

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang mempunyai potensi ekonomi yang cukup tinggi dan berkembang pesat mengikuti perkembangan zaman saat ini yang terus menerus semakin modern. UMKM merupakan usaha mikro kecil dan menengah yang beberapa tahun terakhir ini mendapat dukungan dari pemerintah Indonesia, salah satunya dengan pemerintah mengalokasikan dan merealisasikan secara khusus kebijakan strategis yang dilakukan pemerintah yaitu Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) sebagai bentuk pemulihan ekonomi pasca pandemi. Berbagai dukungan pembiayaan juga diberikan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM), Subsidi Bunga Non-KUR, dan Pinjaman Kredit Modal Kerja. Peran Indonesia sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai 60,5%, terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. kondisi UMKM lokal sempat menurun pada dua tahun pertama pandemi Covid-19 yakni di tahun 2020-2021. Berdasarkan survei dari UNDP dan LPEM UI yang melibatkan 1.180 responden para pelaku UMKM diperoleh hasil bahwa pada masa itu lebih dari 48% UMKM mengalami masalah pada bahan baku, 77% pendapatan dari usahanya menurun, 88% UMKM mengalami penurunan permintaan

produk untuk dijual, dan bahkan 97% UMKM mengalami penurunan nilai asset (Ekon, 2022).

Perkembangan UMKM saat ini semakin beragam, salah satunya adalah taman kuliner. Taman kuliner merupakan usaha yang berinovasi pada bidang kuliner dengan menyediakan menu kearifan lokal. Pengunjung yang berdatangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.

Menurut berita yang dilansir dari (Lamsel, 2020) Rainbow 99 merupakan Taman Kuliner yang menyajikan berbagai macam menu nusantara, sekaligus tempat rekreasi. Taman Kuliner ini diresmikan langsung oleh Bupati Lampung Selatan, yaitu Bapak H. Nanang Ermanto pada tahun lalu, tepatnya 25 Juli 2020. Di dalam Rainbow 99 terdapat 12 stand kuliner yang menjual aneka makanan dan minuman. Harga yang dipatok terjangkau, mulai dari Rp10.000 hingga harga tertinggi sampai dengan Rp35.000. Selain itu, ada juga 1 stand yang menyediakan wahana bermain anak-anak. Jadi, jumlah keseluruhannya ada 13 stan yang dibuka. Rainbow 99 juga menyediakan beberapa fasilitas tambahan yang cukup menarik, yaitu tersedia karaoke bagi yang hobi bernyanyi, gazebo serta kursi-kursi untuk bersantai, juga spot-spot foto untuk ber-selfie ria bagi pengunjung. Dari harga, fasilitas dan tempat merupakan beberapa faktor yang membuat pengunjung memutuskan untuk berkunjung serta membeli makanan atau minuman di Taman Kuliner Rainbow 99.

Saat ini, tempat kuliner banyak di *desain* semenarik mungkin atau *instagramable* untuk menarik minat pengunjung, kita ketahui bersama bahwa di zaman yang modern saat ini ketika orang-orang berkunjung ke tempat kuliner tidak hanya berfokus pada cita rasa makanan atau minumannya, tetapi juga untuk memenuhi gaya hidupnya. Fasilitas yang ada di tempat kuliner biasanya juga membuat nyaman pengunjung, misalnya tersedia wifi, lahan parkir yang luas dan aman, pelayanan baik, dan ramah serta tempat yang bersih. Dengan kenyamanan dan kepuasan pengunjung tentu akan membuat pengunjung merekomendasikan tempat kuliner tersebut kepada teman, keluarga, maupun rekan kerjanya.

Saat ini makan diluar rumah digemari oleh banyak orang, baik hanya untuk makan diluar saja, atau melepas rasa penat dan mencari hiburan. Dikutip dalam jurnal (Wardiyanta et al., 2019) mengenai makan diluar sebagai tren rekreasi keluarga masyarakat Sleman Yogyakarta, dalam penelitian ini menunjukkan berbagai alasan orang memilih untuk makan diluar, yaitu sebagai sumber daya untuk hiburan atau pengalaman baru yang menarik perhatian konsumen, untuk berinteraksi sosial dan mencoba berbagai menu makanan baru.

