

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Usaha bisnis ritel di kota Padang mengalami perkembangan yang cukup pesat pada beberapa tahun terakhir ini dengan berbagai macam bentuk dan jenisnya. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya toko - toko ritel yang semakin banyak dari hari ke hari. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia ritel atau eceran itu sendiri berarti secara satu - satu; sedikit - sedikit (tentang penjualan atau pembelian barang; ketengan. Menurut Kotler dan Keller (2009:140) perdagangan eceran (*retailing*) meliputi semua aktivitas dalam menjual barang atau jasa langsung ke konsumen akhir untuk kebutuhan pribadi dan non bisnis.

Semakin ketatnya persaingan di bisnis ritel ini memaksa para produsen saling bersaing untuk berusaha menarik perhatian konsumen. Berbagai macam kegiatan dilakukan, seperti meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan kenyamanan suasana dalam berbelanja, atau melakukan potongan harga. Untuk dapat memenangkan persaingan agar tidak ditinggalkan konsumen, maka pelaku bisnis ritel harus mampu bersaing, salah satu hal yang dapat dilakukan adalah memahami dan memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen dengan selalu mengikuti perubahan yang terjadi.

Dalam memenangkan persaingan, peran bauran ritel (*retail mix*) sangatlah penting dan berpengaruh sekali. Tanpa adanya bauran ritel (*retail mix*) yang tepat bagi perusahaan eceran, maka pengecer akan mengalami kesulitan dalam

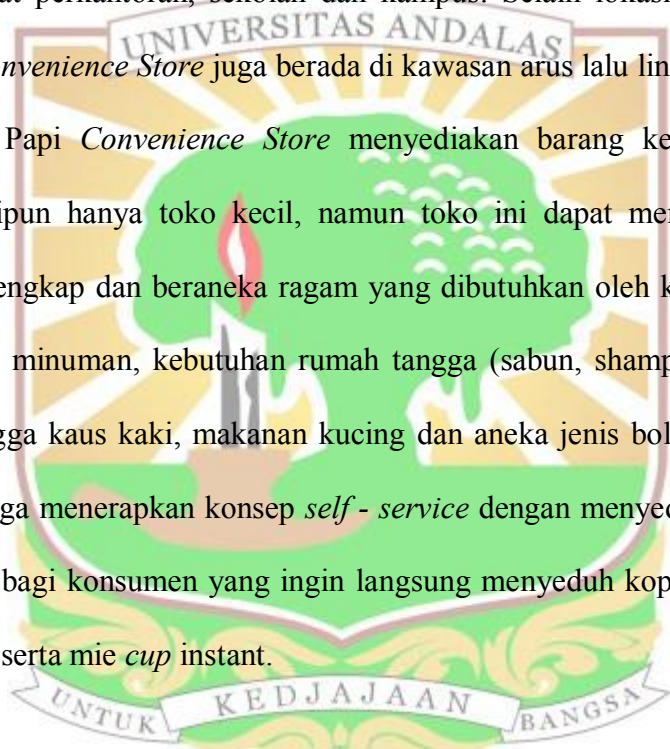
melakukan pemasaran dan memenangkan persaingan. Menurut Levy dan Weitz (2009:20), bauran ritel (*retail mix*) adalah kombinasi dari faktor-faktor yang digunakan peritel untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian. Elemen dalam bauran ritel (*retail mix*) terdiri dari lokasi (*location*), keragaman produk (*merchandise assortment*), harga (*pricing*), bauran komunikasi (*communication mix*), desain dan tampilan toko (*store design and display*), dan pelayanan konsumen (*customer service*).

Bauran ritel (*retail mix*) dapat membantu para pengecer mempertahankan keberadaannya di tengah - tengah persaingan yang ketat. Tidak hanya membantu para pengecer, bauran ritel (*retail mix*) juga membantu para konsumen untuk memilih toko ritel yang benar - benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Karena sebelum konsumen mengambil keputusan untuk memilih ritel atau toko, konsumen akan melakukan beberapa penilaian dan pertimbangan.

