

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia saat ini tengah waspada dengan penyebaran sebuah virus yang dikenal dengan virus corona. *Coronaviruses (CoV)* merupakan bagian dari keluarga virus yang menyebabkan penyakit mulai dari flu hingga penyakit yang lebih berat seperti *Middle East Respiratory Syndrome (MERS-CoV)* and *Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS-CoV)*. Penyakit yang disebabkan virus corona, atau dikenal dengan COVID-19 adalah jenis baru yang ditemukan pada tahun 2019 dan belum pernah diidentifikasi menyerang manusia sebelumnya (World Health Organization, 2019). Karena penularan virus corona yang sangat cepat inilah Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menetapkan virus corona sebagai pandemi pada 11 Maret 2020. Status pandemi atau epidemi global menandakan bahwa penyebaran COVID-19 berlangsung sangat cepat hingga hampir tak ada negara di dunia yang dapat memastikan diri terhindar dari virus corona (Widiyani, 2020). Seperti yang kita ketahui bersama bahwa covid-19 sedang menjadi permasalahan utama di dunia, salah satunya Indonesia. Sejak Desember 2019 pandemi Covid-19 telah melanda dunia. Sejak dilaporkan kasus pertama di Indonesia pada 2 maret 2020 pandemi berbahaya ini telah meresahkan seluruh masyarakat. Sejak saat itu, setiap hari kasus yang terkonfirmasi terus bertambah dan pada pelaporan terakhir pada tanggal 15 Januari 2021 kasus yang

terkonfirmasi positif diseluruh Indonesia telah mencapai 858.000 orang, yang sembuh sudah 703.000 dan meninggal 24.951 orang.

Salah satu cara untuk mencegah terinfeksi virus corona adalah dengan meningkatkan daya tahan tubuh atau sistem imun tubuh. Pada dasarnya, tubuh manusia memiliki sistem imun untuk melawan virus dan bakteri penyebab penyakit. Namun, ada hal-hal yang dapat melemahkan sistem imun atau daya tahan tubuh seseorang seperti penuaan, kurang gizi, penyakit, bahkan obat-obatan tertentu. Oleh karena itu, fungsi sistem imun perlu senantiasa dijaga agar daya tahan tubuh kuat. Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan imun tubuh adalah mengonsumsi makanan bergizi, berolahraga dengan rutin, mengelola stres dengan baik, beristirahat yang cukup, mengonsumsi suplemen penunjang daya tahan tubuh (Meva, 2020). Salah satu suplemen penunjang daya tahan tubuh dapat berupa tanaman rempah-rempah seperti kunyit, buah pala, kayu manis, jahe, lada hitam dan cengkeh.

Rempah-rempah merupakan tumbuhan hasil bumi dimana digunakan sebagai obat-obatan dan bumbu masakan. Karena kaya akan manfaat rempah-rempah menjadi komoditi yang paling dicari di dunia. Rempah-rempah sendiri banyak dijual pada toko ritel yang berada di pasar. Ritel merupakan alur perekonomian dimana ritel berfungsi menyalurkan barang ke tangan akhir konsumen untuk dikonsumsi. Ritel terbagi menjadi 2 yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Bila dilihat dari segi harga dan kualitas dari keduanya hampir sama, jika dilihat dari letak lokasi ritel tradisional lebih strategis karena lebih dekat dengan pembeli. Semakin berkembangnya bisnis ritel di Indonesia ini disebabkan

oleh berubahnya tingkat pendapatan dan budaya masyarakat sehingga membuat kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat (Asbudin et al., 2019). Selama periode Mei tahun 2020 tingkat pertumbuhan penjualan ritel tercatat sebesar 22,9% angka tersebut menurun dibandingkan bulan April 2020 sebesar -16,9% di mana data yang tercatat dengan perkembangan penjualan ritel yang ada di Indonesia ini diperbaharui setiap bulan dengan berdasarkan nilai *mean* 8,8% dari bulan Januari 2011 hingga Mei 2020 dengan 113 kali observasi pada bulan Desember 2013 memiliki catatan angka tertinggi sebesar 28,2% sedangkan untuk catatan terendah dengan nilai -22,9% (Nasruddin, 2020). Usaha ritel telah memberikan dampak yang besar terhadap perekonomian sehingga membuat ketertarikan orang dalam berbisnis semakin tinggi. Bisnis ritel merupakan bisnis yang menjanjikan saat ini dimana pertumbuhan ritel yang pesat dari tahun ke tahun.



