tertarik untuk membeli atau kembali membeli produk yang ditawarkan (Sutisna, S., Saefullah, M., & Juwita, 2023). Minat beli ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Dua di antaranya yang paling sering diteliti dalam ilmu pemasaran adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (Caniago, A., & Rustanto, 2024). Oleh karena itu, penting untuk mengetahui apakah dan sejauh mana kedua faktor tersebut benar-benar berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk oleh-oleh.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli konsumen pada UMKM produk oleh-oleh di Kabupaten Jember. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas kepada para pelaku UMKM mengenai pentingnya peningkatan mutu pelayanan dan strategi mempertahankan kepuasan pelanggan sebagai upaya dalam menarik lebih banyak konsumen. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pemerintah daerah maupun instansi terkait dalam merumuskan kebijakan pengembangan UMKM, khususnya dalam sektor produk oleh-oleh lokal yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei sebagai teknik utama untuk memperoleh data, dengan tujuan mendapatkan gambaran yang objektif dan terukur mengenai fenomena yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan melalui dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner daring yang dirancang menggunakan Google Form. Kuesioner ini dibagikan secara luas melalui berbagai kanal digital, seperti media sosial (Facebook, Instagram, dan Twitter), forum komunitas UMKM, serta grup WhatsApp yang memiliki keterkaitan dengan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Jember. Penyebaran melalui berbagai platform ini diharapkan dapat menjangkau responden yang beragam dan relevan dengan objek penelitian.

Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber terpercaya yang tersedia di internet, seperti publikasi resmi Badan Pusat Statistik (BPS), laporan tahunan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember, serta artikel-artikel ilmiah dari jurnal nasional maupun internasional yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder ini digunakan untuk memperkuat temuan, memberikan konteks, dan menjadi pembanding terhadap data primer yang diperoleh.

Populasi penelitian adalah masyarakat yang pernah membeli produk oleh-oleh UMKM di Kabupaten Jember, baik secara langsung di lokasi penjualan maupun melalui platform online. Untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, digunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Kriteria tersebut antara lain adalah responden harus pernah melakukan pembelian produk oleh-oleh UMKM di Jember minimal satu kali, baik untuk konsumsi pribadi maupun sebagai hadiah, sehingga pengalaman mereka relevan untuk dianalisis.

Instrumen penelitian berupa kuesioner disusun menggunakan skala Likert dengan lima tingkat penilaian, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Instrumen ini memuat pertanyaan yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian, yaitu kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan minat beli konsumen. Sebelum disebarluaskan secara luas, kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan kelayakan pengukuran.

Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Teknik ini dipilih untuk menguji sejauh mana variabel bebas (kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan) berpengaruh terhadap variabel terikat (minat beli konsumen). Selain itu, dilakukan pula analisis deskriptif untuk menggambarkan profil responden, serta uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas) untuk memastikan kelayakan model regresi yang digunakan. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai hubungan antar variabel serta menjadi bahan pertimbangan bagi pengembangan strategi pemasaran UMKM di Kabupaten Jember.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur, yang merupakan salah satu wilayah strategis di kawasan Tapal Kuda. Kabupaten ini dikenal tidak hanya sebagai pusat pertumbuhan ekonomi kreatif di Jawa Timur, tetapi juga sebagai destinasi wisata yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Secara geografis, Jember berada di antara jalur lintas selatan Jawa yang menghubungkan berbagai kabupaten di pesisir selatan, sehingga menjadi titik persinggahan sekaligus tujuan wisata bagi wisatawan domestik maupun mancanegara.

Keunggulan Kabupaten Jember terletak pada keberagaman potensi wisatanya. Di sektor wisata alam, terdapat destinasi unggulan seperti Pantai Papuma dengan pasir putih dan tebing karangnya yang eksotis, Pantai Watu Ulo yang terkenal dengan formasi batu memanjang menyerupai ular, serta kawasan pegunungan seperti Gunung Argopuro yang menyajikan pemandangan alam dan keanekaragaman hayati. Selain itu, event budaya berskala internasional seperti Jember Fashion Carnival (JFC) telah berhasil menempatkan Jember di peta pariwisata dunia. Event ini menjadi magnet tersendiri yang menarik ribuan pengunjung setiap tahunnya, baik wisatawan lokal maupun turis asing.

