

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Komitmen pemerintah untuk memberikan dukungan kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) cukup jelas dan tak terbantahkan. Tujuannya, agar sektor itu naik kelas dan memiliki daya saing yang kuat di pasar global. Wajar saja, pemerintah berpengharapan demikian. Pasalnya, sektor itu menjadi penyangga perekonomian nasional lewat kontribusi UMKM yang mencapai 61 persen PDB Indonesia. Dalam rangka lebih mengetahui potensi pelaku UMKM terkini, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pun berkolaborasi dengan Badan Pusat Statistik (BPS) melakukan pendataan lengkap koperasi dan UMKM sebagai upaya mendorong terciptanya basis data tunggal koperasi dan UMKM di Indonesia. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja.



Tahun	2018	2019	2020	2021	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	66
Pertumbuhan (%)		1.98%	-2.24%	2.28%	1.52%

\*Diolah dari berbagai sumber

Sumber : <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>

Gambar 1.1 Data UMKM 2018-2023

Kategori UMKM pada dasarnya berdasarkan besarnya modal usaha saat pendirian. Bila modal usahanya mencapai maksimal satu milyar rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), maka dikategorikan kelas Usaha Mikro. Usaha dengan modal usaha lebih dari satu milyar rupiah sampai dengan lima milyar rupiah masuk dalam kelas Usaha Kecil. Usaha dengan modal usaha lebih dari lima milyar rupiah sampai dengan sepuluh milyar rupiah masuk dalam kelas Usaha Menengah. Lebih besar dari ini, maka menjadi kelas Usaha Besar. Menurut data dari Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), pada 2020 terdapat sekitar 46,6 juta dari total 64 juta UMKM di Indonesia belum memiliki akses permodalan dari perbankan maupun lembaga keuangan bukan bank. Hambatan pembiayaan yang dialami UMKM menjadi landasan bagi Pemerintah untuk memberikan dukungan fasilitas pembiayaan lainnya, antara lain melalui program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL), Mekar PNM, Bank Wakaf Mikro, Pembiayaan Ultra Mikro (UMi), dan Kredit Usaha Rakyat (KUR).

Salah satu upaya untuk meningkatkan daya saing UKM yakni dengan memanfaatkan peluang integrasinya ke dalam pasar global melalui Global Value Chain (GVC) maupun Global E-Commerce (GEC). Integrasi UKM ke dalam GVC dapat dilakukan dalam bentuk ekspor tidak langsung melalui agregator domestik maupun perusahaan afiliasi asing. Dengan demikian, tantangan UMKM ke depan yang harus diatasi bersama oleh segenap stakeholders terkait antara lain berkaitan dengan inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan

pemasaran, sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitasi, serta basis data tunggal. Saat ini, Kadin Indonesia dan Pemerintah Indonesia tengah mendorong peningkatan kinerja UMKM nasional melalui strategi penerapan digitalisasi untuk meningkatkan daya saing, menjadi pemain global dan berorientasi ekspor.

Perkembangan dan pertumbuhan ekonomi menjadi fokus utama setiap negara, karena ekonomi yang kuat menjadi salah satu faktor dalam stabilitas negara. Dalam hal ini, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi yang besar, salah satunya industri makanan dan minuman. Besarnya peran UMKM dalam makanan dan minuman membuat pemerintah melakukan perubahan demi kemajuan dari perkembangan UMKM dengan menerapkan berbagai kebijakan. Pendekatan tersebut yang diterapkan oleh pemerintah berdasarkan pada pertimbangan yang membuat pertumbuhan ekonomi bangkit dan maju. Kebijakan terkait pertumbuhan UMKM dibidang pengolahan makanan dan minuman menjadi perhatian pemerintah dan tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh pemerintah. Pemerintah adalah penggerak UMKM dan sebagai jembatan dalam membina masyarakat untuk tetap melakukan perubahan-perubahan untuk mengangkat UMKM. Usaha besar lebih mendahulukan peningkatan asetnya dibandingkan dengan memberikan sebagian kecil usahanya untuk digerap oleh pengusaha kecil dan menengah (Harninda, 2022:1). Pemerintah atau yang disebut sebagai publik sektor, berperan sangat penting sebagai pemerhati pertumbuhan ekonomi 2

demi terwujudnya pencapain UMKM yang maju dengan menugaskan kepada lembaga pemerintah (Setiyono, 2014:14)

Menurut (Kotler, 2019:258) persepsi harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan atas produk atau jasa. Menurut (Firmansyah, 2018:180) Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan. Penetapan harga barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci dalam berbagai perusahaan sebagai konsentrasi dari deregulasi, persaingan global yang kian sengit, rendahnya pertumbuhan di banyak pasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memantapkan posisinya di pasar. Harga mempengaruhi kinerja keuangan dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli produk UMKM Lapangan Gulun dan penentuan posisi merek.

