

BAB I

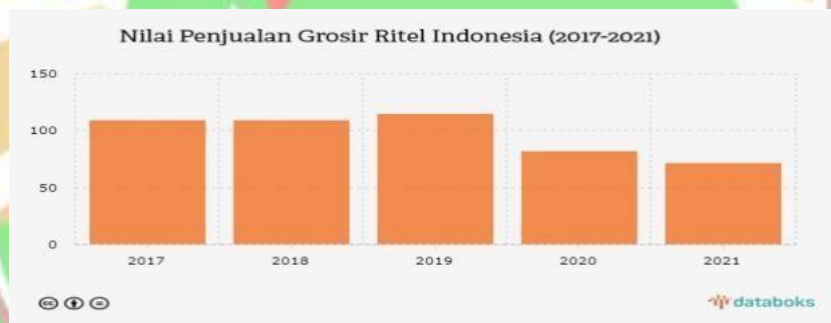
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor ritel telah mengalami kompetisi besar dalam persaingan ritel sebagai akibat dari pertumbuhan pesat teknologi informasi. Hal ini semakin sengit dengan munculnya berbagai minimarket, supermarket, swalayan dan departemen store yang membuat pesaing bisnis semakin kompetitif. Berbagai jenis toko ritel ini memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memilih tempat berbelanja. Menurut Hariyadi Sukamdani, presiden Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (Aprindo), persaingan di industri ritel Indonesia sangat ketat, dan ia menyarankan agar peritel dapat menentukan strategi yang tepat agar dapat bersaing. Pertumbuhan bisnis ritel yang terus meningkat ini sebagian besar dipicu oleh perubahan dalam kondisi ekonomi di Indonesia. Munculnya banyak toko ritel modern pada kota-kota besar dan seluruh daerah Indonesia menunjukkan kemajuan ekonomi negara.

Aprindo, Asosiasi Ritel Indonesia menyatakan bahwa industri ritel mengalami pertumbuhan sekitar 7-7,5% selama 1 semester tahun 201. Angka ini menunjukkan peningkatan signifikan dibandingkan dengan pertumbuhan tahun sebelumnya yang hanya mencapai 5%. Peningkatan pertumbuhan bisnis ritel ini dipicu oleh meningkatnya kebutuhan dan daya beli masyarakat, seiring dengan peningkatan pendapatan yang mereka raih.

Pada awalnya bisnis ritel didominasi oleh toko kaki lima, namun kini mengalami pergeseran ke arah yang lebih modern dengan munculnya banyak pelaku ritel seperti supermarket, minimarket, dan berbagai toko lainnya. Fenomena ini menggantikan sebagian pasar tradisional dan warung kelontong. Bisnis ritel lebih menjadi populer dikalangan pengusaha karena potensi keuntungan yang besar. Meskipun demikian, mencapai keuntungan maksimal terkadang diiringi oleh penurunan bisnis bagi sebagian pengusaha dalam menjalani bisnis ritel. Menurut informasi data box pada tahun 2022, terdapat catatan bahwa penjualan ritel di Indonesia mengalami penurunan dalam kurun tiga tahun terakhir. Berikut adalah data penjualan ritel di Indonesia dari tahun 2017-2022 :



Gambar 1. 1 Data Penjualan Ritel di Indonesia

Sumber : Katadata.co.id (2022)

Dari gambar diatas, terlihat bahwa penjualan ritel mengalami penurunan selama tiga tahun terakhir, disebabkan adanya pandemi covid-19 yang mengakibatkan berkurangnya aktivitas berbelanja di sektor ritel. Pada tahun 2021, penjualan ritel mengalami penurunan sebesar 12,4% dan pada tahun 2020 terdapat penurunan signifikan sebesar 28,9% dari tahun 2019. Sementara itu, dalam rentang lima tahun terakhir, penjualan ritel mencapai puncak tertinggi pada tahun 2019.

Seiring berjalannya waktu, manusia tidak hanya familiar dengan transaksi jual beli di pasar tradisional, tetapi juga mengenal aktivitas transaksi jual beli yang bersifat modren. Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi kemajuan pesat dalam bisnis ritel di Indonesia. Bisnis ritel dijelaskan sebagai kegiatan penjualan produk atau barang dengan menggunakan sistem swalayan. Produk yang dijual meliputi barang dagangan seperti kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan sehari-hari. Penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir, yang mana bertujuan untuk penggunaan pribadi bukan untuk keperluan bisnis, disebut sebagai bisnis ritel.

