

## Peran Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Eagle Decal

Amelia Trisfiani<sup>a</sup>, Hersusetyati<sup>b</sup>, Nur Aisyah<sup>c</sup>, Septi Audina<sup>d</sup>  
<sup>a,b,c,d</sup>Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Sangga Buana, Bandung  
<sup>d</sup>septiaudina8@gmail.com

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada UMKM Eagle Decal yang berlokasi di Kabupaten Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang melibatkan pemilik, staf layanan pelanggan, dan beberapa pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan seperti keandalan, empati, dan jaminan telah diterapkan dengan cukup baik, sementara daya tanggap masih menjadi kelemahan utama. Kepuasan pelanggan cenderung meningkat ketika layanan disampaikan dengan ramah dan informatif, tetapi respons yang lambat mengurangi loyalitas pelanggan. Kesimpulannya menyoroti pentingnya meningkatkan kecepatan respons dan konsistensi dalam layanan pelanggan. Pelatihan untuk staf dan pengembangan prosedur operasi standar (SOP) direkomendasikan sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, UMKM, Stiker Elang

### Abstract

*This study aims to analyze the role of service quality in enhancing customer satisfaction at Eagle Decal SMEs located in Bandung Regency. This research uses a descriptive qualitative method with data collection through observation, interviews, and documentation involving owners, customer service staff, and several customers. The results of the study indicate that service quality dimensions such as reliability, empathy, and assurance have been applied quite well, while responsiveness remains the main weakness. Customer satisfaction tends to increase when services are delivered in a friendly and informative manner, but slow responses reduce customer loyalty. The conclusion highlights the importance of improving response speed and consistency in customer service. Training for staff and the development of standard operating procedures (SOP) are recommended as strategies to enhance service quality and strengthen customer loyalty.*

*Keyword: Service Quality, Customer Satisfaction, MSMEs, Eagle Stickers*

### PENDAHULUAN

Di era globalisasi, persaingan bisnis semakin ketat akibat perkembangan teknologi dan informasi yang pesat. Perusahaan dituntut bukan hanya menghadirkan produk berkualitas, tetapi juga layanan prima sebagai faktor pembeda utama. Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan menjadi elemen vital karena pelanggan yang puas cenderung loyal, melakukan pembelian ulang, dan merekomendasikan usaha kepada orang lain. Sebaliknya, ketidakpuasan mendorong pelanggan beralih ke kompetitor, yang berpengaruh langsung pada penurunan penjualan dan profitabilitas. Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kualitas layanan bahkan lebih penting karena dapat menentukan keberlangsungan usaha di tengah keterbatasan sumber daya.

Menurut Indrasari (2019) Kualitas Layanan, merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan secara konsisten. Dimensi kualitas layanan mencakup keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan aspek nyata (Kotler & Keller, 2016). Bagi UMKM, menjaga kualitas layanan adalah tantangan tersendiri karena keterbatasan modal, tenaga kerja, dan prosedur. Namun, jika mampu melampaui harapan pelanggan, UMKM bisa meraih keunggulan kompetitif serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Sejumlah penelitian sebelumnya menegaskan pentingnya kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Maulana (2016) membuktikan bahwa kualitas layanan dan harga memengaruhi kepuasan pelanggan di PT TOI. Hayani (2020) menekankan bahwa kualitas layanan dan kepuasan berperan besar terhadap loyalitas di bisnis percetakan. Hasanah dkk. (2021) juga

menemukan bahwa kualitas layanan yang berorientasi pada kepentingan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan. Sementara itu, Zikri dan Harahap (2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan di PT Pos Indonesia mampu memperkuat persepsi pelanggan dan mendorong penggunaan berulang. Keseluruhan penelitian tersebut menegaskan bahwa kualitas layanan yang tinggi menjadi syarat mutlak untuk tercapainya kepuasan pelanggan.