Tabel 1.1
Pencapaian Ritel di Indonesia

| Tahun | Pencapaian ritel (Rp) |
|-------|-----------------------|
| 2016 | 205 triliun |
| 2017 | 212 triliun |
| 2018 | 233 triliun |
| 2019 | 256 triliun |

Sumber: <http://www.aprindo.id> (2019)

Tabel diatas menunjukkan pencapaian ritel dalam rentang waktu tahun 2016-2019 yang dikeluarkan oleh APRINDO (Asosiasi Pengusaha Indonesia). Dapat dilihat dari tahun 2016-2020 pencapaian ritel terus meningkat dimana pencapaian tertinggi ada pada tahun 2019 yaitu 256 triliun.

Tujuan penjualan ritel yaitu menciptakan tersediannya pilihan untuk kombinasi yang sesuai dengan diinginkan oleh konsumen, memberikan penawaran berupa produk dan jasa pelayanan berupa unit yang cukup kecil sehingga memungkinkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya, *ready exchange of value* (menyediakan pertukaran nilai tambah dari produk), menyediakan transaksi dengan konsumennya. Pengecer merupakan istilah bagi orang yang melakukan penjualan barang pada toko ritel. Pengecer yang dapat terhubung dengan pelanggan mereka dengan memberikan informasi yang ditargetkan dan menawarkan nilai yang berbeda dan memiliki potensi untuk menciptakan keterlibatan pelanggan yang mendalam. Teknologi dapat membantu pengecer menargetkan konsumen yang tepat, teknologi juga memungkinkan konsumen untuk membuat keputusan dengan informasi yang lebih baik produk atau layanan mana yang dikonsumsi. Namun, tidak semua keputusan konsumen bergantung pada pencarian informasi yang luas dan terperinci proses pengambilan keputusan. Beberapa keputusan bersifat spontan, dihasilkan cepat saat berbelanja online atau di toko, sering diminta oleh presentasi visual yang strategis dan bermacam-macam barang dagangan dibuat oleh pengecer (Grewal et al., 2017).

Salah satu toko ritel tradisional rempah-rempah adalah toko ANDA. Toko ANDA merupakan salah satu toko ritel terbesar yang menjual berbagai jenis rempah-rempah yang berada di pasar Solok. Toko ANDA sendiri sudah ada sejak tahun 1960 dan saat ini sudah dikelola oleh generasi kedua. Merek ANDA sendiri diambil dari singkatan nama *owner* sendiri yaitu Anis Endah. Banyak tantangan

yang dihadapi *owner* untuk membesarkan nama ANDA sendiri. Saat ini toko ANDA sudah mampu menciptakan resep masakan seperti bumbu sup sendiri yang diolah dari berbagai jenis macam rempah-rempah. Toko ANDA sendiri memiliki kompetitor yang kuat dikelas rempah-rempah yaitu toko Selamat, toko Selamat ini merupakan toko rempah-rempah dimana pemiliknya merupakan etnis keturunan india.

