



ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK UMKM AYAM PENYET RHERE

Zainarti

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Muhammad Alfin

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Mhd. Dzikry Falah Erlangga

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

M. Farhan Aulia Rozan

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Alamat: Jl. IAIN No. 1, Gaharu, Kec. Medan Timur, Kota Medan Sumatera Utara 20235

Korespondensi penulis: muhammadalfinlbs6@gmail.com

Abstrak: Consumer satisfaction is an important factor in ensuring the sustainability of small culinary businesses amid increasing competition. This study aims to analyze consumer satisfaction with the products of the UMKM Ayam Penyet Rhere, which offers smashed fried chicken as its main menu. The research employed a descriptive field research method. Data were collected through observation, interviews, and questionnaires distributed to consumers. The analysis focused on several aspects of satisfaction, including product quality, price, service, and consumer convenience. The results indicate that consumers are generally satisfied with the products offered, particularly in terms of taste quality and portion size relative to price. Friendly service and relatively fast serving time also contribute positively to consumer satisfaction. However, several aspects still require improvement, especially consistency of taste and supporting facilities. The findings are expected to serve as evaluation material for improving product quality and service to enhance competitiveness and customer loyalty.

Keywords: consumer satisfaction; culinary UMKM; product quality; service quality; smashed fried chicken.

Abstrak: Persaingan usaha kuliner mendorong UMKM untuk terus meningkatkan kepuasan konsumen sebagai faktor keberlanjutan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk UMKM Ayam Penyet Rhere. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif, di mana data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada konsumen. Analisis dilakukan dengan meninjau aspek kualitas produk, harga, dan pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen secara umum merasa puas terhadap Ayam Penyet Rhere, terutama pada cita rasa, porsi, dan kesesuaian harga. Pelayanan yang ramah dan waktu penyajian yang relatif cepat juga menjadi faktor pendukung kepuasan konsumen. Meskipun demikian, terdapat beberapa aspek yang masih perlu ditingkatkan, khususnya dalam menjaga konsistensi rasa agar kepuasan konsumen dapat terus dipertahankan.

Kata Kunci: ayam penyet; kepuasan konsumen; kualitas produk; pelayanan; UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja dan memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat. Salah satu sektor UMKM yang terus berkembang adalah usaha kuliner, yang ditandai dengan tingginya tingkat persaingan antar pelaku usaha. Kondisi ini menuntut setiap UMKM untuk mampu menjaga kualitas produk dan pelayanan agar dapat mempertahankan kepuasan

Received Oktober 29, 2025; Revised November 22, 2025; Desember 24, 2025

** Muhammad Alfin, muhammadalfinlbs6@gmail.com*

konsumen. Kepuasan konsumen menjadi faktor kunci karena berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan dan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Secara teoritis, kepuasan konsumen merupakan hasil dari perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja produk atau jasa yang dirasakan. Menurut konsep pemasaran, konsumen akan merasa puas apabila produk yang diterima sesuai atau melebihi ekspektasi mereka, baik dari segi kualitas produk, harga, maupun pelayanan. Dalam konteks UMKM kuliner, kepuasan konsumen umumnya dipengaruhi oleh cita rasa makanan, kebersihan, porsi, harga yang terjangkau, serta pelayanan yang diberikan oleh penjual. Apabila aspek-aspek tersebut terpenuhi, maka peluang UMKM untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen akan semakin besar.

Namun demikian, pada praktiknya masih banyak UMKM kuliner yang menghadapi permasalahan dalam menjaga kepuasan konsumen secara konsisten. Permasalahan tersebut antara lain fluktuasi kualitas rasa, pelayanan yang belum optimal, serta keterbatasan fasilitas pendukung usaha. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kondisi ideal (*das sollen*), di mana UMKM diharapkan mampu memberikan produk dan pelayanan yang berkualitas secara berkelanjutan, dengan kondisi aktual di lapangan (*das sein*) yang masih menghadapi berbagai keterbatasan. Kesenjangan ini menjadi tantangan utama bagi UMKM untuk tetap bertahan di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas dan keputusan pembelian ulang pada usaha kuliner. Penelitian sebelumnya umumnya menitikberatkan pada analisis kepuasan konsumen pada restoran besar atau warung makan tertentu dengan pendekatan kuantitatif. Namun, kajian yang secara khusus membahas kepuasan konsumen pada UMKM kuliner skala kecil, khususnya usaha ayam penyet lokal, masih relatif terbatas. Selain itu, belum banyak penelitian yang mengkaji kepuasan konsumen dengan mempertimbangkan kondisi operasional UMKM yang sederhana dan keterbatasan sumber daya.

