

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cara jitu menghadapi persaingan didunia bisnis yang harus dilakukan oleh perusahaan salah satunya adalah memberikan sesuatu yang menarik konsumen untuk bersedia mengunjungi *outlet* dan melakukan pembelian. Namun, sejak terjadinya pandemi tidak sedikit pengusaha yang terpaksa gulung tikar karena tidak mampu menghadapi perubahan mendadak yang terjadi akibat pandemi sehingga menyebabkan turunnya tingkat perekonomian di Indonesia.

Pada saat pandemi terjadi, usaha mikro kecil menengah (UMKM) menjadi penopang perekonomian di Indonesia. Sesuai dengan Undang- Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pasal 33 ayat 4, UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2022), jumlah UMKM di Indonesia saat ini mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi: kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Adanya kontribusi yang besar dari UMKM inilah yang membuat pemerintah memberikan perhatian khusus terhadap kemajuan setiap UMKM di Indonesia.

1.5.2 Praktis

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang layanan, lokasi penjualan dan kepuasan konsumen Yin Food.

2. Bagi kampus

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan tentang kualitas layanan, lokasi penjualan dan kepuasan konsumen pada proses pembelajaran.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yakni kualitas layanan, dan lokasi penjualan bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.

4. Bagi UMKM Yin Food

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen agar memikirkan secara matang tentang kualitas layanan, lokasi penjualan dan kepuasan konsumen Yin Food