

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki keanekaragaman makanan tradisional. Makanan tradisional ini sudah menjadi ikon oleh-oleh bagi para wisatawan yang datang ke daerah wisata Sumatera Barat. Jenis makanan ini biasanya dihasilkan oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang tersebar diseluruh wilayah Sumatera Barat. Pada era globalisasi saat ini persaingan dunia usaha mengalami perkembangan dan persaingan yang semakin ketat. Hal ini ditandai dengan semakin meningkatnya para pelaku usaha baru yang muncul dan pelaku usaha lama yang terus membenahi diri menjadi usaha yang lebih maju.

Salah satu daerah di Sumatera barat yang banyak dikunjungi oleh wisatawan dengan ikon oleh-olehnya yaitu keripik sanjai adalah Kota Bukittinggi. Semakin maraknya sentra oleh-oleh sanjai di Kota Bukittinggi saat ini menjadikan persaingan semakin kompetitif, sehingga para pengusaha sanjai berusaha meningkatkan strategi pemasarannya agar mampu menarik konsumen dan tidak kehilangan para konsumennya. Awal mula sejarahnya, keripik sanjai ini berproduksi pada suatu kampung di Bukittinggi yang bernama sanjai. Kemudian seiring berjalannya waktu, industri sanjai berkembang dan meluas keluar daerah sanjai hingga ke daerah Gantiang. Gantiang terletak pada Jl. Soekarno-Hatta yaitu jalan akses masuk ke Kota Bukittinggi dari Kota Pekanbaru, Provinsi Riau.

Kemudian daerah Gantiang berkembang menjadi pusat sentra sanjai di Kota Bukittinggi, dan hingga kini terdapat 8 sentra sanjai di daerah tersebut. Berikut adalah data perkembangan jumlah UKM Kerupuk Sanjai Di Kota Bukittinggi periode tahun 2007-2011.

Tabel 1.1
Perkembangan jumlah UKM Kerupuk Sanjai Di Kota Bukittinggi periode tahun 2011-2015.

No	Tahun	Jumlah Usaha
1	2011	113
2	2012	131
3	2013	132
4	2014	155
5	2015	182

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bukittinggi (2011 s/d 2015)

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pihak Diskoperindag Kota Bukittinggi, masih ada UKM yang menolak untuk dibina usahanya agar lebih maju, termasuk pengusaha sanjai tersebut. Untuk sentra sanjai yang berada di daerah gantiang hanya sanjai Ummi Afa Hakim saja yang bersedia untuk dibina, 7 sentra sanjai lainnya menolak untuk dibina oleh Diskoperindag, karena pada kenyataannya, bahwa dari hasil wawancara dengan pengusaha sanjai lebih lanjut, pihak Diskoperindag menyatakan salah satu alasan mereka tidak mau dibina adalah sudah merasa yakin dengan keberadaan usahanya. Sedangkan usaha sanjai yang belum lama berdiri dan belum cukup dikenal di pasaran mau untuk dibina oleh Diskoperindag, dengan alasan karena masih baru sehingga mereka

ingin meningkatkan pangsa pasar, skala usaha, dan meningkatkan penjualan. Hal tersebutlah yang dilakukan oleh sanjai Ummi Afa Hakim yang mau mengikuti pembinaan yang dilakukan oleh Diskoperindag Kota Bukittinggi.

Sanjai Ummi Afa Hakim berdiri pada tahun 1999. Hingga sekarang sudah memiliki 3 cabang di Kota Bukittinggi dan 1 cabang di Kota Padang. Sanjai Ummi Afa hakim berdiri lebih akhir jika dibandingkan dengan usaha sanjai lain yang sudah cukup dikenal dipasaran seperti sanjai Mintuo, Sanjai Sasuai, sanjai Nita, sanjai Keluarga, sanjai Dunsanak dan lain-lain. Namun sanjai Ummi Afa Hakim mampu berkembang cukup pesat. Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan pemilik Sanjai Ummi Afa Hakim, ia menyebutkan strategi pemasaran yang dilakukan menitik beratkan pada 4 hal, yaitu promosi, lokasi, pelayanan, dan tampilan toko yang disebut juga dengan store design & display.

