

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI SEKTOR PARIWISATA

Fuji Santoso¹, Faisol², Septian Eko Haryansyah³,
^{1,2,3}Universitas Nazhatut Thullab Al-Muafa Sampang. Indonesia
Email: siregaruji93@gmail.com

Article History

Received: 09-12-2024

Revision: 15-12-2024

Accepted: 07-01-2025

Published: 15-01-2025

Abstract. This research aims to analyze the influence of service quality and product innovation on customer satisfaction and its impact on increasing the competitiveness of MSMEs in the tourism sector. The research method used is a quantitative method with a survey approach to MSMEs in the tourist area of Mandangin Village Island, Sampang Regency. Data was obtained through a questionnaire distributed to 100 respondents. The research results show that service quality and product innovation significantly influence customer satisfaction, which in turn increases the competitiveness of MSMEs. This research contributes to providing marketing and innovation strategy recommendations for MSMEs in the tourism sector.

Keywords: Service Quality, Product Innovation, Customer Satisfaction, Competitiveness, MSMEs, Tourism

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya dalam meningkatkan daya saing UMKM di sektor pariwisata. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei pada UMKM di daerah wisata Pulau Desa Mandangin, Kabupaten Sampang. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan inovasi produk secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan daya saing UMKM. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memberikan rekomendasi strategi pemasaran dan inovasi bagi UMKM di sektor pariwisata.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Inovasi Produk, Kepuasan Pelanggan, Daya Saing, UMKM, Pariwisata

How to Cite: Santoso, F., Faisol, F., & Haryansyah, S.E. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Sektor Pariwisata. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4 (6), 3367-3375. [10.54373/ifjeb.v4i6.2543](https://doi.org/10.54373/ifjeb.v4i6.2543)

PENDAHULUAN

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian daerah, terutama di sektor pariwisata (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Persaingan yang semakin ketat menuntut UMKM untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan mengembangkan produk yang inovatif agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (Zeithaml *et al.*, 2020). Pariwisata memberikan peluang besar bagi UMKM untuk berkembang, namun juga menghadirkan tantangan yang kompleks, seperti perubahan preferensi wisatawan dan meningkatnya persaingan antar pelaku usaha (Lovelock & Wirtz, 2019). Dalam konteks ini, kualitas layanan dan inovasi produk menjadi kunci utama untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan, yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Kotler & Keller, 2021). Oleh karena itu, strategi peningkatan kualitas layanan dan inovasi produk perlu terus dikembangkan agar UMKM mampu bersaing dan tumbuh secara berkelanjutan di sektor pariwisata (Parasuraman *et al.*, 2020; Anas & Faisol, 2024).

Kualitas layanan yang baik mencakup berbagai aspek, seperti keramahan, kecepatan, dan profesionalisme dalam melayani pelanggan (Zeithaml *et al.*, 2020). Kualitas layanan yang tinggi memungkinkan UMKM menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas pelanggan (Parasuraman *et al.*, 2020). Sementara itu, inovasi produk bertujuan untuk menciptakan diferensiasi yang dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar (Kotler & Keller, 2021). Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk baru, tetapi juga mencakup perbaikan pada produk yang sudah ada, termasuk modifikasi desain, fitur, dan kemasan untuk menarik minat pelanggan (Rogers, 2019). Dengan menerapkan inovasi secara konsisten, UMKM dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat di sektor pariwisata (Lovelock & Wirtz, 2019; Faisol *et al.*, 2023).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan dan inovasi produk (Zeithaml *et al.*, 2020; Lovelock & Wirtz, 2019). Pelanggan yang puas akan lebih cenderung menjadi

pelanggan loyal dan memberikan rekomendasi kepada orang lain (Kotler & Keller, 2021; Faisol *et al.*, 2024). Studi oleh Putra *et al.*, (2022) juga menemukan bahwa peningkatan kualitas layanan secara langsung berkontribusi terhadap pertumbuhan daya saing UMKM, terutama di sektor pariwisata. Selain itu, inovasi produk memungkinkan UMKM untuk menyesuaikan penawaran mereka dengan tren pasar dan preferensi pelanggan yang dinamis (Rahman & Arifin, 2020). Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan bagaimana hal tersebut dapat meningkatkan daya saing mereka (Sulistiyono & Hidayat, 2023; Maulana *et al.*, 2024).

Masalah yang dihadapi oleh UMKM di sektor pariwisata adalah kurangnya perhatian terhadap kualitas layanan dan minimnya inovasi produk yang ditawarkan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021). Selain itu, belum banyak penelitian yang mengkaji bagaimana kedua faktor ini secara simultan memengaruhi kepuasan pelanggan dan daya saing UMKM di wilayah destinasi wisata lokal (Putra *et al.*, 2022). Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada UMKM di Pulau Desa Mandangin, Kabupaten Sampang yang memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata namun menghadapi tantangan dalam mengelola usahanya secara profesional (Rahman & Arifin, 2020; Anas *et al.*, 2024). Dengan adanya peningkatan kualitas layanan dan inovasi produk, diharapkan UMKM di daerah ini mampu meningkatkan daya tarik bagi wisatawan serta memperkuat daya saing bisnis mereka (Sulistiyono & Hidayat, 2023; Liana *et al.*, 2024).

