

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Profil Perusahaan

Yuridi merupakan usaha mikro kecil menengah yang didirikan oleh Ibu rumah tangga bernama Martini. UMKM Yuridi Craft sendiri bergerak di bidang Craft kerajinan tangan. Kerajinan yang dibuat oleh UMKM ini yaitu kerajinan yang dibuat menggunakan kain perca yaitu kain-kain sisa dari pembuatan pakaian. Bagi perusahaan penjahit, kain perca termasuk limbah dan harus di buang. Maka dari itu UMKM Yuridi Craft memanfaatkan peluang untuk mendapatkan keuntungan dari limbah kain yang dibuang lalu diolah kembali menjadi kerajinan yang lebih bermanfaat dan menghasilkan uang. (*Sumber: data perusahaan, 2023*)

Dalam proses pembuatan produk UMKM Yuridi menggunakan bahan kasar Kanvas yang kemudian diaplikasikan dengan kain-kain perca yang berasal dari sisa-sisa guntingan kain yang berasal pada proses pembuatan pakaian atau garment, kerajinan dan berbagai produk tekstil lainnya. Selain mendapatkan keuntungan dari menjual produk dari limbah kain. UMKM Yuridi Craft juga membantu perusahaan penjahit untuk mengurangi limbah kain sehingga dapat menjaga lingkungan. (*Sumber: data perusahaan, 2023*)

Nama Yuridi berasal dari kedua nama anak pendiri UMKM tersebut yaitu Yudia dan Ridia (Yuridi). UMKM Yuridi mulai memproduksi produknya dari tahun 2010 dimana tempat tersebut merupakan satu kesatuan dari mulai produk, *showroom*, dan rumah tinggal. Eksistensi Yuridi lebih mengutamakan nilai estetika dan kecantikan hasil yang diperoleh dalam setiap produksinya. Produk Yuridi Craft ada hingga saat ini dan mulai tersebar dibeberapa kota di Indonesia melalui kegiatan pameran ataupun promosi di *platform* media sosial. (*Sumber: data perusahaan, 2023*)

1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi dari UMKM Yuridi Craft adalah sebagai berikut :

a. Visi

Terwujudnya peningkatan perekonomian melalui suatu usaha yang memanfaatkan limbah dari kain perca untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai jual serta menambah lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

b. Misi

1. Menjadi wadah untuk masyarakat dalam berkreasi dengan menggunakan kain perca untuk menghasilkan sebuah produk.
2. Menjalani kerjasama dengan UMKM bidang fashion untuk memperoleh kain perca dari sisa produksi.
3. Membuat produk-produk yang inovatif dan ekonomis serta ramah lingkungan.

(Sumber: Data Perusahaan,2023)

1.1.3. Logo dan Makna Logo

Berdasarkan dari dokumen perusahaan logo dan makna logo dari Yuridi Craft adalah sebagai berikut :



GAMBAR 1. 1

Logo Perusahaan

Sumber: Data perusahaan, 2023

Nama Yuridi berasal dari kedua nama anak pendiri UMKM tersebut yaitu Yudia dan Ridia (Yuridi). UMKM Yuridi mulai memproduksi produknya dari tahun 2010 dimana tempat tersebut merupakan satu kesatuan dari mulai produksi, showroom, dan rumah tinggal. Tulisan by M.R yang berada dibawah brand yuridi merupakan inisial dari pemilik atau owner dari Yuridi Craft sendiri yaitu Martini. (Sumber: Data Perusahaan, 2023)

Logo Y yang berada di atas brand merupakan huruf inisial nama UMKM Yuridi. Sayap hijau setelah logo Y melambangkan green product yang berarti produk yang ramah lingkungan

atau tidak berbahaya terhadap lingkungan, baik pada proses produksinya atau saat mengkonsumsinya. (Sumber: Data Perusahaan, 2023)

1.1.4. Produk/Layanan

UMKM Yuridi Craft menghasilkan produk-produknya berupa tas, dompet, pouch dan juga masker (pada saat pandemi virus Covid-19). Berikut terlampir gambar dari produk UMKM Yuridi diantaranya:

TABEL 1. 1
Produk UMKM Yuridi Craft

NO	Nama Produk	Gambar Produk
1.	Tas Tenteng Kode: YDTE	
2.	Tas Mukena Kode: YDM	
3.	Tote Bag Kode: YDT	
4.	Dompet Kode: YDK & YDS	
5.	Lap Panas Kode: YDC	

bersambung

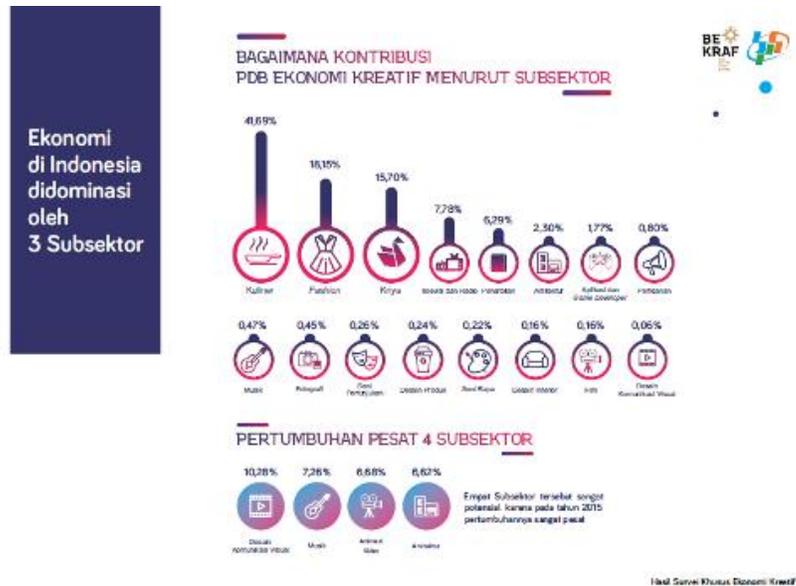
6.	Pouch	
----	--------------	--

Sumber: Data Perusahaan, 2023

1.2 Latar Belakang

Perkembangan zaman pada saat ini berkembang sangat pesat, terutama dalam bidang *Fashion*. Awal perkembangan *trend Fashion* Indonesia pada saat ini cenderung dipengaruhi oleh budaya Eropa dan Asia, terutama *fashion* yang berasal dari Korea. Dunia *fashion* sangat berpengaruh pada perang, politik, budaya, pergerakan ekonomi, sosial dan banyak pendukung lain lagi yang ikut andil dalam mengubah *Fashion* yang ada. *Trend fashion* berfungsi sebagai refleksi dari status sosial dan ekonomi atau menjelaskan tentang popularitas. *Fashion* semakin menjadi industri atau bisnis yang menguntungkan di dalam negeri atau internasional yang berkembangnya mode dunia atau *fashion* (Choral.id 2020). Di Indonesia sendiri *fashion* saat ini berkembang pesat di beberapa tahun belakangan ini. Diwarnai dengan sejumlah tren *fashion* yang viral dan dikenakan oleh banyak orang. Mulai dari pakaian, aksesoris, sepatu, makeup hingga skincare. Industri *Fashion* menjadi salah satu sektor prioritas dalam program Making Indonesia 4.0 yang penting untuk terus dikembangkan. Kinerja ekspor industri *Fashion* pada tahun 2020 mencapai US\$ 10,62 miliar dengan kontribusi ke PDB industri pengolahan nonmigas sebesar 6,76% (nasional.kontan.co.id/2023).

Menurut Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF), industri kreatif terus memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pada tahun 2018, kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB Indonesia sudah mencapai 7% atau mencapai angka Rp 1 triliun pada tahun 2018. Terdapat empat sektor industri kreatif yang memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB Indonesia yaitu Kuliner, *Fashion*, dan Kriya. Ini membuat ekonomi kreatif semakin diminati dan memiliki potensi yang cukup menjanjikan (Investor.id, 2019). Hal tersebut di perkuat dengan Data Statistik dan Hasil Survey mengenai Ekonomi Kreatif yang dilakukan oleh Kerjasama Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik pada tahun 2019.



