

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM DI KABUPATEN KLUNGKUNG, BALI

Putu Septarini¹; Dedi Muliadi²; Heru Budi Santoso³

Institut Nalanda, Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

Email : putuseptarini@nalanda.ac.id¹; dedimuliadi@nalanda.ac.id²;
herubudisantoso@nalanda.ac.id³

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi yang signifikan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah, salah satunya di Kabupaten Klungkung, Bali. Meskipun jumlah UMKM tergolong tinggi, kondisi tersebut belum sepenuhnya diiringi oleh tercapainya kinerja usaha yang konsisten, stabil, dan berkelanjutan. Studi ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Klungkung. Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif metode survei yang melibatkan 60 responden, terdiri atas 30 pelaku UMKM dan 30 pelanggan, yang ditentukan melalui teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berskala Likert. Data kemudian dianalisis dengan teknik regresi linier berganda, uji t, uji F, dan perhitungan koefisien determinasi (R^2). Hasil pengolahan data menemukan secara parsial kualitas layanan berada pada tingkat signifikansi 0,018 ($<0,05$) yang berarti berpengaruh baik dan signifikan bagi kinerja bisnis UMKM. Loyalitas pelanggan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,021 ($<0,05$). Secara simultan, kedua variabel independen tersebut terbukti memberikan pengaruh signifikan bagi kinerja bisnis UMKM, yang dibuktikan oleh nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Koefisien determinasi sebesar 0,434 menunjukkan bahwa 43,4% variasi dalam kinerja bisnis UMKM dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini mempertegas bahwa upaya peningkatan kualitas pelayanan yang diimbangi dengan penguatan loyalitas pelanggan merupakan strategi yang tepat dan esensial dalam mendorong terciptanya kinerja bisnis UMKM yang lebih stabil dan berkelanjutan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan; Loyalitas Pelanggan; Kinerja Bisnis; UMKM

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a significant role in supporting regional economic growth, particularly in Klungkung Regency, Bali. Despite the high number of MSMEs, this growth has not been fully accompanied by consistent, stable, and sustainable business performance. This study aimed to examine the influence of service quality and customer loyalty on MSME business performance in Klungkung Regency. The study employed a quantitative survey approach involving 60 respondents, comprising 30 MSME owners and 30 customers, selected through purposive sampling. Data were collected by distributing Likert-scale questionnaires that had previously been tested for validity and reliability. The data were then analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2) calculations. The results of the data analysis revealed that service quality partially had a significance level of 0.018 (<0.05), indicating a positive and significant impact on MSME business performance. Customer loyalty has been shown to have a positive and significant influence, as indicated by a significance value of 0.021 (<0.05). Simultaneously, both independent variables have been shown to have a significant influence on MSME business performance, as evidenced by a significance value of 0.000 (<0.05). The coefficient of determination of 0.434 indicates that 43.4% of the variation in MSME business performance can be explained by service quality and customer loyalty. The results of this study emphasize that efforts to improve service quality balanced with strengthening customer loyalty are

appropriate and essential strategies in encouraging the creation of more stable and sustainable MSME business performance.

Keywords : Service Quality; Customer Loyalty; Business Performance; Msmes

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi penting dalam memperkuat struktur perekonomian daerah, salah satunya di Kabupaten Klungkung, Bali. Peran UMKM tidak terbatas sebagai penggerak dinamika ekonomi lokal, melainkan juga berkontribusi dalam mendukung pemerataan pendapatan serta membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Berdasarkan data pemerintah daerah tahun 2023, jumlah UMKM di Kabupaten Klungkung mencapai 35.792 unit usaha yang mayoritas tergolong usaha mikro dan tersebar pada berbagai sektor ekonomi. Dominasi tersebut menunjukkan bahwa dinamika pertumbuhan ekonomi daerah sangat dipengaruhi oleh keberlangsungan dan kinerja sektor UMKM.

