

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) akan memberikan dampak terbesar bagi perekonomian Indonesia, menurut sumber DJKN Kemeukeu.go.id pada tahun 2020. UMKM memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia, sehingga hal ini sudah diketahui. Pelaku UMKM memiliki total 65.465,497 pada tahun 2019 menurut data BPS dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UMKM). Tenaga kerja yang terserap UMKM adalah sebanyak 119.562.843 pekerja, yang menjadikan UMKM memiliki dampak yang besar bagi perekonomian Indonesia (PDB) sebesar 60,51%, dan sisanya yaitu 39,49% disumbangkan oleh pelaku usaha besar. Pada kecamatan Cikampek, Kabupaten Karawang terdapat cukup banyak Pelaku usaha UMKM menurut sumber sektoral statistik kabupaten karawang Hal 181,2020 Usaha Mikro, kecil dan menengah (UMKM) di kecamatan Cikampek Tahun 2017-2019 berjumlah 2354. Dimana pada jenis usaha UMKM yang memiliki dampak paling besar adalah bisnis kuliner, melalui fakta-fakta dari badan resmi, yaitu pada tahun 2013 lalu, nilai tambah industri kuliner mencapai Rp 208,63 triliun. Jumlah tersebut menyumbang 32,5% terhadap total PDB sektor ekonomi kreatif yang sebesar Rp 641,8 triliun. (<http://www.tribunnews.com>) selain itu berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019, bisnis kuliner memberikan kontribusi sebesar 42,41% terhadap total konsumsi rumah tangga industri kreatif pada tahun 2013, berdasarkan hal ini membuktikan bahwa bisnis kuliner memiliki peluang sukses yang besar. Sesuai dengan KBLI ruang lingkup subsektor kuliner yaitu restoran, warung makan, kedai makanan, penyediaan makanan keliling atau tempat tidak tetap, jasa boga untuk suatu event tertentu, penyediaan makanan lainnya, bar, kelab malam atau diskotik yang utamanya menyediakan minuman, rumah minum atau

Kafe kedai minuman, rumah atau kedai obat tradisional, penyediaan minuman keliling atau tempat tidak tetap paling dasar bagi manusia. Dalam hal ini beberapa diantaranya dikarenakan kebutuhan dan jumlah popuasi yang tinggi dan ini sejalan dengan teori kebutuhan (AA Maslow 1993) dimana “pangan, sandang dan papan(kebutuhan fisiologis) merupakan kebutuhan Berdasarkan sumber penelitian direktur parama indonesia dimana sektor kuliner indonesia bertumbuh dari 7 hingga 14% per tahun pada 5 tahun terakhir. Oeh karena kebutuhan besar masyarakat kota sehingga meningkatnya bisnis kuliner (Agni Pratama, 2017). Dimana saat ini bisnis kuliner makanan yang telah mengikuti perkembangan zaman saat ini sangat diminati bagi kaum urban sekedar mendengarkan lagu, berkumpul, berbincang dengan keluargadan teman bukan sesuatu yang baru bagi masyarakat milenial. Terutama pada daerah Sukaseri Kecamatan Cikampek yang merupakan salah satu daerah sangat sibuk dimana terdapat lebih dari empat bangunan pendidikan, bangunan administrasi, pasar tradisional, bangunan perumahan, dan juga merupakan salah satu akses menuju kawasan Indotaisei dan juga Kota purwakarta, yang dimana dari seluruh tempat usaha kuliner pada daerah tersebut yang memiliki tempat bisnis kuliner dengan terdapat empat usaha kuliner yang paling banyak sama yaitu ayam geprek, dan usaha ini cukup trending diawal kemunculan nya tahun 2018 seperti yang dimuat di CNN Indonesia perbincangan tentang (MA) menolak gugatan Ruben Onsu terkait merek dagang Geprek Benu dengan I am Geprek Benu,

Tabel 1.1 Pelaku Usaha yang sama didaerah Sukaseri Kecamatan Cikampek

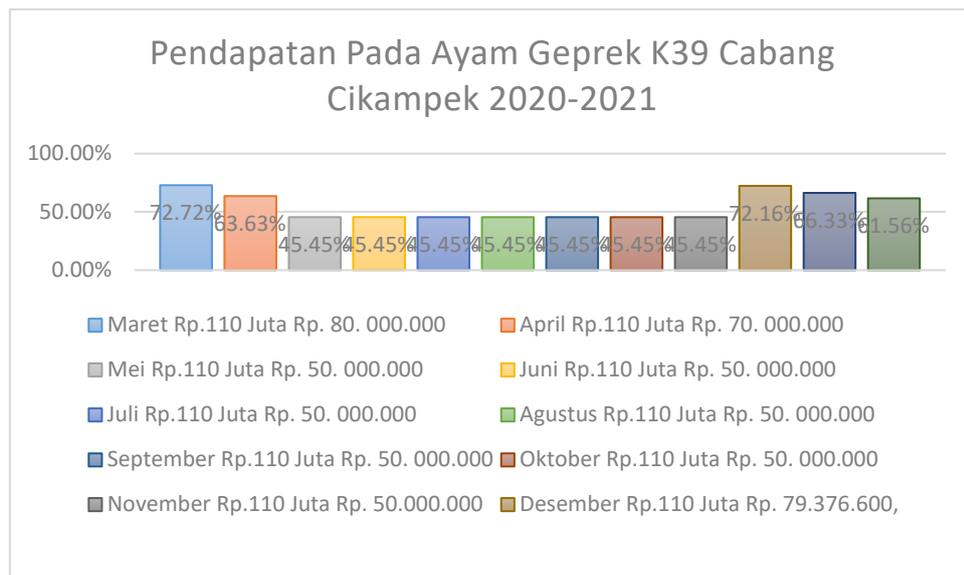
Tempat Usaha	Penilaian Konsumen	Jumlah Ulasan
Ayam Geprek K39	4	193
Ayam Geprek galau	4,1	998
Ayam Geprek Juara	4,5	34
Ayam Bersih Berkah	4,3	141

