

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perusahaan perlu melakukan inovasi dan menggunakan atau memanfaatkan sumber daya teknologi untuk tetap beroperasi dalam jangka panjang (Susetyaningsih, 2008). Hal tersebut didorong oleh persaingan serta kompetensi yang semakin ketat. Salah satu bisnis yang juga menghadapi persaingan luar biasa adalah bisnis kuliner. Hal ini terlihat dari berkembangnya organisasi kuliner dengan ide yang berbeda-beda, mulai dari yang berskala kecil, seperti jajanan pinggir jalan, hingga kuliner berskala besar seperti restoran-restoran dunia. Pebisnis diperlukan untuk bergerak cepat dalam menetapkan prosedur yang tepat untuk mencapai kejayaan dalam keinginan untuk mengikuti pasar dan memenangkan persaingan.

Menurut Marsum (Marsum, 2005), Cafe merupakan tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe dari restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk di dalam dan di luar restoran. Namun, seiring perkembangannya cafe tidak hanya sekedar toko yang menjual minuman kopi saja tetapi juga menjual berbagai jenis makanan dan minuman. Cafe tampak menjamur dan dapat ditemukan di mana saja dengan ide yang berbeda seperti cafe bergaya rumahan, dipoles hingga gaya masa kini. Makanan dan minuman yang ditawarkan juga berbeda dari berbagai suguhan, makanan ringan, tiga jamuan makan utama dan tentu saja berbagai jenis minuman kemasan, yang sebagian besar diproduksi menggunakan kopi. Hadirnya cafe yang semakin menjamur di Cikarang merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh para pelaku bisnis di bidang sejenis. Karena hal tersebut tentu akan menjadikan persaingan lebih ketat dan berlomba untuk menarik perhatian konsumen. Adapun data yang peneliti survey langsung pada beberapa waktu ini terhadap pesaing di daerah Cikarang adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Daftar Nama Cafe di Cikarang**

No.	Nama Café	Alamat
1.	Recharge	Jl. Cilemah Abang No.2A, Mekarmukti, Kec. Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530
2.	Small's Cafe	Ruko Pavilion Shop No 9 Cikarang Baru Jababeka 2, Mekarmukti, Cikarang Utara, Bekasi Regency, Jawa Barat 17530
3.	Boyben Cikarang (Warunk Gaulau)	Jl. Ki Hajar Dewantara 2B No 1A, Simpangan, Kec. Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530
4.	Bunker Cafe	Jl.Niaga Utara Kav.1-2 Jababeka II Cikarang, Mekarmukti, Kec. Cikarang Utara, Bekasi, Jawa Barat 17530
5.	Cafe Melati	Jl. Inspeksi Kalimalang, Pasirsari, Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530
7.	Cafe Camar	Jalan Pasir Sari Rt 008 Rw 03, Pasirsari, Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530
8.	Éclair Cafe Cikarang	Jl. Dr. Satrio Ruko Plaza Iodium Blok C. 03/01, Simpangan, Kec. Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530
<b>Jumlah</b>		<b>8</b>

Sumber : *Cafecikarang.blogspot.com*

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk. Keputusan konsumen dalam membeli produk jika dilihat secara sepintas tampak seperti aktivitas yang sederhana. Namun jika dicermati lebih lanjut ternyata keputusan pembelian merupakan suatu proses yang kompleks yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan sebagainya.

Pembeli adalah individu atau organisasi dalam mendapatkan barang atau jasa terlebih dahulu mempertimbangkan banyak faktor yang mempengaruhi barang dan jasa tersebut serta biasanya pembelian dilakukan dengan alat tukar uang. Keputusan Pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen membeli suatu barang atau jasa. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Keputusan Pembelian yaitu perilaku seseorang yang mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi (Kotler & Garry, Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13, 2012). De Empire Cafe Cikarang merupakan cafe yang didirikan sejak tahun 2019. De Empire Cafe Cikarang ini menawarkan berbagai varian makanan dan minuman yang sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen. Harga yang ditawarkan mulai dari Rp15.000. De Empire Cafe Cikarang dilengkapi dengan berbagai fasilitas diantaranya ada *wifi* serta hiburan *live music* yang membuat konsumen semakin betah untuk berlama-lama. Lokasinya juga terbilang cukup strategis, yaitu terletak di Jl. Niaga Raya, Mekarmukti, Kec. Cikarang Utara, Bekasi, Jawa Barat 17530. Sehingga mudah dijangkau oleh konsumennya, baik oleh konsumen lama maupun konsumen baru. Selanjutnya dibawah ini merupakan salah satu data jumlah penjualan selama 10 bulan De Empire Cafe Cikarang pada Januari sampai dengan Oktober 2021 sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Data Penjualan De Empire Cafe Cikarang**  
**Bulan Januari-Oktober 2021**