Meskipun jumlahnya signifikan, tingginya kuantitas UMKM tidak secara otomatis mencerminkan kualitas kinerja bisnis yang stabil dan berkelanjutan. Perubahan pola konsumsi masyarakat, percepatan digitalisasi, serta dampak lanjutan pasca pandemi menuntut pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saingnya. Dalam konteks ini, kualitas layanan menjadi aspek strategis pembeda utama antara suatu usaha dengan para pesaingnya. Pelayanan yang konsisten, responsif, dan mampu memenuhi harapan pelanggan diyakini dapat menumbuhkan loyalitas. Loyalitas pelanggan selanjutnya berkontribusi pada keberlangsungan usaha melalui pembelian berulang dan promosi dari mulut ke mulut. Namun demikian, belum seluruh UMKM mampu mengelola kualitas pelayanan secara optimal, sehingga berdampak pada fluktuasi tingkat loyalitas pelanggan dan capaian kinerja bisnis.

Berbagai penelitian sebelumnya mengindikasikan adanya keterkaitan antara kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, dan kinerja bisnis. Akan tetapi, kajian yang secara spesifik menguji keterkaitan ketiga variabel tersebut pada konteks UMKM di Kabupaten Klungkung masih terbatas. Situasi tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan penelitian yang masih perlu dikaji dan dilengkapi, mengingat karakteristik UMKM daerah memiliki dinamika tersendiri yang tidak selalu dapat digeneralisasi dari hasil penelitian di wilayah lain. Oleh sebab itu, dilakukannya studi ini bermaksud untuk mengkaji pengaruh kualitas layanan bagi kinerja bisnis dampak loyalitas pelanggan terhadap kinerja bisnis, serta pengaruh keduanya secara simultan pada UMKM di Kabupaten Klungkung.

Studi ini berpendekatan kuantitatif dengan model analisis regresi linier berganda guna menguji secara empiris hubungan antarvariabel yang diteliti. Partisipan penelitian berjumlah 60 orang, terdiri atas 30 pelaku UMKM dan 30 pelanggan, yang ditentukan berdasar pada kriteria

tertentu guna memastikan kesesuaian dengan tujuan penelitian. Secara metodologis, jumlah tersebut telah memenuhi ketentuan minimal dalam analisis statistik parametrik, sehingga memungkinkan pengujian hipotesis dan estimasi model secara memadai. Hasil studi ini diharapkan dapat memberi kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian manajemen usaha, menjadi sumber referensi bagi pelaku UMKM dan pemerintah daerah dalam menyusun strategi peningkatan kualitas pelayanan guna memperkuat loyalitas pelanggan dan mendorong peningkatan kinerja bisnis secara berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dimaknai sebagai kemampuan perusahaan untuk memenuhi, bahkan melampaui, ekspektasi pelanggan melalui pemberian layanan yang prima dan bernilai unggul (Prasetyo et al., 2022). Model SERVQUAL memberikan lima indikator yang paling banyak digunakan dalam penelitian pemasaran jasa, yaitu: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. 5 indikator tersebut dimanfaatkan sebagai indikator untuk mengukur ada tidaknya pengaruh layanan dalam menghadirkan pengalaman positif bagi pelanggan serta mendorong terjadinya pembelian ulang.

Muzakki et al. (2024) menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang optimal dapat berperan sebagai keunggulan kompetitif, khususnya bagi UMKM yang beroperasi dalam pasar yang sangat dinamis dan kompetitif. Kualitas pelayanan yang buruk menurunkan kepercayaan pelanggan dan mendorong pelanggan berpindah ke pesaing, sedangkan kualitas layanan yang konsisten dapat memberikan kepuasan, loyalitas, dan profitabilitas usaha. Berdasarkan hal tersebut, kualitas pelayanan dapat diposisikan sebagai elemen strategis yang berperan penting dalam mendorong peningkatan kinerja bisnis UMKM secara berkelanjutan.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan dipahami sebagai kesetiaan psikologis pembeli untuk secara konsisten kembali menggunakan suatu produk atau layanan tertentu meskipun terdapat tawaran dari pesaing (Setiawan & Puspitadewi, 2022). Ayuningtyas et al. (2023) mengidentifikasi indikator loyalitas pelanggan sebagai berikut: pembelian ulang, pembelian lintas produk, rekomendasi kepada orang lain, penolakan terhadap pesaing, dan toleransi terhadap perubahan harga.

