

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), efektivitas yaitu seberapa baik hasil yang diperoleh sesuai hasil yang diharapkan. Pada laporan perekonomian provinsi Sulawesi Utara Februari 2024 menurut Bank Indonesia, dikatakan bahwa Pada kuartal keempat tahun 2023, pertumbuhan ekonomi Sulawesi Utara (Sulut) mencapai 5,01% *year on year* (yoy), mengalami perlambatan dari kuartal sebelumnya yang mencatatkan pertumbuhan sebesar 5,40% (yoy). Secara keseluruhan, pada tahun 2023, pertumbuhan ekonomi Sulut mencapai 5,48% (yoy), mengalami penguatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang tumbuh 5,42% (yoy). Penguatan ini didukung terutama oleh kinerja yang tetap kuat di sektor transportasi seiring dengan peningkatan mobilitas dan penyelenggaraan kegiatan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) di Sulut, serta peningkatan konstruksi bangunan sipil. Di sisi permintaan, penguatan ini didukung oleh peningkatan belanja pegawai dan barang, aktivitas keagamaan dan organisasi sosial yang meningkat, serta ekspor komoditas hortikultura dari Sulut ke provinsi lain yang mengalami peningkatan.

Di Manado saat ini, berbagai produk makanan semakin bervariasi dan menjadi populer di kalangan masyarakat terlebih bagi kaum muda. Masyarakat di kota Manado, mempunyai kebiasaan 'suka makan' terlebih

makanan siap saji. Dari kebiasaan ini, masyarakat di kota Manado terlebih kaum muda mempunyai kebiasaan jalan-jalan sambil mencari tempat untuk bersantai. Ada beberapa *Street Food* yang buka di Manado antara lain: Kleak, Lippo Plaza, Grand Kawanua, dsb. Dan salah satu tempat yang paling populer bagi kaum muda sekarang ini berada di Jalan Flamboyan Sario. Lokasi ini menjadi kawasan favorit kaum muda untuk *hangout* bersama teman karena terdapat banyak pilihan kafe dan terlebih ciri khasnya yaitu pusat jajanan atau disebut *Street Food* di Kota Manado. Tujuan para kaum muda untuk *hangout* yaitu lokasi yang bisa dijadikan tempat bersantai sambil bercanda tawa sambil menikmati jajanan yang berada di kota Manado.

Awalnya tempat ini hanyalah jalan biasa yang tidak mempunyai daya tarik untuk menjadi perkumpulan kaum muda. Seiring berjalannya waktu tempat ini mulai menjadi ramai karena beberapa *coffee shop* yang buka dan menyediakan berbagai macam makanan ringan serta minuman, sehingga membuat masyarakat di kota Manado tertarik untuk datang di jalan Flamboyan Sario karena tempat yang strategis untuk menjadi tempat bersantai. Dari situlah awal mula daerah ini menjadi ramai pengunjung, sehingga menjadi *street food*, dan pengusaha UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) satu per satu mulai mendirikan jualan untuk mendirikan tempat jualan. Dan salah satu yang tertarik berjualan di jalan Flamboyan Sario yakni UMKM Odanam Burger Manado.

Gambar 1.1 Logo Odanam Burger



(Sumber: UMKM Odanam Burger)

UMKM Odanam Burger Manado adalah salah satu usaha makanan siap saji yang memproduksi burger dengan berbagai jenis rasa. Adapun nama dari Odanam ini yaitu kebalikan kata dari 'Manado' yang berarti burger yang berasal dari Manado. UMKM Odanam Burger Manado ini berdiri pada tahun 2021, karena mahasiswa yang mengambil konsentrasi kewirausahaan dituntut untuk mempunyai usaha. Tujuan dari membuka usaha ini, karena melihat masyarakat yang ada di Manado banyak yang menyukai makanan siap saji. Maka dari itu, peneliti memulai usaha ini awalnya melalui penjualan *online* di media sosial, seperti Instagram dan Facebook. Usaha ini pun berjalan dan berkembang karena adanya relasi seperti keluarga, saudara, dan kerabat dekat, juga usaha ini ditekuni dan diajari peneliti sejak mengikuti mata kuliah di program studi (prodi) manajemen konsentrasi kewirausahaan. Usaha ini akhirnya berjalan dengan baik, sehingga pada tahun 2023 Odanam Burger dibuka kembali

dan bertempat di jalan Flamboyan Sario sampai saat ini dan bisnis ini tentunya mengharapkan peningkatan omzet melalui produk yang dijual.

