

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang bisa menciptakan dan menambah lapangan kerja, serta bisa menjadi penopang bagi sistem ekonomi kerakyatan untuk peningkatan pendapatan masyarakat yang bisa memberikan kontribusi dalam hal pembangunan ekonomi daerah dan juga perekonomian nasional. Pengembangan bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bisa memperluas basis ekonomi dan juga bisa memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat pembangunan struktural. Menurut data Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN) tahun 2023, total pelaku UMKM yang ada di Indonesia sebanyak 99.99% dari jumlah pelaku usaha yang ada di Indonesia atau sebesar 66 juta. Dan memiliki Daya serap tenaga kerja UMKM sebanyak 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha atau 117 juta pekerja. Sehingga UMKM berkontribusi sebesar 61% terhadap perekonomian nasional (PDB)

Berdasarkan peraturan pemerintah nomor 7 tahun 2021, pasal 35-36, Usaha Mikro memiliki modal usaha hingga maksimal Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tanpa menghitung tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha Kecil memiliki modal usaha di atas Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) hingga paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tanpa termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Sedangkan Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) hingga paling banyak

Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) juga tanpa menghitung tanah dan bangunan tempat usaha. Setelah melakukan Wawancara dengan pemilik Hanjan kafe diketahui bahwa *owner* menghabiskan modal sebesar 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, Sehingga Hanjan Kafe termasuk dalam usaha Mikro.

Di Indonesia, terdapat berbagai jenis UMKM yang tersebar seperti bisnis makanan, bisnis fashion, usaha mikro, usaha menengah, kedai kopi, dan lain-lain. Indonesia sendiri sudah menjadi salah satu negara dengan produsen dan konsumen kopi terbesar di dunia, sehingga bisa di bilang usaha *coffee shop* Ini sangat menguntungkan, terutama di era modern ini, untuk memulai UMKM Coffee Shop yang menarik perhatian konsumen, baik melalui minuman kopi yang disajikan maupun suasana kedai. (Yosepha, 2022). *Coffee shop* adalah empat yang menyajikan beragam jenis kopi dan minuman non-alkohol lainnya dalam suasana yang santai. Tempat ini menawarkan kenyamanan dengan alunan musik, baik dari audio maupun pertunjukan live, serta memiliki desain interior yang unik. Selain itu, kedai kopi biasanya dikenal dengan Pelayanannya ramah, dan beberapa juga menawarkan akses internet nirkabel atau WiFi. Saat ini, Coffee Shop bukan hanya tempat untuk menikmati kopi, tetapi juga bisa digunakan untuk menyelesaikan tugas, berfoto, bertemu dengan rekan kerja, atau menikmati acara musik seperti konser (Aryani et al, 2022).

Dari banyaknya kedai kopi di kota Manado, Sulawesi Utara, salah satunya adalah Hanjan Kafe yang dibuka pada awal bulan Juni 2023 oleh pengusaha lokal, Bapak Marcelino Leonardo Waani dan Ibu Nadya Michelle Limanauw. Hanjan kafe merupakan salah satu kafe yang ada di Manado, mulai dari bulan Mei 2023,

founder Marcelino Leonardo Waani dan Nadya Michelle Limanauw, sebagai usaha *newplayer* di cafe market di Kota Manado. Konsepnya diambil dengan design industrial minimalis untuk logo Hanjan berasal dari bahasa Korea, kata yang dipakai untuk mengajak seseorang untuk ngopi, Hanjan Kafe di buka untuk umum pada tanggal 3 Juni 2023.

Sejak di buka pada bulan Juni 2023, Hanjan Kafe memperlihatkan suatu *fluktuasi* dalam segi transaksi pelanggan seperti yang di tunjukan pada tabel 1.1

Tabel 1. 1 Data Transaksi Hanjan Kafe Periode Agustus 2023-Januari 2024

Bulan / Tahun	Transaksi
Juni	900
Juli	925
Agustus	840
September	820
Oktober	800
November	910
Desember	930
Januari	900
Total	7025

(Sumber: Data Perusahaan)

Bisa di lihat dari tabel 1.1 bahwa transaksi di Hanjan Kafe sempat terjadi penurunan pada bulan Agustus sampai bulan Oktober dimana pada bulan Agustus adalah 2 bulan setelah opening Hanjan kafe dalam tabel 1.1 terlihat hasil transaksi yang fluktuasi. Penulis sempat bertanya kepada *owner* dari Hanjan kafe untuk

bertanya apakah ada keluhan, dan para pelanggan sempat memberi masukan tentang kualitas pelayanan dikarenakan kurangnya pengalaman para karyawan tentang bagaimana cara agar melayani konsumen dengan baik.

Menurut Kotler dalam jurnal Maulidiah et, al., (2023) Kualitas pelayanan mengacu pada tingkat keunggulan yang diharapkan serta kemampuan untuk mengendalikan keunggulan tersebut guna memenuhi keinginan pelanggan. Jika pelayanan yang diberikan melebihi ekspektasi pelanggan, maka kualitas layanan dianggap sempurna. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan, kualitas layanan dinilai buruk. Oleh karena itu, kualitas jasa sangat dipengaruhi oleh kemampuan penyedia jasa untuk secara konsisten memenuhi harapan pelanggan. Berdasarkan diskusi dengan *owner* dari Hanjan Kafe dikatakan bahwa ada beberapa masalah dalam menjalankan bisnis kafe tersebut salah satunya adalah keluhan yang datang dari pelanggan maupun teman *owner* Hanjan Kafe tentang karyawan yang ada di tersebut akibat layanan yang tidak maksimal, seperti respons pelayan, sikap pelayan tersebut, dan juga keramahan karyawan tersebut. Para pelanggan juga sering kali mengeluhkan tentang lamanya pesanan yang di terima ini di akibatkan karena karyawan yang di miliki Hanjan Kafe hanya 3 orang dan karena banyak pesanan yang masuk membuat para karyawan menjadi kewalahan sehingga mengakibatkan kualitas pelayanan yang tidak maksimal.