Meski demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian terkait UMKM, khususnya di sektor industri kreatif seperti stiker decal. Sebagian besar penelitian berfokus pada perusahaan besar atau sektor jasa skala nasional, sehingga kurang memperhatikan konteks UMKM dengan karakteristik unik, misalnya keterbatasan tenaga kerja, pelatihan yang minim, dan sistem layanan yang belum mapan. Salah satu tantangan terbesar UMKM adalah dimensi responsivitas, yakni kecepatan dan kesiapan dalam menanggapi pertanyaan maupun keluhan pelanggan. Hal ini kerap menjadi titik lemah karena keterbatasan sumber daya manusia.

Penelitian ini mengkaji kasus Eagle Decal, sebuah UMKM di Kabupaten Bandung yang berdiri sejak 2018 dan bergerak di bidang stiker motor custom. Eagle Decal menawarkan desain yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan serta layanan konsultasi terkait bahan, harga, dan desain. Meskipun sempat mengalami pertumbuhan dan peningkatan popularitas, usaha ini menghadapi penurunan signifikan dari tahun 2021 ke 2022. Data menunjukkan bahwa pendapatan turun hampir 50%, dari Rp715 juta menjadi Rp355 juta. Survei internal juga mengungkapkan rendahnya tingkat kepuasan pelanggan, terutama terkait kecepatan respons layanan yang berada di bawah 50%. Kondisi ini menegaskan perlunya penelitian mendalam mengenai bagaimana kualitas layanan, khususnya aspek responsivitas, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Studi ini menghadirkan kebaruan dalam tiga aspek utama. Pertama, fokus pada UMKM industri kreatif yang masih jarang dibahas dalam literatur akademik. Kedua, penelitian ini tidak hanya menilai kualitas layanan secara umum, tetapi menyoroti responsivitas sebagai faktor dominan yang memengaruhi kepuasan di Eagle Decal. Ketiga, penelitian ini mengaitkan tantangan praktis UMKM, seperti ketergantungan pada produksi pihak ketiga (makloon), keterbatasan pelatihan layanan pelanggan, dan minimnya prosedur baku, dengan rendahnya kualitas layanan dibanding perusahaan besar yang lebih mapan.

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai kualitas layanan dengan mengontekstualisasikannya dalam skala UMKM, khususnya bisnis kreatif dan kustom. Secara praktis, temuan penelitian ini memberikan rekomendasi nyata bagi UMKM, seperti pentingnya pelatihan staf,

penyusunan SOP, dan pemanfaatan platform digital untuk mempercepat respons terhadap pelanggan. Jika strategi ini diterapkan, UMKM seperti Eagle Decal dapat memperbaiki kepuasan pelanggan, mempertahankan loyalitas, dan meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Oleh karena itu, tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis peran kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Eagle Decal, dengan fokus pada tiga hal: (1) kondisi kualitas layanan saat ini, (2) tingkat kepuasan pelanggan, dan (3) kontribusi peningkatan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Oleh karena itu, tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis peran kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di UMKM Eagle Decal di Kabupaten Bandung. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengkaji kondisi kualitas layanan Eagle Decal saat ini, (2) mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan yang dialami pelanggan Eagle Decal, dan (3) menganalisis bagaimana peningkatan kualitas layanan dapat berkontribusi pada peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi deskriptif. Studi ini dilakukan di Eagle Decal, sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berlokasi di Desa Cinunuk, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada penurunan kepuasan pelanggan dan penjualan yang dialami oleh usaha tersebut, sehingga menjadi kasus yang relevan untuk mengkaji peran kualitas layanan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan.

Informan kunci dalam studi ini terdiri dari pemilik bisnis, satu staf layanan pelanggan, dan tiga pelanggan yang memiliki pengalaman langsung dengan produk dan layanan Eagle Decal. Informan dipilih secara *purposive sampling*, dengan pertimbangan utama adalah keterlibatan dan pengalaman mereka dalam proses pemberian layanan. Pemilihan ini diharapkan dapat memberikan data yang kaya dan relevan untuk memahami permasalahan penelitian.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan tiga teknik utama:

1. Observasi yang dilakukan oleh peneliti selama masa magang dan kunjungan langsung ke perusahaan memungkinkan peneliti untuk mencatat praktik layanan dan interaksi pelanggan yang sebenarnya.