Sumber : Google 2021

Dari jumlah penilaian ayam geprek K39 memiliki nilai sebesar 4 bintang dengan jumlah ulasan 193, Ayam Geprek galau memiliki penilain sebesar 4,1 bintang dengan dengan jumlah ulasan 998, ayam geprek juara memiliki nilai

sebesar 4,5 bintang dengan jumlah ulasan 34. Dengan data yang cukup dari perusahaan yang sama untuk melakukan penelitian tentang perilaku keputusan pembelian, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian tentang proses keputusan pembelian produk yang diinginkan. (Kurniawan 2018;73) pada ayam geprek K39 cabang Cikampek dikarenakan memiliki jumlah penilaian terkecil peneliti akan melakukan penelitian pada ayam geprek K39, konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tidak terjadi begitu saja. Di antara 193 review untuk Ayam Geprek K39, terdapat evaluasi dan kriteria yang dicari pelanggan sebelum mengambil keputusan pembelian, termasuk kualitas produk, harga, dan kepuasan. Banyak penelitian yang dilakukan dengan menggunakan kualitas produk dan harga sebagai variabel dalam penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen Pada UD Rizky Barokah di Balongendo” dengan 23 review kualitas produk, 14 review harga, 47 review kepuasan pelanggan, 5 review tempat, dan 3 daftar menu produk. Maka peneliti akan menggunakan variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen dalam mengetahui keputusan pembelian.

Ayam Geprek K39 dalam menjalankan usaha bisnisnya, usaha tersebut cukup terkenal pada kalangan masyarakat dimana telah memiliki 8 (delapan) outlet pada daerah Cikarang, Karawang dan juga Cikampek. Pada cabang cikampek ini dimana usaha tersebut berdiri di kota Cikampek pada bulan Agustus tahun 2019, dengan memiliki jumlah karyawan sebanyak 11 orang, dimana usaha tersebut buka pada jam 10 pagi sampai am 10 malam. Dalam menjalankan bisnis tersebut, dengan rata-rata omset pendapatan penjualan sebesar 90 Juta/Bulan. Berdasarkan hasil wawancara terhadap kepala outlet cabang Cikampek pendapatan usaha tersebut dimana pada masa pandemic covid-19 mengalami penurunan pendapatan dari biasanya, berikut hasil pendapatan pada wawancara



Sumber: Outlet Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek

Gambar 1.1 Jumlah Pendapatan Maret 2020 – Februari 2021

Dengan banyaknya jumlah bisnis rumah makan lainnya, Sehingga perlu adanya langkah rancangan strategi untuk meningkatkan peluang tersebut mengingat dalam kondisi Covid-19, memiliki dua jenis menu produk andalan dalam menjalankan kuliner makanannya. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, peneliti berencana untuk meneliti “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah yang dibahas dalam penelitian ini meliputi:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek ?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek ?

4. Apakah kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen berpengaruh simultan terhadap pembelian Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek.
3. Untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen berpengaruh simultan terhadap pembelian Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Bagi Perusahaan

Temuan penelitian ini akan membantu pemilik Ayam Geprek K39 di Cikampek menemukan strategi pemasaran terbaik untuk meningkatkan penjualan dengan memberi tahu mereka apa yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan di Ayam Geprek K39 di Cikampek.

b. Manfaat Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menganalisis mekanisme dari berjalannya suatu usaha kuliner makanan dalam upaya meningkatkan frekuensi kedatangan konsumen, sehingga dapat memberikan masukan. Serta peneliti dapat mempunyai tambahan pengetahuan dan pengalaman.

c. Manfaat Bagi Peneliti

Peneliti dan pengusaha sama-sama dapat memperoleh manfaat dari penelitian ini karena dapat menerapkan teori dan dapat digunakan untuk memulai dan menjalankan bisnis.

1.5 Batasan Masalah

Penentuan batasan masalah dilakukan agar penyelidikan dapat mengarah pada tujuan yang diinginkan. Berikut ini adalah beberapa batasan masalah:

1. Responden penelitian yang digunakan yaitu responden pada konsumen Ayam Geprek K39 dan responden konsumen.
2. Penelitian ini menganalisis kelebihan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan ancaman perusahaan
3. dan terdapat beberapa data perusahaan yang tidak bisa digunakan dikarenakan terkait kode etik perusahaan