Dengan mengkaji pengaruh kualitas layanan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi UMKM dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi sejauh mana kedua variabel tersebut memengaruhi daya saing UMKM di sektor pariwisata.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian adalah pengguna UMKM yang bergerak di sektor pariwisata di Pulau Desa Mandangin dengan jumlah 3.055, berdasarkan data Wisatawan ke Pulau Mandangin Kabupaten Sampang. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan

metode purposive sampling, yaitu sebanyak 100 responden.

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang terdiri dari tiga bagian utama: kualitas layanan, inovasi produk, dan kepuasan pelanggan. Setiap variabel diukur menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan, serta analisis regresi sederhana untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap UMKM sektor pariwisata di Pulau Desa Mandangin.

HASIL

1. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh UMKM, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas layanan meliputi aspek keramahan, kecepatan pelayanan, dan kemampuan memberikan solusi terhadap masalah pelanggan.

Tabel 1: Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

No.	Aspek Kualitas Layanan	Skor Rata-rata	Pengaruh Terhadap Kepuasan
1.	Responsivitas	4,3	Positif
2.	Keandalan	4,5	Positif
3.	Empati	4,2	Positif
4.	Tangibles	3,9	Moderat

2. Analisis Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Inovasi produk yang dilakukan oleh UMKM meliputi pengembangan produk baru, variasi produk, dan peningkatan kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Produk yang inovatif mampu memberikan nilai tambah bagi pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan mereka.

Tabel 2: Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

No.	Aspek Inovasi Produk	Skor Rata-rata	Pengaruh Terhadap Kepuasan
1.	Paket Wisata Unik	4,6	Positif

2.	Fasilitas Baru	4,1	Positif
3.	Pengalaman Wisata Baru	4,4	Positif

3. Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Daya Saing UMKM

Kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM. UMKM yang mampu menjaga kepuasan pelanggan cenderung memiliki daya saing yang lebih tinggi, karena pelanggan yang puas lebih loyal dan cenderung merekomendasikan produk kepada orang lain. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan dan inovasi produk menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Tabel 3: Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dan Daya Saing UMKM

No.	Aspek Kualitas Layanan	Skor Rata-rata	Pengaruh Terhadap Kepuasan
1.	Kepuasan Pelanggan	4,5	Signifikan
2.	Loyalitas Pelanggan	4,3	Signifikan
3.	Reputasi Usaha	4,2	Signifikan

DISKUSI

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan daya saing UMKM di sektor pariwisata. Temuan ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah faktor penting dalam mempertahankan loyalitas dan meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif (Kotler & Keller, 2016; Iswahyudi *et al.*, 2023).

Kualitas layanan yang baik terbukti menjadi elemen penting yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, responsif, dan memenuhi harapan pelanggan akan menciptakan pengalaman positif yang membuat pelanggan merasa dihargai. Hal ini penting mengingat sektor pariwisata sangat bergantung pada pengalaman pelanggan yang memuaskan. Penelitian sebelumnya oleh Zeithaml *et al.*, (2006) juga menegaskan bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan persepsi pelanggan terhadap nilai yang diterima, yang kemudian berkontribusi pada loyalitas mereka.

Di sisi lain, inovasi produk terbukti meningkatkan daya saing UMKM dengan menawarkan sesuatu yang baru dan berbeda di pasar. Dalam industri pariwisata, produk

yang inovatif, seperti penawaran paket wisata yang unik atau penyediaan fasilitas yang berbeda dari pesaing, dapat menarik minat pelanggan lebih besar. Penelitian oleh Utterback (1994) menyebutkan bahwa inovasi produk adalah kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Kepuasan pelanggan yang tercipta dari kualitas layanan yang optimal dan inovasi produk yang relevan akan memperkuat posisi UMKM dalam pasar pariwisata. Daya saing UMKM dapat diperkuat dengan pendekatan yang berfokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan, serta menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan. Oleh karena itu, UMKM perlu mengadopsi strategi pemasaran yang lebih inovatif dan memperhatikan aspek kualitas layanan sebagai kunci untuk meningkatkan daya saing mereka.

KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan dan inovasi produk secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tinggi pada gilirannya meningkatkan daya saing UMKM di sektor pariwisata. Oleh karena itu, UMKM disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan melakukan inovasi produk secara berkelanjutan.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah beberapa rekomendasi yang dapat diberikan:

1. UMKM di sektor pariwisata perlu mengadakan pelatihan secara berkala bagi karyawan untuk meningkatkan kualitas layanan.
2. Inovasi produk perlu dilakukan dengan melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk, agar produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pasar.
3. Pemerintah daerah dapat memberikan dukungan berupa program pendampingan dan bantuan modal bagi UMKM yang berinovasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan dalam penyelesaian

penelitian ini. Pertama-tama, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak Universitas yang telah memberikan arahan dan motivasi yang sangat berharga selama proses penelitian ini.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner, serta memberikan data yang sangat berguna dalam proses analisis penelitian. Partisipasi mereka sangat membantu dalam memperoleh hasil yang valid dan relevan.

Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan moral, doa dan semangat yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan sejawat dan teman-teman yang telah memberikan bantuan, baik dalam bentuk ide, kritik, maupun dukungan teknis dalam pelaksanaan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik di bidang UMKM, khususnya di sektor pariwisata.

REFERENSI

- Anas, Z., & Faisol, F. (2024). THE EFFECT OF PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON REPURCHASE DECISION: CASE STUDY LYCO COFFE AND PLACE CONSUMERS AT SAMPANG. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 5(2), 548-556.
- Anas, Z., Faisol, F., & Aini, L. N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Warung Asela Kabupaten Sampang). *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(5), 2357-2373.
- Anwar, M., & Nugroho, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Industri Pariwisata. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 12(3), 45-56.
- As'ad, M., & Setiawan, B. (2019). Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 125-136.
- Chaffey, D. (2018). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education.
- Faisol, F., Haryadi, B., Musyarofah, S., & Iswahyudi, A. P. (2023). Effectiveness of the Internal Control System Against Fraud Tendencies "Meta-Analysis Study". *Asia Pacific Fraud Journal*, 8(2), 327-339.
- Faisol, F., Haryansyah, S. E., Islamy, S. N., & Anas, Z. (2024). PORTRAIT OF RISK MANAGEMENT AS AN EFFORT TO PREVENT CORPORATE FINANCIAL FRAUD. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan dan Tata Kelola*

Perusahaan, 1(3), 155-163.

Gronroos, C. (2015). *Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic*. Wiley.

Iswahyudi, A. P., Faisol, F., Akbar, M., Wati, S., & Munawaroh, S. (2023). Effectiveness of Risk Management on a Company's Financial Performance: Study of Meta Analysis. *Journal of Business Management and Economic Development*, 1(02), 366-378.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.

Ladhari, R. (2009). Service Quality, Satisfaction and Loyalty: A Multi-Group Analysis of Restaurant Consumers. *Managing Service Quality*, 19(3), 308-328.

Liana, W., Khirdany, E. N., & Faisol, F. (2024). Pengembangan Sistem Informasi Berbasis Website Untuk Pertumbuhan Perekonomian Ikm Kabupaten Sampang. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(5), 2453-2465.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2019). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. Pearson Education.

Mantrala, M. K., & Sinha, P. (2014). *Marketing Management: Analysis, Planning, and Control*. Springer.

Maulana, A., Faisol, F., Anas, Z., & Khirdany, E. N. (2024). Menganalisis Risiko Bisnis dan Mitigasi Risiko Bisnis Pada Budidaya Ikan Lele. *JIS SIWIRABUDA*, 2(2), 157-165.

Mulyadi, M., & Prasetyo, Y. (2021). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Daya Saing UMKM di Sektor Pariwisata. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 14(1), 77-88.

Nitisemito, R. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke-7. Jakarta: Erlangga.

Nur Aini, L., Santoso, F., & Nury Khirdany, E. (2023). PENGEMBANGAN UMKM KULINER DI ERA DIGITAL: PERAN INOVASI DAN JARINGAN BISNIS DI KOTA SAMPANG. *CURRENCY: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 179–189. <https://doi.org/10.32806/ccy.v2i1.236>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12- 40.

Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Erlangga.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. Free Press.

Santoso, F., DKK. (2024). *Book Chapter : Manajemen UMKM dan Kewirausahaan*. Published by Media Nusa Creative (MNC Publishing)

Santoso, F., Sudarmiatin, S., & Wardana, L. W. (2023). Creativity in Marketing: MSMEs Innovative Steps in Attracting Consumers. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(11), 576–584. <https://doi.org/10.58812/wsjee.v1i11.371>

- Santoso, F., & Anas, Z. (2021). Analisis faktor - faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian rumah : Studi kasus di Perumahan Griya Emas Kabupaten Pamekasan. *Journal of Management and Digital Business*, 1(3), 163–174. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i3.323>
- Santosa, P. B., & Anwar, F. (2017). Inovasi Produk dan Pengaruhnya terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(3), 89-102.
- Simamora, B. (2014). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil Menengah*. Penerbit Universitas Kristen Satya Wacana.
- Utterback, J. M. (1994). Innovation and the Growth of Large Firms. *Journal of Business Venturing*, 9(1), 1-15.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. McGraw-Hill Education.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Education.