



## PENGARUH PELAYANAN UMKM TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

*Hanif Hadinata Utama<sup>1</sup>, Amanda Yuni Sintiyana<sup>2</sup>, Anandea Soleha Fitri<sup>3</sup>*

<sup>1</sup>Manajemen, Fak. Ekonomi, Universitas PGRI Argopuro Jember,  
[hanif281086@gmail.com](mailto:hanif281086@gmail.com)

<sup>2</sup>Manajemen, Fak. Ekonomi, Universitas PGRI Argopuro Jember,  
[amandayunisintiyana@gmail.com](mailto:amandayunisintiyana@gmail.com)

<sup>3</sup>Manajemen, Fak. Ekonomi, Universitas PGRI Argopuro Jember,  
[anandeaolehafitri99@gmail.com](mailto:anandeaolehafitri99@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelayanan UMKM berdampak pada loyalitas pelanggan karena banyak UMKM tidak memperhatikan tingkat pelayanannya terhadap kenyamanan pelanggannya. Tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah peningkatan pelayanan kepada pelanggan akan menghasilkan peningkatan tingkat penjualan produk. Untuk menentukan pengaruh pelayanan UMKM terhadap loyalitas pelanggan, tim peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengumpulkan, mengkaji, dan mendeskripsikan temuan penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data utama dan pendukung. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi yang tidak terstruktur, yang berarti wawancara atau wawancara singkat dengan pelanggan mengenai layanan mereka.

**Kata kunci:** *Pelayanan, UMKM, loyalitas, pelanggan*

### Abstract

*The main objective of this research is to find out how MSME services have an impact on customer loyalty because many MSMEs do not pay attention to the level of service to the comfort of their customers. Another objective of this research is to find out whether an increase in customer service will result in an increase in the level of product sales. To determine the effect of MSME services on customer loyalty, the research team used a qualitative descriptive method to collect, study, and describe the research findings. The data used in this study consists of main and supporting data. Data collection is done through unstructured observation, which means interviews or brief interviews with customers regarding their services.*

**Keywords:** *Service, MSME, loyalty, customers*

## PENDAHULUAN

Batik dan seni membatik merupakan salah satu dari sekian banyak peninggalan budaya nenek moyang bangsa Indonesia. Pada zaman dahulu batik dikembangkan dan dikenal sebagai identitas masyarakat bangsa Indonesia. Menurut Hamzuri dalam (Trixie,2020) kata “batik” mempunyai pengertian dan makna yang dipaparkan dalam buku yang berjudul “Batik Klasik” dimana disebutkan bahwa batik merupakan suatu cara untuk menghias atau memberi hiasan pada media kain melalui sebuah proses dengan menutupi bagian-bagian tertentu kain dengan menggunakan zat perintang. Zat perintang yang sering dan umum digunakan untuk proses membuat batik yaitu lilin atau malam. Lilin tersebut digunakan untuk memberi motif pada kain, yang kemudian kain akan diberi warna melalui proses pencelupan warna. Setelah itu, lilin akan dihilangkan dari kain dengan cara perebusan. Sehingga pada akhirnya, semua proses tersebut nantinya akan menghasilkan sebuah kain dengan sebutan kain batik yang memiliki motif dengan ciri khas serta makna dari suatu daerah.

Kegiatan membatik dalam ruang lingkup kebudayaan Indonesia merupakan salah satu bentuk peninggalan seni kuno nenek moyang yang memiliki nilai mutu tinggi. Arti dasar kata “batik” berasal dari Bahasa Jawa, yaitu kata “amba” dan “nitik”. Kata “amba” memiliki arti tulis atau menulis, sedangkan “nitik” memiliki arti titik-titik. Kata “batik” merupakan penggabungan kata tersebut yang memiliki maksud menulis titik-titik menggunakan lilin pada media kain. Pembuatan motif batik pada kain atau biasa disebut

