
**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM
(STUDI KASUS PADA BAKMI ALEX TSS)**

Andre
Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
andre091293@gmail.com

Masuk : 06-06-2021 , revisi : 03-08-2021 , diterima untuk diterbitkan : 03-08-2021

Abstract: The purpose of this study was to see the effect of price, service quality, and product quality on MSME business performance. This study used a survey that was distributed to 100 customers in a case study at Bakmi Alex TSS. Sampling using non-probability sampling method and analysis using SPSS software. The results of SPSS show that price, service quality, and product quality each have a different influence and level of significance on MSME business performance. Price has a relationship that does not have a significant effect on business performance, service quality, and product quality influence MSME business performance. The results of this study can provide a broader perception of the business performance of MSMEs. The workforce must make more efforts to create positive perceptions of customers to produce good business performance.

Keywords: Price, Service Quality, Product Quality

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kinerja bisnis UMKM. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan pada 100 pelanggan pada studi kasus di Bakmi Alex TSS. Pengambilan sampel menggunakan metode Non-probability Sampling dan dianalisis menggunakan *software* SPSS. Hasil SPSS menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk masing-masing memiliki pengaruh dan tingkat signifikansi yang berbeda terhadap kinerja bisnis UMKM. Harga memiliki hubungan yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis, kualitas pelayanan, dan kualitas produk memiliki adanya pengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM. Hasil penelitian ini dapat memberikan persepsi yang lebih luas mengenai kinerja bisnis UMKM. Para tenaga kerja harus lebih berusaha menciptakan persepsi positif kepada pelanggan agar menghasilkan kinerja bisnis yang baik.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Persaingan usaha akhir-akhir ini sangatlah super kompetitif. Khususnya pada salah satu UMKM yaitu Bakmi Alex TSS, yang semakin hari dirasakan adanya penurunan kinerja bisnis. Boniface et al. (2012) dalam judul “Linking Price Satisfaction and Business Performance in Malaysia’s Dairy Industry” ditemukan bahwa hasil studi menunjukkan bahwa harga relatif, rasio kualitas harga, dan kewajaran harga memengaruhi loyalitas produsen dan meningkatkan kinerja hubungan bisnis. Jika dilihat dalam hasil penelitian Sumardi dan Fernandes (2020) dalam penelitiannya berjudul “The Influence of Quality Management on Organization Performance: Service Quality and Product Characteristics as a Medium”, ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel sistem manajemen mutu terhadap kualitas pelayanan dan kinerja perusahaan, namun tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap karakteristik produk. Selanjutnya, terdapat penelitian Haryono dan Marniyati (2018) yang berjudul “Pengaruh *Market Orientation*, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Bisnis dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing”. Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa hasil hipotesis diterima dengan penjelasan kualitas produk berpengaruh terhadap kinerja

bisnis tetapi tidak secara langsung melainkan melalui variabel keunggulan bersaing yang dinyatakan secara langsung. Karenanya, peneliti bermaksud untuk mengembangkan permasalahan-permasalahan yang ada pada rumah makan Bakmi Alex TSS tersebut dengan menjadikan Bakmi Alex TSS sebagai studi kasus penelitian dengan judul yaitu: “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM (Studi Kasus di Bakmi Alex TSS)”.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh harga terhadap kinerja bisnis Bakmi Alex TSS.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kinerja bisnis Bakmi Alex TSS.
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kinerja bisnis Bakmi Alex TSS.
4. Mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kinerja bisnis Bakmi Alex TSS.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Harga didefinisikan Kotler dan Armstrong (2016, p. 324), bahwa “*price the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service*”. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mendefinisikan harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan yang ditukarkan pelanggan untuk suatu manfaat.

Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan kegiatan yang diberikan seseorang kepada pihak lain yang berupa pelayanan yang tidak memengaruhi hak milik siapa pun (Kotler & Keller, 2012, p. 21). Menurut Payne (2000, p. 11), pelayanan adalah rasa menyenangkan atau tidaknya ketika seseorang mendapat pelayanan yang diterima sewaktu memperoleh pelayanan. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan sebuah tindakan yang ditawarkan ke satu pihak ke pihak lain terhadap suatu produk berwujud ataupun tidak berwujud.

