

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, perkembangan zaman pada saat ini sangat mempengaruhi banyak hal, salah satunya gaya hidup masyarakat yang semakin meningkat. Selain itu beberapa tahun belakangan ini, dunia dipenuhi dengan pertumbuhan dan perkembangan telekomunikasi yang sangat besar pengaruhnya terhadap pemasaran khususnya pada industri ritel.

Pada era globalisasi saat ini dunia perdagangan sedang mengalami persaingan dalam memasarkan produk dan jasanya, salah satunya ialah minimarket yang dengan cepat memperluas pasarnya hampir di seluruh pelosok daerah. minimarket atau bisnis ritel pasti selalu berhubungan dengan konsumen. selera konsumen yang semakin beragam, menjadi peluang bisnis yang besar bagi pelaku bisnis. Bukan hal yang mudah dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. dan pada umumnya saat ini konsumen menginginkan kenyamanan dalam berbelanja, diantaranya ialah dengan mendapatkan harga yang terjangkau, penawaran promosi dan kelengkapan produk yang tersedia dalam suatu toko.

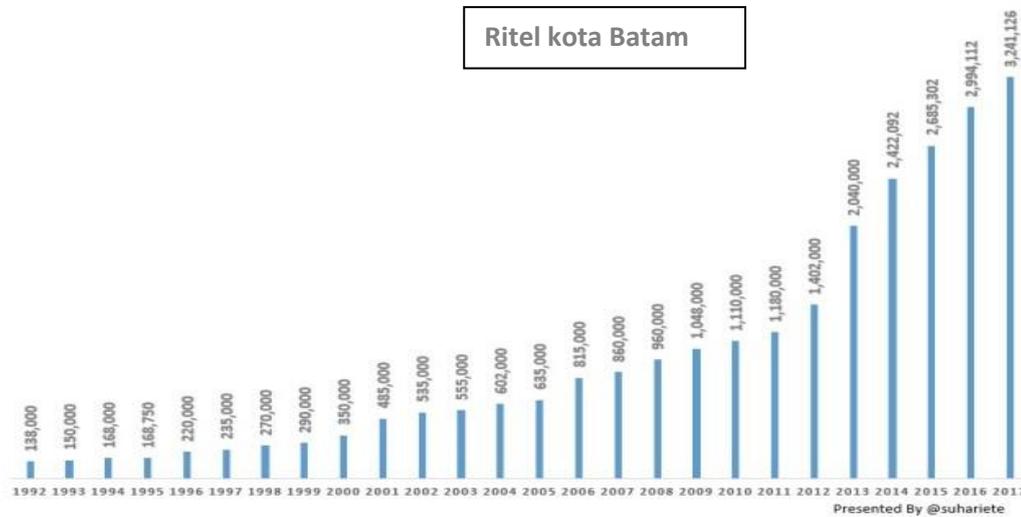
Dewasa ini perkembangan bisnis ritel di Indonesia mengalami peningkatan, walaupun ditahun sebelumnya pernah mengalami penurunan. Menurut data Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) sejak tahun 2012-2013, kondisi industri ritel grafiknya terus mengalami penurunan. Sebagai gambaran pada

kuartal I 2016 (11,3%), kuartal II 2016 (9,2%), kuartal I 2017 (3,9%), kuartal II 2017 (3,7%), dan menurut Roy N Mandey, ketua Umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO), mengatakan pertumbuhan industri ritel Indonesia pada tahun 2018 mencapai angka 10% naik dari 7,5% di tahun 2017, kenaikan pertumbuhan tersebut karena adanya tiga event besar yang akan menggenjot konsumsi ritel, yakni Pilkada, Asian Game, serta IMF-World Bank Meeting. ([www.kontan.co.id_Aprindo](http://www.kontan.co.id/Aprindo)).

Saat ini sejumlah ritel di Batam antara lain Hypermart dengan perusahaan PT Matahari Putra Prima Tbk, Carrefour dengan PT Trans Retail Indonesia dan Giant Ekspres. Kemudian juga terdapat pasar ritel modern seperti Top 100, OG Home, dan, JC Supermarket

Sebelumnya, Dewan Pembina Asosiasi Pedagang Valuta Asing (APVA) Kota Batam Amat Tantoso mengatakan depresiasi rupiah bisa menekan para importir dan melambungkan harga-harga barang impor meski ada strategi yang sudah disiapkan untuk menjaga pasokan. perkembangan ritel di Batam juga sangat berkembang pesat dengan masuknya berbagai brand brand baru di Kota Batam selain itu yang membuat banyaknya ritel bersiri di Batam karena penduduk Kota Batam yang sibuk dengan pekerjaan sehingga para pembisnis ritel tertarik untuk memperluas pasarnya di Kota Batam. Dan terlihat bahwa sudah banyak ritel ritel baru yang berdiri di Kota Batam.