2. Wawancara dilakukan secara mendalam dan semi-terstruktur dengan pemilik, layanan pelanggan, dan pelanggan. Wawancara berfokus pada persepsi dimensi kualitas layanan, tingkat kepuasan, dan tantangan yang dihadapi bisnis.

3. Dokumentasi, yang melibatkan pengumpulan catatan perusahaan seperti survei internal, data penjualan dari tahun 2020–2022, struktur organisasi, dan dokumen pendukung yang relevan dengan penelitian.

Proses analisis data mengikuti tahapan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2022), yaitu: (1) reduksi data, yang mana data diringkas, dikategorikan, dan difokuskan pada isu-isu kunci seperti daya tanggap, reliabilitas, empati, dan kepastian; (2) penyajian data, yang mana informasi diorganisasikan dalam bentuk deskriptif yang didukung oleh tabel dan gambar untuk memperjelas temuan; dan (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi, yang mana pola dan tema diidentifikasi untuk menjawab tujuan penelitian. Untuk memastikan keabsahan data, triangulasi sumber dan metode diterapkan, serta pengecekan anggota dengan informan untuk memastikan keakuratan temuan.

Tolok ukur kinerja dalam studi ini adalah keselarasan antara dimensi kualitas layanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik) dengan indikator kepuasan pelanggan. Analisis ini menekankan sejauh mana kualitas layanan berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan, terutama dalam hal daya tanggap dan konsistensi pemberian layanan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di UMKM Eagle Decal di Kabupaten Bandung. Temuan penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan survei internal. Hasilnya disajikan sebagai berikut:

### Aset Berwujud

Bukti fisik di Eagle Decal menunjukkan bahwa toko tersebut relatif rapi dan bersih. Produk-produk dikemas dengan baik dan tampak menarik bagi pelanggan. Fasilitas fisik mendukung kenyamanan pelanggan, meskipun penataan pajangan masih perlu ditingkatkan.

### Keandalan

Pesanan umumnya diselesaikan dalam dua hingga tiga hari sesuai jadwal yang disepakati. Pelanggan

melaporkan bahwa keakuratan produk yang dikirim sebagian besar sesuai dengan permintaan mereka. Pengiriman melalui marketplace Shopee juga memastikan pesanan tiba tepat waktu.

### Responsivitas

Aspek responsivitas diidentifikasi sebagai dimensi terlemah. Meskipun staf layanan pelanggan sopan dan ramah, waktu respons terhadap obrolan dan pertanyaan pelanggan seringkali terlambat. Kondisi ini menyebabkan beberapa pelanggan merasa tidak puas selama proses pemesanan.

### Jaminan

Dimensi jaminan terimplementasi dengan baik. Pelanggan merasa aman bertransaksi melalui platform daring. Sistem pembayaran dan mekanisme pengiriman dinilai andal, sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan saat berbelanja.

### Empati

Layanan pelanggan menunjukkan empati dengan memberikan penjelasan detail mengenai desain, bahan, dan harga. Pelanggan menyatakan bahwa mereka merasa dihargai dan dipahami, yang menciptakan kesan positif terhadap kualitas layanan Eagle Decal.

### Kinerja Penjualan

Berdasarkan dokumentasi, penjualan Eagle Decal mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2022 dibandingkan tahun sebelumnya.

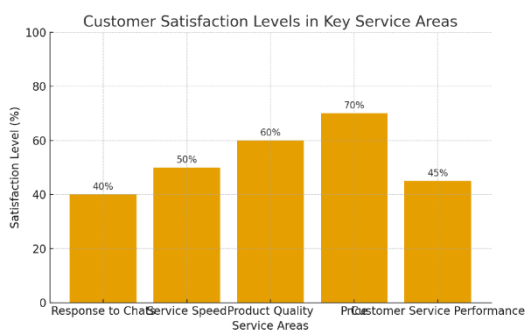
Tabel 1.