Kualitas Produk

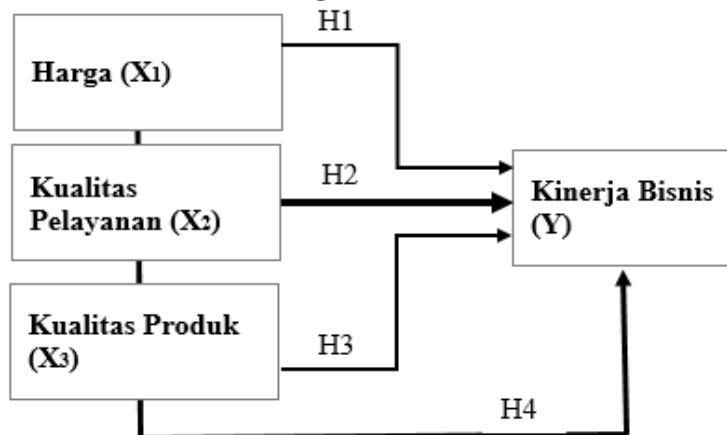
Kualitas produk didefinisikan Kotler dan Keller (2016, p. 164), adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Terkait itu, peneliti mendefinisikan bahwa kualitas produk adalah hal penting untuk mengetahui standar hasil atau kinerja untuk melebihi keinginan pelanggan.

Kinerja Bisnis

Helfert (1997) mendefinisikan kinerja perusahaan adalah gambaran suatu perusahaan secara integral, utuh di mana hasil prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Rivai et al. (2005, p. 16) mendefinisikan kinerja bisnis sebagai hasil kerja yang dicapai kelompok dalam satu badan yang berjalan berdasarkan wewenang dan tanggung jawab dalam upaya mencapai visi dan misi perusahaan secara legal dan sesuai dengan moral dan etika yang ada. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti mendefinisikan kinerja bisnis adalah gambaran utuh hasil prestasi dari pemanfaatan sumber daya dalam satu badan sesuai dengan moral dan etika yang ada.

Kerangka Penelitian

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan rancangan penelitian *cross-sectional*. Teknik penarikan sampel menggunakan teknik Purposive Sampling. Penelitian ini dilakukan dari 9 September 2020 sampai 21 September 2020. Sampel penelitian ini adalah pelanggan, telah menjadi pelanggan dalam 1 tahun terakhir, dan bersedia untuk mengikuti penelitian ini. Total kuesioner yang berhasil dikumpulkan sebanyak 129 kuesioner, namun hanya 100 kuesioner yang dapat digunakan. Sebanyak 29 responden tidak memenuhi kriteria keseluruhan. Indikator-indikator variabel penelitian ini menggunakan skala Likert dengan skala 1-5 dengan nilai 1 (sangat tidak setuju) hingga nilai 5 (sangat setuju). Pada 34 butir pernyataan, telah dilakukan pengujian alat ukur dan didapatkan 34 butir pernyataan yang dinyatakan *valid* karena nilai Corrected Item-Total Correlation > 0,3 dan reliabel karena nilai Cronbach’s Alpha > 0,7 (Sekaran & Bougie, 2016). Maka, semua indikator pernyataan telah memenuhi persyaratan sebagai alat ukur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji t

Tabel 1
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	
	B	Std. Error				
1	(Constant)	3,477	2,060		1,688	,095
	Harga	,162	,091	,131	1,767	,080
	Pelayanan	,297	,086	,268	3,455	<,001
	Produk	,718	,111	,555	6,487	<,001

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Sumber: Pengolahan Data dengan Program SPSS, 2021

Berdasarkan hasil pengujian melalui SPSS di atas, maka disimpulkan hasilnya sebagai berikut:

1. Hasil implementasi atau penerapan tentang Harga (X_1) terhadap Kinerja Bisnis (Y) melalui pengujian *t*-statistik menunjukkan nilai dari *t*-hitung sebesar 1,767 lebih besar dari *t*-tabel ($1,767 > 1,984$) dengan tingkat (Sig.) 0,080 atau < 0,05. Karena *t*-hitung tidak lebih besar dari *t*-tabel, maka H_0 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan Harga (X_1) dengan Kinerja Bisnis (Y) secara parsial.

2. Hasil implementasi atau penerapan tentang Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kinerja Bisnis (Y) melalui pengujian t -statistik menunjukkan nilai t -hitung sebesar 3,455 dengan tingkat (Sig.) 0,001 atau $< 0,05$. Karena t -hitung lebih besar dari t -tabel ($3,455 > 1,980$), maka H_0 ditolak. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa adanya pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kinerja Bisnis (Y) secara parsial.
3. Hasil implementasi atau penerapan tentang Kualitas Produk (X_3) terhadap Kinerja Bisnis (Y) melalui pengujian t -statistik menunjukkan nilai t -hitung sebesar 6,487 dengan tingkat (Sig.) 0,001 atau $< 0,05$. Karena t -hitung lebih besar dari t -tabel ($6,487 > 1,980$), maka H_0 ditolak. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa adanya pengaruh Kualitas Produk (X_3) terhadap Kinerja Bisnis (Y) secara parsial.

