BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemahaman pedagang kaki lima saat ini telah berkembang dan dilihat dari berbagai sudut pandang. Dalam pandangan pemerintah disebutkan bahwa pedagang kaki lima adalah pelaku usaha yang melakukan usaha perdagangan dengan menggunakan sarana usaha bergerak maupun tidak bergerak, menggunakan prasarana kota, fasilitas sosial, fasilitas umum, lahan dan bangunan milik pemerintah atau swasta yang bersifat sementara atau tidak menetap. (Permendagri nomor 41/2012 pasal 1).

Pengertian pedagang kaki lima menurut ensiklopedia bebas berbahasa Indonesia adalah istilah untuk menyebut penjaja dagangan yang menggunakan gerobak. Kelima kaki tersebut adalah dua kaki pedagang ditambah tiga (kaki) gerobak (yang sebenarnya adalah tiga roda atau dua roda dan satu kaki). Dari beberapa pandangan tersebut dapat diambil satu benang merahnya bahwa yang dimaksud dengan pedagang kaki lima adalah mereka yang berjualan ditempat-tempat umum yang sifatnya tidak permanen, bermodal kecil dan dilakukan secara pribadi atau berkelompok.

Salah satu kawasan yang menjadi pusat kegiatan usaha di Kudus adalah kawasan Simpang Tujuh. Aktivitas bisnis yang cukup tinggi di kawasan tersebut mengakibatkan banyaknya bermunculan sektor infomal terutama pedagang kaki lima. Pedagang kaki lima di kawasan Simpang Tujuh Kudus umumnya berada di sepanjang pedestrian, bahu jalan. Sekitar areal parkir maupun disekitar alun-alun.

Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Kudus nomor 13Tahun 2004 tentang pengaturan pedagang kaki lima, antara lain disebutkan bahwa pedagang kaki lima tidak diperbolehkan untuk berdagang di bagian jalan, trotoar dan atau tempat untuk kepentingan umum yang bukan diperuntukkan bagi tempat usaha yang tetap. Simpang Tujuh sudah menjadi pusat keramaian kota Kudus. Berbagai jenis makanan dijual dengan harga yang juga bervariasi. Suasanan Simpang Tujuh pada malam hari merupakan salah satu tujuan pembeli.

Pedagang kaki lima yang beroperasi di kawasan Simpang Tujuh Kudus kebanyakan bergerak di usaha kuliner dengan memiliki keanekaragaman produk yang ditawarkan seperti : gorengan, singkong keju, bubur kacang ijo, bakso malang, batagor, jus buah dan lain-lain. Pedagang kaki lima kawasan Simpang Tujuh Kudus ini dituntut untuk dapat membaca keinginan dari pembelinya, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada para pembelinya dan pembeli yang telah memutuskan untuk membeli di pedagang kaki lima tersebut tidak merasa kecewa. Dengan demikian akan lebih mudah untuk bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis yang ada, terutama bisnis kuliner di kawasan Simpang Tujuh Kudus.