<b>Bulan</b>	<b>Data Penjualan</b>	<b>Persentase (%)</b>
Januari	Rp 72.880.000,00	-
Februari	Rp 75.455.000,00	3,53%
Maret	Rp 70.145.000,00	-7,03%
April	Rp 68.720.000,00	-2,03%
Mei	Rp 67.545.000,00	-1,68%
Juni	Rp 65.275.000,00	-3,36%
Juli	Rp 52.150.000,00	-20,1%
Agustus	Rp 47.755.000,00	-8,42%
September	Rp 42.575.000,00	-10,8%
Oktober	Rp 40.477.000,00	-4,92%

Sumber : De Empire Cafe Cikarang, 2021

Berdasarkan Tabel 1.2 tersebut, terlihat jumlah data penjualan De Empire Cafe Cikarang pada bulan Januari sebesar Rp 72.880.000, bulan Februari memiliki pendapatan sebesar Rp 75.455.000 dan mengalami kenaikan pada bulan sebelumnya yaitu sebesar Rp 2.545.000 atau dengan persentase sebesar 3,53%. Namun pada bulan Maret 2021 sampai bulan Oktober 2021 terus mengalami penurunan penjualan. Terlihat bahwa penurunan terbesar terjadi pada bulan Juli sebesar Rp 52.150.000 atau dengan persentase sebesar -20,1%, dikarenakan naiknya lonjakan Covid-19 dan masa PPKM sehingga membuat pendapatan De Empire Cafe Cikarang terus mengalami penurunan. Selain itu banyaknya pesaing perusahaan sejenis, masih kurang dalam memenuhi harapan konsumen dan optimalnya pelayanan yang dilakukan oleh pihak manajemen Cafe. Hal tersebut dapat disebabkan oleh dampak kualitas pelayanan, kualitas produk dan juga harga yang dirasa masih kurang memuaskan bagi konsumen.

Selain itu karena tingkat penjualan menurun sebagai akibat dari berkurangnya konsumen yang melakukan pembelian. Untuk mengatasi ini, pihak De Empire Cafe Cikarang harus mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian, sehingga dapat mengevaluasi dan memperbaikinya. Maraknya bisnis kuliner mengharuskan pebisnis membuat usahanya tampil berbeda sehingga menarik minat konsumen untuk berkunjung dan dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya. Salah satu cara mencapai tujuan perusahaan dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan oleh konsumen. Dalam hal ini strategi-strategi pemasaran sangat berperan penting.

Kualitas Pelayanan sebagai faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono & Chandra, Pemasaran Strategik, 2016). Disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah pemenuhan kebutuhan yang diharapkan pelanggan dari tingkat kemampuan (*ability*) yang diberikan oleh perusahaan. Apabila pelayanan yang diberikan memuaskan atau sesuai yang diharapkan oleh konsumen maka konsumen akan puas dengan pelayanan yang diberikan. Maka kualitas pelayanan sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan. Namun hal tersebut tidak berlaku pada De Empire Cafe Cikarang, banyak beberapa konsumen yang mengeluhkan terkait kualitas pelayanan yang disajikan pada cafe tersebut.

Hal tersebut juga diperkuat dengan ditemukannya beberapa keluhan konsumen mengenai Kualitas Pelayanan melalui wawancara pendahuluan kepada 10 responden sebagai berikut :

**Tabel 1.3**  
**Data Hasil Wawancara Kualitas Pelayanan**

Pernyataan	Jumlah Konsumen	Persentase
Pelayanannya yang kurang ramah dan baik dalam melayani konsumen.	3	30%
Penyajian hidangannya terlalu lama dalam melayani konsumen.	5	50%
Karyawannya kurang tanggap dan kurang bersungguh-sungguh dalam melayani konsumen.	2	20%
<b>Total</b>	10	100%