Menurut (Kotler & Keller, 2016:169) yang menyatakan bahwa persepsi harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang untuk di tukarkan konsumen untuk dapat memperoleh manfaat dari menggunakan suatu produk dan jasa. Sedangkan menurut (Fauzi & Tri, 2023:254) persepsi ialah merupakan jumlah semua nilai diberikan oleh konsumen digunakan untuk memperoleh keuntungan kepemilikan atau penggunaan suatu ptduk atau jasa. Persepsi harga atau penilaian konsumen terhadap kesesuaian biaya suatu produk merupakan aspek utama dalam

menentukan layak atau tidaknya melaksanakan pembelian (Rahmawati & Tuti, 2022:72). Dimana jika harga suatu produk UMKM di Lapangan Gulun terjangkau, pelanggan akan membelinya. Saat membeli suatu produk, masyarakat tidak hanya menilai kualitasnya saja, namun juga memikirkan kesesuaian harganya. Menurut (Kotler & Armstrong, 2016:308) persepsi harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Menurut (Ngurah Dwi Dharma Putra et al., 2023:2173) Persepsi harga merupakan salah satu hal yang dapat menyebabkan penjualan meningkat.

Menurut (Dimas & Soliha, 2022:349) Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum layanan dapat diberikan kepada konsumen. Contoh fasilitas antara lain kondisi fasilitas, kelengkapan, kenyamanan, dan tingkat kebersihan, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang diinginkan, dialami, maupun diterima secara langsung oleh masyarakat di Lapangan Gulun Madiun. Menurut (Hadiyono & Palumian, 2019:3) fasilitas yang sesuai dengan harapan konsumen akan menarik perhatian konsumen untuk datang dan membuat produk dapat memenangkan persaingan bisnis. Sedangkan menurut (Tjiptono & Diana, 2016:16) fasilitas merupakan sumber fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada para konsumen. Menurut (Podengge & Haryani, 2023:78) Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen saat membeli Produk UMKM Lapangan Gulun. Sedangkan (Muawanah &

Pranitasari, 2020:5) Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan.

(Septiyani & Soedjoko, 2024:565) menyatakan kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa. Sedangkan (Tjiptono, 2015:353) mengkonseptualisasikan kepuasan pelanggan seperti perasaan yang muncul menjadi penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk UMKM di Lapangan Gulun Madiun. Menurut (Siregar et al., 2020:229) kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima, kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima). Dalam buku teks standar Marketing Management yang ditulis oleh (Tjiptono & Diana, 2016:378) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Terdapat beberapa lapak UMKM di Kota Madiun seperti Taman Kelun di Kota Karismatik Madiun menjadi pilihan warga masyarakat sekitar sebagai tempat rekreasi. Taman yang bertempat di Jalan Raya Kelun, Kartoharjo Kota Madiun ini selalu ramai dikunjungi oleh warga sekitar taman maupun luar Kota Madiun. Taman Kelun menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengunjung. Suasana nyaman, pohon yang rindang, bersih dan beberapa fasilitas tersedia. Juga tersedia sarana edukasi berupa taman lalu lintas, tempat refleksi dan

wahana bermain anak dan free wifi. Pengunjung di Taman Kelun tak hanya dari warga sekitar lingkungan taman saja. Banyak juga pengunjung dari wilayah Kabupaten Madiun. Kepala Bidang Pertamanan, Pemakaman dan Penerangan Kota Madiun A'ang Mahendra mengatakan Taman Kelun dibuat sedemikian rupa untuk tempat rekreasi dan edukasi masyarakat. akhir tahun 2018 lalu taman lalu lintas ditambahkan sesuai usulan dari Dinas Perhubungan dan Polres Kota Madiun. A'ang Mahendra berpesan agar masyarakat Kota Karismatik Madiun ikut menjaga dan merawat Taman Kelun agar dapat bermanfaat bagi seluruh lapisan.