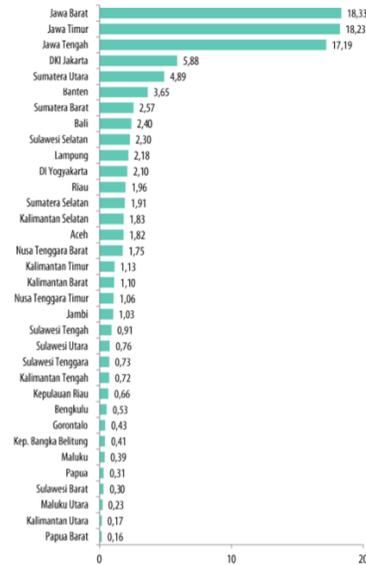
GAMBAR 1. 2

Data Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif

Sumber: pelakubisnis, diakses 28 Mei 2023

Berdasarkan Gambar 1.2 di atas, terdapat 3 besar subsektor yang menjadi penyumbang PDB terbesar pada Ekonomi Kreatif yaitu kuliner 41,69%, *fashion* 18,15% dan kriya 15,70%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pasar *industry fashion* di Indonesia sangat menarik perhatian para pelaku ekonomi kreatif, dengan tingginya pertumbuhan industri kreatif membuat para pelaku bisnis industri *fashion* makin gencar dalam menjalankan bisnisnya demi menarik perhatian konsumen, tidak hanya para pelaku ekonomi kreatif yang merespon positif fenomena ini, para masyarakat Indonesia pun merespon positif juga. (*Sumber:* pelakubisnis, diakses 28 Mei 2023)

Cerminan gaya hidup masyarakat Indonesia saat ini sudah modern dengan model desain *fashion* yang unik sehingga masyarakat mampu mengikuti *trend* yang ada. *Fashion* di Indonesia juga dipengaruhi oleh empat sikap para pelaku yang memiliki semangat tinggi, mental yang baik, dan keinginan untuk berkolaborasi dengan para *fashion* lainnya untuk meningkatkan kemajuan industri *fashion* di Indonesia (Yuliardi, 2021). Saat ini, *fashion* di Indonesia banyak mengeluarkan brand lokal dengan kualitas pakaian yang modern, nyaman dan tidak kalah dengan branded lainnya (timesindonesia.co.id, 2021). Salah satu daerah di Indonesia dengan brand fashionnya adalah Jawa barat. terbukti dengan survey pada gambar 1.3 berikut.



GAMBAR 1. 3

Perkembangan dan Sebaran Industri Kreatif Bidang Fashion

Sumber: (sinta mia, 2019)

Kerajinan diartikan sebagai pekerjaan yang dilakukan dengan tangan dan membutuhkan keterampilan khusus. *Craft* juga dapat diartikan sebagai suatu karya yang dikerjakan memakai alat-alat sederhana dengan mengandalkan kecekatan tangan, dikerjakan oleh seorang pribadi yang terlatih. *Craft* biasanya dikerjakan oleh perajin-perajin daerah tertentu yang bekerja dengan dasar industri rumah tangga. Oleh karena itu biasanya mengandung unsur artistik yang tradisional berasal dari lingkungan geografis daerah asal dimana benda *craft* itu dibuat. *Craft* selalu dibuat untuk maksud tertentu untuk suatu kegunaan dan dijual untuk digunakan sehari-hari. Oleh karena itu suatu benda kerajinan harus cukup kuat dan kokoh agar dapat memenuhi fungsinya. Adapun contoh *craft* antara lain tas, dompet tote bag, pouch, dan gantungan kunci. (Sumber: Data Olahan Penulis, 2023)