Banyaknya minimarket yang berbasis waralaba seperti Damar Plaza, SJS Plaza dan banyak lainnya saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat yang telah meningkatkan persaingan terutama di Kota Padang. Dampak dari pertumbuhan ini adalah pelanggan memiliki lebih banyak opsi dalam memilih tempat berbelanja mereka. Untuk mengatasi tantangan ini, Pemerintah Kota Padang memperkenalkan Yossie Swalayan sebagai sebuah toko ritel modren yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Yossie Swalayan adalah salah satu diantara supermarket di Kota Padang, Yossie Swalayan adalah tempat yang tepat untuk menemukan produk berkualitas dengan harga yang terjangkau dan beragam, termasuk barang-barang yang sudah ada sejak lama dan barang-barang yang baru dirilis di Indonesia.

Data swalayan di Kota Padang dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1. 1 Daftar Swalayan di Kota Padang

NO	Nama Toko Ritel	Jenis	Tahun Didirikan	Cabang
1	Citra Swalayan	Minimarket	1996	9
2	Singgalang Mart	Minimarket	1999	2
3	Rilli Swalayan	Minimarket	2001	3
4	Yossie Swalayan	Minimarket	2002	2
5	Rio Swalayan	Minimarket	2003	1
6	Wahyu Swalayan	Minimarket	2011	2
7	Budiman	Minimarket	2014	9
8	Senang Swalayan	Minimarket	2015	1
9	Minang Mart	Minimarket	2016	2
10	Aciak Mart	Minimarket	2016	7

Sumber: data diolah (2023)

Pada tabel 1.1 dapat kita lihat ada beberapa toko ritel di Kota Padang namun yang menjadi fokus penelitian ini adalah Yossie Swalayan. Di kota Padang Yossie swalayan sudah lama berdiri namun tetap masih bisa bersaing dengan ritel - ritel yang baru didirikan. Yossie swalayan telah mendirikan 2 cabang di Kota Padang. Hal ini terbukti dengan penawaran harganya lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya, lokasi toko yang strategis dan membuat konsumen nyaman untuk memarkirkan kendaraannya dan suasana yang diciptakan memberikan kenyamanan saat berbelanja dan memberikan keyakinan kepada mereka sehingga membuat keputusan untuk memilih melakukan pembelian di toko ini. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa keputusan akhir yang dilakukan oleh individu saat membeli barang dan jasa untuk menjadi konsumsi bersama disebut dengan keputusan pembelian.

Kota Padang ialah suatu daerah di Sumatera Barat yang dengan jumlah penduduk terbesar. Berdasarkan data dari BPS pada tahun 2022, jumlah penduduk Kota Padang mencapai 919.145 jiwa. Dimana dengan padatnya masyarakat Kota Padang membuat permintaan barang untuk memenuhi segala kebutuhannya meningkat. Peningkatan jumlah swalayan ataupun jenis ritel lainnya di Kota Padang menyebabkan persaingan yang ketat. Yossie Swalayan perlu memiliki strategi yang tepat sasaran untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan keuntungannya.

Bagi pemasar, rencana pemasaran dipengaruhi oleh mekanisme kunci yaitu keputusan pembelian. Dalam menjalankan bisnis secara berkelanjutan, perusahaan ritel perlu memperhatikan tindakan mereka, mengingat pelanggan memiliki fleksibilitas dalam berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusan.

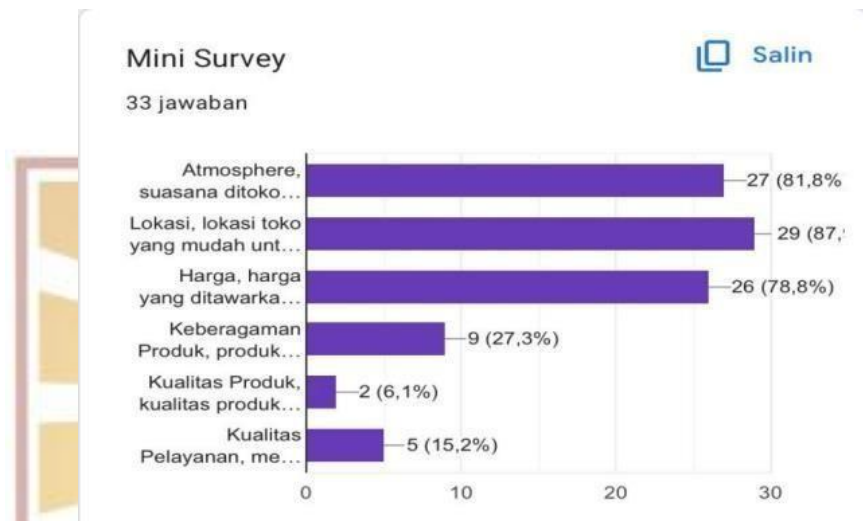
Suasana toko ialah salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Menurut Paramitta dan Sofiani (2023) store atmosphere mempengaruhi emosi pembeli yang selanjutnya dapat mendorong atau menghambat pembelian. Pengaruh suasana toko ini bisa memberikan kesan yang akan mendorong peningkatan pembelian atau hanya pembelian yang terbatas. Tata letak produk yang teratur dan mudah diakses membantu konsumen menemukan barang yang mereka cari dengan lebih efisien, kebersihan yang sangat terjaga dan pencahayaan yang optimal menciptakan suasana yang memberikan kenyamanan kepada konsumen saat berbelanja di Yossie Swalayan.

