

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

UMKM di Indonesia memiliki dampak dalam perkembangan yaitu perannya dalam pertumbuhan ekonomi yang tak lepas dari berbagai layanan dan aktivitas pedagang kaki lima yang menjual berbagai kuliner makanan dan minuman hingga para seniman yang menjual kerajinan tangannya. UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar dan krusial bagi perekonomian kita secara makro. Secara jumlah unit, UMKM memiliki pangsa sekitar 99,99% (62,9 juta unit) dari total pelaku usaha di Indonesia (2017), sementara usaha besar hanya 0,01% atau sekitar 5400 unit. Usaha Mikro menyerap sekitar 107,2 juta tenaga kerja (89,2%). Usaha Kecil 5,7 juta (4,74%), dan Usaha Menengah 3,73 juta (3,11%): sementara Usaha Besar menyerap sekitar 3,58 Juta Jiwa. Secara gabungan UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, sementara Usaha Besar hanya menyerap sekitar 3% dari total tenaga kerja nasional, dikutip dari ([www.ukmindonesia.id](http://www.ukmindonesia.id))

Di sector industry makanan dan minuman (mamin) merupakan salah satu sector andalan penunjang manufaktur dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Hal ini terlihat dari kontribusi sector makanan dan minuman yang positif dan konsisten terhadap produk domestik bruto (PDB). Padahal, ditengah wabah pandemic Covid-19 yang melanda sejak bulan Maret 2020, industry makanan dan minuman masih mampu memberikan kontribusi positif bagi perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Perindustrian tercatat, industri mamin mampu

memberikan kontribusi besar terhadap PDB industri pengolahan nonmigas dengan nilai 38,42% pada triwulan II tahun 2021. Pertumbuhan positif sektor industri mamin ini merupakan momentum yang harus terus dijaga dan juga ditingkatkan sehingga dapat konsisten memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian nasional. Besarnya pengaruh sector makanan dan minuman, bahkan ditengah wabah pandemic mala membuat para pelaku usaha semakin kreatif dan bersemangat untuk mengembangkan jaringan bisnisnya.

([www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id))

Salah satu sektor usaha di industri mamin saat ini yang banyak ditekuni para pelaku bisnis adalah bisnis coffee shop merupakan salah satu bisnis yang sangat menjanjikan. Hal ini disebabkan semakin maraknya tren minum kopi di kedai kopi atau biasa disebut hang out. Saat ini menikmati kopi bukan hanya identik dengan aktivitas yang dilakukan oleh kalangan orang Tua saja, dari kalangan remaja juga menjadikan minum kopi sebagai gaya hidup dan sebagai sarana untuk menunjang eksistensinya. Jika dilihat dari jumlah anak muda, budaya kebiasaan mengkonsumsi kopi di kalangan remaja memiliki pengaruh besar untuk meningkatkan jumlah konsumsi kopi di Indonesia. Pernyataan ini diperkuat dengan data yang bersumber dari Coffe Organization (ICO) yang menunjukkan adanya tren peningkatan konsumsi kopi di Indonesia. Pada tahun 2015 ICO merilis data pertumbuhan jumlah peminum kopi di Indonesia, yaitu sebesar 8%, lebih besar daripada pertumbuhan dunia yang hanya mencapai 6%. Selaras dengan ICO, data Hasil Proyeksi Konsumsi Kopi di Indonesia yang dirilis oleh Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian yang dirilis

pada tahun 2018 juga menunjukkan terjadinya peningkatan..konsumsi kopi nasional selama 4 tahun terakhir. Rata-rata pertumbuhan..konsumsi..kopi nasional mencapai angka 2,49%.

([yoursay.suara.com](http://yoursay.suara.com))

Seiring dengan minat masyarakat akan konsumsi kopi yang terus meningkat, Para pelaku usaha kopi juga mengemas kopinya semenarik mungkin membuat ciri khas nya masing-masing dalam adu kreativitas. Mulai dari kemasan yang unik, nama brand produk yang kreatif, bentuk penyajian kopi dan perpaduan rasa yang beragam. Setiap *coffe shop* menampilkan ciri khas dan keunikan tersendiri untuk mendapatkan perhatian masyarakat. Semua inovasi tersebut tentunya bergantung pada segmen pasar yang berbeda dan pasar seperti apa yang dibidik pemilik *Caffe*.

