BABI

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kabupaten Kudus merupakan salah satu yang terkenal dengan banyaknya usaha mikro kecil dan mengengah (UMKM). Pemerintah Kabupaten Kudus dan Dinas Perindustrian, Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kabupaten Kudus (DinPerinKop UMKM), berkeinginan untuk mengangkat potensi UMKM. Nantinya diharapkan bisa meningkatkan devisa daerah serta mengangkat dan mempromosikan potensi yang ada di daerah. Salah satu jenis UMKM di Kudus yang otentik adalah klaster Bordir dan telah menjadi ciri khas dari kota Kudus.

Sebagaimana Keberadaan Sunan Kudus dalam masyarakat Kudus telah mendapatkan posisi yang istimewa sehingga peninggalan ajaran Sunan Kudus selalu melekat dan mandarah daging di dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu ajaran Sunan Kudus yang dianggap sebagai perwujudan karakter masyarakat Kudus adalah Gusjigang. Gusjigang merupakan sebuah akronim dari Bagus, Ngaji dan Dagang (Said, 2014). Dengan semangat Gusjigang, maka akan dijadikan sebagai basis dan spiritual enterpreneurship masyarakat pesisir khususnya di Kudus dan sekitarnya. Hal ini yang menjadi etika kerja lokal Kudus sehingga mampu menjadikan masyarakat menjadi lebih mandiri dalam perekonomian. Berdasarkan penelitian tentang manajer-pemilik UMKM di Turki ditemukan bahwa wacana Islam baru -tampil lebih liberal dan *pro market oriented*- bersama dengan etos kerja Muslim. mendorong kewirausahaan di Turki (Uygur et al., 2017). Mendemonstrasikan etika kerja Muslim kontemporer terdiri dari moral energi, yang

memanifestasikan dirinya dengan berbagai cara sebagai rasional/sekuler, berbagi/dikomunikasikan, dan berjalan pada orientasi tindakan bagi pengusaha Muslim, dalam membantu mempertahankan kegiatan kewirausahaan mereka dalam konteks Turki.

Bagus, ngaji, dan dagang (Gusjigang) merupakan salah satu etos kerja lokal yang ada di Kabupaten Kudus. Penampilan yang bagus, memiliki jiwa kewirausahaan, serta memiliki perilaku yang bagus dan pemahaman agama yang mendalam merupakan etika kerja lokal di kabupaten Kudus. Said (2014) menyatakan gusjigang melahirkan sebuah nilai inti yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi basis nilai dalam pembangunan dari perspektif ekonomi, politik, seni, budaya serta pendidikan. Berkembangnya usaha di kabupaten Kudus dapat dilihat dari segi keterampilan khusus seperti border serta potensi kecerdasan dalam hal pemasaran menjadikan UMKM di Kabupaten Kudus memiliki daya saing.

Menilik pada sentra Bordir yang ada di Kota Kudus terdapat tiga klaster yaitu Karang Malang, Padurenan dan Janggalan. Salah satu klaster di Karang Malang Kabupaten Kudus yaitu Teratai Jaya Abadi yang telah berdiri sejak tahun 1990, dengan 11 Anggota UMKM pengusaha Bordir yang masih aktif, diantaranya adalah Djasmine Bordir, Dahlia Bordir, Sri Rejeki Bordir, Raff Bordir, Yusril Bordir, Sari Asih Bordir, Alima Bordir, Dewi Kunti Bordir, Karjinah Bordir, Parti Bordir, Dahlia Putri Bordir.

Dalam masing-masing UMKM terdapat potensi "Bordir" khas Kudus yang sebagian belum tereksplor dan terangkat ke permukaan untuk menjadikan UMKM

potensial di kota Kudus. Produk "Bordir" memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri, karena selalu berinovasi dengan ragam dan variasi desain, model terbaru yang sesuai dengan ukuran, bentuk dan warna, serta desain yang mengikuti perkembangan jaman (Azany, 2014). Isnaeni & Muchamad (2016) menyatakan bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan, yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara inovasi produk terhadap kepuasan. Hal ini tentu saja menjadikan tantangan tersendiri bagi para UMKM "Bordir" untuk selalu berinovasi dengan produknya agar lebih menarik dan sesuai dengan keinginan pasar sehingga produk "Bordir" tersebut dapat menggugah keinginan konsumen untuk membeli dengan harapan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dalam perkembangan UMKM Bordir dikota Kudus menjadi daya tarik tersendiri karena mengusung ciri khas dari kota Kudus.