Berikut grafik yang menjelaskan perkembangan ritel di Kota Batam Kepulauan Riau.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Ritel di Kota Batam

Sumber : www.kontan.co.id

Dari data di atas terlihat bahwa industri ritel di Batam selalu berkembang dari tahun ke tahun, terlihat bahwa Kota Batam termasuk kota yang strategis untuk industri ritel.

Pengelolaan bisnis retail di Indonesia di satu sisi memiliki prospek yang baik karena memiliki potensi pasar yang sangat besar, hal ini tidak mengherankan karena penduduk Indonesia yang sangat banyak, seiring berjalannya waktu bisnis retail ini akan semakin banyak dan meningkat tajam, salah satunya yang baru-baru ini muncul ialah 212 Mart.

Koperasi 212 Mart merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang ritel dengan format *minimarket*, serta salah satu usaha yang menawarkan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan nuansa Islami yaitu tidak menjual produk yang tidak halal dan mengandung alkohol sehingga menjadi daya tarik

tersendiri jika dibandingkan dengan *minimarket* sejenisnya. 212 mart berada tepatnya di perumahan taman hangtuah Blok A2 No 10 Batam Center, 212 mart merupakan minimarket yang baru berdiri pada tahun 2017, dan melakukan launching pertamanya pada tanggal 24 januari 2017 di Sentul, Bogor.

Ditengah banyaknya pusat perbelanjaan lain yang menjadi pesaing, koprasi 212 Mart selain menawarkan produk juga menawarkan kualitas pelayana dan fasilitas yang menarik minat konsumen untuk berbelanja di 212 Mart hangtuah. Disekitar daerah 212 Mart juga terdapat banyak pesaing sejenis seperti Indomart, Alfamart, dan tempat perbelanjaan lainnya yang sama-sama menawarkan berbagai pilihan produk. Namun seperti dikatakan sebelumnya yang membedakan 212 Mart dengan *minimarket* lainnya adalah tidak menjual produk yang mangandung alkohol dan produk yang tidak halal, dengan menerapkan bauran ritel seperti lokasi tokoh yang strategis dengan letak didaerah padat penduduk sehingga menarik minat konsumen untuk berbelanja di 212 mart hangtuah. Berikut data pengunjung 212 Mart Taman Hangtuah pada tahun 2018.

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung 212 Mart Perumahan Taman Hangtuah

Bulan	Jumlah pengunjung
Januari	7.223
Februari	13.816
Maret	7.380
April	7.020
Mai	6.204
Juni	5.073

Juli	5.422
Agustus	4.741
September	4.220

Sumber :*Report* koperasi syariah 212 mart

Berdasarkan table diatas bahwa terdapat peningkatan dan penurunan pengunjung pada bulan – bulan tertentu konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian tentunya mempunyai banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tersebut. Menganalisis serta mempelajari perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah satu hal yang penting dilakukan oleh perusahaan karena dengan memiliki pemahaman yang baik mengenai perilaku konsumen serta lingkungannya akan memberikan dampak yang baik untuk rencana dan strategi pemasaran perusahaan di masa depan.

Harga yang menjadi tola ukur masyarakat dalam berbelanja, maka dari itu sebuah perusahaan berlomba - lomba untuk memberikan harga yang menarik kepada konsumennya, penetapan harga secara tepat merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan kesuksesan suatu perusahaan baik dalam waktu jangka pendek maupun jangka panjang. Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan tersebut (Sugiyono, 2012)

Harga yang di berikan oleh 212 mart sangat berbeda jauh dari minimarket sejenis nya sehingga 212 mart ini belum bisa bersaing dengan minimarket sejenis nya dan hal tersebut secara tidak langsung akan membuat keputusan pembelian

konsumen menjadi berkurang. Maka dari itu dalam menentukan sebuah harga haruslah dengan keputusan yang baik.

Selain menetapkan harga kemampuan perusahaan dalam mengomunikasikan suatu produknya kepada konsumen merupakan suatu hal yang penting dimana promosi di gunakan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk melakukan komunikasi kepada konsumen yaitu dengan menyebarkan informasi dengan tujuan untuk mempengaruhi, membujuk, agar bersedia membeli, menerima dan loyal kepada produk yang di tawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Promosi juga merupakan langkah pertama untuk memasuki pasar, para produsen menggunakan promosi agar dapat menguasai pasar, merekrut pelanggan sebanyak-banyaknya dalam tenggang waktu yang secepat cepatnya (Sugiyono, 2012)

Bukanlah hal yang mudah untuk menarik konsumen agar mengunjungi toko dan melakukan transaksi mengingat konsumen datang ke pusat perbelanjaan mempunyai tujuan yang berbeda-beda mulai dari hanya sekedar melihat-lihat, dan khusus untuk berbelanja, penting bagi sebuah perusahaan untuk melakukan strategi yang baik agar menarik minat konsumen untuk melakukan transaksi,

Selain itu yang menyebabkan konsumen memilih tempat untuk berbelanja ialah karena produknya. Konsumen cenderung memilih minimarket yang menawarkan produk yang bervariasi dan beragam serta lengkap menyangkut kedalaman, luas dan kualitas keragaman barang yang ditawarkan oleh pengecer. Ketersediaan barang dalam minimarket meliputi variasi merek yang banyak, tipe

dan ukuran kemasan barang yang dijual, dan macam-macam rasa dari suatu produk yang akan dibeli.