Di Jakarta bisnis *coffe shop* makin tumbuh subur, fenomena ini ditandai berdatangnya *Cafe-Cafe* pendatang baru dengan berbagai merek seperti: kopi kenangan, “Janji Jiwa”, kopi kenceng, “Fore Coffe” dan masih banyak lagi, kopi pendatang baru ini berlomba-lomba melebarkan sayapnya dengan membuka gerai cabang dan menciptakan konsep produk nya masing-masing, “Kopi Kenangan” misalnya baru berdiri 4 (empat) tahun, hingga saat ini manajemennya telah mengoperasikan lebih dari 30 gerai cabang yang tersebar di Jabodetabek. Tidak kalah juga “Fore Coffe” yang baru berdiri 3 (tiga) tahun lalu sudah memiliki 100 gerai di tahun 2020 dengan penyebaran lokasi hingga keluar Jakarta. Ditengah krisis ekonomi yang melanda oleh penyebaran virus *Covid-19* tidak menurunkan minat masyarakat untuk menikmati kopi, apalagi dari kalangan pecinta kopi walaupun mengorder nya via online. Para pemilik *cafe* seakan dipacu dengan

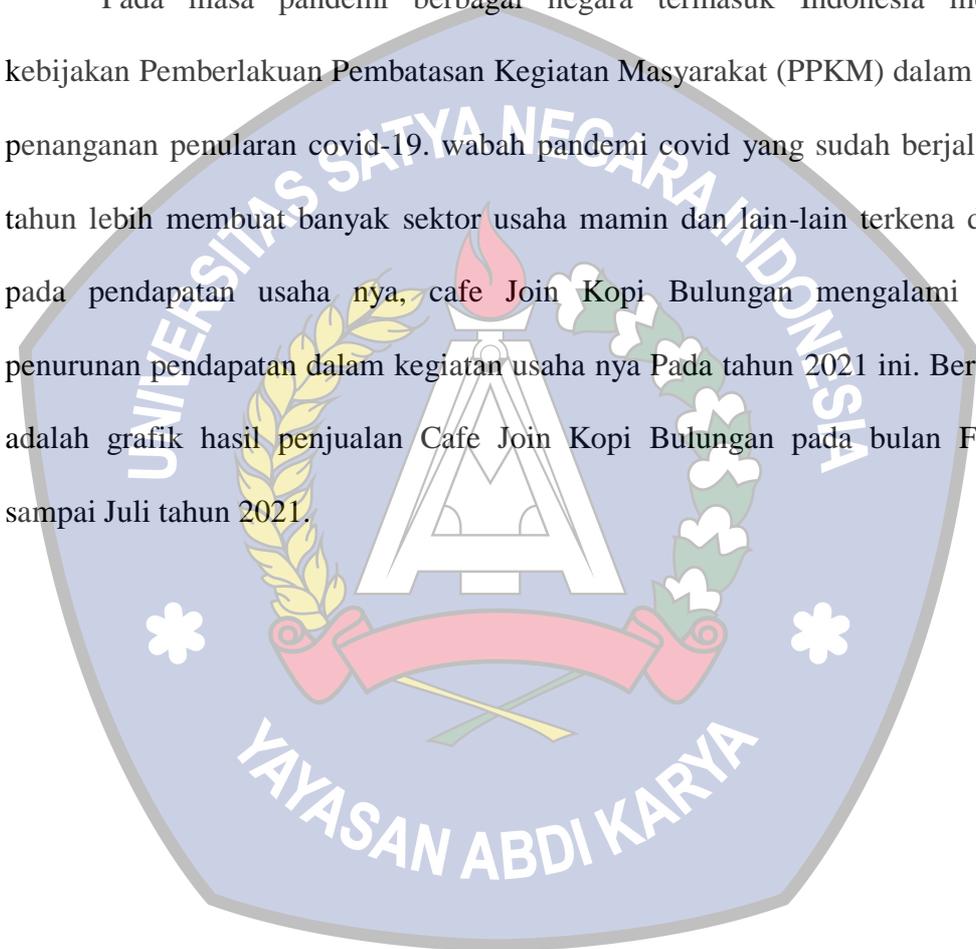
persaingan yang makin ketat. Tentunya karena semakin menguntungkan sektor usaha, maka semakin banyak para pesaing pendatang baru