Seiring perkembangannya pemasaran berperan penting di dalam proses bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Salah satu tantangan yang paling sulit untuk UMKM yaitu cara untuk menentukan strategi yang akan digunakan dalam pemasaran guna menghasilkan keuntungan sebanyak-banyaknya dengan menggunakan sumber daya yang terbatas, Rusaneanu dalam Edris, Handoyo & Lusianti (2017). Salah satu strateginya yaitu dengan selalu berinovasi pada produk Bordir. Sukarmen, Sularso & Wulandari (2015) menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif dan pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kepuasan pelanggan. Di tengah persaingan usaha dan UMKM yang semakin kompetitif ini, pengusaha dan pelaku UMKM juga selalu berinovasi

mengikuti perkembangan teknologi yang menekankan pada inovasi produk. Berbagai upaya produksi dan inovasi produk dilakukan oleh pengusaha dan pelaku UMKM agar produk yang dihasilkan disukai dan digemari oleh konsumen sehingga mendorong konsumen untuk membeli produk yang mereka jual. Inovasi produk pun terus dikembangkan dan dilakukan dengan tujuan memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga mendorong konsumen agar tetap setia dengan produknya.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Kudus menunjukkan adanya peningkatan dalam hal pengeluaran per kapita untuk pembelian makanan. Data pada tahun 2019 menunjukkan peningkatan dari 46,22 persen menjadi 46,49 persen setiap bulannya. Sedangkan untuk pengeluaran non makanan mengalami penurunan dari 56,78 persen menjadi 55, 51 persen (BPS Kabupaten Kudus, 2020). Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel 1.1. Adanya tren penurunan dalam hal pengeluaran perkapita untuk kebutuhan non makanan merupakan sebuah tantangan bagi pelaku bisnis dan UMKM di Kabupaten Kudus. Adanya penurunan ini merupakan sebuah permasalahan yang harus dipecahkan pelaku bisnis dan UMKM non makanan untuk meningkatkan penjualan, sehingga pengeluaran per kapita non makanan bisa meningkat.

Tabel 1.1. Pengeluaran per kapita masyarakat Kudus

Komoditas	2018 (dalam persen)	2019 (dalam persen)
Makanan	46, 22	46, 49
Non Makanan	53, 78	53, 51

Sumber: BPS Kabupaten Kudus, 2020

Salah satu upaya untuk memberikan kepuasan terbaik kepada konsumen yaitu dengan memberikan rasa kepercayaan sehingga konsumen mampu mendapatkan kepuasan. Pelayanan yang diberikan oleh pengusaha dan pelaku UMKM kepada pelanggan jangan sampai merasa kecewa dengan kepercayaan yang diberikan, sehingga memberikan rasa aman dan nyaman kepada semua pihak. Dengan memberikan kepercayaan dianggap sebagai strategi penting untuk mencapai keberhasilan dalam lingkungan yang sangat kompetitif saat ini, khususnya kepuasan pelanggan yang merupakan asset yang sangat potensial. Pada akhirnya pengusaha dan UMKM yang dapat menawarkan desain produk yang inovatif dan layanan yang unggulah yang dapat mencapai pertumbuhan lebih tinggi. Dengan menjaga kepercayaan maka akan berdampak positif bagi kepuasan pelanggan dan dapat mengalami peningkatan keuntungan yang lebih tinggi.

Berkaitan dengan kepuasan yaitu konsumen sebagai penerima pelayanan terhadap proses atau pengalaman dalam menerima pelayanan prima, mengutamakan kualitas, memberikan harga yang bersaing, mempunyai ciri khas "Bordir", dan selalu berinovasi sehingga memiliki dampak positif pada kepuasan konsumen atau pelanggan, seperti hasil analisis menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran secara tidak langsung mempengaruhi kepuasan melalui identifikasi sosial dan nilai yang dirasakan pelanggan (Chen & Lin, 2019) hal ini merupakan salah satu poin penting yang dapat digaris bawahi bahwa inovasi produk bisa berpengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan. Ditengah perkembangan dunia usaha dengan persaingan yang sangat ketat Perusahaan (UMKM) harus mempersiapkan produk baru sehingga akan mampu menghadapi risiko yang berat

yaitu persaingan dengan para pesaing-pesaingnya. Salah satu cara yang dapat memenangkan persaingan yaitu dengan melakukan inovasi produk. Buchari (2004) inovasi mengamati konsumen dalam menemukan dan memuaskan konsumennya dengan memberikan produk yang baru. Berbagai upaya produksi dan inovasi produk dilakukan oleh pengusaha dan pelaku UMKM agar produk yang dihasilkan disukai dan digemari oleh konsumen sehingga mendorong konsumen untuk membeli produk yang mereka jual. Inovasi produk pun terus dikembangkan dan dilakukan dengan tujuan memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga mendorong konsumen agar tetap setia dengan produknya, Salah satunya adalah dengan memberikan kepercayaan yang dianggap sebagai strategi penting untuk mencapai keberhasilan dalam lingkungan yang sangat kompetitif saat ini, khususnya kepuasan pelanggan yang merupakan asset yang sangat potensial.