Kekayaan potensi pariwisata tersebut secara langsung memberikan dampak positif terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya yang bergerak di bidang produksi dan penjualan oleh-oleh khas daerah. Produk

oleh-oleh khas Jember sangat beragam, mulai dari makanan olahan berbahan dasar singkong seperti suwar-suwir, kue tradisional prolap tape, dan olahan tape singkong yang menjadi ikon kuliner daerah, hingga produk kerajinan tangan seperti batik khas Jember, aksesoris, serta souvenir kreatif lainnya.

Keberadaan UMKM oleh-oleh ini tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah, tetapi juga menciptakan identitas budaya yang memperkuat citra pariwisata Jember. Produk-produk tersebut berfungsi sebagai media promosi tidak langsung karena dibawa pulang oleh wisatawan dan dikenalkan kepada orang lain di luar daerah. Dengan demikian, keberlanjutan sektor pariwisata di Jember memiliki hubungan timbal balik yang erat dengan pertumbuhan UMKM oleh-oleh khas daerah.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, penelitian ini juga mengidentifikasi titik-titik lokasi strategis persebaran UMKM oleh-oleh di Kabupaten Jember, seperti kawasan Alun-Alun Kota Jember, pusat oleh-oleh di sekitar Terminal Tawang Alun, dan jalur menuju destinasi wisata populer. Pemilihan lokasi-lokasi tersebut menjadi faktor penting yang menentukan aksesibilitas, jumlah kunjungan, dan volume penjualan produk UMKM di daerah ini.



Gambar 1. Pelayanan terhadap pelanggan dipusat oleh-oleh khas jember

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan UMKM oleh-oleh di Kabupaten Jember memiliki kontribusi yang sangat penting dalam menunjang perkembangan sektor pariwisata daerah. UMKM tidak hanya menjadi penyedia barang, tetapi juga berperan sebagai bagian dari pengalaman berwisata itu sendiri. Produk oleh-oleh menjadi nilai tambah yang membuat wisatawan merasa perjalanan mereka lebih berkesan, karena mereka dapat membawa pulang sesuatu yang mencerminkan identitas lokal Jember. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa daya tarik wisata tidak hanya terletak pada destinasi fisik, tetapi juga pada interaksi budaya dan pengalaman belanja yang unik.

1. Sinergi Pariwisata dan UMKM

Menurut konsep *tourism value chain*, sektor UMKM merupakan salah satu mata rantai penting yang memperpanjang manfaat ekonomi dari kegiatan pariwisata. Di Jember, wisatawan yang mengunjungi destinasi populer seperti Pantai Papuma, Pantai Watu Ulo, Gunung Argopuro, hingga event besar seperti Jember Fashion Carnival, seringkali menyisihkan waktu dan anggaran untuk membeli produk khas daerah. Data Dinas Pariwisata Kabupaten Jember tahun 2024 menunjukkan bahwa sekitar 72% wisatawan domestik melakukan pembelian produk oleh-oleh sebelum meninggalkan daerah. Angka ini menunjukkan potensi besar bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan, khususnya jika sinergi antara sektor pariwisata dan pelaku UMKM dapat dikelola dengan baik.

2. Tantangan Pemasaran Digital

Meskipun beberapa pelaku UMKM telah memanfaatkan platform digital seperti marketplace dan media sosial, tingkat penetrasi pasar online masih tergolong rendah. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya keterbatasan keterampilan digital, kurangnya sumber daya manusia yang fokus mengelola pemasaran, serta minimnya pemahaman strategi branding yang efektif. Padahal, tren perilaku konsumen saat ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam belanja online, bahkan untuk produk oleh-oleh khas daerah. Produk khas Jember seperti kopi robusta dan suwar-suwir sebenarnya memiliki potensi besar untuk dipasarkan ke luar daerah,

bahkan hingga mancanegara, jika strategi pemasaran digital dapat dioptimalkan. Tantangan lain yang dihadapi adalah keterbatasan inovasi dalam desain kemasan, yang seringkali belum memenuhi standar estetika dan keamanan untuk pengiriman jarak jauh.