Salah satu *coffee shop* lokal di Jakarta yang ikut meramaikan pasar kopi menjadi pilihan anak muda Cafe Join Kopi Bulungan. Gerai Join Kopi terletak di samping gelanggang Olahraga (GOR) Bulungan Jakarta Selatan adalah tempat berkumpulnya anak muda dan semua kalangan usia untuk menikmati minuman kopi nusantara berkualitas dengan bertema area *outdoor* dan harga-harga yang ditawarkan sangat terjangkau dan mempunyai berbagai menu seperti single origin, bali kintamani, blue batak, aceh gayo, mandheling, papua wamena, flores bjava, dan toraja kalosi. Cafe Kopi Join Bulungan sudah semakin dikenal terutama bagi orang-orang yang sering menghabiskan waktunya di seputaran Jakarta Selatan. Join Kopi Bulungan baru memiliki satu cabang yang terletak di daerah CBD Ciledug, dan berencana akan memperluas pasarnya hingga keluar kota

Namun peneliti mengambil Cafe Join Kopi Bulungan karena Cafe Join Kopi Bulungan memiliki perbedaan dengan Cafe / Kedai lainnya dari segi kualitas pelayanan, harga, dan lokasi yang biasa kita rasakan. Kualitas pelayanan yang baik serta para karyawannya memberi sikap yang sopan dan ramah ke pelanggan membuat pelanggan betah dan nyaman sehingga ingin datang berkunjung kembali. Untuk harga produk kopi di Cafe Join Kopi bulungan masih konsisten dengan harga yang terbilang terjangkau, membuat konsumen dapat menikmati kopi dengan *budget* rendah. Dari segi lokasi Cafe Join Kopi Bulungan sangat strategis dengan konsep *outdoor* yang berada di pusat keramaian daerah Blok M terletak di area parkir GOR bulungan dan bisa diakses jalan kaki dari

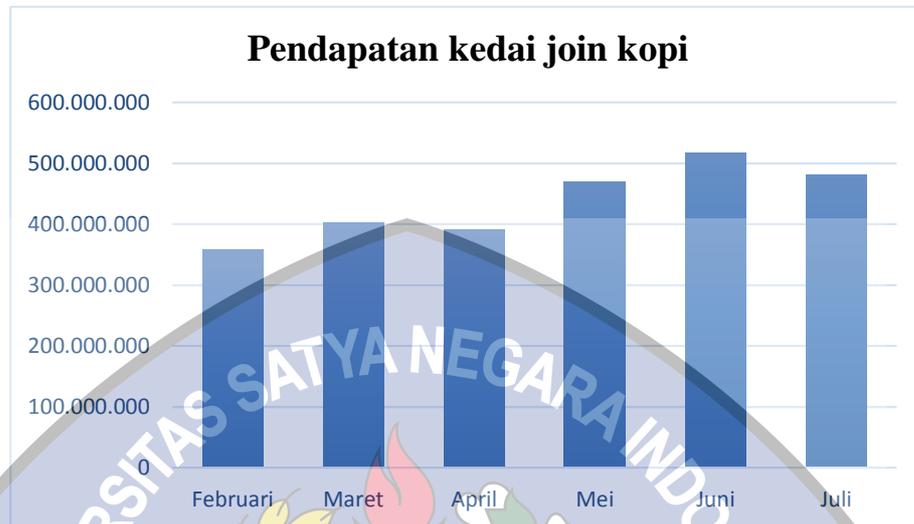
Blok M Plaza sekitar 200 meter jarak tempuh. Hanya saja pemberlakuan PPKM di situasi pandemi covid-19 yang membuat masyarakat tidak bisa nongkrong berlama-lama di Cafe Join Kopi dan hanya memilih melakukan order *take away* atau juga pemesanan via online.