Selanjutnya ada sentra kuliner Bunderan Taman Serayu terlahir dari tuntutan anak Mahasiswa, yang membutuhkan kuliner murah, namun tetap *Worth It* dari segi rasa. Lokasinya terletak agak jauh dari pusat Kota Madiun. Pusat kuliner ini, membentang dari Jalan Taman Praja hingga Serayu, yang mana lokasinya memang berada diantara beberapa kampus, seperti : Universitas PGRI Madiun (UNIPMA), STIKES Bakti Husada Mulia, Universitas Merdeka, hingga Politeknik Negeri Madiun (PNM). Di mana simpang lima Bunderan Taman Serayu, menjadi titik pusat (*Landmark*)nya. Lokasinya, yang terletak di wilayah kantong mahasiswa diantara kampus, dan kostan, membuat banyak tempat kuliner di kawasan ini, menghadirkan konsep warung angkringan, kedai kopi, dan tempat nongkrong, yang sesuai dengan budget mahasiswa, namun tetap mengedepankan rasa (*taste*) pada menunya, hingga kenyamanan. karena tak jarang, yang mengikuti arus kekinian sebagai tempat nongkrong asyik, yang *instagramable*, asyik untuk

nongkrong, belajar, hingga berdiskusi, namun tetap ramah dikantong untuk menu makanannya.

Sisanya beberapa resto juga hadir di kawasan ini seperti Bento Kopi, Warung Mbok Mingkem, Tos Co Tos, Kopi Koming, Pit Stop Wedangan - Bakmi Jowo, Teras Wedangan, Savana Resto, Warung Pojok (Wapo), Kopi Jos Serayu, Rise Up Café, Chick'o Farm, hingga M Bro x Ryu Ramen Resto, hadir melengkapi Penjelajahan Kuliner Anda. Tempat Ini juga menjadi Event Car Free Day Pertama di Kota Madiun, yang diselenggarakan tiap hari minggu, dan beberapa makanan ala street food hadir melengkapi perburuan takjil paling favorit saat menjelang buka puasa di bulan ramadhan. Dahulu wilayah Bundaran Taman - Serayu sebagian besar terdiri dari lahan persawahan, yang membentang di sepanjang jalan Taman Praja, hingga Serayu. namun seiringnya meningkatnya kebutuhan akan hunian, dan wilayah komersil, luas lahan persawahan di sekitar area tersebut telah jauh berkurang.

Salah satu tempat favorit bagi masyarakat Kota Madiun, Jawa Timur, adalah kawasan lapangan olahraga Gulun. Tempat ini bisa dikatakan sejajar populernya dengan Alun-alun Kota Madiun maupun Jl. Pahlawan. Lokasi Lapangan Gulun ini berada di Kelurahan Kejuron, Kecamatan Taman. Bagi warga Madiun tentu sudah tidak asing dengan tempat ini. Bisa dikatakan tempat ini selalu ramai pada waktu pagi, sore, hingga malam hari. Pada saat pagi hari, biasanya banyak warga yang berolahraga di Lapangan Gulun. Selain area jogging yang memadai, tempat ini juga memiliki beberapa alat olahraga yang bisa digunakan secara bebas. Selain itu, Lapangan Gulun juga menjadi



surganya kuliner. Puluhan penjaja jajanan maupun makanan ada di sini. Pada sore hingga malam hari, banyak PKL yang berjualan di kawasan ini. Untuk makanan, jajanan dan minuman yang dijual pun beragam.

Adanya pengembangan usaha mikro oleh Pemerintah Kota Madiun dalam program Lapak Pedagang kaki lima yang dimulai sejak tahun 2023 dan terus berlanjut sampai sekarang disetiap kelurahan yang ada di Kota Madiun utamanya di Kelurahan Kejuron Kecamatan Taman. Informan yang diwawancara adalah Lurah Kejuron selaku Pemerintah Kota Madiun, pengelola lapak dan pedagang lapak. Untuk mengumpulkan data dilakukan pengamatan atau observasi, wawancara serta dokumentasi. Untuk mengukur keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi dari berbagai sumber-sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Madiun sudah berjalan dengan baik terbukti dengan meningkatnya omset dan prospek positif hasil penjualan yang ditunjukkan para pedagang lapak. Namun demikian beberapa kendala harus menjadi fokus kedepan guna berhasilnya pengembangan UMKM dalam program lapak dengan maksimal utamanya di Kelurahan Kejuron dan lebih luas di Kota Madiun.