Dalam konteks UMKM, loyalitas pelanggan berarti menjaga keberlanjutan penjualan meminimalisir biaya promosi, meningkatkan *word of mouth*, serta memperluas pangsa pasar (Syafira & Rohman, 2024). Selain itu, Fakhrudin & Roellyanti (2022) menegaskan bahwa kualitas layanan, nilai pelanggan, dan kedekatan emosional memiliki peran signifikan dalam membentuk loyalitas konsumen, sehingga Kualitas pelayanan mdenjadi determinan utama bagi pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang harmonis antara pelaku dan pelanggan.

Kinerja Bisnis UMKM

Kinerja bisnis UMKM merujuk pada tingkat pencapaian tujuan usaha dalam aspek finansial maupun non-finansial, termasuk pertumbuhan penjualan, peningkatan jumlah pelanggan, efisiensi operasional, dan keberlanjutan usaha (Yuliana et al., 2025). Penilaian kinerja bisnis UMKM terfokus pada keuntungan, mencakup kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang (Darmawan et al., 2023).

Loyalitas pelanggan memiliki peran strategis dalam memperkuat kinerja bisnis UMKM. Penelitian Soetiyono & Alexander (2025) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan yang optimal serta penetapan harga yang kompetitif berpengaruh signifikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kelayakan pelanggan berarti melakukan pembelian berulang, memperkuat stabilitas pendapatan, dan mengurangi biaya promosi. Temuan serupa ditunjukkan oleh Fakhruddin dan Roellyanti (2022), yang menegaskan bahwa Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan, persepsi nilai pelanggan, serta kedekatan emosional, sehingga keberlanjutan hubungan jangka panjang dengan konsumen dapat terpelihara dengan baik.

Penelitian Terdahulu

1. Djunaedi et al. (2024)

Melakukan penelitian pada UMKM bidang kuliner di Kabupaten Kediri yang menerapkan pendekatan kuantitatif melalui metode survei. Temuan studi menemukan bahwa kualitas layanan memberi pengaruh positif dan signifikan bagi loyalitas pelanggan UMKM, yang tercermin pada meningkatnya kecenderungan pembelian ulang serta terjalinnya hubungan yang berkelanjutan antara pelanggan dengan pelaku usaha.

2. Darmawan et al. (2023)

Menganalisis pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kinerja UMKM pada industri kuliner di Kota Bandung dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei. Hasil analisis membuktikan bahwa loyalitas pelanggan memberi dampak positif dan signifikan bagi kinerja bisnis UMKM, terutama dalam aspek peningkatan penjualan, profitabilitas, dan daya saing usaha.

3. Mulia (2021)

Studi ini mengkaji pengaruh kualitas layanan bagi loyalitas pelanggan pada UMKM di Garut. Hasil studi menemukan bahwa kualitas layanan memberikan dampak secara langsung dan signifikan bagi loyalitas pelanggan, sehingga konsistensi dan profesionalisme layanan menjadi faktor penting dalam mempertahankan pelanggan.

4. Soetiyono & Alexander (2025)

Mengkaji hubungan loyalitas pelanggan terhadap kinerja bisnis pada sektor ritel modern dengan pendekatan kuantitatif. Hasil studi menemukan bahwa loyalitas pelanggan berkontribusi terhadap peningkatan retensi pelanggan, stabilitas pendapatan, dan penurunan biaya promosi, yang secara keseluruhan berdampak positif terhadap kinerja usaha.

Argumentasi Logis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, terdapat keterkaitan yang jelas antara kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, dan kinerja bisnis UMKM.

1. Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Kualitas layanan memberi pengaruh signifikan bagi kinerja bisnis yang berdampak pada keberlanjutan pembelian. Pelanggan yang menerima pelayanan berkualitas cenderung melakukan pembelian ulang dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pengusaha. Hasil ini sejalan dengan studi Djunaedi et al. (2024) bahwa kualitas layanan yang profesional dan konsisten berkontribusi bagi stabilitas penjualan dan keberlangsungan usaha UMKM. Dengan demikian, kualitas pelayanan dipandang sebagai faktor strategis yang dapat secara langsung mendorong peningkatan kinerja bisnis UMKM.