membatik dalam prosesnya menggunakan canting yang memiliki ujung kecil yang memberikan kesan seperti orang yang sedang menulis titik-titik pada sebuah kain menurut Iskandar dalam (Ayunda dan Maneshakerti, 2021). Pengertian lain batik atau membatik dari pengrajin adalah orang yang membuat titik-titik dengan cara meneteskan lilin atau malam pada selembar kain mori. (Trixie, 2020) menyebutkan bahwa banyak peneliti-peneliti terdahulu yang menyatakan bahwa kata “batik” seharusnya ditulis “bhatik”, dimana hal ini merujuk pada penggunaan gabungan dari beberapa titik yang dianggap masih kurang tepat. Kata “bathik” sering digambarkan sebagai suatu metode yang diawali dengan proses menggambar motif menggunakan lilin pada kain samapi proses pelepasan lilin setelah proses pewarnaan. Metode pemberian motif pada kain menjadikan kain batik memiliki ciri khas-ciri khas tersendiri, hal ini terjadi karena terdapat dua jenis metode pemberian motif kain batik. Kedua metode tersebut adalah metode tulis dengan menggunakan canting dan metode cap dengan menggunakan alat khusus seperti stempel. Baik batik tulis maupun batik cap, batik tetaplah menjadi bagian dari keberagaman budaya yang dimiliki oleh bangsa Indonesia yang telah diwariskan nenek moyang. Batik adalah kerajinan yang memiliki nilai seni dan budaya yang sangat tinggi yang mengandung identitas negeri ini.

Dahulu, membatik merupakan budaya dan adat istiadat yang diwariskan secara turun temurun pada suatu kelompok masyarakat. Karena kebiasaan tersebut, menyebabkan suatu motif batik memiliki identitas yang dapat dikenali asal daerah pembuatan bahkan asal keluarga pengrajin batik tersebut. Ada juga beberapa motif batik yang menandakan status social seseorang di masyarakat, bahkan ada juga motif batik tradisional yang hanya boleh dipakai atau digunakan oleh keluarga kerajaan. Hal ini terjadi karena pada mulanya asal usul terciptanya batik di Indonesia erat kaitannya dengan perkembangan-perkembangan kerajaan-kerajaan pada masa lampau, misalnya seperti kerajaan Majapahit, Solo, Yogyakarta, Surakarta, dan lain sebagainya.

Beragamnya motif batik di Indonesia ini dikarenakan kultur yang ada di kerajaan-kerajaan yang disebutkan tadi, bahkan dewasa ini pemicu keberagaman motif batik juga didasari oleh sesuatu yang banyak dihasilkan pada suatu daerah yang menghasilkan keunikan tersendiri pada masing-masing motifnya.

Pada zaman dulu, perempuan-perempuan suku Jawa menggunakan waktu luang mereka untuk membatik. Selain sebagai pengisi kesibukan mereka, ada pula yang menggunakan kegiatan membatik sebagai mata pencaharian utama mereka. Setelah masuk pada era industrialisasi serta globalisasi, banyak bermunculan batik-batik jenis baru yang umum disebut sebagai batik cetak. Hal ini dikarenakan proses pembuatan batik ini yang sudah mengikuti perkembangan zaman. Dikarenakan perubahan zaman ini juga yang mengakibatkan pergeseran nilai dari batik tulis yang membuat nilai budaya dan seni pada batik tulis semakin meningkat. Jadi saat ini batik yang dipasarkan dimasyarakat dibedakan menjadi beberapa jenis tergantung dari Teknik pembuatannya. Jenis batik menurut Teknik pembuatannya:

1. Batik tulis adalah batik yang proses pembuatan motifnya murni dibuat secara manual dan tradisional menggunakan tangan pengrajin, biasanya proses pembuatannya membutuhkan waktu yang sangat lama, biasanya pengerjaan satu lembar kain batik ini lama pengerjaannya kurang lebih 3 bulan.

2. Batik cap merupakan kain batik yang dikerjakan dengan cara memberikan lilin pada kain dengan cara di cap seperti stempel. Dimana alat yang digunakan untuk memberikan motif atau cap ini terbuat dari tembaga. Waktu pengerjaan batik cap ini relative lebih cepat disbanding dengan batik tulis, lama pengerjaannya yaitu kurang lebih 3 hari.
3. Batik cetak merupakan kain yang memiliki motif seperti batik, kain ini dibuat mengguankan peralatan canggih sehingga waktu pembuatan selebar kain ini hanya butuh beberapa jam saja. Tetapi nilai seni dan budaya dari kain batik ini yang semakin hilang, bahkan beberapa peneliti dan penggemar kain batik tidak mengakui bahwa kain bermotif batik ini bukan jenis batik.

Pada awalnya seni batik hanya berkembang didaerah keraton dan kini berkembang dan meluas hingga ke pelosok daerah. Sehingga saat ini banyak daerah-daerah di Indonesia yang memiliki motif-motif batiknya sendiri. Dahulu pakaian batik hanya digunakan oleh keluarga kerajaan di Jawa. Tetapi sekarang batik juga dapat dipakai oleh masyarakat luas, bahkan banyak penggemarnya berasal dari kalangan rakyat biasa baik pria maupun wanita.