Sumber : Data Pra survei, 2021

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan bahwa sebanyak tiga responden atau 30% yang menyatakan bahwa karyawan kurang ramah dan baik dalam melayani, lima responden atau 50% menyatakan bahwa penyajian yang disajikan De Empire Cafe Cikarang terlalu lama, dan dua responden atau 20% menyatakan bahwa karyawan kurang tanggap dan kurang bersungguh-sungguh dalam melayani konsumennya. Menurut Erik selaku *Owner* De Empire Cafe Cikarang membenarkan hal tersebut bahwasannya proses kegiatan pelayanan pada cafenya masih kurang maksimal, namun pihaknya akan berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen tidak merasa kecewa. Konsumen yang melakukan pembelian berulang-ulang yang akan meningkatkan peningkatan penjualan dapat diperoleh melalui kualitas pelayanan yang baik dan prima, oleh karena itu perusahaan yang bergerak dibidang kuliner perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan supaya tidak kalah bersaing dengan perusahaan yang sejenis. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Rafi dan Budiarmo (2018) meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Kafe Mom Milk Semarang)” dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor utama yang tidak kalah penting menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Keller (Kotler & Keller, 2016:95), kualitas produk (*product quality*) adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Konsumen tentu menginginkan kualitas yang terbaik dari produk yang mereka beli. Dalam bisnis kuliner hal yang menjadi perhatian utama konsumen adalah cita rasa, kebersihan makanan serta cara penyajiannya. Konsumen biasanya tertarik dengan makanan yang selain rasanya enak, juga memiliki tata penyajian yang menarik. Selain itu, konsumen juga cenderung lebih sering membagikan pengalaman mereka ke media sosial, baik itu berupa pujian atau kekecewaan. Secara tidak langsung hal ini akan mempengaruhi citra perusahaan bila tidak benar-benar memperhatikan kualitas produk mereka, karena akan mempengaruhi masyarakat untuk melakukan pembelian. Hal tersebut tidak berlaku pada De Empire Cafe, adanya permasalahan terkait kualitas produk yang ditawarkan.

Hal tersebut diperkuat dengan ditemukannya beberapa keluhan konsumen mengenai Kualitas Produk melalui wawancara pendahuluan kepada 10 responden sebagai berikut :

**Tabel 1.4**  
**Data Hasil Wawancara Kualitas Produk**

Pernyataan	Jumlah Konsumen	Persentase
Rasa makanan yang disajikan tidak konsisten, terkadang enak terkadang hambar.	4	40%
Makanan yang disajikan pada De Empire Cafe Cikarang terkesan biasa saja.	2	20%
Penyajian produk antara yang di menu dengan yang disajikan terkadang berbeda.	4	40%
<b>Total</b>	10	100%

Sumber : Data Pra survei, 2021

Berdasarkan tabel 1.4 menunjukkan bahwa sebanyak empat responden atau 40% yang menyatakan bahwa rasa makanan yang disajikan cafe tidak konsisten, dua responden atau 20 % menyatakan bahwa makanan yang disajikan pada De Empire Cafe Cikarang biasa-biasa saja, dan empat responden atau 40% menyatakan bahwa penyajian produk antara yang di menu dengan yang disajikan terkadang berbeda.

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang diciptakannya, karena kualitas produk merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan para konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa. Semakin baik kualitas suatu produk, maka akan semakin meningkat minat para konsumen untuk membeli produk tersebut. Dengan memberikan kualitas produk yang baik, sebuah perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan para pesaingnya. Oleh karena itu sebuah perusahaan harus dapat memahami keinginan konsumen sehingga dapat menciptakan produk dengan kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Sehingga hal tersebut akan meningkatkan penjualan. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Yolanda, Arifin, Hufon (2019) meneliti tentang “Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Sukun)” dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi dalam keputusan pembelian adalah harga. Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2012:151). Harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi konsumen ketika akan membeli suatu produk, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Penetapan harga oleh perusahaan sendiri harus disesuaikan oleh lingkungan dan perubahan yang terjadi dimana persaingan usaha semakin ketat seiring perkembangan waktu. Permasalahan tidak hanya ada di kualitas produk dan kualitas pelayanan saja, akan tetapi harga pun

mempunyai masalahnya tersendiri. Konsumen mengeluhkan harga yang ditetapkan oleh De Empire Cafe Cikarang masih terbilang mahal. Selain itu, konsumen yang merasa harga yang ditawarkan terkadang tidak sesuai dengan porsi makanan yang dipesan. Harga yang ditawarkan masih belum sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen. Hal tersebut dibuktikan dari tabel perbandingan harga produk makanan atau minuman De Empire Cafe Cikarang dengan perusahaan sejenis yaitu sebagai berikut :

