

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri bisnis ritel mengalami penurunan yang sangat pesat yang disebabkan oleh suatu wabah yang disebut COVID-19. Wabah ini merupakan penyakit menular yang sangat berbahaya dan bisa mengakibatkan kematian. Adanya wabah ini penjualan perusahaan-perusahaan ritel menjadi menurun. Hal ini dikarenakan masyarakat lebih menggunakan transaksi online ketimbang transaksi perdagangan langsung, hal ini tentu mengakibatkan Industri ritel menjadi sepi dan penjualan akan menurun (Pratama, 2020).

Pertumbuhan bidang ritel menyentuh angka 3 sampai 3,5% saja, jika dibandingkan tahun lalu pertumbuhan ini cenderung melemah berkisar angka 8% sampai 8,5%. Walaupun pusat belanja atau mall sudah di buka, penjualan ritel belum mencapai titik target dari pelaku usaha. Hal ini dapat dilihat dari suatu fenomena menjamurnya berbagai bisnis ritel di kota maupun merambah sampai ke daerah-daerah terkecil. Kehadiran wabah ini cukup membuat bisnis ritel cukup terpukul.(Yunianto, 2020).

Salah satu ritel yang terdampak dari wabah virus corona ini adalah Top 100 yang berada di Grand Batam Mall. Top 100 Grand Batam Mall merupakan bisnis ritel supermarket yang dimana merupakan cabang ke 19 gerai top 100. TOP 100 Grand

Batam Mall ini berdiri sejak tahun 2019 yang dimana menempati area lower ground dengan konsep yang berbeda untuk memberikan kenyamanan lebih bagi konsumennya yang luasnya sebesar 7.000 meter persegi. Guna lebih memudahkan konsumen, penataan area lebih spesifik dengan penamaan-penamaan kebutuhan produk, seperti *health & beauty*, *stationary*, hingga *baby milk*. pusat perbelanjaan mulai lenggang akibat wabah covid-19. Dengan situasi keadaan yang tidak memungkinkan ini, juga terdapat banyak toko yang terpaksa menutup gerai dan juga memutus hubungan kerja kepada karyawan secara terpaksa akibat penjualan menurun (Pascha, 2020).

Selama pandemi corona Top 100 Grand Batam mall tetap beroperasi seperti biasa yakni pukul 10.00 WIB hingga 22.00 WIB (setiap hari), namun konsumen masih ragu akan bahayanya pandemi corona sehingga jumlah kunjungan ke Top 100 semakin menurun. Oleh karena itu, demi kelangsungan usaha dalam situasi pandemi, pemerintah mengeluarkan kebijakan pedoman standar baru. Rekomendasi tersebut terdapat pada Keputusan Menteri Kesehatan No. HK.01.07 / MENKES / 328/2020 terkait pencegahan dan pengaturan Covid-19 di lingkungan kantor dan lingkungan kerja industri. (Pradolo, 2020).

TOP 100 menjadi salah satu bisnis ritel yang terdampak akibat covid-19 yang dimana terjadinya penurunan dalam penjualan, TOP 100 merupakan suatu alternatif yang dipilih oleh masyarakat kota batam dalam mendapatkan keinginan kebutuhan barang-barang sesuai dengan penawaran yang ada. Barang yang ditawarkan oleh TOP

100 kepada konsumen pada umumnya ialah kebutuhan sehari-hari. Banyak konsumen lebih memilih untuk berbelanja di TOP 100 karena tempatnya nyaman dan harga terjangkau. (Maulidasari & Damrus, 2020).

Dengan Protokol yang ditetapkan oleh top 100 Grand Batam Mall Masyarakat dapat dihindarkan dari virus corona karena adanya protokol kesehatan dan mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi, TOP 100 mempunyai berbagai aneka produk yang dijual untuk mendorong konsumen untuk membelinya, selain itu produk yang dijual oleh TOP 100 juga harganya terjangkau dan promosi yang diberikanpun sangat beraneka ragam sehingga banyak yang suka berbelanja.

Harga merupakan hal penting, dikarenakan setiap harga yang telah ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk yang berbeda, Harga ialah komponen penting dalam produk, harga juga memengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan produk sehingga harga juga menentukan besar kecilnya keuntungan yang diraih oleh suatu perusahaan.