2. Loyalitas Pelanggan terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Loyalitas pelanggan juga terbukti memberi dampak signifikan bagi kinerja bisnis UMKM. Soetiyono & Alexander (2025) mengungkapkan bahwa loyalitas pelanggan memiliki peran strategis dalam meningkatkan retensi pelanggan, memperkuat kestabilan pendapatan, serta mengurangi biaya promosi pada sektor ritel modern. Pelanggan yang menunjukkan loyalitas tinggi akan melakukan transaksi ulang dan menyarankan produk konsumen lainnya, sehingga berdampak positif terhadap kinerja usaha. Temuan ini diperkuat oleh studi Darmawan et al. (2023) pada UMKM industri kuliner di Kota Bandung yang menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan memiliki korelasi positif dengan kinerja UMKM, khususnya dalam aspek peningkatan penjualan, profitabilitas, dan daya saing usaha. Temuan ini mempertegas bahwa loyalitas pelanggan merupakan aset strategis yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan serta menjaga keberlanjutan kinerja bisnis UMKM.

3. Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Studi terdahulu juga mengindikasikan bahwa layanan dan loyalitas pelanggan secara simultan berkontribusi dalam mendorong peningkatan kinerja bisnis UMKM. Mulia (2021) dalam penelitiannya terhadap UMKM di Kabupaten Garut, penelitian berpendekatan kuantitatif menemukan kualitas layanan memberi pengaruh positif dan signifikan bagi loyalitas pelanggan, serta meningkatkan kinerja usaha. Pelayanan yang handal, responsif, dan konsisten mendorong pelanggan untuk mempertahankan loyalitasnya serta melakukan pembelian secara berulang, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan penjualan dan keberlanjutan usaha. Berdasarkan

temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang disertai penguatan loyalitas pelanggan merupakan strategi yang esensial bagi UMKM untuk meningkatkan kinerja bisnis di tengah persaingan yang kian kompetitif.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu, ditemukan bahwa Sebagian besar studi terdahulu cenderung menitikberatkan pada pengaruh kualitas layanan bagi loyalitas pelanggan, atau pada dampak kelayakan pelanggan bagi kinerja bisnis secara terpisah. Penelitian oleh Djunaedi et al. (2024), Darmawan et al. (2023), Mulia (2021) menekankan hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan, sementara penelitian Soetiyono & Alexander (2025) serta Darmawan et al. (2023) lebih menitikberatkan pada peran kelayakan pelanggan terhadap peningkatan kinerja bisnis UMKM.

Namun, studi ini masih terbatas penelitian pengaruh kualitas layanan dan loyalitas pelanggan bagi kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Klungkung dengan menggunakan dua sumber responden berbeda, khususnya pada konteks UMKM di Kabupaten Klungkung Bali. Oleh sebab itu, studi ini dilakukan guna mengisi kesenjangan penelitian dengan menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan bagi kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Klungkung, Bali. studi ini diharap dapat memberi pemahaman secara menyeluruh mengenai berbagai faktor yang memengaruhi kinerja UMKM dalam konteks lokal, sekaligus menjadi landasan dalam merumuskan strategi untuk mengembangkan daya saing UMKM.

Hipotesis Penelitian

Berdasar pada tinjauan pustaka, penelitian terdahulu, dan argumentasi logis, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: Kualitas pelayanan memberi pengaruh positif dan signifikan bagi kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Klungkung, Bali.

H2: Loyalitas pelanggan memberi pengaruh positif dan signifikan bagi kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Klungkung, Bali.

H3: Kualitas layanan dan loyalitas pelanggan memberi pengaruh positif dan signifikan secara simultan bagi kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Klungkung, Bali.

Kerangka Berpikir

Kualitas Pelayanan (X1) (Tangibles, Reliability Responsiveness, AssuranceEmpathy)
Kinerja Bisnis UMKM (Y) (Penjualan, Profitabilitas, Pertumbuhan Usaha, Daya Saing)
Loyalitas Pelanggan (X2) (Pembelian Ulang, Rekomendasi, Komitmen Pelanggan)

UMKM dihadapkan pada tingkat persaingan usaha yang kian intensif, sehingga perlu mengembangkan kinerja bisnis agar terus berkembang. Kualitas pelayanan menjadi komponen utama yang memengaruhi kinerja bisnis UMKM. Pelayanan yang berkualitas mampu menghadirkan pengalaman pelanggan yang positif. Layanan konsisten dan profesional

mendorong pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau jasa UMKM dan memperkuat hubungan jangka panjang.