Dalam upaya mendatangkan pelanggan dan akhirnya melakukan keputusan pembelian tidak mudah. Banyak faktor yang mempengaruhi hal tersebut baik dari faktor internal atau dari dalam diri konsumen ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan dari luar yang dilakukan oleh pelaku usaha (perusahaan), dimana dalam hal ini perusahaan harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen dalam hubungannya melakukan suatu keputusan pembelian. Pengusaha Sanjai Ummi Afa hakim menyampaikan bahwa tidak ada data pasti yang menyatakan berapa jumlah konsumen yang datang ke Sanjai Ummi Afa Hakim dan melakukan pembelian. Namun dari segi pendapatan terjadi peningkatan dari tahun ke tahun. Artinya dapat diambil kesimpulan bahwa terjadi peningkatan jumlah konsumen yang melakukan pembelian. Konsumen yang

datang tidak berasal dari Kota Bukittinggi saja, namun juga berasal dari berbagai daerah seperti Pekanbaru, Batam, Medan, Jakarta, Padang, dan daerah lainnya.

Untuk membangun sebuah usaha diperlukan adanya promosi produk. Kotler dan Armstrong (2012:76) menyebutkan promosi merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Dengan promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian. Salah satu promosi yang dilakukan oleh Sanjai Ummi Afa Hakim yaitu *Personal selling*, ia mempromosikan ke instansi-instansi pemerintah seperti Dinas Pariwisata. Nanti dinas pariwisata juga akan membantu mempromosikan pada tamu-tamu mereka yang datang dari luar daerah. Kemudian juga dengan mengikuti pameran-pameran dagang yang diselenggarakan oleh Pemerintah. Selain itu promosi juga dilakukan secara online yaitu melalui sosial media Instagram dengan nama “sentral_oleh2_ummi_aufa_hakim” kemudian facebook dengan nama “Ummi Afa Hakim” dan website dengan alamat “www.keripiksanjai-ummi.com”.

Faktor selanjutnya yang berpengaruh yaitu *customer service*. Menurut Levy & Weitz (2009), *customer service* yaitu serangkaian kegiatan dan program yang dilakukan oleh retailer untuk membuat pengalaman belanja lebih bermanfaat bagi para pelanggan mereka. Layanan *customer service* yang diberikan oleh Sanjai Ummi Afa hakim kepada konsumennya antara lain adalah kasir yang dilengkapi dengan mesin kasir dan komputer, mesin EDC (*Electronic data capture*) untuk melayani pembayaran dengan kartu debit ATM, dan pengepakan

barang dengan kardus agar keripik sanjai yang dibeli terlindungi dengan baik hingga dibawa kerumah oleh konsumen. Hal-hal tersebut disediakan agar konsumen yang datang terlayani dengan maksimal dan merasa nyaman sehingga diharapkan dapat mendorong terjadinya pembelian. Selain itu karyawan juga dilatih untuk langsung menyambut konsumen yang datang dan melayani secara personal agar konsumen yang mengalami kebingungan dapat bertanya langsung kepada karyawan. Semua layanan tersebut disediakan agar konsumen yang datang terlayani dengan maksimal dan merasa nyaman sehingga diharapkan dapat mendorong terjadinya pembelian.

Selanjutnya yaitu faktor lokasi, merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Menurut Levy dan Weitz (2009) lokasi toko merupakan keputusan yang penting karena lokasi merupakan pertimbangan utama keputusan konsumen dalam memilih toko. Sanjai Ummi Afa Hakim sudah memiliki 3 cabang di Bukittinggi yang semuanya mudah terlihat dari jalan raya yaitu tepatnya di Jl. Soekarno Hatta, Ganting, yang kedua Jl Soekarno Hatta, Manggis, dan yang ke tiga Jl. Jendral Sudirman, Birugo. Semuanya berada di tepi jalan raya yang merupakan akses masuk dan keluarnya wisatawan yang datang ke Kota Bukittinggi. Selain itu lokasi atau tempat Sanjai Ummi Afa Hakim ini juga memiliki tempat parkir yang cukup luas dan juga dijaga oleh satpam. Hal ini diharapkan dapat menarik konsumen untuk datang lalu melakukan pembelian.