Tabel 1.1 Daftar Harga dan Barang

Nama	HARGA		
	TOP 100	JC Supermarket	Indomaret
Beras Merah 2 kg	Rp 56.600	Rp 55.000	Rp 54.000
Minyak Bimoli 2 Liter	Rp 25.000	Rp 24.000	Rp 23.000

Tabel 1.1 Lanjutan

Minyak sunco 1 liter	Rp 13.600	Rp 13.000	Rp 12.500
Rinso molto ultra rosefresh 750 ml	Rp 17.600	Rp 17.000	Rp 16.000
tissue jolly 1000gr	Rp 25.600	Rp 24.500	Rp 23.000
Gula pasir 1kg	Rp 9.900	Rp 9.500	Rp 9.400
kopi bubuk kapal tanker 370g	Rp 21.000	Rp 20.500	Rp 20.000
Masker Medishield 50s	Rp 120.000	Rp 117.500	Rp 115.000
Masker Grace 50 pcs	Rp 90.000	Rp 80.000	Rp 85.000
sabun mandi lifebuoy 250ml	Rp 21.000	Rp 20.900	Rp 19.000
Deterjen so klin pewangi 900ml	Rp 12.000	Rp 10.000	Rp 11.000
Vape one push 15 hari	Rp 14.000	Rp 13.900	Rp 12.800
Tissue nice facial 900gr	Rp 30.000	Rp 27.500	Rp 26.000
coffe mix super 3 in 1 30's x 20 g	Rp 36.500	Rp 35.900	Rp 34.800
baygon lavender 500ml	Rp 29.000	Rp 27.500	Rp 25.900

Sumber: Observasi dari lokasi

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa banyak harga item yang terdapat di TOP 100 Grand Batam Mall lebih mahal dibandingkan JC supermarket dan Indomaret. Setelah diobservasi selama 2 minggu, jumlah kunjungan dari JC Supermarket lebih ramai dibandingkan TOP 100 Grand Batam Mall dikarenakan Harga dari JC Supermarket lebih murah. Promosi merupakan suatu komunikasi antar penjual dan pembeli atau orang lain untuk mempengaruhi sikap dan perilaku(Agustina et al., 2018). Fungsi utama dalam strategi promosi yaitu agar

menyakinkan target pelanggan bahwa barang dan jasa yang ditawarkan tersebut memiliki keunggulan yang berbeda dibandingkan pesaing lainnya. TOP 100 Grand Batam Mall mengadakan promosi berupa Dengan cara Banyaknya diskon maupun potongan dengan pembelian jumlah barang membeli dua barang gratis satu barang pada setiap promo, membeli barang gratis 1 produk dan juga mengadakan *doorprize* dengan adanya kerjasama dengan pihak Grand Batam Mall, tetapi promosi tersebut tidak diketahui oleh konsumen ketika dia melakukan pembelian secara langsung di TOP 100 hal ini dikarenakan kurangnya iklan mengenai promosi yang ada di media. Ini merupakan salah satu hal agar pelanggan melakukan pembelian berulang serta setia terhadap perusahaan. Sehingga promosi termasuk bagian terpenting untuk memasarkan produk dan juga dapat menginformasikan para konsumen atas manfaat produk dalam pasar (Murnilawati et al., 2019)

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOP 100 GRAND BATAM MALL”**

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan diidentifikasi sesuai judul riset di atas adalah:

1. Jumlah kunjungan di TOP 100 Grand Batam Mall mengalami penurunan walaupun harga barang yang ditawarkan lebih murah.

2. Kurangnya informasi terkait Promosi yang diberikan oleh TOP 100 Grand Batam Mall.
3. Penjualan di Top 100 mengalami penurunan.

1.3 Pembatasan Masalah

Batasan masalah dalam riset ialah sebagai berikut ini:

1. Objek yang diteliti dalam riset adalah TOP 100 Grand Batam Mall.
2. Variabel terikat (dependen) yang diteliti dalam riset adalah Keputusan Pembelian
3. Variabel bebas (independen) yang diteliti dalam riset adalah Harga dan Promosi
4. Sampel yang dipergunakan dalam riset adalah masyarakat kota batam yang berbelanja di TOP 100 Grand Batam Mall

1.4 Perumusan Masalah

Berdasar latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas sehingga mendapatkan rumusan masalah dalam riset ialah:

1. Apakah terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian yang ada di TOP 100 Grand Batam Mall?
2. Apakah terdapat pengaruh antara Promosi terhadap keputusan pembelian yang ada di TOP 100 Grand Batam Mall?

3. Apakah terdapat pengaruh antara Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian yang ada di TOP 100 Grand Batam Mall?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan. Maksud yang hendak di capai pada pembahasan riset ialah:

1. Mengidentifikasi pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada TOP 100 Grand Batam Mall.
2. Mengidentifikasi pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada TOP 100 Grand Batam Mall.
3. Mengidentifikasi pengaruh Harga serta Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada TOP 100 Grand Batam Mall.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat riset yang diharapkan ialah sebagai berikut ini:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil riset ini di harapkan akan bermanfaat bagi mahasiswa, dan sekurang-kurangnya dapat bermanfaat bagi dunia pendidikan dalam menambah wawasan.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Semua tahapan riset serta hasil yang diperoleh akan memberikan wawasan dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh di bidang kajian pemasaran .

2. Bagi Universitas Putera Batam

Karya ini dimaksudkan untuk dimanfaatkan dalam komunitas akademik sebagai bahan referensi dan dokumen akademik yang berguna sebagai referensi.

3. Bagi Perusahaan

Hasil riset diharapkan menjadi suatu informasi yang bermanfaat dan berharga bagi pengembangan perusahaan agar menjadi lebih baik.