

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tahun 2020 menjadi tahun yang bersejarah dalam perkembangan perekonomian dunia. Pada tahun ini dunia diguncang dengan adanya pandemi virus corona (COVID-19) yang sulit dikendalikan hingga memaksa berbagai Negara untuk mengurangi aktivitas perekonomian yang sedang berjalan. Akibatnya perkembangan ekonomi menjadi tertekan. Perkembangan perekonomian beberapa negara menjadi terkontraksi seperti pada Tiongkok berbalik terkontraksi hingga 6,8%, Jepang terkontraksi semakin dalam 3,4%, dan ekonomi Indonesia sendiri tertekan menjadi 2,97%. Pertumbuhan ekonomi global pada tahun ini diprediksi secara keseluruhan akan terkontraksi dengan adanya wabah COVID-19 terutama di negara-negara maju. Perkembangan ekonomi di Indonesia diproyeksikan akan melambat dalam rentan -0,4 hingga 2,3% dengan puncak perlambatan pada triwulan II tahun 2020 (Kementerian PPN/Bappenas).

Tahun 2020-2021 akan menjadi tahun berat sekaligus tantangan bagi negara Indonesia khususnya di dalam pertumbuhan ekonomi yang didominasi perekonomian usaha mikro kecil menengah (UMKM). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) memberikan laporan terakhirnya pada tahun 2018, jumlah UMKM di negara Indonesia ada sekitar 64.194.057, dengan daya serap tenaga kerja sebesar 116.978.631 orang. Berdasarkan data dari kementerian koperasi dan usaha kecil menengah yang berbekal penelitian Amri (2020) yang menyatakan bahwa terdapat 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha

Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemi virus corona (COVID-19). Kebanyakan koperasi yang terkena dampak COVID-19 bergerak pada bidang kebutuhan pokok sehari-hari, sedangkan sektor UMKM yang paling terdampak yaitu makanan dan minuman. Terlepas dari sektor makanan dan minuman terdapat sektor jasa serta produksi yang terkena dampak antara lain penurunan omset atau penghasilan yang didapat dikarenakan daya beli masyarakat yang rendah, terhambatnya distribusi dikarenakan banyak daerah yang *lockdown*, dan kurangnya modal yang dimiliki pelaku UMKM. Menanggapi dampak yang timbul akibat COVID-19 pemerintah memberikan banyak solusi dari permasalahan yang timbul mulai dari memasukkan pelaku UMKM sebagai penerima program bantuan pemerintah, seperti kartu prakerja, subsidi tarif listrik, keluarga harapan, keringanan pembayaran pajak selama enam bulan, dan memberikan pinjaman bagi pelaku UMKM.

Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di negara Indonesia dimasa pandemi memang menurun tetapi ada terjadi juga penambahan khususnya di sektor makanan dan minuman salah satunya yang berjenis angkringan yang berkembang serta muncul baru dimasa pandemi dengan menyesuaikan perkembangan saat ini. Tidak lagi dengan konsep berjualan dengan cara dipikul atau dengan grobak ataupun tempat tenda yang ada pinggir jalan. Namun bertransformasi atau berubah dijadikan menggunakan dengan konsep *café* dengan konsep bangunan permanen. Perubahan tatanan konsep saat ini menjadi daya tarik tersendiri, baik dengan konsep tradisional maupun dengan konsep modern. Angkringan yang berkonsep tradisional atau dengan konsep modern memiliki konsumen atau

penggemar tersendiri. Menurut Qomaria (2015) dalam penelitiannya menyebutkan angkringan modern lebih berfungsi sebagai tempat makan, sedangkan konsep tradisional lebih menawarkan suasana keakraban antara pembeli dengan penjual juga antara pembeli dengan pembeli yang lain, sehingga terjalinlah hubungan sosial. Begitu pula yang ada di Ponorogo perkembangannya juga sangat pesat. Meningkatnya perkembangan ini dikarenakan angkringan menjadi salah satu wadah konsumsi bagi semua kalangan masyarakat baik dari kalangan masyarakat menengah keatas maupun menengah kebawah. Adanya angkringan yang beredar banyak kalangan muda dan tua menjadi lebih suka nongkrong di malam hari.