Tabel 1.1
Data Pedagang Kaki Lima Kawasan Simpang Tujuh Kudus
Tahun 2017

No	Nama	Jenis yang di jual	Harga	Jumlah pembeli dahulu per hari	Jumlah pembeli masa sekarang per hari	Jam buka-tutup
1	Mie Ayam "Pak Syaiffudin"	Mie Ayam	Rp8.000 – Rp10.000	+/- 70 orang	30-40 orang	Pkl 16.00 – pkl 23.00
2	Es Jus Buah Segar "Pang Kai Hwa"	Minuman Jus Buah	Rp 5.000 – Rp 7.000	+/- 80 orang	+/- 35 orang	Pkl 16.00 – pkl 24.00
3	Siomay "Pak Widodo"	Siomay	Rp 5.000 – Rp 8.000	40-50 orang	20-40 orang	Pkl 17.00 – pkl 23.00
4	Bakso Malang "Mariam"	Bakso	Rp 6.000	50 orang	30 orang	Pkl 16.00 – pkl 24.00
5	Angkringan "Mas Agus"	Nasi kucing, gorengan, kopi dll	Rp 3.000	50 orang	40 orang	Pkl 18.00 – Pkl 23.00
6	Getuk Lindri "Pak Warseno"	Aneka gethuk lindri	Rp 2.000 - Rp 5.000	40 orang	20 orang	Pkl 16.00 – pkl 23.00
7	Ronde "Pak Solikin"	Wedang Ronde	Rp 4.000	50 orang	30 orang	Pkl 17.00 – pkl 23.00
8	Chiken "Ibu Isye Pujiati"	Chiken	Rp3.000 - Rp 5.000	50 orang	20 orang	Pkl 16.00 – pkl 23.00
9	Kacang Rebus "Pak Sueb"	Kacang Rebus	Rp 5.000 – Rp10.000	70 orang	20 orang	Pkl 16.00 – pkl 23.00

Sumber : Wawancara, Desember 2017

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa rata-rata jam kerja atau waktu operasional pedagang kaki lima adalah delapan jam perhari. Ada berbagai jenis makanan yang dijual di pedagang kaki lima yang bervariasi. Harga makanan berkisar antara Rp 3.000-Rp 25.000. Pada tabel juga dicantumkan jumlah pembeli rata-rata pada masa dahulu dan sekarang. Pada masa dahulu adalah rata-rata 70 orang per hari.Sedangkan masa sekarang rata-rata adalah 30 orang per hari.Jumlah pembeli rata-rata mengalami penurunan yang drastis.

Terdapat lebih dari 40 pedagang kaki lima yang berada di kawasan Simpang Tujuh, Maka agar dapat mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pembeli, setiap pedagang harus berusaha menghasilkan dan menyampaikan barang atau jasa yang baik sesuai keinginan pembeli dengan memberikan pelayanan yang tinggi agar pembeli merasa puas sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan rendah maka konsumen akan merasa tidak puas. Maka kualitas pelayanan yang baik seringkali dikatakan sebagai salah satu faktor dalam keberhasilan suatu bisnis.Selain faktor kualitas pelayanan, faktor kenyamanan juga menjadi penentuan keputusan pembelian konsumen pada pedagang kaki lima.

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan pembeli yaitu peranan alokasi dan peranan informasi (Tjiptono 2015). Seringkali harga sebagai pertimbangan konsumen dalam membeli. Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan (Lupiyoadi,2013:76). Konsumen dalam berbelanja juga mempertimbangkan dan memilih lokasi yang akan dikunjungi. Lokasi yang

strategis dan tepat akan lebih menguntungkan karena sebagian konsumen akan lebih menyukai tempat yang mudah dijangkau.

Keputusan pembelian menurut Schiffman, Kanuk (2013,547) adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorangdapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk .

Hal ini sejalan dengan konsep yang dikemukakan oleh *Kotler* (2012:165) bahwasanya keputusan pembelian yang dilakukan konsumen terhadap barang yang ditawarkan sangat dipengaruhi harga, produk, pelayanan, lokasi. Maka dalam menentukan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal, melainkan juga faktor eksternal. Hal ini akan berdampak pada proses pembelian konsumen.

Hasil penelitian sebelumnya sebagaimana yang ditulis oleh Vivianli Liu (2016) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan variabel harga berpengaruh negatifterhadap keputusan pembelian.

Penelitian oleh Arti Widayanti (2015) kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sementara lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian Ika Putri Iswayanti (2014) dalam penelitiannya tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian oleh Fadhillah (2014) dalam penelitianya tentang pengaruh kenyamanan terhadap minat beli mengatakan bahwa kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat beli.