Hasil Uji F Simultan

Tabel 2
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2314,770	3	771,590	118,285	<,001 ^b
	Residual	626,220	96	6,523		
	Total	2940,990	99			

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

b. Predictors: (Constant), Produk, Harga, Pelayanan

Sumber: Pengolahan Data dengan Program SPSS, 2021

Berdasarkan hasil pengujian melalui SPSS di atas, maka disimpulkan hasil implementasi atau penerapan tentang Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kualitas Produk (X_3) terhadap Kinerja Bisnis (Y) melalui pengujian F -statistik menunjukkan nilai dari F -hitung $118,285 > 2,680$ atau $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Hasil keputusannya adalah terdapat pengaruh Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kualitas Produk (X_3) terhadap Kinerja Bisnis (Y) secara simultan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan rumusan masalah, hipotesis penelitian, dan hasil penelitian pembahasan sebelumnya beserta tabel hasil perhitungan SPSS, maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan dan saran adalah sebagai berikut:

1. Hasil implementasi atau penerapan tentang Harga (X_1) terhadap Kinerja Bisnis (Y) melalui uji t -hitung tidak lebih besar dari t -tabel, maka H_0 diterima, maka tidak ada pengaruh signifikan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan Harga (X_1) dengan Kinerja Bisnis (Y) secara parsial. Maka, peneliti memberikan saran untuk meningkatkan kinerja bisnis adalah harga tidak perlu mengalami perubahan, bisa ditingkatkan dengan memberi nilai lebih kepada variabel lain.
2. Hasil implementasi atau penerapan tentang Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kinerja Bisnis (Y) melalui pengujian t -statistik adalah H_0 ditolak. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa adanya pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kinerja Bisnis (Y) secara parsial. Maka, saran dari peneliti adalah perlunya peningkatan kualitas pelayanan yang harus dilakukan oleh Bakmi Alex TSS agar memberikan hasil kinerja bisnis yang lebih baik.
3. Hasil implementasi atau penerapan tentang Kualitas Produk (X_3) terhadap Kinerja Bisnis (Y) melalui pengujian t -statistik adalah H_0 ditolak. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa adanya pengaruh Kualitas Produk (X_3) terhadap Kinerja Bisnis (Y) secara parsial. Maka, saran dari peneliti adalah adanya peningkatan kualitas produk pada Bakmi Alex TSS agar meningkatkan kinerja bisnis.

4. Hasil implementasi atau penerapan tentang Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kualitas Produk (X_3) terhadap Kinerja Bisnis (Y) melalui pengujian F -statistik adalah H_0 ditolak. Hasil keputusannya adalah terdapat pengaruh Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kualitas Produk (X_3) terhadap Kinerja Bisnis (Y) secara simultan. Maka, saran dari peneliti untuk Bakmi Alex TSS adalah untuk harga bisa dinaikkan untuk menunjang peningkatan dalam variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Boniface, B., Gyau, A., & Stringer, R. (2012). Linking price satisfaction and business performance in Malaysia's dairy industry. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 24(2), 288–304. <https://doi.org/10.1108/13555851211218066>
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2018). Pengaruh market orientation, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap kinerja bisnis dalam menciptakan keunggulan bersaing. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 17(2), 51–68. <https://doi.org/10.20961/jbm.v17i2.17174>
- Helfert, E. A. (1997). *Analisis laporan keuangan* (N. Sembiring (ed.); H. Wibowo (trans.); 7th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Payne, A. (2000). *The essence of service marketing: Pemasaran jasa* (F. Tjiptono (trans.)). Andi.
- Rivai, V., Basri, A. F. M., Sagala, E. J., & Murni, S. (2005). *Performance appraisal: Sistem yang tepat untuk menilai kinerja karyawan dan meningkatkan daya saing perusahaan*. RajaGrafindo Persada.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Sumardi, & Fernandes, A. A. R. (2020). The influence of quality management on organization performance: service quality and product characteristics as a medium. *Property Management*, 38(3), 383–403. <https://doi.org/10.1108/PM-10-2019-0060>