Berdasarkan gap penelitian tersebut, kebaruan (*state of the art*) dalam penelitian ini terletak pada fokus kajian terhadap UMKM Ayam Penyet Rhere sebagai usaha kuliner lokal, dengan menelaah kepuasan konsumen berdasarkan pengalaman langsung konsumen terhadap kualitas produk, harga, dan pelayanan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris yang lebih spesifik mengenai kepuasan konsumen pada UMKM ayam penyet serta menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas dan daya saing.

Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk UMKM Ayam Penyet Rhere serta mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan guna mendukung keberlangsungan dan pengembangan usaha.

KAJIAN TEORITIS

Kepuasan konsumen merupakan konsep penting dalam kajian pemasaran dan manajemen usaha, khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sangat bergantung pada loyalitas pelanggan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha. Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja produk sesuai atau melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas, sedangkan ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan dapat menimbulkan ketidakpuasan.

Dalam konteks usaha kuliner, kepuasan konsumen umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, antara lain kualitas produk, harga, dan pelayanan. Kualitas produk mencakup cita rasa, kebersihan, porsi, serta konsistensi penyajian makanan. Produk makanan dengan cita rasa yang khas dan kualitas yang terjaga cenderung mampu memberikan pengalaman positif bagi konsumen, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan dan kemungkinan pembelian ulang. Harga juga menjadi pertimbangan penting, terutama bagi konsumen yang sensitif terhadap nilai yang diperoleh. Harga yang dianggap sesuai dengan kualitas dan porsi produk akan memberikan persepsi nilai yang baik di mata konsumen.

Selain kualitas produk dan harga, pelayanan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk kepuasan konsumen. Pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif dapat menciptakan kenyamanan serta kesan positif selama proses transaksi. Bagi UMKM kuliner, interaksi langsung antara penjual dan pembeli sering kali menjadi keunggulan tersendiri dibandingkan usaha berskala besar, karena mampu membangun kedekatan emosional dengan konsumen.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada usaha kuliner UMKM dipengaruhi secara simultan oleh kualitas produk, harga, dan pelayanan. Penelitian sebelumnya juga menegaskan bahwa tingkat kepuasan yang tinggi berkontribusi terhadap loyalitas konsumen dan keberlanjutan usaha. Namun, karakteristik setiap UMKM memiliki keunikan tersendiri, baik dari segi produk, segmentasi pasar, maupun strategi pelayanan, sehingga hasil penelitian tidak selalu dapat digeneralisasikan.

Berdasarkan landasan teori dan temuan penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini memfokuskan kajian pada analisis kepuasan konsumen terhadap produk UMKM Ayam Penyet Rhere dengan meninjau aspek kualitas produk, harga, dan pelayanan sebagai variabel utama. Kajian teoritis ini menjadi dasar dalam memahami perilaku konsumen serta sebagai landasan dalam menganalisis hasil penelitian yang diperoleh di lapangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif. Jenis penelitian yang digunakan bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk UMKM Ayam Penyet Rhere. Data penelitian diperoleh melalui observasi langsung, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada konsumen yang telah melakukan pembelian. Teknik pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai persepsi konsumen terhadap kualitas produk, harga, dan pelayanan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan mengolah hasil kuesioner dan wawancara untuk menggambarkan tingkat kepuasan konsumen secara sistematis dan objektif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menguraikan hasil analisis penelitian mengenai kepuasan konsumen terhadap produk UMKM Ayam Penyet Rhere berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada konsumen. Pembahasan difokuskan pada aspek kualitas produk, harga, pelayanan, dan kepuasan konsumen secara keseluruhan sebagai jawaban atas permasalahan penelitian.

1. Kondisi Umum UMKM Ayam Penyet Rhere

UMKM Ayam Penyet Rhere merupakan usaha kuliner skala kecil yang bergerak di bidang makanan siap saji dengan menu utama ayam penyet. Usaha ini menyasar konsumen dari berbagai kalangan, khususnya mahasiswa dan masyarakat sekitar yang membutuhkan makanan dengan harga terjangkau dan cita rasa yang sesuai dengan selera lokal. Berdasarkan hasil observasi, proses produksi dilakukan secara sederhana dengan mengutamakan kecepatan penyajian, kebersihan bahan baku, serta konsistensi menu yang ditawarkan. Aktivitas usaha berjalan setiap hari dengan jam operasional yang disesuaikan dengan waktu makan konsumen, terutama pada jam makan siang dan malam hari.