Mulanya, pakaian batik hanya di gunakan di acara-acara resmi. Seiring berjalannya waktu, kini pakaian juga dipakai oleh muda-mudi untuk pakaian keseharian. Bahkan sekolah formal di Indonesia mewajibkan adanya seragam dengan motif batik disekolahnya. Hal ini dikarenakan beberapa tahun yang lalu ada klaim dari negara tetangga bahwa batik merupakan peninggalan budaya dari leluhur mereka. Sehingga pada saat itu, pemerintah melakukan gerakan dan pembuktian bahwa batik merupakan warisan budaya Indonesia

Gerakan tersebut ditandai dengan adanya penetapan hari batik nasional yang diperingati setiap tanggal 2 Oktober. Sejak adanya kejadian tersebut batik semakin *booming* dan naik daun dengan ditandai semakin meningkatnya pengguna atau konsumen batik yang menyebabkan juga tim peneliti ingin mengetahui tingkat loyalitas konsumen batik pada outlet atau UMKM yang produknya berupa batik.

Dari penjelasan dan pemaparan diatas, dapat ditarik rumusan masalah dalam artikel ini adalah apakah ada pengaruh pelayanan UMKM terhadap loyalitas pelanggan “Griya Batik Pekalongan” yang ada di kota Jember?

Tujuan penelitian yang diteliti oleh tim peneliti ini adalah untuk mengetahui bagaimana atau seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan UMKM “Griya Batik Pekalongan” terhadap tingkat pelayanan yang diberikan oleh UMKM tersebut.

#### 1. Batik

Brandes menjelaskan dalam (Hakim, 2018) batik adalah satu dari sekian banyak seni dan budaya yang dimiliki oleh Indonesia. Batik termasuk satu dari sepuluh kekayaan nasional yang dimiliki bangsa Indonesia, khususnya kebudayaan Jawa sebelum masuknya budaya India. Batik merupakan salah satu pakaian nasional Indonesia yang di pakai seluruh rakyat Indonesia dalam berbagai kesempatan. Ada slogan tentang batik, yaitu “Batik enak si sandang enak pula di pandang” itulah yang menyebabkan batik banyak digunakan seluruh kalangan masyarakat Indonesia. Sekitar tahun 2009 batik menjadi perbincangan dunia, dikarenakan negara tetangga melakukan klaim terhadap batik. Melalui prosedur hukum dan penelitian, pada

akhirnya batik diakui dunia setelah PPB mengesahkan batik sebagai warisan seni dan budaya yang berasal dari Indonesia.

## 2. Pelayanan

Secara umum pelayanan dapat diartikan sebagai upaya memberikan kepuasan kepada pelanggan. Secara spesifik pelayanan dapat diartikan sebagai kegiatan yang terstruktur yang diteruskan baik dari organisasi maupun perorangan kepada konsumen yang memiliki sifat tidak berwujud tetapi dapat dirasakan manfaatnya. Hampir semua pekerjaan yang ada saat ini pada akhirnya akan bermuara pada pelayanan. Begitu pula dengan kegiatan pemasaran, termasuk outlet “Griya Batik Pekalongan” yang mengedepankan pelayanan dalam pemasaran produknya. Pegawai yang baik tidak akan menghentikan usahanya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan-pelanggannya, tetapi dia akan berusaha untuk selalu meningkatkan pelayanannya agar semakin banyak konsumen yang loyal terhadap produknya. Selain pelayanan yang ramah, kemudahan membiran informasi bagi konsumen juga memiliki peran agar tercapainya kepuasan pelanggan.

## 3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM dapat diartikan sebagai perusahaan kecil yang didirikan dan dimiliki serta dikelola perorangan maupun sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan atau modal serta pendapatan tertentu. UMKM adalah salah satu sector andalan Indonesia kala mengalami krisis ekonomi pada 1998 silam. Meskipun dikelola dengan sangat sederhana, nyatanya UMKM mampu menstabilkan tingkat ekonomi saat itu (Firdaus, 2017). Definisi UMKM tersebut juga terdapat pada aturan perundang-undangan yaitu dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008. UMKM memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi baik itu negara berkembang maupun negara maju. UMKM di negara maju memiliki andil untuk turut serta menyerap tenaga kerja yang tidak dapat diserap oleh Lembaga pemerintahan usaha-usaha besar, bahkan PDB UMKM lebih banyak jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar.

