

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah terjadi begitu cepat, seiring dengan pertumbuhan zaman yang semakin modern. Keduanya lazim di masyarakat sebagai alat yang membuat hidup sehari-hari lebih mudah dan lebih bermanfaat; salah satunya adalah internet. Kelompok dan aktivitas perusahaan yang lebih kompetitif muncul sebagai akibat pesatnya perkembangan industri ritel Indonesia. Setiap perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan aspirasi pelanggan serta harapan penikmat dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif ini. Tuntutan manusia bervariasi, dan daya saing perusahaan global semakin meningkat.

Pemasar yang berencana untuk menawarkan barang dan jasa kepada pelanggan harus dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka untuk mengungguli pesaing mereka dalam hal nilai. Pemasar harus menggunakan setiap taktik yang mereka miliki untuk membujuk konsumen agar membeli barang yang mereka tawarkan, meskipun pada awalnya mereka tidak tertarik melakukannya. Strategi terbaik untuk industri ritel harus direncanakan untuk mengelola perusahaan dengan sukses. Department store merupakan salah satu sektor ritel di Indonesia. Permintaan konsumen terhadap department store sebagai tujuan belanja saat ini semakin meningkat. Matahari Department Store, Ramayana Department Store, Ria Clothing Department Store, dll hanyalah sebagian kecil dari department store di Indonesia.

Banyaknya departemen store yang ada di Indonesia secara tidak langsung menuntut perusahaan untuk selalu melakukan inovasi serta menjaga kualitas baik dari segi produk maupun layanan yang diberikan agar konsumen merasa puas saat berbelanja dan agar perusahaan tersebut dapat terus berdiri mempertahankan posisinya di Pangsa pasar.

Untuk mempertahankan posisi pangsa pasar ada beberapa hal yang harus diperhatikan salah satunya ialah keamanan. Banyaknya department store di Indonesia perlu mempunyai salah satu keamanan dari setiap masing-masing store. Menurut Luna & Sudarusman (2023) keamanan ialah kapasitas pedagang untuk memantau, mengelola, dan menjaga keamanan transaksi data. Keamanan ini merupakan hal yang paling penting untuk diperhatikan karena dianggap dapat memberikan dampak yang baik bagi perusahaan maupun konsumen. Keamanan ini dapat berupa keamanan konsumen dalam melakukan transaksi, keamanan konsumen saat berbelanja maupun keamanan yang memberikan manfaat untuk perusahaan seperti keamanan untuk mencegah terjadinya kehilangan barang di store.

Selain menjaga keamanan perusahaan juga harus memperhatikan display produk yang ada di store. Mulai dari kesesuaian antara stok barang dengan yang ada di display dan memperhatikan apakah barang yang di display merupakan produk baru atau bukan. Dalam perusahaan department store menata barang sangat diperlukan agar barang yang telah ditata terlihat rapi dan nyaman saat ada konsumen yang ingin membeli suatu produk dengan daya tarik penglihatan pada salah satu produk. Display adalah upaya penataan produk sedemikian rupa sehingga

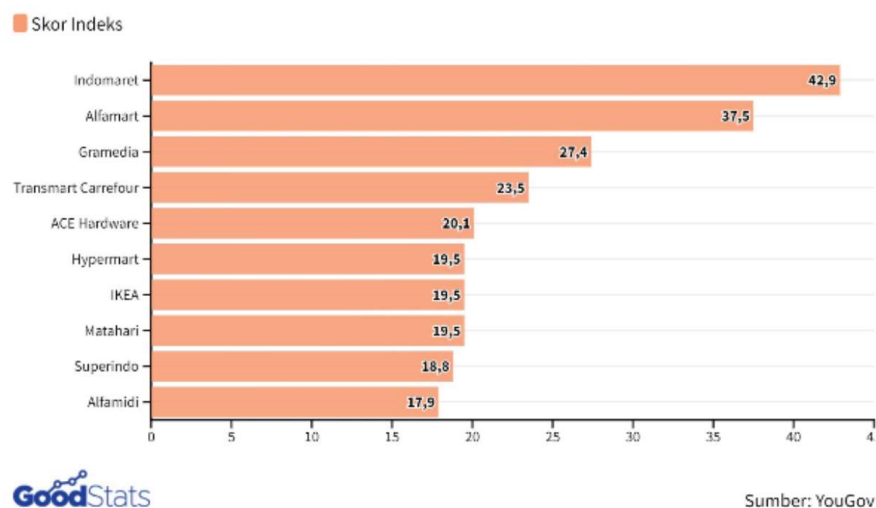
mendorong konsumen untuk tertarik melihat dan membelinya (Rahmadana, 2016). Display produk yang baik adalah tampilan yang dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu mereka dengan mudah menangani, memeriksa dan memilih barang dan akhirnya melakukan pembelian.

Selain itu juga untuk mempertahankan posisi dipangsa pasar dan menarik minat beli konsumen perusahaan departemen store juga harus menciptakan penilaian baik yang dikeluarkan oleh konsumen. Agar terciptanya nilai yang baik tersebut perusahaan dapat memberikan layanan yang baik, memberikan penawaran yang baik serta memperhatikan fasilitas-fasilitas untuk menunjang konsumen dalam melakukan transaksi jual beli. Nilai pelanggan sangat berkualitas bagi semua pelanggan yang dapat berkontribusi pada pelanggan yang merasa puas dengan produk barang yang dibelinya. Ketika pelanggan merasa yakin atas tingkat layanan yang diterima sesuai dengan apa yang mereka harapkan pelanggan akan merasa senang atas layanan yang di berikan kepadanya. (Nurhayati & Nurhalimah, 2019) mendefinisikan nilai pelanggan merupakan Ketika seorang konsumen menggunakan barang dan jasa perusahaan dan menemukan bahwa mereka menawarkan nilai, hubungan emosional terbentuk antara konsumen dan produsen.