2. Kualitas Produk dan Persepsi Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen Ayam Penyet Rhere. Konsumen menilai cita rasa ayam penyet yang disajikan memiliki karakteristik khas, terutama pada tingkat kematangan ayam, tekstur daging yang empuk, serta sambal yang dianggap sesuai dengan selera mayoritas konsumen. Selain rasa, porsi makanan dinilai cukup dan seimbang dengan harga yang dibayarkan. Namun demikian, beberapa konsumen menyampaikan

bahwa konsistensi rasa masih perlu diperhatikan, terutama pada jam-jam ramai, agar kualitas produk tetap terjaga dari waktu ke waktu.

3. Harga dan Nilai yang Dirasakan Konsumen

Aspek harga menunjukkan hasil yang relatif positif dalam membentuk kepuasan konsumen. Mayoritas responden menilai harga Ayam Penyet Rhere terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang diterima. Harga yang kompetitif menjadi daya tarik utama bagi konsumen, khususnya mahasiswa dan pekerja dengan keterbatasan anggaran. Temuan ini menunjukkan bahwa kesesuaian antara harga dan kualitas memberikan nilai tambah bagi konsumen, sehingga mendorong terjadinya pembelian ulang dan loyalitas terhadap produk UMKM Ayam Penyet Rhere.

4. Pelayanan dan Kenyamanan Konsumen

Pelayanan yang diberikan oleh UMKM Ayam Penyet Rhere turut berperan dalam membentuk kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner, konsumen menilai pelayanan yang diberikan cukup ramah dan responsif. Waktu penyajian makanan relatif cepat, sehingga sesuai dengan kebutuhan konsumen yang menginginkan kepraktisan. Meskipun demikian, beberapa konsumen mengharapkan peningkatan pada aspek kenyamanan tempat dan kerapian penyajian agar pengalaman konsumsi menjadi lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan tidak hanya berkaitan dengan sikap penjual, tetapi juga dengan suasana dan kenyamanan secara keseluruhan.

5. Kepuasan Konsumen Secara Keseluruhan

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap produk UMKM Ayam Penyet Rhere. Kepuasan tersebut terutama dipengaruhi oleh kualitas rasa, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang cukup baik. Temuan ini sejalan dengan teori kepuasan konsumen yang menyatakan bahwa kepuasan muncul ketika kinerja produk mampu memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Namun, penelitian ini juga menemukan adanya ruang perbaikan, khususnya dalam menjaga konsistensi rasa dan meningkatkan kenyamanan pendukung usaha. Dengan melakukan perbaikan pada aspek-aspek tersebut, UMKM Ayam Penyet Rhere berpotensi meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap produk UMKM Ayam Penyet Rhere secara umum berada pada kategori baik. Kepuasan tersebut terutama dipengaruhi oleh kualitas produk yang meliputi cita rasa ayam penyet yang khas, porsi yang sesuai dengan harga, serta penggunaan bahan baku yang relatif konsisten. Selain itu, pelayanan yang ramah dan waktu penyajian yang cukup cepat turut memberikan pengalaman positif bagi konsumen. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya beberapa aspek yang masih perlu diperhatikan oleh pelaku usaha, khususnya dalam menjaga konsistensi rasa dan peningkatan kenyamanan fasilitas pendukung. Secara keseluruhan, kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam menjaga loyalitas pelanggan dan keberlanjutan UMKM Ayam Penyet Rhere di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R., & Hidayat, A. (2021). Consumer satisfaction analysis of small culinary businesses in urban areas. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 9(2), 45–56.
- Anderson, E. W., & Srinivasan, S. S. (2020). Satisfaction and loyalty in service-based SMEs. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 28(4), 412–426.
- Arianto, N., & Daryanto, A. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen UMKM kuliner. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 77–89.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik usaha mikro dan kecil Indonesia 2023. BPS RI.
- Fitria, N., & Sari, D. P. (2024). Service quality and customer satisfaction in local food SMEs. *International Journal of Business and Society*, 25(1), 134–148.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS (10th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S., & Prasetyo, B. (2020). Analisis kepuasan pelanggan pada usaha kuliner tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 20(3), 201–213.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2021). *Manajemen pemasaran jasa* (4th ed.). Jakarta: Salemba Empat.