Kemudian faktor yang mempengaruhi konsumen dalam berbelanja yaitu desain toko atau *store design and display*. Levy & Weitz (2009) mengatakan tujuan utama dari desain toko adalah untuk menerapkan strategi pengecer. Desain

harus konsisten dan dapat memperkuat strategi dengan memenuhi kebutuhan dari target pasar serta membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. *Store design and display* juga menjadi salah satu perhatian khusus bagi Sanjai Ummi Aufa Hakim. Dimana layout toko Sanjai Ummi Aufa Hakim diatur dengan gaya bebas atau disebut juga dengan gaya *free form layout*. Kemudian untuk display ruangan, barang diletakkan pada etalase, four-way fixture (rak empat arah) dan rak-rak yang disusun sejajar dengan keempat sisi dinding. Barang-barang disusun dan dikelompokkan sesuai dengan jenis dan ukurannya. Contohnya keripik sanjai dengan varian balado ukuran 500 gram diletakkan sesamanya. Hal ini diharapkan dapat menciptakan daya tarik dan kemudahan bagi konsumen serta menciptakan suasana belanja yang nyaman.

Seperti yang sudah disampaikan pada bagian awal pendahuluan, jumlah peningkatan pelanggan dari tahun ke tahun tidak diketahui dengan pasti. Namun berdasarkan wawancara yang dilakukan terjadi peningkatan pendapatan dan laba dari tahun ke tahun sebesar 15% hingga 30%. Maka dapat diambil indikasi dari peningkatan pendapatan dan laba tersebut bahwa juga terjadi peningkatan konsumen yang melakukan pembelian di Sanjai Ummi Aufa Hakim. Sebagian besar konsumen yang berbelanja tersebut berasal dari luar Kota Bukittinggi seperti Padang, Jambi, Jakarta, Medan, Pekanbaru dan berbagai daerah di Provinsi Riau. Bahkan konsumen yang datang juga ada yang berasal dari luar Indonesia yaitu Malaysia. Hal ini disebabkan karena konsumen yang datang dari luar daerah pada umumnya bertujuan untuk pergi berwisata ke Kota Bukittinggi. Karena Bukittinggi terkenal sebagai kota wisata yang memiliki keindahan alamnya.

Faktor promosi, *customer service*, lokasi dan *store design & display* diduga dapat mempengaruhi keputusan pembelian sehingga akan berdampak pada kelangsungan hidup suatu perusahaan karena berhubungan dengan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi, *Customer Service*, Lokasi, Dan *Store Design & Display* Terhadap Keputusan pembelian Pada Sanjai Ummi Aufa Hakim Di Kota Bukittinggi.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian pada latar belakang penelitian, maka pokok permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap Keputusan pembelian konsumen Pada Sanjai Ummi Aufa Hakim?
2. Bagaimana pengaruh *customer service* terhadap Keputusan pembelian konsumen pada Sanjai Ummi Aufa Hakim?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap Keputusan pembelian konsumen Pada Sanjai Ummi Aufa Hakim?
4. Bagaimana pengaruh *store design & display* terhadap Keputusan pembelian pada Sanjai Ummi Aufa Hakim?

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap Keputusan pembelian konsumen Pada Sanjai Ummi Aufa Hakim.

2. Untuk menganalisis pengaruh *customer service* terhadap Keputusan pembelian konsumen pada Sanjai Ummi Afa Hakim.
3. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap Keputusan pembelian konsumen Pada Sanjai Ummi Afa Hakim
4. Untuk menganalisis pengaruh *store design & display* terhadap Keputusan pembelian pada Sanjai Ummi Afa Hakim.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Akademisi

- a. Sebagai bahan rujukan mengenai promosi, *customer service*, lokasi dan *store design & display*, pada ritel/sentra usaha oleh-oleh khas daerah.
- b. Sebagai bahan referensi untuk penelitian di masa yang akan datang.

b. Bagi Praktisi

Sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi pengusaha tentang promosi, *customer service*, lokasi dan *store design & display* untuk meningkatkan kinerja toko/ritel mereka..

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan judul dan tujuan penelitian, maka Penulis membahas dan menganalisis tentang Pengaruh promosi, *customer service*, lokasi dan *store design*

& display terhadap keputusan pembelian Pada Sanjai Ummi Aufa Hakim di Kota Bukittinggi

1.6 Sistematika Penulisan

Pada pembahasan dan analisis penelitian ini terbagi menjadi 5 bagian dengan sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Merupakan tinjauan literatur yang membahas teori-teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, penelitian terdahulu, model kerangka pemikiran, keterkaitan antar variabel penelitian, dan pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Merupakan Metodologi penelitian yang berisi tentang pembahasan desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, operasionalisasi variabel dan kerangka penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Merupakan Pembahasan yang meliputi analisis yang telah dilakukan dan diuji temuannya.

BAB V : PENUTUP

Merupakan Penutup yang meliputi kesimpulan, implikasi penelitian, dan saran.

