

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah jenis bisnis yang dijalankan dengan skala kecil dan menengah dan bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan mana pun. Jadi secara tidak langsung pengertian Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah usaha kecil memiliki pemasukan di bawah Rp.300.000.000 dengan jumlah pekerja di bawah 20 orang. Sedangkan usaha menengah dengan pemasukan di bawah Rp.500.000.000 dengan jumlah karyawan di bawah 30 orang. (Sumber: Accurate.id).

Usaha Kecil Menengah (UKM) dapat berkembang dengan melihat potensi dari sebuah produk, walau dimulai dengan modal kecil. Seperti halnya bidang kuliner, bidang kuliner memiliki pasar yang besar dan dapat dimulai dengan modal kecil. Pilihan menjalani Usaha Kecil Menengah (UKM) makanan memiliki peluang besar karena variasinya yang beragam dan penyajian yang variatif. Contohnya adalah usaha kuliner bakso dan mie ayam. Usaha ini bisa dimulai dengan membuat kedai kecil dan modal yang bisa disesuaikan dengan lokasi dan ketersediaan sumber daya. (Sumber: Accurate.id)

Kedai bakso di zaman sekarang ini dapat ditemukan dimana-mana, dan biasanya penjual bakso adalah orang Jawa karena tempat yang terkenal menjadi pusat bakso yaitu Solo dan Malang. Penjual kuliner ini mulai dari penjual keliling, kaki lima, sampai ke rumah makan atau restoran mewah. Karena bakso hampir disukai oleh masyarakat nusantara, jadi orang-orang tidak ragu untuk membuka bisnis bakso. Terkadang bakso juga disandingkan dengan mie ayam yang berarti bahwa penjual bakso juga sekaligus menjual mie ayam. (Sumber: Goukm.id).

Berkembangnya usaha bakso dan mie ayam saat ini menunjukkan bahwa bakso dan mie ayam sangat banyak penggemarnya, dari kalangan bawah hingga kalangan atas. Melihat peluang pasar yang begitu besar, peluang bisnisnya akan tetap terbuka lebar. Namun sayangnya, kemunculan pandemi virus covid-19 yang melanda negara Indonesia dari mulai Maret 2020 yang lalu telah mengguncangkan perekonomian masyarakat menjadi situasi yang darurat resesi. Hal itu, membuat sektor Usaha Kecil Menengah (UKM) menjadi salah satu yang terkena dampak pandemi covid-19 seperti pedagang bakso dan mie ayam, karena adanya *social distancing* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menjadi salah satu penyebab penurunan omset pendapatan yang sangat drastis.

Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) tidak hanya membatasi pergerakan manusia, namun juga kegiatan yang mengundang orang lain berkumpul seperti, bengkel, warung atau kedai, restoran, kafe bahkan *industry ritel* seperti *super market* dan *mall*. Sebelum Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di berlakukan para pelaku usaha sudah mulai menutup kegiatan usaha mereka. Sehingga banyak karyawan atau pekerja yang di rumahkan tanpa batas waktu yang jelas. Dampak dari pembatasan aktivitas ini tentu akan menurunkan daya beli masyarakat.

Dari sisi ekonomi, dengan adanya pembatasan ini maka pasokan kebutuhan pokok tentu akan mengalami gangguan *supply*. Dalam hukum ekonomi jika *supply* suatu barang terbatas, maka akan memicu kenaikan harga barang tersebut. Mengacu pada mekanisme pasar jika terjadi kelangkaan barang maka tugas pemerintah sebagai regulator bisa melakukan operasi pasar untuk menurunkan harga kebutuhan pokok dengan cara menambah *supply* di pasar. Cara lain yang bisa di lakukan pemerintah untuk menurunkan harga barang adalah menjaga stabilitas harga dengan melakukan operasi pasar atau bisa juga menerapkan UU nomor 7 Tahun 2014 Pasal 29 dan PP nomor 71 tahun 2015 pasal 2 ayat (7)

untuk menjerat para penimbun barang penting yang dibutuhkan oleh masyarakat umum. (Sumber: Newsskri.com).

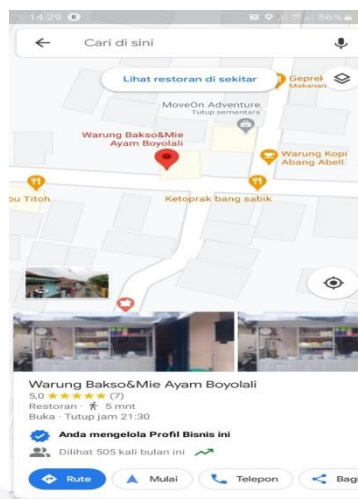
Harga, kualitas, dan lokasi menjadi pertimbangan para pelanggan saat pandemi covid-19 pada usaha kuliner. Karna harga, kualitas dan lokasi berpengaruh pada penjualan di masa pandemi ini. Meningkatnya harga bahan baku menyebabkan para pemilik usaha makanan mengalami penurunan omset. Namun harus tetap mempertahankan kualitas produk. Lokasi juga menentukan kenyamanan pelanggan, karena harus tetap menerapkan protokol kesehatan yaitu menjaga jarak antar pelanggan. Jika tempat atau kedai berukuran kecil maka akan sulit untuk menerapkan jaga jarak. Sehingga tak sedikit calon pelanggan yang mengurungkan niat mereka untuk makan di tempat.

Bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) ataupun usaha kuliner, penerapan protokol kesehatan di tengah pandemi covid-19 menjadi suatu keharusan. Namun, sekaligus menjadi tantangan. Seperti kedai bakso milik Ibu Jumariah (42), yang terletak di perkampungan Kaliabang Tengah Rorotan. Ia selaku pemilik usaha tersebut berupaya menjalankan dan mematuhi protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh Satgas Covid-19. Namun yang masih belum bisa diterapkan adalah jaga jarak. Mengingat kedai yang tidak terlalu besar menyebabkan para pembeli tidak bisa menjaga jarak saat membeli bakso atau mie ayam. Namun para pelanggan sadar akan hal itu dan tak sedikit pembeli yang lebih memilih membungkus dan membawanya pulang. Berikut adalah wujud lokasi usaha Bakso dan Mie Ayam Boyoali dilihat dari *google maps*.

**Gambar 1.1 Lokasi Usaha**



**Gambar 1.2 Lokasi Usaha**



**Sumber :** *maps.google.co.id*

**Sumber :** *maps.google.co.id*

Alasan peneliti meneliti usaha ini adalah ketertarikan saya terhadap variabel yang saya ambil yaitu harga, kualitas produk dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan kedai Bakso dan Mie Ayam Boyolali. Yang membuat saya tertarik adalah adanya keterkaitan antara variabel yang saya teliti dengan kondisi perekonomian di Indonesia saat ini. Di karenakan tempat penelitian saya adalah sebuah warung atau kedai maka pesaing usahanya adalah para pedagang bakso atau mie ayam keliling. Karna tempat usaha yang tidak terlalu besar apalagi pada masa pandemi covid-19 seperti ini para konsumen diwajibkan menjaga jarak, sedangkan para pedagang keliling dapat dengan mudah menjangkau para konsumen tanpa dibatasi oleh ruang yang sempit.

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Apakah variabel harga produk mempengaruhi loyalitas pelanggan kedai bakso dan mie ayam Boyolali di Bekasi Utara pada masa pandemi covid-19?
2. Apakah variabel kualitas produk mempengaruhi loyalitas pelanggan kedai bakso dan mie ayam Boyolali di Bekasi Utara pada masa pandemi covid-19?

3. Apakah variabel lokasi usaha mempengaruhi loyalitas pelanggan kedai bakso dan mie ayam Boyolali di Bekasi Utara pada masa pandemi covid-19?
4. Apakah variabel harga, kualitas produk dan lokasi usaha mempengaruhi loyalitas pelanggan kedai bakso dan mie ayam Boyolali di Bekasi Utara pada masa pandemi covid-19?

### **1.3. Tujuan**

1. Menganalisis pengaruh harga produk terhadap loyalitas pelanggan konsumen kedai bakso dan mie ayam Boyolali di Bekasi Utara pada masa pandemi covid-19.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan konsumen kedai bakso dan mie ayam Boyolali di Bekasi Utara pada masa pandemi covid-19.
3. Menganalisis pengaruh lokasi usaha terhadap loyalitas pelanggan konsumen kedai bakso dan mie ayam Boyolali di Bekasi Utara pada masa pandemi covid-19.
4. Menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi usaha terhadap loyalitas pelanggan konsumen kedai bakso dan mie ayam Boyolali di Bekasi Utara pada masa pandemi covid-19.

### **1.4 M.anfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

#### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menerapkan ilmu-ilmu yang didapatkan pada masa perkuliahan di dunia nyata atau dunia praktik untuk mengidentifikasi masalah-masalah manajemen pada Usaha Kecil Menengah (UKM) kedai Bakso dan Mie Ayam Boyolali.

#### **2. Bagi Pemilik Usaha Kecil Menengah (UKM)**

Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan harga, kualitas dan lokasi pada Usaha Kecil Menengah (UKM) kedai Bakso dan Mie Ayam Boyolali.

### 3. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi kepada konsumen dan menjadikan konsumen yang loyal terhadap suatu produk.

## 1.5. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, masalah pada penelitian ini dibatasi oleh pengaruh harga produk ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan lokasi ( $X_3$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y_1$ ) pada Kedai Bakso dan Mie Ayam Boyolali di daerah Bekasi Utara. Penelitian ini dilakukan dari bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2021. Sebanyak 104 pelanggan dari berbagai usia dan jenis kelamin diambil digunakan sebagai sampel dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.

## 1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari proposal ini terdiri dari beberapa bab antara lain:

### **BAB I                    PENDAHULUAN**

Penjelasan dari bab ini mencakup tentang latar belakang masalah rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

### **BAB II                    TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang literatur yang mendasari topik penelitian pada umumnya, dan model konseptual Penelitian pada umumnya.

### **BAB III                    TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasional variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel dan metode analisis data.

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang profil organisasi atau perusahaan dalam (bila ada) hasil analisis data, pembahasan (diskusi) hasil penelitian.

#### **BAB V PENUTUPAN**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan implikasi manajerial.