Selain kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan juga menjadi faktor strategis dalam meningkatkan kinerja bisnis UMKM. Pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi umumnya melakukan pembelian secara berulang, memberikan rekomendasi kepada pihak lain, serta tidak mudah berpindah ke pesaing. Situasi ini berimplikasi pada meningkatnya volume penjualan, terjaganya stabilitas pendapatan, serta menguatnya daya saing usaha sehingga berkontribusi terhadap meningkatnya kinerja bisnis UMKM.

Berdasarkan temuan studi sebelumnya, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terbukti memberi pengaruh bagi kinerja bisnis UMKM. Oleh sebab itu, studi ini berpandangan bahwa meningkatnya kualitas layanan akan mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan, dan kedua variabel tersebut secara langsung berkontribusi terhadap meningkatnya kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Klungkung, Bali. Kerangka pemikiran ini kemudian dijadikan landasan dalam pengujian hipotesis melalui pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda.

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada. (Zulkarnaen, W., Amin, N. N., 2018). Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif menggunakan metode survei, dikarenakan bertujuan menguji keterkaitan dan dampak antarvariabel secara empiris menggunakan data numerik. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk mendapatkan pandangan yang objektif tentang dampak kualitas layanan dan loyalitas pelanggan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Klungkung, Bali.

Objek, Subjek, dan Sampel Penelitian

Objek Penelitian

Objek dalam studi ini ialah para pelaku UMKM yang beroperasi di Kabupaten Klungkung, Bali, yang mencakup sektor makanan dan minuman, kerajinan, jasa, serta berbagai usaha kreatif lainnya. Berdasar dari data Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Klungkung, hingga tahun 2023 jumlah UMKM tercatat sebanyak 35.792 unit usaha, dengan dominasi pada kategori usaha mikro.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian terdiri atas dua kelompok responden, yaitu:

1. Pelanggan UMKM, sebagai pihak yang menilai kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan, arena pelanggan merupakan pihak penerima manfaat langsung dan merasakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh UMKM.

2. Pelaku UMKM, sebagai pihak yang menilai kinerja bisnis UMKM, karena pelaku usaha memiliki pengetahuan langsung mengenai kondisi operasional, penjualan, dan perkembangan usahanya.

Sampel Penelitian

Sampel studi ditentukan melalui teknik purposive sampling, dengan mempertimbangkan kriteria khusus yang disesuaikan dengan karakteristik responden, yaitu:

1. Sampel Pelanggan UMKM

Berjumlah 30 responden

- Pernah melakukan transaksi dengan UMKM di Kabupaten Klungkung minimal dua kali
- Bersedia mengisi kuesioner penelitian
- Sampel ini digunakan guna mengukur variabel kualitas layanan (X_1) dan loyalitas pelanggan (X_2).

2. Sampel Pelaku UMKM

Berjumlah 30 responden

- Telah menjalankan usaha minimal satu tahun
- Memiliki pengetahuan mengenai kinerja usaha
- Sampel ini digunakan untuk mengukur variabel kinerja bisnis UMKM (Y).

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Studi ini mencakup tiga variabel utama, yakni kualitas layanan (X_1), loyalitas pelanggan (X_2), serta kinerja bisnis UMKM (Y).

Variabel kualitas pelayanan (X_1) menggambarkan kemampuan UMKM dalam memberikan layanan sesuai ekspektasi pelanggan. Konsep kualitas pelayanan dalam penelitian ini merujuk pada model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988). Variabel ini diukur berdasarkan persepsi pelanggan UMKM melalui pernyataan dalam kuesioner skala Likert.

Variabel loyalitas pelanggan (X_2) dimaknai sebagai tingkat keterikatan pelanggan dalam menggunakan kembali produk atau jasa UMKM secara berkelanjutan. Loyalitas tercermin dari kecenderungan pelanggan untuk membeli ulang, kesediaan dalam memberikan rekomendasi UMKM pada pihak lain, maupun komitmen pelanggan untuk tidak mudah beralih ke tawaran pesaing. Definisi ini merujuk pada pandangan Prasetyo et al (2022) yang menekankan loyalitas sebagai bentuk komitmen jangka panjang pelanggan. Pengukuran loyalitas pelanggan dilakukan berdasarkan persepsi pelanggan melalui instrumen kuesioner.