Menurut (Sisca 2021) harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang memberikan pendapatan atau manfaat bagi perusahaan. Harga juga merupakan jumlah yang dibebankan untuk suatu barang atau jasa atau jumlah yang ditukarkan konsumen untuk memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Tempat adalah lokasi yang digunakan sebagai proses yang dilakukan dari tangan produsen ke konsumen. Pemilihan lokasi dan tempat yang strategis dalam membuka usaha baru sangatlah penting, karena lokasi dan tempat sangat berpengaruh bagi konsumen pada saat menentukan keputusannya dalam membeli barang atau menggunakan jasa. Konsumen cenderung memilih tempat yang nyaman, kekinian, bersih serta lokasi tempat usaha tersebut bisa dijangkau dengan alat transportasi apapun dan mudah dicari.

Menurut Machfoedz 2013 (Karundeng et al., 2021) keputusan pembelian adalah proses memilih dan memilah dari berbagai kebutuhan-kebutuhan dan menetapkan pilihan yang dianggap paling tepat dan sesuai kebutuhannya. Dalam mengambil keputusan untuk membeli, konsumen mempertimbangkan beberapa faktor-faktor yaitu harga dan tempat.

Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo yang lokasinya berada di Jalan Gajah Mada, Jatimulyo, Kec. Jati Agung, Lampung Selatan terletak cukup jauh dari kota Bandar Lampung, namun demikian Rainbow 99 Jatimulyo ini merupakan Taman Kuliner yang ada di Jati Agung yang menjadi usaha dalam menghidupkan kembali sentra-sentra perekonomian desa. Selain Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo, di Jati agung juga terdapat tempat wisata, yaitu taman asmoro namun itu hanya bertahan beberapa bulan, awal dibuka pengunjung sangat berantusias berkunjung, dan sekarang sudah tutup. Lain halnya dengan Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo yang masih berjalan dan mampu mempertahankan bisnisnya hingga saat ini. Ketika baru diresmikan Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo banyak

konsumen yang datang baik itu dari warga sekitar Jati Agung, Tanjung Senang dan sekitarnya, hingga lahan parkir motor dan mobil tidak mampu menampung karena lahan parkir yang kurang luas.

Tabel 1.1 Data Penjualan Tahun 2023 Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo

Bulan	Konsumen
Januari	1.455
Februari	1.321
Maret	1.020
April	6.535
Mei	3.875
Juni	998
Juli	1.256
Agustus	982
September	781
Oktober	790
November	831
Desember	1011

Sumber : Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo

Berdasarkan data penjualan pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa terjadi naik turunnya dari penjualan bulan Januari sampai Desember tahun 2022. Konsumen yang datang tertinggi yaitu pada bulan April yaitu sebanyak 6.535 konsumen, dan terendah pada bulan September yaitu sebanyak 781 konsumen. Selain terdapat naik turunnya konsumen, permasalahan yang terjadi yaitu Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo menyediakan berbagai macam menu, namun ketika ada konsumen datang beberapa menu yang tidak *ready* setiap harinya. Hal ini kemungkinan bisa diatasi oleh pihak Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo sendiri apabila sudah mengetahui

apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan bisa melakukan strategi yang tepat untuk memperbaiki usahanya.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul **“Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pada Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo?
3. Apakah harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo?

C. Batasan Masalah

Permasalahan pada penelitian ini agar lebih terarah dan spesifik agar mudah dipahami maka peneliti membatasi masalah pada harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo
3. Untuk menganalisis pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo
Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan acuan dalam menjalankan bisnis, memperbaiki kekurangan yang ada, terus meningkatkan dan mempertahankan hal-hal yang mempunyai nilai lebih untuk bisnis yang sedang dijalankan.
2. Bagi STIE Gentiaras
Menjadikan penelitian ini sebagai referensi yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian selanjutnya untuk perkembangan pada bidang manajemen pemasaran.
3. Bagi Peneliti
Penelitian ini diharapkan menambah wawasan bagi peneliti dalam topik skripsi ini dan mampu menerapkan ilmu-ilmu pengetahuan selama berkuliah dalam memecahkan suatu permasalahan yang terjadi di lingkungan sekitar mengenai bidang ekonomi