**Tabel 1.5**  
**Daftar Perbandingan Harga Menu Makanan Dan Minuman**

Makanan atau minuman	Nama Café				
	De Empire Café	Small's Cafe	Bunker Cafe	Cafe Melati	Cafe Camar
	Harga				
Nasi Goreng	Rp 35.000	Rp 18.000	Rp 22.000	Rp 28.000	Rp 25.000
Mie Goreng	Rp 30.000	Rp 23.000	Rp 18.000	Rp 22.000	Rp 18.000
Aneka Sneak	Rp 25.000	Rp 18.000	Rp 15.000	Rp 25.000	Rp 23.000
Aneka Jus	Rp 22.000	Rp 15.000	Rp 12.000	Rp 17.000	Rp 12.000
Kopi	Rp 32.000	Rp 18.000	Rp 22.000	Rp 23.000	Rp 28.000

Sumber : Daftar Menu De Empire Cafe, Small's Cafe, Bunker Cafe, Cafe Melati dan Cafe Camar, 2021

Tabel tersebut mewakili dari sebagian kecil contoh jenis makanan, seperti nasi goreng, mie goreng, sneak dan aneka minuman di beberapa perusahaan sejenis, yang merupakan favorit pilihan warga Cikarang. Bisa dilihat pada tabel 1.5 bahwasannya menu makanan yang ditawarkan di De Empire Cafe Cikarang cukup terbilang lebih tinggi atau mahal dibandingkan dengan Cafe yang lainnya. Harga pun menjadi salah satu penentu sebelum pengambilan keputusan oleh seorang konsumen. Untuk menghadapi persaingan bisnis yang sangat kompetitif, strategi harga juga menjadi elemen yang sangat penting, karena semua perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa harus menetapkan harga terhadap produk dan jasa konsumen. Melihat kondisi tersebut membuat pihak owner cafe menetapkan harga yang cukup mahal pada produk-produknya.

Hal itu kurang baik bagi keberlangsungan bisnis cafe, apalagi kebanyakan konsumennya adalah remaja yang mempunyai keterbatasan finansial. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Ismayana dan Hayati (2018) meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy” dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **”Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada De Empire Cafe Cikarang”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada De Empire Cafe Cikarang?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada De Empire Cafe Cikarang?
3. Bagaimana pengaruh Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian De Empire Cafe Cikarang?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian pada De Empire Cafe Cikarang?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **a) Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dijelaskan tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada De Empire Cafe Cikarang
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada De Empire Cafe Cikarang
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada De Empire Cafe Cikarang
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada De Empire Cafe Cikarang

#### **b) Manfaat Penelitian**

Secara garis besar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak yaitu :

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang manfaat keputusan pembelian, serta peneliti dapat mengambil hasil penelitian tersebut sebagai sumber referensi mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
2. Memberikan informasi kepada pihak perusahaan sebagai salah satu pertimbangan di dalam mengambil keputusan pembelian tentang pemasaran produk.
3. Hasil penelitian diharapkan dapat sebagai bahan perbandingan dan referensi bagi pihak lain atau peneliti yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, serta harga terhadap keputusan.

#### **1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah**

Dalam menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, banyak faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku konsumen antara lain adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, promosi, lokasi, dan lain-lain.

Mengingat begitu kompleksnya permasalahan yang harus dipecahkan, maka pada penelitian dibatasi pada masalah :

1. Objek penelitian adalah De Empire Cafe yang berada di Cikarang, Kabupaten Bekasi.
2. Variabel yang diteliti hanya Kualitas pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian.
3. Subjek penelitian adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di De Empire Cafe Cikarang.

#### **1.5 Sistematika Pelaporan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini diuraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup atau pembatasan masalah, serta sistematika pelaporan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini diuraikan landasan teori yang merupakan penjabaran dari teori tentang kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan keputusan pembelian, serta teori-teori lain yang mendukung. Selain itu, bab ini berisi hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini diuraikan tentang desain penelitian, variabel dalam penelitian, serta metode analisis data. Metode analisis data yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini diuraikan deskripsi obyek penelitian, deskripsi profil responden, deskripsi data hasil uji validitas dan reliabilitas, deskripsi data skor variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), deskripsi data skor variabel kualitas produk ( $X_2$ ), deskripsi data skor variabel harga ( $X_3$ ), deskripsi data skor variabel keputusan pembelian ( $Y$ ), analisis regresi, analisis koefisien korelasi, dan hasil uji hipotesis.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini diuraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran saran untuk pihak terkait.