Pada masa pandemi berbagai negara termasuk Indonesia membuat kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dalam rangka penanganan penularan covid-19. wabah pandemi covid yang sudah berjalan satu tahun lebih membuat banyak sektor usaha mamin dan lain-lain terkena dampak pada pendapatan usaha nya, cafe Join Kopi Bulungan mengalami sedikit penurunan pendapatan dalam kegiatan usaha nya Pada tahun 2021 ini. Berikut ini adalah grafik hasil penjualan Cafe Join Kopi Bulungan pada bulan Februari sampai Juli tahun 2021.



**Gambar 1. 1**

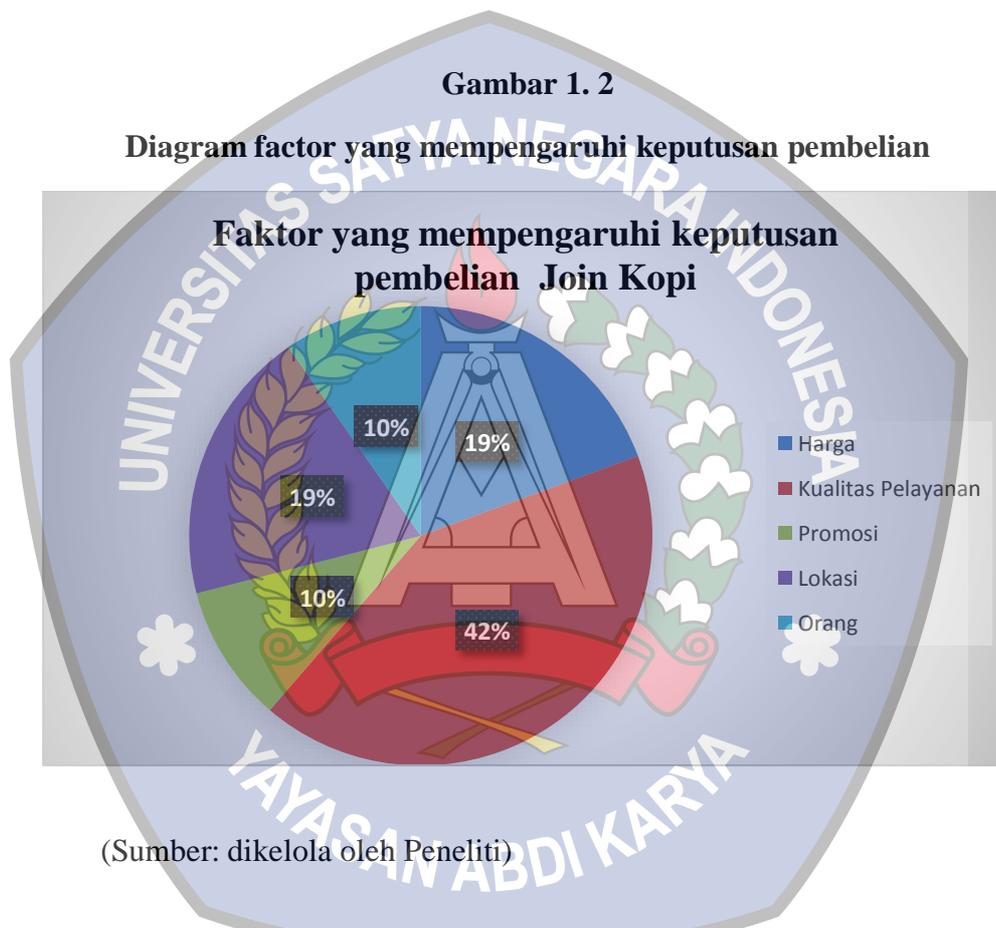
**Pendapatan Cafe Join Kopi Bulungan Februari Sampai Juli**



(Sumber : Join Kopi Bulungan)