Lokasi juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian (Rivaldo, dkk 2021) .Lokasi toko yang mudah dijangkau menjadi pertimbangan konsumen saat berbelanja, karena ini dapat menghemat tenaga dan waktu mereka. Hal ini dilakukan oleh Yossie Swalayan yang menempatkan toko mereka dekat dengan jalan raya dan menyediakan fasilitas parkir, sehingga konsumen yang datang dapat dengan mudah parkir kendaraan mereka saat mengunjungi Yossie Swalayan. Meskipun tempat parkir yang tersedia di Yossie Swalayan tidak terlalu luas, namun lingkungannya selalu dijaga kebersihannya. Yang lebih penting lagi, tidak ada biaya parkir yang dikenakan atau parkir gratis. Hal ini memberikan keunggulan tersendiri bagi Yossie Swalayan dibandingkan dengan toko ritel lainnya.

Harga merupakan salah satu faktor yang turut mendukung keputusan pembelian konsumen di Yossie Swalayan. Biaya yang perlu dibayarkan oleh konsumen guna mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan disebut sebagai harga (Kotler dan Armstrong, 2018). Yossie Swalayan menawarkan harga yang lebih ekonomis dibandingkan dengan yang lain seperti X Mart, Aciak Mart dan lainnya. Strategi penetapan harga di Yossie Swalayan didasarkan pada pertimbangan yang cermat, mengutamakan nilai, manfaat dan kualitas produk. Hal ini membuat harga-harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh masyarakat kota Padang dan oleh karena itu, banyak konsumen memilih berbelanja di sana karena pertimbangan harga yang lebih terjangkau.

Untuk mengetahui secara umum tentang keputusan pembelian konsumen di Yossie Swalayan, peneliti melakukan mini survey terhadap 33 responden buat

meneliti faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian di Yossie Swalayan, sebagaimana ditampilkan pada gambar berikut :



Gambar 1. 2 Data yang diolah peneliti (2023)

Dari hasil survei terhadap 33 responden, ternyata variabel suasana toko, lokasi dan harga lebih mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Yossie Swalayan. Dengan jumlah 33 responden, hasil survey menjadi lebih andal dan dapat diandalkan.

Berdasarkan latar belakang dan survei tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Suasana Toko, Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yossie Swalayan Kota Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang diatas, maka rumusan persoalan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh suasana toko terhadap Keputusan pembelian konsumen Yossie Swalayan di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap Keputusan pembelian konsumen Yossie Swalayan di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap Keputusan pembelian konsumen Yossie Swalayan di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yang dibahas adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko terhadap Keputusan pembelian konsumen Yossie Swalayan Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap Keputusan pembelian konsumen Yossie Swalayan Kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap Keputusan pembelian konsumen Yossie Swalayan Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat-manfaat yang diharapkan bisa diperoleh dari adanya penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberi pembaca pemahaman baru tentang pemasaran yang terkait dengan suasana toko, lokasi dan harga.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi pengusaha ritel meningkatkan keuntungan mereka dengan menciptakan *store atmosphere* yang menarik dan nyaman, lokasi dan harga. Selain itu, diharapkan juga dapat membantu pengusaha ritel meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini fokus membahas mengenai pengaruh suasana toko, lokasi dan harga terhadap Keputusan pembelian konsumen Yossie Swalayan Kota Padang.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dipahami, penulis akan memberikan gambaran singkat tentang struktur keseluruhan dengan pembagian menjadi lima bab yang terdiri dari:

BAB I : Pendahuluan

Bagian ini melibatkan penjelasan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB II : Tinjauan Literatur

Dalam bagian ini, akan dibahas kerangka teoritis, review literatur dari penelitian sebelumnya, pengembangan hipotesis, dan konsep kerangka kerja penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Bagian ini berisi desain penelitian, populasi dan sampel, jenis data dan sumbernya, serta skala pengukuran variabel, definisi operasional variabel, dan metode analisis data

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi pengelolaan data penelitian, hasil analisis data penelitian, pengujian hipotesis dan pembahasan yang diteliti dalam penelitian ini.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi kesimpulan, kendala peneliti serta saran untuk penelitian selanjutnya.