Menurut Levy dan Weitz (2012:80) keputusan memilih ritel merupakan rangkaian proses pembelian yang dalam hal ini konsumen memilih ritel yang akan mereka kunjungi. Keputusan memilih merupakan usaha konsumen untuk mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan objektif serta sasaran - sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing. Faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang berhubungan dengan rangsangan pemasaran adalah produk (merek, rasa, kemasan, kualitas), promosi (periklanan, *personal selling*, publisitas dan promosi penjualan), distribusi (aksesibilitas), serta pelayanan dan harga (Kotler dan Amstrong, 2009)

Salah satu ritel yang ada di Kota Padang adalah Kadai Papi *Convenience Store*. Kadai Papi *Convenience Store* merupakan sebuah toko yang terletak di jalan Veteran No. 37 Padang. Toko ini berdiri pada tanggal 25 Juni 2014. Meskipun demikian, Kadai Papi *Convenience Store* diminati oleh konsumen dari semua kalangan. Hal ini terlihat dengan selalu ramainya konsumen yang berbelanja di toko tersebut. Hal ini dikarenakan lokasinya yang strategis, yaitu berada di dekat perkantoran, sekolah dan kampus. Selain lokasi yang strategis, Kadai Papi *Convenience Store* juga berada di kawasan arus lalu lintas yang lancar.

Kadai Papi *Convenience Store* menyediakan barang kebutuhan rumah tangga. Meskipun hanya toko kecil, namun toko ini dapat menyediakan jenis barang yang lengkap dan beraneka ragam yang dibutuhkan oleh konsumen mulai dari makanan, minuman, kebutuhan rumah tangga (sabun, shampo, deterjen dan lain-lain), hingga kaus kaki, makanan kucing dan aneka jenis bola lampu. Selain itu, toko ini juga menerapkan konsep *self-service* dengan menyediakan air panas dan gelas *cup* bagi konsumen yang ingin langsung menyeduh kopi atau minuman instan lainnya serta mie *cup* instan.



Gambar 1.1
Fasilitas Kadai Papi *Convenience Store*

Ukuran toko yang tidak terlalu besar jika dibandingkan dengan pesaingnya, tidak menjadi penghalang bagi pihak manajemen Kadai Papi *Convenience Store* dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Namun Kadai Papi *Convenience Store* memiliki kelebihan yang sangat jarang tersedia di toko - toko ritel Kota Padang. Kelebihannya yaitu bagian luar toko Kadai Papi *Convenience Store* cukup luas, sehingga pihak manajemen Kadai Papi *Convenience Store* memanfaatkan kelebihan ini dengan menyediakan tempat duduk. Sehingga selain sebagai tempat berbelanja, Kadai Papi *Convenience Store* juga dapat dijadikan sebagai tempat berkumpulnya orang - orang, baik untuk sekedar “nongkrong” (*hang out*) dengan teman maupun pertemuan bisnis. Serta tersedia juga *wi - fi* serta listrik gratis untuk pengisian daya laptop dan *handphone*.



Gambar 1.2
Suasana Kadai Papi *Convenience Store* di Malam Hari

Untuk menutupi kelemahan yang dimiliki oleh Kadai Papi *Convenience Store*, yaitu bagian dalam toko yang tidak terlalu luas, pihak manajemen Kadai Papi *Convenience Store* menyiasatinya dengan menggunakan banyak rak di dalam toko. Hal ini bertujuan agar Kadai Papi *Convenience Store* tetap dapat menyediakan

produk yang lengkap dan beragam untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pihak manajemen Kadai Papi *Convenience Store* merancang *lay out* dan penataan toko dengan semenarik mungkin. Selain itu penempatan dan penyusunan produk dan rak disusun secara rapi tertatur, sehingga barang dapat dengan mudah dicari. Toko ini juga selalu terlihat bersih. Kadai Papi *Convenience Store* juga menciptakan suasana agar dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen. Seperti pemilihan lagu atau musik, pencahayaan di dalam dan di luar toko agar dapat terlihat jelas, menggunakan AC (*air conditioner*) agar memberikan suhu udara yang sejuk dan dingin, serta menggunakan aroma wewangian agar dapat meningkatkan *mood* konsumen dalam berbelanja.