Berdasarkan table 1. 1 diatas diketahui bahwa pendapatan Cafe Join Kopi bulungan pada bulan Februari sampai Juni mengalami naik turun. Diketahui pendapatan pada bulan februari ke maret mengalami kenaikan pendapatan sebesar 12%, pada bulan maret sampai April mengalami penurunan sebesar -3%, pada bulan April ke bulan mei mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 20%, pada bulan Mei sampai juni mengalami kenaikan sebesar 10% dan pada bulan Juni sampai Juli mengalami penurunan sebesar -7% hal tersebut terjadi karena adanya PPKM yang diterapkan pemerintah dalam menangani penyebaran covid-19 yang berdampak pada menurunnya keputusan pembelian pada Cafe Join Kopi Bulungan. Berikut ini adalah diagram factor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Cafe Join Kopi Bulungan.

Peneliti melakukan pra survey penelitian yang dilakukan di Cafe Join Kopi Bulungan pada 30 responden pelanggan. Pra survey dilakukan untuk memetakan apa yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan pendekatan strategi *marketing mix* 7P. Berikut ini adalah hasil Pra survey pelanggan Join Kopi pada tabel 1.2



Berdasarkan gambar 1.2 diatas hasil pra survey yang dilakukan menemukan fakta bahwa keputusan pembelian pada pelanggan kopi adalah karena faktor kualitas pelayanan sebesar 42% atau 13 responden, harga sebesar 19% atau 6 responden, lokasi sebesar 19% atau 6 responden, promosi sebesar 10% atau 3 responden dan manusia sebesar 10% atau 3 responden sedangkan bauran lainnya tidak dipilih oleh responden. Maka dari hasil tersebut peneliti mengambil

kesimpulan bahwa factor yang paling mempengaruhi pembelian di Cafe Join Kopi Bulungan adalah kualitas pelayan, harga dan lokasi.

Dari fenomena penjualan dan pra survey maka perlu dilakukan penelitian dengan mengambil salah satu faktor yang memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ialah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan (teori hubungan) yang baik dapat menjadi salah satu penarik daya beli konsumen. Persepsi pelayanan yg positif dapat memberikan pengaruh konsumen datang kembali. Cafe Join Kopi Bulungan menerapkan *standar service* yang ramah, seperti: menyapa konsumen dengan senyum dan mengucapkan “selamat pagi/siang/sore/silahkan” lalu penampilan karyawan nya yang rapi dan juga dari desain *cafe outdoor* yang sangat sederhana, didominasi oleh material kayu seperti meja panjang dan kursi – kursi yang disediakan tentunya itu dapat membuat konsumen tertarik dan merasa nyaman dan puas terhadap *service* yang mereka dapatkan.

Manajemen Cafe Join Kopi Bulungan memberikan pelayanan yang baik dan semua karyawan memperlakukan konsumen atau pelanggan seperti sahabat/teman. Seperti sebelumnya yang pernah di teliti oleh Aprillia Dewi Ratnasari (2020) Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian, sementara menurut penelitian Cahya dkk (2021) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Selain faktor kualitas pelayanan faktor harga juga sangat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Harga merupakan indicator konsumen dalam menentukan jasa yang mereka gunakan, karen..harga yang ditawarkan

harus sesuai dan memadai dengan kualitas produk dan pelayananyang diberikan. Cafe Join Kopi Bulungan masih konsisten mempertahankan harga yang terjangkau dan bersahabat, sehingga para konsumen Cafe Join kopi Bulungan tidak beralih ke Café lain karena *budget* yang disiapkan konsumen sudah cukup untuk menikmati produk Cafe Join Kopi Bulungan. Ketika seorang pelanggan sudah memilih untuk menggunakan suatu jasa, maka konsumen tersebut akan mengevaluasi harga dengan membandingkan beberapa standar harga sebagai acuan dalam melakukan transaksi.

Fenomena yang terkait dengan harga pada Cafe Join Kopi ialah masih memberikan harga terjangkau dari para pesaing nya.