Yuridi merupakan usaha mikro kecil menengah yang didirikan oleh Ibu rumah tangga bernama Martini. UMKM Yuridi Craft sendiri bergerak di bidang Craft. Kerajinan yang dibuat oleh UMKM ini adalah kerajinan yang menggunakan kain perca yaitu kain-kain sisa dari pembuatan pakaian. Bagi perusahaan penjahit, kain perca termasuk limbah dan harus di buang. Maka dari itu UMKM Yuridi Craft memanfaatkan peluang untuk mendapatkan keuntungan dari

limbah kain yang dibuang lalu diolah kembali menjadi kerajinan yang lebih bermanfaat dan menghasilkan uang. (Sumber: data perusahaan, 2023)

Dalam proses pembuatan produk UMKM Yuridi menggunakan bahan kasar Kanvas yang kemudian diaplikasikan dengan kain-kain perca yang berasal dari sisa-sisa guntingan kain yang berasal pada proses pembuatan pakaian atau garment, kerajinan dan berbagai produk tekstil lainnya. Selain mendapatkan keuntungan dari menjual produk dari limbah kain. UMKM Yuridi Craft juga membantu perusahaan penjahit untuk mengurangi limbah kain sehingga dapat menjaga lingkungan. (sumber:data perusahaan, 2023)

Kain perca merupakan salah satu contoh limbah anorganik yang sulit untuk diurai oleh lingkungan, padahal intensitasnya cukup tinggi (Rosdiana et al., 2018). Limbah jenis kain perca ini cukup banyak ditemukan karena banyaknya industri konveksi yang mulai menjamur akhir-akhir ini baik dalam skala kecil maupun skala besar (Purwasih et al., 2020). Salah satu alternatif solusi untuk mengurangi limbah kain perca tersebut sekaligus cara untuk mendukung program 3R dari pemerintah adalah dengan memanfaatkan limbah kain perca menjadi suatu kerajinan tangan yang berguna dan mempunyai daya jual, seperti tas, gantungan kunci, bantal, pouch, tempat tisu, boneka dan lain-lain. Namun, pada kenyataannya masih sedikit sekali warga yang memiliki kesadaran akan hal tersebut. Selama ini limbah kain perca hanya dibiarkan menumpuk untuk kemudian dibakar oleh industri konveksi tanpa dimanfaatkan kembali.

TABEL 1. 2

Contoh Kerajinan Kain Perca

NO	DESKRIPSI	GAMBAR
1.	TAS	
2.	GANTUNGAN KUNCI	
3.	BANTAL	

bersambung

sambungan

4.	TEMPAT TISU	
5.	POUCH	

Sumber: Olahan penulis,2023

Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas baik menjadi kriteria utama konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan perusahaan. Kualitas yang baik akan menjadi pertimbangan para konsumen dalam memilih suatu produk khususnya tas. Menurut (Kotler, 2018) pengertian kualitas adalah sebagai berikut, “*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*” yang dapat diartikan Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas yang baik pada produk dapat menjadi strategi baik bagi perusahaan, Menurut Fandy Tjiptono (dalam Lugi Muhammad Satria, 2023) Kinerja (*Performance*), Ciri Khas (*Features*), Keandalan (*Reliability*), Kesesuaian (*Conformance To Specification*), Ketahanan (*Durability*), Kualitas yang dirasakan (*Perceived Quality*). Perihal kualitas produk, Yuridi Carft sendiri mendapatkan komentar negatif tentang keluhan kualitas dari produknya, Berbagai komentar negatif perihal kualitas produk Yuridi Craft ditunjukkan pada Tabel 1.3:

TABEL 1. 3

Keluhan Konsumen Yuridi Craft

NO	KELUHAN
1.	Kancingnya cepat lepas
2.	Kain nya tidak tahan lama
3.	Benangnya keluar-keluar
4.	Jahitannya kurang rapih