Variabel kinerja bisnis UMKM (Y) menggambarkan tingkat pencapaian tujuan kinerja usaha. Kinerja bisnis dalam studi ini diukur berdasarkan persepsi pelaku UMKM terhadap

perkembangan usaha, yang meliputi pertumbuhan penjualan, peningkatan keuntungan, jumlah pelanggan, serta kemampuan bersaing di pasar.

Teknik Pengumpulan Data / Instrumen

Data dalam studi ini dikumpulkan dari:

1. Kuesioner tertutup menggunakan skala Likert 5 poin (sangat tidak setuju - sangat setuju)
2. Data profil responden, yang disajikan secara terpisah antara responden pelanggan UMKM dan responden pelaku UMKM.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam studi ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan. Pertama, analisis deskriptif untuk mendeskripsikan karakteristik responden, baik pelanggan UMKM maupun pelaku UMKM. Kedua, dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen untuk memastikan bahwa layak tidaknya digunakan untuk penelitian. Ketiga, analisis regresi linier diterapkan untuk menguji hubungan antarvariabel yang diteliti.

Analisis regresi linier dalam studi ini mencakup beberapa aspek, yaitu: pengaruh kualitas pelayanan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Klungkung, Bali; pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kinerja bisnis UMKM di wilayah yang sama; serta pengaruh gabungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan bagi kinerja bisnis UMKM.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Gambaran Umum Objek dan Responden Penelitian

Objek dalam studi ini ialah pelaku UMKM yang beroperasi di Kabupaten Klungkung, Bali, meliputi sektor makanan dan minuman, kerajinan, jasa, serta usaha kreatif lainnya. UMKM yang menjadi responden didominasi oleh usaha mikro dan kecil dengan lama usaha yang bervariasi.

Responden penelitian terdiri dari pelaku UMKM dan pelanggan UMKM yang dipilih berdasarkan kriteria penelitian. Karakteristik responden memiliki latar belakang usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan yang beragam. Jumlah responden yang dianalisis dalam studi ini ialah 60 orang, terdiri atas 30 pelaku UMKM dan 30 pelanggan UMKM.

Hasil Uji Validitas Instrumen

Uji validitas instrumen dilaksanakan guna menilai layak tidaknya setiap item pernyataan terhadap pengukuran variabel penelitian. Validitas diuji dengan korelasi Pearson Product Moment, yakni membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Berdasarkan 30 responden, r tabel diperoleh sebesar 0,361 pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (df) = $n - 2$ (28). Hal ini berarti setiap item pernyataan dianggap valid karena nilai r hitung lebih tinggi daripada r tabel.

Hasil uji validitas memperlihatkan bahwa semua item pernyataan pada variabel (X_1), (X_2), dan (Y) bernilai r hitung yang melebihi r tabel dan signifikan pada taraf 0,05. Berdasarkan temuan ini, semua instrumen penelitian disimpulkan valid dan layak digunakan dalam tahap berikutnya.

Berdasar pada hasil uji validitas dalam Tabel 1, semua pernyataan menunjukkan nilai r hitung yang lebih tinggi dibandingkan r tabel (0,361). Hal ini berarti semua pernyataan dianggap valid dan layak digunakan.

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas dilakukan guna menguji konsisten tidaknya instrument yang akan digunakan dalam penelitian. Pengujian ini menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dengan ketentuan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$

Berdasar pada hasil uji reliabilitas dalam Tabel 2, semua variabel menunjukkan nilai konsistensi yang tinggi dan reliabel untuk diterapkan dalam penelitian.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda diterapkan guna mengkaji pengaruh (X_1) dan (X_2) terhadap (Y). Model regresi disusun sesuai nilai koefisien regresi yang tidak terstandarisasi (Unstandardized Coefficients).