Data jenis pedagang kaki lima (PKL) yang ada di Lapangan Gulun Kota Madiun.

<b>UMKM</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
	<b>(Dalam Porsi)</b>	<b>(Dalam Porsi)</b>	<b>(Dalam Porsi)</b>

Nasi Goreng	16.400	18.200	19.000
Siomay Batagor	15.600	16.000	17.400
Nasi Bebek Lestari	14.000	15.200	16.000
Pentol Daging	12.000	14.200	17.000
Sate Ayam	13.200	14.800	15.800
Sate Tahu	13.400	14.600	15.000
Es Degan	12.800	14.000	16.000
Es Teh	15.000	16.600	18.000

Sumber : Survei langsung ke pedagang UMKM Taman Gulun

Lokasi bisnis dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap keberhasilannya. Lokasi yang tepat dapat memberikan akses ke pelanggan, pemasok, dan sumber daya lainnya, sedangkan lokasi yang salah dapat menjadi penghalang kesuksesan. Untuk menjadi pengusaha sukses, penting untuk memiliki akses ke sumber daya yang tepat. Ini termasuk hal-hal seperti sumber daya keuangan, sumber daya manusia, dan sumber daya informasi. Sumber daya keuangan penting karena memungkinkan untuk berinvestasi dalam bisnis dan menutupi biaya tak terduga. Sumber daya manusia penting karena mereka memberikan keterampilan dan tenaga kerja yang diperlukan untuk memulai bisnis. Sumber daya informasi penting karena memberi pengetahuan yang dibutuhkan untuk membuat keputusan yang tepat tentang bisnis. Memiliki akses ke sumber daya ini tidak selalu mudah, tetapi sangat penting bagi pengusaha yang ingin sukses. Tidak peduli bagaimana mendapatkannya, memiliki akses

ke sumber daya yang tepat sangat penting bagi pengusaha mana pun yang ingin sukses.

Salah satu faktor lingkungan yang sangat penting dalam berwirausaha adalah dukungan pemerintah. Ada banyak cara pemerintah dapat mendukung pengusaha, termasuk menyediakan dana, sumber daya, dan peraturan yang menguntungkan. Dukungan pemerintah dapat menjadi faktor keberhasilan bagi banyak pengusaha. Tanpa dukungan pemerintah, akan sulit untuk mendapatkan pendanaan atau menjalankan peraturan yang rumit. Tetapi dengan dukungan pemerintah, pengusaha dapat meningkatkan persaingan mereka dan membangun bisnis yang sukses. Ada banyak program dan inisiatif yang digunakan pemerintah untuk mendukung kewirausahaan. Selain bantuan keuangan, pemerintah juga dapat memberikan sumber daya dan nasihat kepada pengusaha. Situs web SBA menawarkan banyak informasi tentang memulai dan mengembangkan bisnis kecil, termasuk artikel tentang pemasaran, manajemen, dan pembiayaan. Situs web ini juga memiliki basis data acara dan lokakarya bisnis lokal yang dapat dicari. Pemerintah juga dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi kewirausahaan dengan mengeluarkan undang-undang dan peraturan yang berpihak pada usaha kecil. Misalnya, banyak negara memiliki undang-undang yang melindungi kekayaan intelektual atau memberikan keringanan pajak kepada perusahaan rintisan. Dengan menciptakan lingkungan yang bersahabat dengan kewirausahaan, pemerintah dapat mendorong lebih banyak orang untuk memulai bisnis mereka sendiri.

Lingkungan sosial merupakan salah satu faktor terpenting dalam berwirausaha. Ini termasuk keluarga, teman, dan komunitas tempat pengusaha tinggal dan bekerja. Lingkungan sosial dapat memiliki efek positif atau negatif pada bisnis pengusaha. Lingkungan sosial yang positif dapat memberikan dukungan dan sumber daya yang penting untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Keluarga dan teman dapat menawarkan bantuan keuangan, nasihat, dan dukungan moral. Komunitas dapat memberikan akses ke pelanggan, pemasok, dan bisnis lainnya. Lingkungan sosial yang negatif dapat menjadi penghalang untuk berwirausaha. Keluarga dan teman-teman mungkin tidak memahami atau mendukung keputusan pengusaha untuk memulai usaha. Masyarakat mungkin tidak memiliki sumber daya atau infrastruktur yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan bisnis.