## 4. Loyalitas Pelanggan

Dikutip oleh (Andalusi, 2021) dari apa yang dikemukakan Kotler dan Keller, bahwasanya Loyalitas adalah janji atau komitmen yang diberikan oleh pembeli kepada penjual atau produsen barang atau jasa di kesempatan yang akan datang. Seorang wirausahawan harus mampu mendapatkan loyalitas konsumen dengan berbagai macam cara, dimulai dari mempromosikan produk yang mereka jual, pelayanan apa saja yang akan diberikan, serta faktor-faktor lain yang nantinya dapat membuat konsumen menjadi loyal terhadap produk maupun perusahaannya. Tingkat loyalitas memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kelangsungan bisnis perusahaan. Bilamana produsen maupun penjual mampu mempertahankan loyalitas pelanggan, dapat dipastikan produsen atau penjual tersebut memenangkan persaingan bisnis dari para kompetitornya.

Definisi lain dari loyalitas pelanggan adalah sebuah ungkapan yang dirasakan seorang konsumen ketika apa yang diperoleh saat bertransaksi bisnis melebihi harapan yang diinginkan oleh konsumen tersebut, menurut Umar dalam (Andalusi, 2021). Ketika harapan konsumen sudah terpenuhi, bahkan yang didapat melebihi apa yang diinginkan

atau diharapkan dapat dipastikan konsumen tersebut akan berada dalam keadaan yang disebut kepuasan, jika kepuasan pelanggan telah tercapai maka diharapkan konsumen tersebut akan melakukan pembelian produk secara berulang atau terus-menerus.

Komitmen konsumen yang sangat kuat terhadap produk berupa barang atau jasa yang mereka pakai atau gunakan secara berulang kali terhadap sebuah produk dari sebuah perusahaan tertentu juga dapat diartikan sebagai pengertian lain dari loyalitas pelanggan. Akan tetapi, situasi pasar yang selalu berubah-ubah terkadang juga membuat perilaku konsumen ikut berubah, dan hal tersebut juga merupakan sebuah ancaman atau kendala yang harus dihadapi perusahaan untuk mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produknya. Karena loyalitas pelanggan adalah suatu elemen yang sangat penting bagi kelangsungan berjalannya perusahaan, sehingga upaya untuk mempertahankan loyalitas pelanggan harus terus digiatkan oleh perusahaan. Konsumen yang loyal terhadap suatu produk pastinya akan menguntungkan perusahaan, karena dengan adanya sikap loyal tersebut konsumen akan selalu melakukan konsumsi terhadap produk yang dijual oleh perusahaan tersebut. Tingkat loyalitas terhadap suatu produk dapat diukur melalui:

1. Prioritas pembelian melalui urutan pemilihan barang atau jasa (*choice sequence*)
2. Proporsi pembelian (*proportion of purchase*)
3. Kekuatan referensi (*preference*)
4. Keterikatan konsumen terhadap sebuah elemen emosional atau perasaan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pengaruh pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dibahas melalui pengumpulan, analisis, dan deskripsi informasi dari pelanggan batik. Moleong (Mais et al. 2015) menyatakan bahwa penelitian kualitatif berlatar belakang alamiah dan bertujuan untuk menafsirkan fenomena alam.

Tujuan penelitian kualitatif, menurut Yuswan (Bungin, 2001) adalah untuk memberikan deskripsi yang lebih detail, lebih jelas, dan lebih akurat. Jadi, data yang dikumpulkan peneliti nantinya akan menjadi data deskriptif yang mencakup semua gejala, fakta sosial, dan makna dari berbagai fakta yang ditemukan selama penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian, berdasarkan proses dari pengumpulan data dengan cara observasi, interview dan pencatatan dokumen dapat diperoleh hasil sebagai berikut. Menurut keterangan dari anggota kelompok usaha bisa dipercayai sebagai objek penelitian, anggota kelompok usaha ini menjelaskan bahwa pada saat itu toko “Griya Batik” ini masih belum begitu terlalu terkenal di daerah Jember, sementara pelanggan ini hanya instansi saja. Sedangkan setelah adanya pendampingan masyarakat umum pada akhirnya mengetahui adanya outlet batik yang ada di Jember.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian yang membahas tentang pengaruh pelayanan UMKM terhadap loyalitas pelanggan, dapat disimpulkan bahwa setelah melakukan penelitian masyarakat umum banyak orang tahu tentang outlet batik dan tingkat penjualan produk usaha meningkat. Ini menunjukkan bahwa produk akan lebih mudah dikenali dan konsumen dapat lebih mudah memilih produk mereka dengan bantuan