Berikut salah satu contoh perbandingan harga produk minuman Join Kopi Bulungan dengan produk minuman Fore Coffee

**Tabel 1. 1**  
**Daftar harga Fore Coffee**

Menu <i>Coffee</i>	Harga	
	<i>Hot</i>	<i>Ice</i>
<i>Cappuccino</i>	Rp. 27.000	Rp. 34.000
<i>Hazelnut late</i>	Rp. 29.000	Rp. 36.000
<i>Mocha</i>	Rp. 32.000	RP. 39.000

(Sumber : fore-coffee-senopati)

**Tabel 1. 2**

**Daftar harga Join Kopi Bulungan**

Menu Coffee	Harga	
	<i>Hot</i>	<i>Ice</i>
<i>Cappuccino</i>	Rp. 18.000	Rp. 22.000
<i>Hazelnut latte</i>	Rp. 20.000	Rp. 24.000
<i>Mocha</i>	Rp. 20.000	Rp. 25.000

(Sumber : Join Kopi Bulungan)

Dari kedua tabel di atas perbandingan harga produk minuman Fore Coffee pada table 1. 1 dan tabel 1. 2 harga produk minum Join Kopi Bulungan. Terlihat perbedaan harga untuk *Capucino Hot* di Fore Coffe dengan harga Rp. 27.000, *Ice* nya Rp. 34.000, dan *Capucino Hot* pada Join kopi dengan harga Rp. 18.000 dan *Ice* nya Rp. 22.000, Untuk Hazelnut Latte hot di Fore coffe dengan harga Rp. 29.000 dan ice nya Rp. 36.000, Hazelnut Latte hot di Join kopi Rp. 20.000 dan ice nya Rp. 24.000, Untuk harga produk minuman yang terakhir mocca hot di Fore Coffe berada di harga Rp. 32.000, ice nya Rp. 39.000, sementara Moca hot di Join Kopi Bulungan berada di harga Rp. 20.000 dan ice nya Rp. 25.000.

Terlihat perbedaan harga dari kedua cafe tersebut, dimana cafe Join Kopi Bulungan masih memegang harga yang murah atau terjangkau untuk menarik konsumen dalam keputusan pembelian.

Menurut penelitian yang dilakukan Gerry Doni Ratela dan Rita Taroreh (2016) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

konsumen, sementara penelitian yang dilakukan Ifan Handoko (2017) harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Selain itu juga factor yang mempengaruhi keputusan pembelian ialah lokasi. Menentukan lokasi merupakan suatu tugas yang penting bagi pemasaran, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Lokasi menandakan letak suatu tempat pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Konsumen seringkali memilih lokasi kedai atau *coffee shop* yang strategis dan mudah dijangkau. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi pemilihan lokasi yang strategis dan mudah dilihat dari jalan raya, serta nyaman bagi konsumen yang datang.

Fenomena terkait lokasi Cafe Join Kopi bulungan sangat strategis dengan konsep *outdoor* yang berada di pusat keramaian daerah blok M terletak di area parkir GOR bulungan dan bisa diakses jalan kaki dari Blok M Plaza sekitar 200 meter jarak tempuh. Menurut penelitian yang dilakukan Aldino Yusuf dan Reka Hutami (2020) lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sementara menurut Putra Ansori (2020) lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan penelitian sebelumnya maka penulis melakukan penelitian untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Join Kopi Bulungan. Maka dari itu penulis memilih judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi, Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Join Bulungan”**

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, maka di susunlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di *Cafe Join Kopi Bulungan*?
2. Apakah Kualitas Pelayanan, berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Cafe Join Kopi Bulungan*?
3. Apakah Harga, berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Cafe Join Kopi Bulungan*?
4. Apakah Lokasi, berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Cafe Join Kopi Bulungan*?

## **C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di *Cafe Join Kopi Bulungan*?
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di *Cafe Join Kopi Bulungan*?
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan Pembelian di *Cafe Join Kopi Bulungan*?
- d. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di *Cafe Join Kopi Bulungan*?

## 2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna dan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi bagi manajemen Cafe Join Kopi Bulungan dalam menentukan perkembangan perusahaan kedepannya khususnya untuk keputusan pembelian.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan baik sebagai referensi maupun bahan teori bagi peneliti selanjutnya.