Bagi sebuah minimarket kelengkapan produk merupakan faktor yang penting untuk menarik minat konsumen. upaya perusahaan untuk memenangkan persaingan ialah dengan mempertahankan konsumennya walaupun terkadang ada beberapa produk yang harga jualnya lebih tinggi dari minimarket lainnya, tetapi karena lengkapnya barang yang dijual maka, minimarket tersebut banyak menarik para pengunjung. karna Semakin lengkap sebuah minimarket maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian (Elly, 2018)

Apabila sebuah perusahaan ingin memenangkan persaingan maka perusahaan tersebut harus mampu menentukan strategi yang tepat. Hal yang harus dilakukan perusahaan ialah menggali ide-ide baru sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan inovasi yang terus menerus dilakukan oleh perusahaan, dan juga berupaya untuk menarik calon konsumen menjadi konsumen potensial dan nanti pada akhirnya akan menjadi pelanggan karna kesuksesan suatu perusahaan sangat di tentukan oleh konsumennya, apabila konsumen merasa puas terhadap produk yang di tawarkan oleh sebuah perusahaan maka ia akan melakukan pembelian ulang dan mereferensikan kepada orang lain untuk berkunjung kepusat perbelanjaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan di jelaskan secara jelas diatas dan berdasarkan masalah yang di temukan dan di lihat langsung oleh peneliti kemudian di rasakan oleh peneliti yang mana penelitian ini dilakukan di

kopras 212 mart untuk membuktikan apakah keluhan konsumen itu benar adanya maka dari itu peneliti ingin mencari kebenaran melalui penelitian apakah benar Harga, Promosi dan Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dan dari permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian ini dengan judul sebagai berikut: **“Pengaruh Harga, Promosi dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket di Kota Batam”**

1.2. Identifikasi Masalah

Sehubungan dengan permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini maka diperlukan adanya teori teori yang memerlukan penjelasan. Berdasarkan latar belakang di atas maka, identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Harga yang di tawarkan pada konsumen masih terlalu tinggi bila di bandingkan dengan bisnis ritel yang berada pada sekitar 212 mart yaitu alfa mart, indomar dan bola salju.
2. Persaingan harga yang ketat antara ritel yang satu dengan yang lain membuat minimarket 212 mart harus berusaha menjaga
3. Semakin Banyaknya bisnis ritel yang bermunculan dengan kualitas yang baik membuat konsumen jeli dalam memilih pusat perbelanjaan
4. Kurangnya promosi yang diberikan kepada konsumen.
5. Kelengkapan produk yang tidak begitu bervariasi

1.3. Batasan Masalah

Untuk melakukan penulisan yang terarah dan mencapai sasaran maka penulis membatasi pada :

1. Penelitian di lakukan di minimarket 212 mart perumahan taman hangtuh, legenda.
2. Responden adalah konsumen 212 mart.
3. Pada penelitian ini hanya harga produk minuman yang akan di teliti.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusah masalah dari penelitian ini adalah sebagi berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada minimarket 212 Mart.
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada minimarket 212 Mart .
3. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada minimarket 212 Mart .
4. Apakah harga, promosi dan kelengkapan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada minimarket 212 Mart.

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka tujuan penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada minimarket 212 Mart.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada minimarket 212 Mart.

3. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada minimarket 212 Mart.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan kelengkapan produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada minimarket 212 Mart.

1.6. Manfaat Penelitian

.Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai kalangan terutama pihak kampus, akademisi dan peneliti selanjutnya. Adapun manfaat penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

1.6.1 Aspek Teoritis

Manfaat Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Dapat memperkuat teori yang sudah ada, atau menambah teori yang sudah ada.
2. Memberikan masukan kepada para akademisi sebagai bahan perkembangan untuk menyempurnakan hasil kajian.
3. Sebagai bahan wacana bagi masyarakat umum, untuk menambah wawasan.
4. Penelitian yang dilakukan ini dapat digunakan sebagai penelitian lebih lanjut sebagai bahan referensi bagi peneliti yang akan mengambil topik permasalahan yang sama.

1.6.2 Aspek Praktis

Manfaat Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan akan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, hasil penelitian ini mampu memperdalam pengetahuan dari dunia praktisi yang sangat berharga untuk disinkronkan dengan pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku kuliah.
2. Bagi PT Sindo Ferry, hasil ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan penetapan kebijakan yang perlu dilakukan dalam meningkatkan faktor-faktor untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas.
3. Bagi peneliti lainnya, hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan dan rujukan untuk penelitian selanjutnya yang lebih baik lagi dan dapat dijadikan sebagai sumber pemikiran untuk perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai sarana informasi bagi para pembaca yang akan mengadakan penelitian mengenai bidang yang sama.