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y=3,599+0,420X_1+0,459X_2$$

- Nilai konstanta sebesar 3,599 mensndakan bahwa apabila (X_1) dan (X_2) berada pada nilai konstan, maka (Y) berada pada tingkat dasar sebesar 3,599.
- Koefisien regresi (X_1) sebesar 0,420 berarti setiap peningkatabn satu satuan dalam kualitas layanan akan berpengaruh terhadap meningkatnya Kinerja Bisnis UMKM sebesar 0,420, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dalam mendorong peningkatan kinerja bisnis UMKM.
- Koefisien regresi (X_2) sebesar 0,459 mengindikasikan bahwa setiap terjadi peningkatan satu satuan pada loyalitas pelanggan akan meningkatkan Kinerja Bisnis UMKM sebesar 0,459, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan. Temuan ini menegaskan bahwa loyalitas pelanggan berperan krusial dalam mendorong peningkatan kinerja bisnis UMKM.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan guna mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dalam Kinerja Bisnis UMKM.

Berdasar hasil analisis, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,434 diperoleh. Hal ini berarti 43,4% variasi Kinerja Bisnis UMKM dapat dijelaskan secara simultan oleh (X_1) dan (X_2), sementara 56,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model studi.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis dilaksanakan guna mengevaluasi pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian ini menggunakan uji t, dengan pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) pada tingkat $\alpha = 0,05$. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai Sig. berada di bawah 0,05.

Hasil uji menemukan bahwa (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,018 ($< 0,05$), sehingga hipotesis H_1 diterima. Temuan ini mengartikan bahwa kualitas layanan memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Klungkung, Bali. Selanjutnya, (X_2) berada pada nilai signifikansi sebesar 0,021 ($< 0,05$), yang berarti H_2 diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa loyalitas pelanggan memberi pengaruh positif dan signifikan bagi kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Klungkung, Bali.

Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk menilai pengaruh gabungan (X_1) dan (X_2) terhadap (Y). Keputusan pengujian didasarkan pada nilai signifikansi (Sig.) pada tingkat $\alpha = 0,05$, dimana hipotesis dianggap diterima apabila nilai Sig. kurang dari 0,05.

Nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 ($< 0,05$) berarti (X_1) dan (X_2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap (Y). Dengan demikian, hipotesis H_3 diterima.

KESIMPULAN

Studi ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan memberikan pengaruh signifikan bagi kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Klungkung, Bali. Secara parsial, kualitas pelayanan berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha melalui penciptaan pengalaman pelanggan yang positif, sedangkan loyalitas pelanggan memperkuat stabilitas pendapatan dan keberlanjutan usaha. Secara simultan, kedua variabel independen menjelaskan 43,4% variasi dalam kinerja bisnis UMKM, sedangkan 56,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model studi. Temuan ini menegaskan bahwa pengembangan kualitas pelayanan yang diiringi dengan penguatan loyalitas pelanggan menjadi strategi kunci dalam mendorong peningkatan daya saing dan kinerja UMKM secara berkelanjutan di tengah konteks ekonomi lokal.

Penghargaan/Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada seluruh pelaku UMKM dan pelanggan di Kabupaten Klungkung, Bali, yang telah berkenan berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini. Apresiasi juga disampaikan kepada Institut Nalanda, khususnya Bapak Dedi Muliadi, S.H., S.E., M.M. dan Bapak Drs. Heru Budi Santoso, M.M. selaku dosen pembimbing, atas arahan dan bimbingannya yang berharga, serta kepada Bapak Joko Setyawan,