Menyambung dengan kajian diatas, dalam prakek di lapangan Sekretaris Lurah Kejuron Lilik Wuri Apriati mengatakan, penataan kawasan Lapangan Gulun akan dilakukan oleh dinas perumahan rakyat dan kawasan permukiman (disperkim) sebagai dukungan Pemerintah Kota Madiun dalam upaya meningkatkan pengunjung. Meliputi penambahan lapak UMKM, pembangunan taman dan jaring lapangan. Tentu ke depannya bisa membuat Lapangan Gulun makin ramai. Selama ini, kata Lilik, Lapangan Gulun menjadi salah satu pusat keramaian di Kota Madiun selain Pahlawan Street Center dan alun-alun. Selain dilengkapi tempat kuliner, juga didukung aktivitas pelaku UMKM. Banyak aktivitas warga yang tumpahlele di Lapangan Gulun. Lilik juga menyebutkan omzet pedagang kaki lima (PKL) dan pelaku UMKM di

Lapangan Gulun rata-rata mencapai Rp 500 ribu per hari. Dan dengan makin banyaknya wirausaha yang berjualan di sekitar Lapangan Gulun, maka akan semakin menumbuhkan perputaran ekonomi di Kota Madiun.

Lapangan Gulun, di Kelurahan Kejuron, Kecamatan Taman Kota Madiun, menjadi salah satu daya tarik warga. Baik itu untuk sekedar bersantai, bermain, maupun mencari makan atau minuman, menghabiskan waktu bersama keluarga. Warga yang datang, bukan hanya dari Kota Madiun, namun juga sejumlah daerah lain. Tingginya minat warga ini, juga karena banyaknya jumlah pedagang kaki lima (PKL) di tempat ini. Hingga saat ini, jumlah pedagang di Lapangan Gulun Kota Madiun ini, sudah mencapai lebih dari 200 orang. Pihak pengelola tidak menarik biaya sewa untuk PKL di lapangan Gulun ini, sehingga bila ada orang yang mengaku pengelola dan menarik sewa, diminta untuk melapor ke Kelurahan Kejuron. Kebijakan tersebut digunakan sebagai daya dukung pemerintah dalam menekan harga penjualan dan jasa oleh para pedagang kaki lima di Lapangan Gulun Madiun sehingga diharapkan dapat terus meningkatkan angka pengunjung baik dari warga kota Madiun atau dari luar Kota Madiun.

Dari fenomena dan gap research diatas, dengan demikian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Dukungan Pemerintah, Presepsi Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Umkm Lapangan Gulun Kota Madiun”.

## **B. Batasan Masalah**

Untuk menghindari meluasnya cakupan permasalahan dan pembahasan pada penelitian ini, maka penulis menetapkan batasan permasalahan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dibatasi pada objek penelitian yaitu pada Pelanggan Pedagang Kaki Lima UMKM Lapangan Gulun.
2. Responden penelitian ini merupakan pengunjung usaha mikro kecil menengah (UMKM) Lapangan Gulun.

## **C. Rumusan Masalah**

Rumusan permasalahan penelitian ini dipaparkan sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh dukungan Pemerintah terhadap kepuasan pelanggan UMKM Lapangan Gulun Kota Madiun?
2. Apakah pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan UMKM Lapangan Gulun Kota Madiun?
3. Apakah pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan UMKM Lapangan Gulun Kota Madiun?
4. Apakah pengaruh secara bersama dari dukungan Pemerintah, persepsi harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan UMKM Lapangan Gulun Kota Madiun?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh dukungan Pemerintah terhadap kepuasan pelanggan UMKM Lapangan Gulun Kota Madiun.
2. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan UMKM Lapangan Gulun Kota Madiun.
3. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan UMKM Lapangan Gulun Kota Madiun.
4. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh secara bersama dari dukungan Pemerintah, persepsi harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan UMKM Lapangan Gulun Kota Madiun.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis di bidang pemasaran. Khususnya terkait yang berkaitan dengan variabel yang di teliti yaitu pengaruh dari kualitas produk, harga, fasilitas dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian pada objek UMKM Lapangan Gulun.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana dalam menambah wawasan dan menerapkan ilmu yang telah diterima selama kuliah, serta penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan pada

pedagang UMKM Lapangan Gulun Madiun untuk mengoptimalkan pemasaran sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen Lapangan Gulun Madiun.