Beberapa penelitian terkait dengan inovasi dan kepuasan pelanggan telah dilakukan oleh beberapa peneliti dalam beberapa tahun terakhir. Sukarmen, Sularso, dan Wulandari (2015) melakukan penelitian tentang efek inovasi produk dengan kepuasan pelanggan berpengaruh positif. Peneliti lainnya Darwin dan Kunto Darwin dan Kunto (2014) menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan, kepercayaan dan ada korelasi yang signifikan antara kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini fokus kepada hubungan antara etika kerja lokal dengan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan. Peneliti mencoba memasukkan variabel etika kerja lokal sehingga menjadi sebuah *research gap* dalam penelitian ini.

Pada akhirnya pengusaha dan UMKM yang dapat menawarkan inovasi produk yang dapat mencapai pertumbuhan lebih tinggi. Dengan menjaga kepercayaan maka akan berdampak positif bagi kepuasan pelanggan dan dapat mengalami peningkatan keuntungan yang lebih tinggi. Dengan adanya hal yang terkait inovasi produk yang berhubungan dengan pengusaha dan pelaku UMKM serta konsumen dalam dalam pengaruhnya terhadap tingkat kepercayaan dan kepuasan pelanggan, maka penelitian ini berjudul "Pengaruh Etika Kerja Lokal dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada UMKM "Bordir" di Karang Malang Kabupaten Kudus"

1.2. Rumusan Masalah

Etika Kerja Lokal yang merupakan ajaran Sunan Kudus yang dianggap sebagai perwujudan karakter masyarakat Kudus adalah Gusjigang, dalam perkembangan UMKM yang ada di Kabupaten Kudus yang semakin pesat, diharapkan mampu mengangkat UMKM dalam memberikan inovasi produk terbaik, yang dalam pemasarannya sudah menjadi tugas dari UMKM untuk memberikan rasa kepercayaan kepada para konsumennya agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang dikaji dalam penelitan ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Etika Kerja Lokal terhadap Kepercayaan Pelanggan pada UMKM "Bordir" di Karang Malang Kabupaten Kudus?

- 2. Bagaimana pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepercayaan Pelanggan pada UMKM "Bordir" di Karang Malang Kabupaten Kudus?
- 3. Bagaimana pengaruh Etika Kerja Lokal terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM "Bordir" di Karang Malang Kabupaten Kudus?
- 4. Bagaimana pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM "Bordir" di Karang Malang Kabupaten Kudus?
- 5. Bagaimana hubungan Kepercayaan Pelanggan dengan Kepuasan
 Pelanggan pada UMKM "Bordir" di Karang Malang Kabupaten
 Kudus?

1.3. Tujuan

Dalam suatu penelitian yang dilakukan tentunya mempunyai beberapa tujuan. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1. Untuk menganalisis pengaruh Etika Kerja Lokal terhadap

 Kepercayaan Pelanggan pada UMKM "Bordir" di Karang Malang

 Kabupaten Kudus
- Untuk menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepercayaan
 Pelanggan pada UMKM "Bordir" di Karang Malang Kabupaten
 Kudus

- Untuk menganalisis pengaruh Etika Kerja Lokal terhadap Kepuasan
 Pelanggan pada UMKM "Bordir" di Karang Malang Kabupaten
 Kudus
- Untuk menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM "Bordir" di Karang Malang Kabupaten Kudus
- 5. Untuk menganalisis hubungan Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM "Bordir" di Karang Malang Kabupaten Kudus

1.4. Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis ataupun secara praktis

 Manfaat teoritis Hasil penelitian ini dharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh Etika Kerja Lokal dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasinya.

2. Manfaat praktis

1) Bagi UMKM, dapat digunakan sebagai referensi untuk mengangkat etika kerja lokal dan selalu berinovasi dalam produknya dan meningkatkan kepercayaan agar dapat menciptakan kepuasan sehingga dapat bersaing dengan UMKM yang lainnya.

- 2) Bagi konsumen dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap produk.
- 3) Bagi pemerintah sebagai bahan masukan dalam memajukan dan memberikan kebijakan pada UMKM yang ada di