Gambar 1.2 Lokasi dan Produk Odanam Burger



(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Dalam usaha Odanam Burger yang diteliti saat ini, terdapat masalah dari kualitas produk. Hal ini disebabkan karena kualitas dari bahan baku daging yang sering kali tidak menentu, sehingga ketika bahan baku tersebut diolah menjadi daging *patty*, hasilnya menjadi hancur dan susah untuk dibentuk. Hal ini tentu saja merugikan konsumen dan pelaku bisnis karena ekspektasi konsumen tentang produk burger menjadi tidak sesuai dan menurunkan citra bisnis tentang kualitas produk yang ditawarkan tidak konsisten. Kualitas produk merujuk pada seberapa efektif suatu produk memenuhi kebutuhan, tujuan, dan standar industri yang berlaku, serta berperan penting dalam kesuksesan sebuah usaha dalam pembentukan reputasinya di mata konsumen.

Masalah lain yang ada dalam usaha ini adalah harga. Dalam suatu usaha, menentukan suatu harga adalah penting karena bisa berdampak bagi produsen dan konsumen. Jika harga yang diberikan terlalu rendah maka

produsen bisa saja rugi, begitu pun sebaliknya jika harga diberi harga yang tinggi maka konsumen bisa saja kurang tertarik membeli suatu produk. Maka dari itu suatu usaha harus mampu menjaga kepuasan dari para konsumen. Masalah harga yang terjadi yakni strategi harga yang kurang efektif karena pada saat mulai bukanya usaha ini, produk-produk yang dijual ditawarkan dengan harga mulai dari Rp.13.000. Setelah beberapa bulan, produk yang ditawarkan naik harganya mulai dari Rp.15.000. Pada bulan Januari ada juga pengenalan produk baru yakni burger mix dengan harga tinggi Rp.22.000. Ketika usaha ini menerapkan produk baru (burger mix) usaha ini kurang menerapkan strategi promosi, maka dari itu banyak pelanggan yang enggan dalam membeli produk yang baru. Usaha ini juga kurang memberikan diskon pada penjualan mereka. Hal ini dapat mengakibatkan penjualan produk lebih sedikit sehingga membuat minat beli konsumen kurang.

Tabel 1.1 Daftar Harga Odanam Burger

NAMA PRODUK	HARGA DULU	HARGA SEKARANG
Chicken Burger	Rp.13.000	Rp.15.000
Chicken Burger Melted Cheese	Rp.15.000	Rp.17.000
Beef Burger	Rp.15.000	Rp.18.000
Beef Burger Melted Cheese	Rp.17.000	Rp.20.000

(Sumber: UMKM Odanam Burger Manado)

Masalah berikutnya yang timbul adalah dari kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan para pelanggan. Kualitas pelayanan dapat dianggap sebagai ukuran sejauh mana layanan tersebut memenuhi keputusan pembelian. Kepuasan dan loyalitas pelanggan tercapai, bila kualitas pelayanannya baik dan harga yang terjangkau. Kualitas pelayanan meliputi berbagai faktor seperti responsif, ramah, efisien, akurat, yang sesuai dengan harapan atau kebutuhan pelanggan. Ini juga meliputi kemampuan perusahaan atau organisasi untuk melebihi standar yang telah ditetapkan dalam menyediakan layanan yang diinginkan atau diharapkan oleh pelanggan. Secara mendasar, kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik suatu perusahaan yang dapat memenuhi permintaan, keinginan, dan harapan pelanggan melalui interaksi dan layanan yang diberikan. Permasalahan kualitas pelayanan yang terjadi di usaha ini terkait dengan durasi pembuatan produk ketika konsumen memesan cenderung lama, apalagi jika sudah terjadi antrian yang menumpuk dan konsumen yang meminta daging yang dibakar harus lebih lama, dan ketika ada beberapa konsumen yang meminta untuk mengantar pesanan mereka sehingga membuat para konsumen lama menunggu.