Sumber: data perusahaan, 2023

Berdasarkan Tabel 1.3 Meskipun Yuridi telah dikenal oleh masyarakat Bandung, masih terdapat beberapa konsumen yang komplain mengenai kualitas produk dari Yuridi Craft ini. Dari review di atas, terdapat beberapa customer yang melakukan komplain terhadap produk Yuridi yang telah dibeli melalui WOM (*word of mouth*) dengan owner Yuridi. Dengan berbagai keluhan yang ada menunjukkan bahwa menurut konsumen kualitas produk Yuridi memiliki kualitas yang kurang baik dan menjadi masalah bagi perusahaan Yuridi. Maka dari itu perusahaan perlu segera melakukan peningkatan kualitas produk, karena jika keluhan dari konsumen ini dibiarkan akan berdampak pada keputusan pembelian. (*Sumber: Data Olahan Penulis, 2023*)

Berdasarkan hasil review dari customer yang merasa kurang puas dengan kualitas produk dari Yuridi, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat beberapa customer yang merasa tidak puas dengan kualitas produk dari Yuridi ini. Meskipun terdapat beberapa customer yang memberikan review buruk mengenai kualitas produk dari Yuridi, per tahun 2021, nilai kualitas produk Yuridi ini memiliki nilai baik karena Yuridi Craft ini selalu menggelar bazar atau pameran setiap ada acara KUKM Kota Bandung, tidak hanya itu saja Yuridi juga membantu memberikan ilmu dan pengalaman kepada sekolah-sekolah khusus seperti sekolah SLB tingkat SMP dan SMA. Yang dimana Yuridi akan memiliki citra yang bagus. Dari paparan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jumlah customer yang memberikan review buruk jauh lebih sedikit dibandingkan *customer* yang merasa puas dengan kualitas produk dari Yuridi Craft. (*Sumber: Data Olahan Penulis, 2023*)

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti sejauh mana kualitas produk pada UMKM Yuridi Craft. Maka dari itu dengan adanya penelitian ini penulis berharap mengetahui dengan jelas mengenai **“ANALISIS KUALITAS PRODUK PADA UMKM YURIDI CRAFT DI KOTA BANDUNG TAHUN 2023”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana kualitas produk pada UMKM Yuridi Craft di Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas produk pada UMKM Yuridi Craft di Kota Bandung

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis sebagai berikut :

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai beberapa hal yang telah diteliti, selain itu diharapkan penulis dapat belajar menganalisa suatu permasalahan yang terjadi di perusahaan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat dijadikan solusi oleh UMKM Yuridi untuk meningkatkan kualitas produk Yuridi Craft.

1.6 Batasan Masalah

Batasan penelitian dibuat agar penelitian lebih terarah dan menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran suatu pokok masalah yang dapat memudahkan penulis agar tujuan penelitian dapat tercapai dengan baik. Berikut beberapa batasan masalah dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Variable yang menjadi fokus pada penelitian ini ialah, variable independen (X) yaitu Kualitas Produk.
2. Objek penelitian ini dilakukan di Kota Bandung dengan objek penelitian yaitu pelanggan Yuridi Craft.
3. Penelitian ini dilakukan selama dari bulan April sampai bulan Juli 2023.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir

Sistematika dibuat untuk memberikan gambaran umum mengenai penelitian yang dilakukan penulis untuk menjelaskan penulisan hasil penelitian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan penelitian secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan secara ringkas dan padat mengenai tinjauan pustaka, kerangka pemikiran dan ruang lingkup penelitian teori yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya mengenai Pemasaran, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan.

c. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini merupakan pembahasan mengenai pendekatan penelitian, metode penelitian, jenis penelitian, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau membahas mengenai penelitian ini.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara kronologis dan sistematis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitiannya, yang nantinya hasil dari penelitian ini akan disesuaikan dengan metode penelitian yang digunakan agar tujuan dari permasalahan ini dapat tercapai dengan baik.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi pemaparan hasil analisis yang telah dilakukan oleh penulis melalui keseluruhan bab dari penelitian ini dijelaskan secara singkat berupa kesimpulan. Serta berisi saran-saran yang ingin disampaikan kepada perusahaan yang dijadikan objek penelitian.