Gambar 1.3

Bagian Dalam Kadai Papi *Convenience Store*

Kadai Papi *Convenience Store* juga memiliki karyawan yang terampil di bidangnya. Karyawan Kadai Papi *Convenience Store* yang peduli dan dapat melayani konsumen dengan baik. Dalam kemudahan transaksi pembayaran Kadai Papi *Convenience Store* memberikan fasilitas pembayaran secara kredit ataupun

debit, selain itu di Kadai Papi *Convenience Store* juga terdapat mesin ATM BCA. Kadai Papi *Convenience Store* juga menerapkan beberapa hal dalam melayani konsumennya. Seperti menerapkan 3S yaitu Senyum, Sapa dan Salam, sehingga Kadai Papi *Convenience Store* memiliki karyawan yang sopan dan ramah dalam melayani konsumen. Mewajibkan karyawannya menanggapi permintaan konsumen dengan cepat dan juga cepat tanggap dalam melayani konsumen. Hal ini agar konsumen tidak menunggu lama.

Meskipun banyak kelebihan yang diberikan oleh Kadai Papi *Convenience Store* kepada konsumennya, akan tetapi harga barang yang ditawarkan toko ini tidak jauh berbeda dengan para pesaingnya. Dalam hal komunikasi kepada konsumen, Kadai Papi *Convenience Store* Padang mengadakan iklan di koran, radio, atau pun media lainnya. Kadai Papi *Convenience Store* hanya mencantumkan papan nama di depan toko dengan jelas. Bentuk komunikasi yang terjadi adalah komunikasi publik, dalam hal ini konsumen lah yang melakukan promosi, baik itu melalui mulut ke mulut (*word of mouth*) atau pun melalui media sosial seperti *facebook*, *blackberry messenger*, *instagram*, *Path*, *Snapchat* dan lain - lain.



Gambar 1.4
Papan nama Kadai Papi Convenience Store dan ATM BCA

Berdasarkan beberapa uraian diatas maka dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor - faktor yang mempengaruhi seseorang untuk memilih Kadai Papi *Convenience Store*. Dalam penelitian ini akan digunakan variabel bauran ritel (*retail mix*), yaitu lokasi (*location*), keragaman barang (*merchandise assortment*), harga (*pricing*), bauran komunikasi (*communication mix*), desain dan tampilan toko (*store design and display*), dan pelayanan konsumen (*customer service*). Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang ada maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH *RETAIL MIX* TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH KADAI PAPI *CONVENIENCE STORE* PADANG”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis bahas bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi peneliti untuk melakukan penelitian di Kadai Papi *Convenience Store* Padang. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka rumusan masalah yang akan penulis bahas antara lain:

1. Apakah bauran ritel (*retail mix*) berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang?
2. Variabel bauran ritel (*retail mix*) manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang?

1.3. Tujuan Penelitian

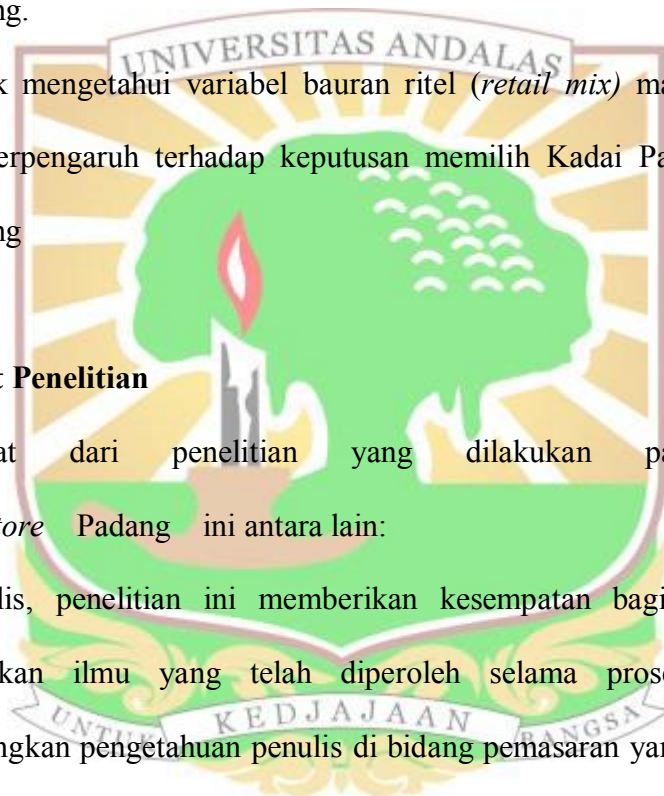
Dengan memperhatikan permasalahan yang telah di uraikan, maka dapat diuraikan tujuan dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui apakah bauran ritel (*retail mix*) berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang.
2. Untuk mengetahui variabel bauran ritel (*retail mix*) mana yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan pada Kadai Papi *convenience store* Padang ini antara lain:

1. Bagi penulis, penelitian ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyelaraskan ilmu yang telah diperoleh selama proses perkuliahan, mengembangkan pengetahuan penulis di bidang pemasaran yang telah menjadi ketertarikan penulis, meningkatkan kompetensi diri, kecerdasan intelektual dan emosional.
2. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga dapat dijadikan sebagai bacaan yang bermanfaat.



3. Bagi universitas, hasil studi ini dapat dipergunakan sebagai bahan referensi untuk pengembangan kualitas universitas selanjutnya di masa yang akan datang.
4. Bagi Kadai Papi *Convenience Store* Padang, adanya informasi yang diperoleh dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan, serta pedoman untuk melakukan perbaikan saat ini maupun di masa yang akan datang.

1.5. Sistematika Penelitian

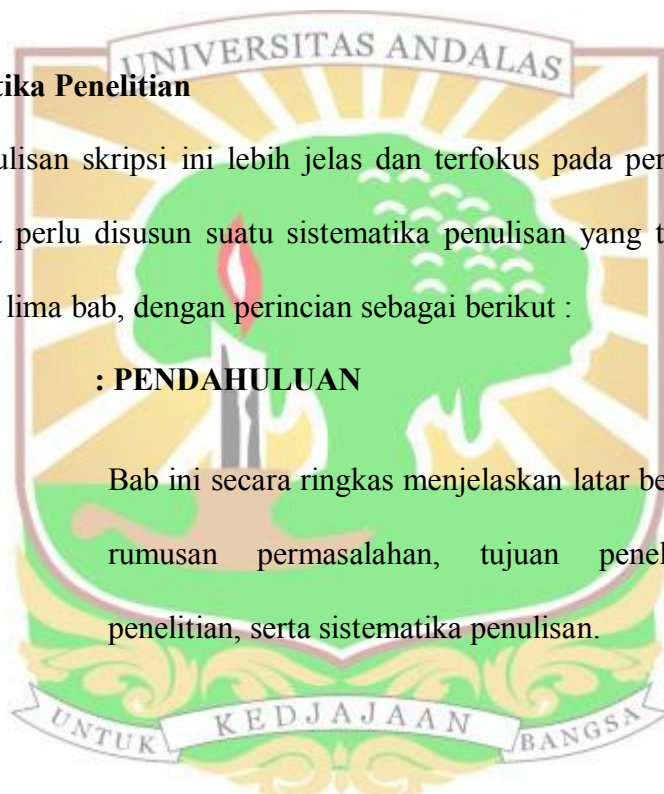
Agar penulisan skripsi ini lebih jelas dan terfokus pada permasalahan yang dibahas, maka perlu disusun suatu sistematika penulisan yang tepat. Skripsi ini disusun dalam lima bab, dengan perincian sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini secara ringkas menjelaskan latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori, kerangka konseptual, penelitian terdahulu serta pengembangan hipotesis penelitian.



BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, penentuan sampel penelitian, jenis dan sumber data yang diperlukan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, variabel penelitian dan defisini operasional variabel penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan gambaran umum perusahaan sampel sebagai objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, saran-saran yang diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak lain yang membutuhkan dan keterbatasan penelitian.