3. Peran Pemerintah Daerah

Pemerintah Kabupaten Jember telah melakukan berbagai upaya dalam mendukung UMKM, mulai dari penyelenggaraan pelatihan manajemen usaha, pelatihan pemasaran digital, hingga promosi melalui pameran produk lokal. Event besar seperti Jember Fashion Carnaval juga dimanfaatkan sebagai ajang promosi bagi pelaku UMKM. Namun, dukungan ini masih perlu ditingkatkan, khususnya pada pembinaan berkelanjutan yang berbasis kebutuhan tiap pelaku usaha. Misalnya, UMKM di Kecamatan Silo yang berfokus pada produksi kopi memerlukan pelatihan terkait quality control, coffee cupping, dan strategi pemasaran ekspor. Sementara itu, UMKM di Kecamatan Ambulu yang memproduksi olahan hasil laut membutuhkan inovasi desain kemasan modern dan sertifikasi keamanan pangan untuk meningkatkan daya saing.

4. Rekomendasi Strategis

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa strategi yang direkomendasikan untuk meningkatkan daya saing UMKM oleh-oleh di Kabupaten Jember:

- a) Penguatan kolaborasi antara sektor wisata dan UMKM. Pemerintah dan pelaku usaha pariwisata dapat mengembangkan paket wisata “Visit & Shop” yang menggabungkan kunjungan ke destinasi wisata dan sentra UMKM.
- b) Peningkatan kapasitas digital marketing. Pelaku UMKM perlu diberikan pelatihan lanjutan mengenai pemasaran online, fotografi produk, dan strategi media sosial agar mampu menjangkau pasar yang lebih luas.
- c) Pengembangan pusat oleh-oleh terpadu. Lokasi strategis seperti dekat terminal, stasiun, dan bandara dapat dimanfaatkan untuk membangun pusat penjualan yang memudahkan wisatawan membeli berbagai produk khas Jember dalam satu tempat.
- d) Inovasi produk dan kemasan. Pelaku UMKM perlu didorong untuk melakukan inovasi dalam rasa, bentuk, dan kemasan produk agar lebih menarik dan kompetitif di pasar modern, termasuk mempertimbangkan aspek ramah lingkungan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Jember, Jawa Timur, memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) khususnya yang bergerak di bidang oleh-oleh khas daerah. Keberagaman destinasi wisata alam dan budaya, seperti Pantai Papuma, Pantai Watu Ulo, Gunung Argopuro, dan Jember Fashion Carnaval, menjadi faktor pendorong yang signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di wilayah ini. Produk oleh-oleh yang dihasilkan, seperti suwar-suwir, tape, prol tape, serta berbagai kerajinan tangan, tidak hanya menjadi sumber penghasilan bagi pelaku usaha lokal, tetapi juga memperkuat identitas budaya daerah. Dukungan pemerintah daerah, promosi pariwisata, dan inovasi produk terbukti berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang lebih luas. Dengan pengelolaan yang tepat dan berkelanjutan, potensi ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian daerah serta memperkokoh posisi Jember sebagai salah satu pusat ekonomi kreatif dan destinasi wisata unggulan di Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahya, A. D., Marthasari, A., Ramadhani, Pramudhita A., & Wulandari, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta). *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 144–150.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2024). Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada UMKM di Jakarta (via Shopee). *Responsive: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian*, 1(3).
- Makassar, P. I. N. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(4).
- Pagiling, O. F., Jaya, A., & Halik, J. B. (2024). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen Restoran McDonald's di Makassar. *JEMSI*, 1(10), 403–415.
- Sutisna, S., Saefullah, M., & Juwita, J. (2023). Service Quality and Trust as Predictors of Online Purchasing Decisions Mediated by Perceived Risk. *Journal of Consumer Sciences*, 2(8), 187–203.
- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Ulang Konsumen Hypermart. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(17), 172–186.
- Widiartini, N. P., Wimba, I. G., & Puja, I. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 6(3), 1219–1230.
- Wiradarma, I. W. A., & Respati, N. N. R. (2020). Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Service Quality terhadap Repurchase Intention di Lazada. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(9), 637.
- Wulandari, S., & Pratama, A. R. (2022). Strategi pengembangan UMKM berbasis potensi lokal di Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Daerah*, 2(15), 112–125.
- Yuliana, L., & Sari, D. R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada sektor UMKM kuliner. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(11), 45–54.