Kinerja Penjualan Eagle Decal (2020–2022)

Tahun	Penjualan (IDR)
Tahun 2020	452.000.000
Tahun 2021	715.000.000
Tahun 2022	355.000.000

### Survei Kepuasan Pelanggan

Hasil survei pelanggan internal menunjukkan keandalan, jaminan, dan empati mendapat peringkat positif. Sementara itu, daya tanggap merupakan dimensi terendah, dengan tingkat kepuasan di bawah 50%.



Gambar 1.

### Tingkat Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Kualitas Pelayanan

#### Pembahasan

Penelitian pada UKM Eagle Decal menegaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi keandalan, jaminan, dan empati terlaksana cukup baik dan diapresiasi pelanggan. Namun, daya tanggap menjadi kelemahan utama dengan tingkat kepuasan di bawah 50%, terutama terkait kecepatan merespons dan layanan. Hal ini mengurangi kepuasan secara keseluruhan dan berdampak pada loyalitas serta pembelian ulang.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Hayani (2020) dan Hasanah dkk. (2021) yang menekankan peran kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas, tetapi berbeda dengan Zikri dan Harahap (2022) karena keterbatasan sumber daya membuat UMKM seperti Eagle Decal sulit menandingi perusahaan besar dalam hal responsivitas.

Kebaruan penelitian terletak pada konteks UMKM industri kreatif, khususnya layanan stiker decal kustom, yang jarang dikaji. Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan Eagle Decal untuk meningkatkan responsivitas melalui pelatihan staf, SOP yang jelas, dan optimalisasi platform digital. Singkatnya, studi ini menegaskan bahwa daya tanggap merupakan faktor paling krusial dalam membentuk kepuasan pelanggan UMKM, dan peningkatannya penting bagi keberlanjutan serta daya saing bisnis.

#### SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan di UMKM Eagle Decal di Kabupaten Bandung. Temuan penelitian

menunjukkan bahwa keandalan, jaminan, dan empati diterapkan dengan relatif baik dan berkontribusi positif terhadap pengalaman pelanggan. Namun, daya tanggap diidentifikasi sebagai dimensi terlemah, karena pelanggan merasakan adanya keterlambatan komunikasi dan kecepatan layanan. Kekurangan ini memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan tercermin dalam penurunan kinerja penjualan dari tahun 2021 ke tahun 2022. Oleh karena itu, peningkatan daya tanggap, yang didukung oleh pelatihan staf dan pengembangan prosedur operasional yang jelas, sangat penting untuk meningkatkan kepuasan dan membangun loyalitas jangka panjang.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, termasuk fokus pada satu UMKM dan jumlah informan yang terbatas, yang dapat membatasi generalisasi hasil. Penelitian selanjutnya diharapkan melibatkan lebih banyak UMKM di berbagai sektor dan mengadopsi pendekatan metode campuran untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, para pembimbing, dan pengurus UMKM Eagle Decal atas dukungan dan kontribusinya selama proses penelitian.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Hayani, L. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa percetakan di Kota Pekanbaru. *Jurnal Niara*, 13(2), 72–83. <https://doi.org/10.31849/niara.v13i2.5675>
- Hasanah, U., Alwi, A., & Fajrin, AA (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha percetakan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 45–55. <https://doi.org/10.37403/jmk.v9i1.292>
- Indrasari, M. (2019). Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sidoarjo : Penerbit Zifatama .
- Kotler, P., & Keller, KL (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke-15). Pearson Education Limited.
- Maulana, MA (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT TOI. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 134–142. <https://doi.org/10.1234/jieb.v13i2.452>

Parasuraman, A., Zeithaml, VA, & Berry, LL (1988). SERVQUAL: Skala multi-item untuk mengukur persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. *Jurnal Ritel*, 64(1), 12–40.

Qomariah, N. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 5(5), 1–15.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Zikri, F., & Harahap, RH (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 23(1), 88–99. <https://doi.org/10.1234/jimb.v23i1.987>