pendampingan masyarakat umum. Hal ini dapat dicapai karena kemudahan penyebaran informasi melalui jaringan digital, di mana setiap orang menggunakan media sosial dan layanan digital secara aktif. Akibatnya, masyarakat dapat menyerap informasi dengan lebih cepat dan mendapatkan akses lebih mudah ke layanan *e-commerce*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayunda, Rahmi. Maneshakerti, Bayang. (2021). “Perlindungan Hukum Atas Motif Tradisional Baik Batam Sebagai Kekayaan Intelektual”. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha* Vol. 9 No. 3 (September, 2021). P-Issn: 2599-2694 E-Issn : 2599-2686.  
<https://Ejournal.Undiksha.Ac.Id/Index.Php/Jjpp/Article/View/38551>
- Bungin, B. (2001). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT. Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- Fadhilah, Dian Azmi. Pratiwi, Tami. (2021). “Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing (Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Kremes Ubi” di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang)”. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* E-ISSN : 2615-4978, P-ISSN : 2086-4620.  
<http://www.journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/download/279/151>
- Firdaus, Vera. (2017). “Kewirausahaan” (Menumbuhkan Motivasi dan Minat Berwirausaha). Jember: Pustaka Abadi.
- Hakim, Lutfi Maulana. (2018). “Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa dan Nation Brand Indonesia”. *Nation State: Journal of International Studies*. Vol. 1 No. 1. Juni 2018. P ISSN 2620-391X. E ISSN 2621-735X.
- Hariyanto, S. (1). “Sistem Informasi Manajemen”. *Publiciana*, 9(1), 80-85.  
<https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.75>.  
<https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/download/75/69/>
- Kustiyah, E., Iskandar. (2016). *Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia Di era Globalisasi*, GEMA, THN XXX/52/Agustus 2016-januari 2017, 2466-2470, universitas islam batik surakarta, surakarta.
- Mais, Asrorul, dan Yaum, Lailil Aflahkul. 2015. *Prosiding, Pengembangan Pendidikan bagi Anak Berkebutuhan Khusus Menghadapi Globalisasi Pendidikan Abad 21*. Universitas Lambung Mangkurat: Banjarmasin.
- Melinda, Carista Nora. dan Nidak, Khoiru (2021). “Strategi Pemasaran UMKM Untuk Bertahan dan Berkembang Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi di Desa Tawang Kecamatan Wates Kabupaten Kediri)”. *Journal COMPETITIVE*. Volume 16, Nomor 2, Desember 2021. ISSN: 0216-2539. E-ISSN: 2656-4157  
<https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/competitive/article/download/1464/862>

- Montessori, Maria. (2006). “Pola Pikir Guru Sma Tentang Perannya Dalam Mengajarkan Pendidikan Kewarganegaraan. “Forum Pendidikan (31) 1:1-12
- Muhtarom, A., Syairozi, M., & Yonita, H. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391–402. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1.2018>
- Putri, Charisah Fitriana. Syamwil, Rodia (2022). “Peranan Perajin Batik Dalam Pengembangan Industri Pariwisata Di Kota/ Kabupaten Kendal”. *Fashion and Fashion Education Journal*. Vol 11 No 2 (2022). P-ISSN-2252-6803. Universitas Negeri Semarang. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ffe/article/view/15548/22903>
- Trixie, Alicia Amaris. (2020). “Filosofi Motif Batik Sebagai Identitas Bangsa Indonesia, Penggunaan Warisan Budaya Batik Sebagai Identitas Bangsa Indonesia” *Jurnal Folio*. Volume 1 Nomor 1 Februari 2020. ISSN. XXX. Universitas Ciputra. Surabaya. <https://journal.uc.ac.id/index.php/FOLIO/article/view/1380>
- Wardani, Irma. Dan Dewi, Tria Rosana. (2018). “Pengembangan Umkm Batik Warna Alam Kampung Batik Laweyan Surakarta”. *Journal AGRONOMIKA* Vol. 13 No. 1. ISSN 1693-0142. e-ISSN 2597-9019. Universitas Islam Batik (UNIBA). Surakarta. <https://journal.uniba.ac.id/index.php/AGR/article/view/133>