M.M. selaku dosen penguji, atas saran dan masukan konstruktif yang diberikan. Semoga segala kebaikan yang diberikan menjadi kebajikan yang membawa manfaat bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningtyas, E., Santoso, B., & Winahyu, P. (2023). Analisis loyalitas pelanggan berdasarkan diversifikasi produk, harga, dan kepuasan pelanggan (Studi empiris loyalitas pelanggan pada Mie Apong Sampurna Gebang Jember). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(1), 99–114.
- Darmawan, D., Mardikaningsih, R., Halizah, S. N., Putra, A. R., Retnowati, E., Munir, M., & Arifin, S. (2023). Tinjauan strategis: Pengaruh keunggulan kompetitif dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis UMKM dalam konteks pasar yang kompetitif. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(10), 427–436.
- Fakhrudin, A., & Roellyanti, M. V. (2022). Loyalitas konsumen: implikasi dari nilai pelanggan, kualitas pelayanan, kedekatan emosional. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen*, 18(3), 501–512.
- Muzakki, M. A., Uday, M. M., Said, M. F., & Sanjaya, V. F. (2024). Strategi Kompetitif dalam Era Disrupsi Tantangan dan Peluang Bagi UMKM di Sektor Teknologi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Jurnal Ilmiah Multi Science*, 15(2), 113–124.
- Prasetyo, A. H., Rustamaji, D., Sumarni, S., & Nadhifah, N. I. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kemampuan berkomunikasi terhadap kepuasan konsumen pada Pt. Jne Babat Lamongan. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 463–472.
- Setiawan, M. A. W., & Puspitadewi, N. W. S. (2022). Hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan pada nasabah pt.“x” cabang pamolokan sumenep. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(4), 96–107.
- Soetiyono, A., & Alexander, A. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Marketplace di Indonesia. *ECo-Buss*, 7(3), 2055–2071.
- Syafira, A., & Rohman, A. (2024). Penerapan Strategi Promosi Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen Di Mie Marlina, Banyu Sangkah Tanjung Bumi Bangkalan. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6).
- Yuliana, I., Alpriansah, R., Rahmatullah, A. Y., & Dethan, S. H. (2025). Peningkatan Kinerja UKM: Peran Keunggulan Bersaing dalam Memoderasi Pengetahuan Produk dan Literasi Keuangan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(3), 994–1005.
- Zulkarnaen, W., Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 106-128.

GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,888	0,361	Valid
	X1.2	0,893	0,361	Valid
	X1.3	0,938	0,361	Valid
	X1.4	0,919	0,361	Valid
	X1.5	0,935	0,361	Valid
	X1.6	0,957	0,361	Valid
	X1.7	0,914	0,361	Valid
	X1.8	0,894	0,361	Valid
	X1.9	0,917	0,361	Valid
	X1.10	0,916	0,361	Valid
Loyalitas Pelanggan (X2)	X2.1	0,880	0,361	Valid

	X2.2	0,954	0,361	Valid
	X2.3	0,924	0,361	Valid
	X2.4	0,948	0,361	Valid
	X2.5	0,975	0,361	Valid
	X2.6	0,924	0,361	Valid
	X2.7	0,891	0,361	Valid
	X2.8	0,857	0,361	Valid
	X2.9	0,882	0,361	Valid
	X2.10	0,956	0,361	Valid
Kinerja Bisnis UMKM (Y)	Y1	0,939	0,361	Valid
	Y2	0,946	0,361	Valid
	Y3	0,930	0,361	Valid
	Y4	0,968	0,361	Valid
	Y5	0,934	0,361	Valid
	Y6	0,960	0,361	Valid
	Y7	0,895	0,361	Valid
	Y8	0,908	0,361	Valid
	Y9	0,883	0,361	Valid
	Y10	0,916	0,361	Valid

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	10	0,979	> 0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (X2)	10	0,979	> 0,60	Reliabel
Kinerja Bisnis UMKM (Y)	10	0,982	> 0,60	Reliabel

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3.599	7.456		.483	.633
	Kualitas Pelayanan (X1)	.420	.167	.398	2.517	.018
	Loyalitas Pelanggan (X2)	.459	.187	.389	2.457	.021

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis UMKM (Y)

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.659 ^a	.434	.392	6.81885

a. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3.599	7.456		.483	.633
	Kualitas Pelayanan (X1)	.420	.167	.398	2.517	.018
	Loyalitas Pelanggan (X2)	.459	.187	.389	2.457	.021

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis UMKM (Y)

Hipotesis	Variabel	Sig.	Keputusan
H1	Kualitas Pelayanan (X1) → Kinerja Bisnis UMKM (Y)	0,018	Diterima

H2	Loyalitas Pelanggan (X2) → Kinerja Bisnis UMKM (Y)	0,021	Diterima
----	--	-------	----------

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)
 ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	961.556	2	480.778	10.340	.000 ^b
	Residual	1255.410	27	46.497		
	Total	2216.967	29			

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis UMKM (Y)

b. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Hipotesis	Variabel	Sig.	Keputusan
H3	X1 & X2 → Y	0,000	Diterima