Penelitian Bonaventura Efrian Antyadika (2012) dalam penelitiannya tentang pengaruh harga, lokasi, kualitas produk terhadap keputusan pembelian menyatakan bahwa variabel harga sangatlah mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian Stephani Rebeka Larosa (2011) dalam penelitiannya tentang pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi menyatakan bahwa variabel lokasi mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas judul penelitian yang saya ambil adalah **"Analisis Kualitas Pelayanan, Kenyamanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Pedagang Kaki Lima di Kawasan Simpang Tujuh Kudus".**

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini sebagai berikut ini.

1.2.1 Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kenyamanan, harga, dan lokasi sedangkan variabel dependennya keputusan pembelian.

1.2.2 Responden yang diteliti adalah masyarakat yang membeli makanan yang dijajakan oleh pedagang kaki lima di kawasan Simpang Tujuh Kudus.

1.2.3 Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan setelah proposal disetujui pembimbing.

1.2.4 Pedagang kaki lima yang menjadi fokus yang menjajakan makanan atau kuliner.

1.3 Perumusan Masalah

Permasalahan yang ditemukan dan dihadapi oleh konsumen atau pembeli makanan yang dijajakan oleh pedagang kaki lima yang berada dikawasan simpang tujuh Kudus adalah

a. Keluhan konsumen terhadap sikap kurang ramah tamah para pedagang kaki lima, sebagai contohnya seringkali suasana yang timbul antara pembeli dan pedagang adalah suasana kaku karena pedagang tidak menyapa pembeli dengan keramahan.

b. Adanya keluhan pembeli terhadap kebersihan para pedagang kaki lima, sebagai contohnya adanya bau tidak sedap disekitar pedagang kaki limakarena sampah dibiarkan menumpuk di bawah gerobak yang untuk berjualan.

c. Berdasarkan hasil penelitian awal pada pedagang kaki lima dalam hal harga yang ditetapkan lebih tinggi daripada harga umumnya. Sebagai contohnya untuk jenis makanan siomay porsi yang disajikan tidak disesuaikan dengan harga yang ditentukan, 1 porsi siomay seharga Rp 5.000 namun yang disajikan tidak pas seharga tersebut, minuman jus buah harga produk Rp 7.000 namun rasa yang diberikan tidak manis serta ukuran tidak di sesuaikan dengan harga di pasaran.

d. Berdasarkan hasil penelitian awal, ketersediaan lahan parkir menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli pada pedagang kaki lima, sebagai contohnya ketersediaan parkir di kawasan pedagang kaki lima untuk lahan parkir belum memadahi.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.1 Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pedagang kaki lima kawasan Simpang Tujuh Kudus?

1.3.2 Apakah kenyamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pedagang kaki lima kawasan Simpang Tujuh Kudus?

1.3.3 Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pedagang kaki lima kawasan Simpang Tujuh Kudus?

1.3.4 Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pedagang kaki lima kawasan Simpang Tujuh Kudus?

1.3.5 Apakah kualitas pelayanan, kenyamanan, harga dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pedagang kaki lima kawasan Simpang Tujuh Kudus?

1.4 Tujuan Penelitian

1.4.1 Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dengan keputusan pembelianpada pedagang kaki limakawasan Simpang Tujuh Kudus.

1.4.2 Untuk menguji pengaruh kenyamanan dengan keputusan pembelian pada pedagang kaki lima kawasan Simpang Tujuh Kudus.

1.4.3 Untuk menguji pengaruh harga dengan keputusan pembelian pada pedagang kaki limakawasan Simpang Tujuh Kudus.

1.4.4 Untuk menguji pengaruh lokasi dengan keputusan pembelian pada pedagang kaki lima kawasan Simpang Tujuh Kudus.

1.4.5 Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, kenyamanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pedagang kaki lima kawasan Simpang Tujuh Kudus.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang kualitas pelayanan, kenyamanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada pedagang kaki lima kawasan Simpang Tujuh Kudus dengan baik dalam kehidupan sehari-hari, serta dengan adanya penulisan ini dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran. Kaitanya dengan keputusan pembelian untuk meningkatkan sekaligus mempertahankan konsumen pada pedagang kaki lima ditengah persaingan yang ketat.