Selain kualitas layanan, Harga adalah Salah satu faktor utama yang menentukan kesuksesan sebuah perusahaan adalah harga, karena harga berdampak pada besar kecilnya keuntungan dari penjualan produk, baik barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi bisa mengakibatkan penurunan penjualan,

sementara harga yang terlalu rendah bisa mengurangi keuntungan yang diperoleh. Oleh karena itu, harga harus dikendalikan dengan cermat dan disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Keputusan yang terkait dengan harga akan berdampak signifikan pada berbagai aspek operasional bisnis, baik itu dalam penjualan maupun keuntungan yang diinginkan. Dengan kata lain, harga mencerminkan nilai uang yang akan ditukar untuk barang atau jasa yang akan dibeli. (Nasution, 2019).

Tabel 1. 2 Tabel Perbandingan Harga Untuk Produk Kopi Hanjan Kafe & beberapa Kafe shop lain di Manado

Hanjan Kafe	Kopi Janji Jiwa	Kopi Kenangan
Americano Rp.20.000	Americano Rp.15.000	Americano Rp.15.000
Latte Rp.22.000	Latte Rp.18.000	Latte Rp.18.000

Dapat di lihat pada tabel 1.2 di atas bahwa perbandingan kopi Hanjan Kafe, kopi Janji Jiwa, dan juga Kopi Kenangan di mana kopi Hanjan kafe memiliki harga yang lebih tinggi dibanding para pesaing lain.

Fasilitas memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan. Fasilitas yang memadai memudahkan pelanggan dalam beraktivitas dan membuat mereka merasa nyaman saat menggunakannya. Keberadaan fasilitas yang baik tentu akan mendukung kegiatan konsumen, dan fasilitas yang memenuhi kebutuhan pelanggan menjadi faktor penting dalam menarik minat mereka untuk mengunjungi *Coffee Shop*. (Uhai, et al, 2022). Fasilitas yang terdapat Hanjan Kafe pernah mendapat keluhan dari para konsumen terutama anak muda, dikarenakan meja untuk outdoor hanya terdapat 3 buah meja kecil. Dimana di Hanjan kafe

tersebut banyak pelanggan merokok, sehingga para konsumen yang merokok sering memberikan saran kepada *owner* untuk menambah meja atau kursi untuk outdoor. Sehingga tiga hal di atas bisa memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan di Hanjan Kafe.

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan di mana konsumen akhirnya melakukan pembelian (Kotler dalam Dewi dan Prabowo 2018). Meskipun setiap individu memiliki metode pengambilan keputusan yang hampir sama, terdapat beberapa faktor yang membedakan keputusan antar individu, seperti usia, karakter, pendapatan, dan gaya hidup. Keputusan konsumen adalah hasil dari interaksi dalam memilih aktivitas, di mana setidaknya dua pilihan elektif diperlukan untuk mencapai pemikiran kritis tertentu.

Dengan melihat adanya masalah masalah yang ada pada Hanjan Kafe yang di dapat oleh penulis melalui wawancara dengan *owner* Hanjan Kafe seperti kualitas pelayanan, harga, dan juga fasilitas penulis tertarik untuk melakukan penelitian di tempat tersebut sehingga mengangkat masalah ini dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian di Hanjan Kafe Manado, yang juga skripsi ini di maksudkan untuk menyelesaikan studi di program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik De La Salle Manado.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah melakukan *preliminary reasearch* (penelitian pendahuluan) berupa wawancara ditemukan bahwa rumusan masalah pada penelitian ini adalah

kurangnya kualitas pelayanan di Hanjan Kafe, harga yang ditetapkan lebih tinggi di antara para pesaingnya dan juga beberapa fasilitas yang kurang mumpuni yang dimiliki oleh Hanjan Kafe

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Hanjan Kafe Manado?
2. Apakah strategi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Hanjan Kafe Manado?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Hanjan Kafe Manado?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Hanjan Kafe Manado?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Agar pembaca mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Hanjan Kafe Manado
2. Agar pembaca mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Hanjan Kafe Manado
3. Agar pembaca mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian pada Hanjan Kafe Manado
4. Agar pembaca mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada Hanjan Kafe Manado

1.5 Batasan Penelitian

1. Penelitian ini dibatasi berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pelanggan.
2. Batasan penelitian dibatasi sesuai dengan judul penelitian yang mengandung 3 variabel independen dan satu variabel dependen.
3. Batasan pengambilan data pada objek penelitian adalah periode delapan bulan (Juni 2023 – Januari 2024)

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Untuk Mahasiswa

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap Keputusan pembelian

2. Untuk Peningkatan Pengetahuan

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai teori-teori mengenai kualitas Pelayanan, harga dan Fasilitas terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai bersamaan dengan pengetahuan yang telah didapatkan di perkuliahan agar supaya dapat menambah wawasan serta pengalaman kerja di dunia nyata

1.6.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan Perusahaan sebagai referensi dalam meningkatkan kualitas pelayanan, strategi harga, dan fasilitas dalam meningkatkan Keputusan pembelian pelanggan.