Apabila perusahaan telah memperhatikan tiga hal tersebut. Perusahaan akan dianggap mampu untuk menarik minat beli masyarakat atau konsumen. Menurut (Zebua & Syahriza, 2022) yang dimaksud minat beli konsumen yaitu perilaku konsumen, keinginan konsumen untuk membeli atau memilih sesuatu produk berdasarkan pengalaman memilih, menggunakan dan mengkonsumsi produk tersebut.

PT Matahari Department Store bisnis retail yang menawarkan pakaian, aksesoris, produk kecantikan, dan lainnya, merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat di Indonesia. Produk-produk eksklusif dari Matahari yang hanya tersedia di gerai-gerai Matahari secara konsisten terpilih sebagai label fashion ternama di Indonesia.

Meskipun sudah memiliki label ternama di Indonesia namun Matahari departemen store dianggap masih memiliki kekurangan dalam beberapa hal. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1.1 Daftar Perusahaan Ritel dengan Jumlah Konsumen Paling Tinggi
Sumber: YouGov, 2021

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa Matahari departemen store berada pada urutan delapan dengan jumlah konsumen 19.5%. Posisi Matahari departemen store berada di bawah posisi Indomaret, Alfamart, Hypermart, dan IKEA. Rendahnya jumlah konsumen Matahari Departemen store dibandingkan dengan store pesaingnya disebabkan oleh beberapa faktor.

Faktor tersebut ialah dari segi keamanan pada toko. Keamanan pada store matahari departemen khususnya dibatam dianggap masih lemah hal tersebut dapat dilihat dari kurangnya alat pengaman seperti cctv dan kurangnya pengawasan karyawan terhadap setiap konsumen yang berbelanja. Hal tersebut dapat dikatakan karena pernah terjadinya kehilangan produk di store biasanya hal tersebut terjadi disaat hari-hari besar seperti saat lebaran, natal dan Imlek.

Selain kekurangan pada keamanan, kelemahan pada display produk pun dimiliki oleh matahari departemen store. Kelemahan tersebut berupa display produk yang tidak sesuai dengan stok yang ada. Hal tersebut terjadi ketika konsumen ingin membeli salah satu produk namun saat diminta produk tersebut kosong atau produk tersebut hanya yang ada di display saja. Selain itu jika produk yang di display ingin di beli namun ketika di cek kembali oleh konsumen ternyata produk nya tidak berkualitas lagi dalam kata lain produk sudah memiliki minus atau kurang berkualitas.

Dari permasalahan diatas dapat menimbulkan dampak negatif bagi perusahaan yaitu konsumen beranggapan bahwa nilai yang dimiliki perusahaan tersebut masih rendah diduga dapat menimbulkan kurangnya minat beli konsumen dalam berbelanja di matahari departemen store.

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Keamanan, Display Produk, dan Nilai Pelanggan Terhadap Minat Beli Pada PT Matahari Departement Store Tbk”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang pada penelitian, maka penelitian ini penulis mengidentifikasi masalah yaitu:

1. Kurangnya pengawasan keamanan karyawan terhadap konsumen.
2. Kurangnya alat keamanan cctv di dalam store.
3. Tidak sesuai nya stok barang yang ada dengan barang yang di display.
4. Adanya faktor yang menyebabkan perbedaan nilai konsumen terhadap produk.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dilakukan agar permasalahan yang diteliti tidak menyebar luas dan lebih terfokus. Oleh karena itu, penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Variable pada penelitian yaitu: keamanan, display produk dan nilai pelanggan, minat beli.
2. Penulis membatasi penelitian hanya pada PT Matahari Mega mall.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah di atas maka penulis merumuskan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimanakah keamanan berpengaruh terhadap minat beli pada PT Matahari Departement Store?
2. Bagaimanakah Display produk berpengaruh terhadap minat beli pada PT Matahari Departement Store?
3. Bagaimanakah Nilai pelanggan berpengaruh terhadap minat beli pada PT Matahari Departement Store?

4. Bagaimanakah keamanan, Display produk dan Nilai pelanggan secara bersamaan berpengaruh terhadap minat beli pada PT Matahari Departement Store?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang dipaparkan diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh mengenai keamanan terhadap minat beli pada PT Matahari Departement Store.
2. Untuk menganalisis pengaruh mengenai display produk terhadap minat beli pada PT Matahari Departement Store.
3. Untuk menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap minat beli pada PT Matahari Departement Store.
4. Untuk menganalisis pengaruh mengenai keamanan, display produk dan nilai pelanggan secara bersamaan terhadap minat beli di PT Matahari.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai alat untuk menambah wawasan, informasi dari apa yang didapatkan oleh hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan refrensi oleh penelitim selanjutnya.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan berguna dalam menentukan apa yang dilakukan bisnis untuk memacu minat konsumen dalam pembelian.

2. Bagi penulis

Penulis mengharpkan penelitian ini bertujuan untuk memperluas wawasan serta pengetahuan yang baru untuk memperoleh dan membantu sebagai kegiatan belajar.

3. Bagi Universitas Putera Batam

Penulis mengharpkan penelitian ini bisa dijadikan sebagai refrensi dan dapat meningkatkan pengetahuan peneltil selanjutnya.