Tabel 1.2 Omzet Penjualan Odanam Burger Bulan September 2023 - Februari 2024

Bulan	Realisasi Omzet	Target	% Realisasi Omzet	% Target
September	Rp.7.085.000	Rp.7.000.000	101,2%	100%
Oktober	Rp.8.491.000	Rp.7.000.000	121,3%	100%
November	Rp.7.048.000	Rp.7.000.000	101%	100%
Desember	Rp.8.242.000	Rp.7.000.000	118%	100%
Januari	Rp.6.803.000	Rp.7.000.000	97,1%	100%
Februari	Rp.6.535.000	Rp.7.000.000	93,3%	100%

(Sumber: UMKM Odanam Burger Manado)

Maka dari itu, seperti tabel 1.2 di atas dapat dilihat terjadi fluktuasi pada Omzet Penjualan di UMKM Odanam Burger Manado. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), fluktuasi adalah sebuah kondisi di mana harga mengalami kenaikan dan penurunan yang dipengaruhi oleh faktor permintaan dan penawaran.

Peneliti memilih UMKM Odanam Burger Manado sebagai objek penelitian karena peneliti mengamati adanya fluktuasi dalam omzet penjualan, terutama di bulan Januari dan Februari di mana terjadi penurunan yang sangat drastis. Untuk itu, menarik minat peneliti melakukan penelitian di UMKM Odanam Burger Manado terkait dengan kualitas produk, strategi harga, dan kualitas pelayanan sebagai variabel yang dapat memberi efek terhadap efektivitas omzet penjualan. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dalam

penelitian di UMKM Odanam Burger Manado dengan judul “Efektivitas Omzet Penjualan Melalui Kualitas Produk, Strategi Harga, dan Kualitas Pelayanan UMKM Odanam Burger Manado”.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah melakukan *preliminary research* (penelitian pendahuluan), ditemukan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah efektivitas omzet penjualan di UMKM Odanam Burger Manado, kualitas bahan baku yang tidak menentu, harga yang berubah-ubah, dan kualitas pelayanan yang cenderung lama pada saat pembuatan produk.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Karena terjadi fluktuasi dalam omzet penjualan yang disebabkan oleh berbagai aspek yakni kualitas produk, strategi harga, dan kualitas pelayanan, maka pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut.

Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap efektivitas omzet penjualan di UMKM Odanam Burger Manado.

Apakah strategi harga berpengaruh terhadap efektivitas omzet penjualan di UMKM Odanam Burger Manado.

Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap efektivitas omzet penjualan di UMKM Odanam Burger Manado.

Apakah kualitas produk, strategi harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap efektivitas omzet penjualan di UMKM Odanam Burger Manado.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas maka tujuan daripada penelitian ini adalah:

- Untuk menganalisis efektivitas omzet penjualan terhadap kualitas produk.
- Untuk menganalisis efektivitas omzet penjualan terhadap strategi harga.
- Untuk menganalisis efektivitas omzet penjualan terhadap kualitas pelayanan.
- Untuk menganalisis efektivitas omzet penjualan terhadap kualitas produk, strategi harga, dan kualitas pelayanan.

UKDLSM

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, ada beberapa batasan penelitian yang telah ditentukan agar supaya peneliti dapat memfokuskan diri di penelitian tersebut, seperti:

1. Batasan penelitian ini berfokus pada efektivitas omzet penjualan melalui kualitas produk, strategi harga, dan kualitas pelayanan.
2. Penelitian ini dibatasi sesuai dengan judul yang diambil oleh peneliti, yaitu tiga Variabel Bebas (Independen) dan satu Variabel Terikat (Dependen).
3. Untuk mengambil data analisa, dibatasi hanya diambil pada 6 bulan terakhir, yakni dari bulan September 2023 – Februari 2024.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan wawasan, serta memberikan kontribusi bagi produsen dan konsumen dalam usaha yang berhubungan dengan kualitas produk, strategi harga, dan kualitas pelayanan terhadap efektivitas omzet penjualan.

1. Bagi Pelajar

Manfaat bagi mahasiswa dari penelitian ini, mereka dapat memahami hasil efektivitas omzet penjualan melalui kualitas produk, strategi harga, dan kualitas pelayanan.

2. Untuk Peningkatan Pengetahuan

Dari hasil penelitian ini, pengetahuan-pengetahuan dapat dipakai nanti pada saat mengembangkan karir seseorang beserta pengetahuan yang pernah didapatkan pada saat di perkuliahan agar dapat menambah wawasan pada saat membuka peluang baru di dalam bisnis.

1.6.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi solusi bagi para pengusaha, terutama UMKM, untuk mengembangkan bisnis mereka dengan memahami pentingnya efektivitas omzet penjualan pada kualitas produk, strategi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keberlangsungan bisnis.

UKDLSM

UKDLSM