Budaya perilaku konsumen yang terjadi saat ini, seseorang atau konsumen mengunjungi warung kopi bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan akan makan namun sudah bergeser memenuhi gaya hidup dan bersosialisasi. Hal ini dikarenakan konsumen merasa lebih bebas dengan tidak adanya aturan akan nongkrong tanpa takut akan mendapat teguran dari pemilik angkringan. Warung angkringan sudah tidak asing lagi ditelinga orang Jawa, utamanya khususnya masyarakat di daerah Kabupaten Ponorogo hingga saat ini menjadi salah satu obyek destinasi nongkrong yang didominasi pada di malam hari. Banyak konsumen untuk mengunjungi karena harganya yang murah, jam oprasionalnya hingga larut malam, tempatnya mudah ditemui, pelayanan dari pemilik yang ramah dan makanan minuman yang disediakan juga beraneka macam sehingga tidak heran jika angkringan di Kabupaten Ponorogo jumlahnya banyak dan tidak pernah sepi dari pembeli. Setiap konsumen memiliki tempat angkringan favoritnya masing-masing baik dari segi

harga, cita rasa, tempat atau lokasi, fasilitas, keanekaragaman produk, pelayanan, fasilitas wifi, dan lain lainnya, sehingga konsumen akan cenderung memutuskan pembelianya pada tempat yang sesuai dengan harapan konsumen. Dalam hal ini pelaku UMKM dituntut untuk lebih cerdas dalam memperhatikan setiap detail yang berhubungan dengan kebutuhan dan keinginan para kosumennya. Hal tersebut menjadi inspirasi para pengelola bisnis angkringan untuk bisa mengembangkan bisnis usahanya dengan baik kedepannya. Untuk itu mereka perlu memahami kebutuhan konsumen, memotivasi perilaku mereka, dan sekaligus mempelajari bagaimana pengambilan keputusan pembelianya.

Keputusan pembelian dari masyarakat didasari banyak faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya pembelian baik jumlah banyak maupun dalam jumlah yang sedikit. Keputusan pembelian menurut adalah bagian dari perilaku konsumen, yang mana perilaku konsumen merupakan studi mengenai bagaimana individu maupun kelompok memilih, membeli, mengkonsumsi, serta bagaimana barang atau jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Amstrong, 2016). Faktor yang pertama dari keputusan pembelian yaitu harga menjadi salah satu faktor yang ada. Harga menurut Kotler dan Amstrong (2012) adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapat keuntungan dari memiliki atau menggunakan sesuatu produk, atau jasa. Menurut Kotler dan Amstrong (2015) unsur kegiatan utama harga yang meliputi tingkatan harga diskon, potongan harga, dan periode pembayaran sedangkan indikator dari harga antara lain keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing, kesesuaian harga

dengan manfaat, dengan demikian penilaian terhadap suatu produk dikatakan mahal ataupun murah dari setiap individu sangatlah berbeda, hal ini dilatar belakangi oleh persepsi individu yang memiliki lingkungan kehidupan dan kondisi individu. Penetapan harga dalam usaha merupakan hal yang mampu menarik minat para konsumen. Harga yang terjangkau akan menambah daya tarik konsumen untuk membeli, oleh karena itu, banyak konsumen memilih angkringan sebagai tempat nongkrong, hal ini disebabkan karena angkringan menawarkan produk dengan harga yang relatif murah dan terjangkau dibanding dengan restoran atau tempat makan pada umumnya.

Selain harga, terdapat faktor penting yang dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian menurut Tjiptono (2012) yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Definisi lain kualitas pelayanan menurut Wyckof (2012) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berdasarkan para ahli dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan ekonomi yang memberikan nilai tambah seperti (kenikmatan, kepuasan, hiburan) bersifat tidak berwujud dan apabila pelayanan yang diterima oleh konsumen sesuai dengan yang diharapkan maka pelayanan dipersepsikan baik, sebaliknya jika pelayanan yang diharapkan kurang baik dari harapan konsumen, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan jelek, sehingga kebutuhan atau keinginan konsumen merasa belum terpenuhi. Dengan demikian kualitas pelayanan

sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dimana pelayanan yang baik dan ramah akan membuat konsumen melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah fasilitas wifi yang muncul akibat kemajuan teknologi saat ini. Wifi menurut Ula (2017) dalam penelitiannya adalah jaringan komputer yang menggunakan gelombang radio sebagai media transmisi data. Satu standar *wireless networking* tanpa kabel, hanya dengan komponen yang sesuai dapat terkoneksi ke jaringan. Tingginya minat masyarakat terhadap akses internet yang lebih cepat mampu membuat wifi menjadi salah satu hal yang begitu penting dikalangan masyarakat modern untuk menunjang berinternet, salah satu tempat yang paling banyak dipilih masyarakat Ponorogo saat ini adalah angkringan yang menyediakan fasilitas wifi. Eksistensi angkringan berwifi menjadi potret baru di Kabupaten Ponorogo, banyak konsumen yang memilih tempat ngopi yang menyediakan wifi, hal ini disebabkan kebutuhan konsumen untuk mengakses internet. Era sekarang ini angkringan memiliki fungsi ganda atau sering disebut dengan angkringan net atau tempat jajan dan internet, dimana keberadaannya saat ini menjadi sebuah perhatian masyarakat.

Hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti didapatkan beberapa fenomena permasalahan modal harga yang dikeluarkan Angkringan Wedangan Ponorogo masih terlalu tinggi dengan rata-rata dalam satu bulan Rp. 2.500.000 dengan asumsi pembagian \pm Rp. 100.000 dalam satu hari. Kualitas Pelayanan masih kurang memadai apabila pengunjung Angkringan Wedangan Ponorogo berdatangan sangat banyak diwaktu yang bersamaan, pengunjung masih harus menunggu

pesanan datang cukup lama. Ditemukan fenomena permasalahan, dimana akhir akhir ini Angkringan Wedangan memiliki banyak pengunjung dihari weekend dan mengalami penurunan jumlah pengunjung pada hari hari biasa. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh apakah harga yang diberikan kepada konsumen kurang terjangkau, kualitas pelayanan yang kurang maksimal, dan atau fasilitas wifi yang kurang memadai sehingga jika pengunjung terlalu ramai signal wifi akan melambat atau lemot. Data Penjualan laba bersih dengan diasumsikan menggunakan modal usahan Rp. 2.500.000 per bulan maka data penjualannya dalam 3 bulan terakhir yaitu bulan Juli, Agustus, dan September 2019 adalah sebagai berikut :

Bulan Juli Angkringan Wedangan Ponorogo mendapatkan laba bersih Rp. 3.050.000, Bulan Agustus Angkringan Wedangan Ponorogo mendapatkan laba bersih Rp. 3.350.000, dan Bulan September Angkringan Wedangan Ponorogo mendapatkan Rp. 3.950.000. Berdasarkan data penjualan tersebut menunjukkan tidak ada peningkatan laba sehingga menjadi masalah di warung wedangan, kualitas pelayanan selalu ditingkatkan oleh karyawan, dan fasilitas wifi yang ada dapat menambah faktor hadirnya konsumen sehingga laba yang dihasilkan tiap bulan akan meningkat.

Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS WIFI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WARUNG ANGKRINGAN WEDANGAN JALAN SUMATRA PONOROGO”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Angkringan Wedangan Ponorogo?
2. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Angkringan Wedangan Ponorogo?
3. Apakah fasilitas wifi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Angkringan Wedangan Ponorogo?
4. Apakah harga, kualitas pelayanan, fasilitas wifi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Angkringan Wedangan Ponorogo?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus dan tidak meluas, peneliti membatasi penelitian. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Terbatas pada bidang pemasaran.
2. Terbatas pada masalah harga, kualitas pelayanan, fasilitas wifi terhadap keputusan pembelian.

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a) Untuk mengetahui harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Angkringan Wedangan Ponorogo.
- b) Untuk mengetahui kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Angkringan Wedangan Ponorogo.

- c) Untuk mengetahui fasilitas wifi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Angkringan Wedangan Ponorogo.
- d) Untuk mengetahui harga, kualitas pelayanan, fasilitas wifi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Angkringan Wedangan Ponorogo.

2. Manfaat Penelitian

- a) Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang luas mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas wifi terhadap keputusan pembelian.
- b) Bagi organisasi, hasil penelitian ini mampu memberikan masukan dan informasi tambahan dalam memajukan usaha mikro kecil menengah kedepannya.
- c) Bagi pembaca, penelitian ini menambah bahan bacaan, wawasan, dan informasi untuk perkembangan ilmu pengetahuan tentang keputusan pembelian.
- d) Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat sebagai acuan, informasi dan bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya.