Survei dilakukan mengenai hal-hal apa saja yang membuat konsumen ingin berbelanja di toko ANDA. Terdapat 30 responden yang diwawancarai, hasil yang didapat yaitu hal apa yang membuat konsumen berbelanja di toko ANDA yang pertama dan yang paling banyak adalah dari aspek lokasi yaitu 13 orang, konsumen ingin merasakan kemudahan dalam berbelanja. Dengan lokasi yang mudah diakses oleh konsumen maka semakin besar kemungkinan konsumen akan berbelanja di lokasi tersebut. Selanjutnya yang kedua adalah aspek keragaman produk yaitu 10 orang, karena konsumen ingin merasakan kemudahan dalam berbelanja yang ingin berbelanja dalam satu tempat saja tanpa perlu harus berpindah-pindah tempat berbelanja. Sebanyak 7 orang menjawab dengan alasan lain yang berbeda-beda.

Usaha ritel membutuhkan strategi terpadu agar di dalam pengambilan keputusannya tidak menyebabkan kerugian bagi perusahaan ritel. Bauran penjualan ritel terdiri dari berbagai strategi yang digunakan untuk mendorong pembeli melakukan transaksi dengan pedagang ritel lainnya. Menurut Weitz (2012) *ritel mix* adalah perpaduan dari berbagai faktor yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembeli.

Retailing mix terdiri dari : pemilihan barang dagang, penetapan harga, lokasi, suasana lingkungan toko, iklan dan promosi, penjualan langsung, pelayanan.

Lokasi menjadi hal yang sangat harus di perhatikan dalam ritel. Menurut Render (2015) lokasi adalah suatu faktor yang mempengaruhi biaya maupun pendapatan yang seringkali dapat mempengaruhi suatu strategi bisnis dan lokasi diharapkan dapat memberikan memaksimalkan keuntungan yang didapat dari perusahaan. Lokasi merupakan komponen utama dari sebuah struktur fisik perusahaan sebagai bentuk sebuah kesan usaha yang dilakukan untuk memberikan bukti nyata dalam penetapan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan sebuah saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen (Utami, 2017). Lokasi sebaiknya dapat menarik pembeli dan membantu dalam menghasilkan keuntungan (Agus Wahyudi dkk., 2016). Tempat yang strategis tidak hanya memberi keuntungan bagi penjual tapi juga konsumen. Kemudahan dalam mencapai lokasi akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membeli produk ditempat tersebut.

Selain lokasi, keragaman produk juga menjadi faktor yang menjadi keputusan konsumen dalam berbelanja. Keragaman produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa konsumen lebih tertarik dengan keragaman produk yang dijual dan variasi produk yang lengkap dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen, maka dapat dikatakan bahwa keragaman produk tersebut sangat berhubungan dengan perilaku konsumen itu sendiri yang merupakan sebuah proses dalam melakukan keputusan pembelian. Bahkan tidak sedikit konsumen yang mengurungkan niat

belinya karena produk yang di cari tidak tersedia, sebaliknya ketika produk yang dicarinya tersedia bahkan terdapat variasi produk yang lebih lengkap maka tingkat kepuasan konsumen akan bertambah dan dapat diyakini konsumen akan melakukan pembelian ulang dilain waktu dan bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di toko tersebut sehingga *brand image* konsumen terhadap toko tersebut akan meningkat.

Bagi para pelaku usaha ritel keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen itu sangat penting. Menurut Kotler (2014) keputusan pembelian itu adalah keputusan akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Pengambilan keputusan yang dilakukan merupakan salah satu cara seseorang untuk melakukan pembelian barang atau jasa yang akan digunakan untuk mendapatkan kualitas produk yang baik. Atas berbagai faktor akan menyebabkan terjadinya keputusan pembelian. Menurut Kotler (2016) ada lima tahap proses keputusan pembelian yaitu identifikasi masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

Berdasarkan hal tersebut timbul ketertarikan melakukan penelitian pengaruh lokasi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen toko rempah-rempah ANDA untuk menentukan hasil yang lebih baik dan berguna nantinya di kemudian hari bagi semua pihak. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **PENGARUH LOKASI DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN** ”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen toko rempah-rempah ANDA di Solok?
2. Bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen toko rempah-rempah ANDA di Solok?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah

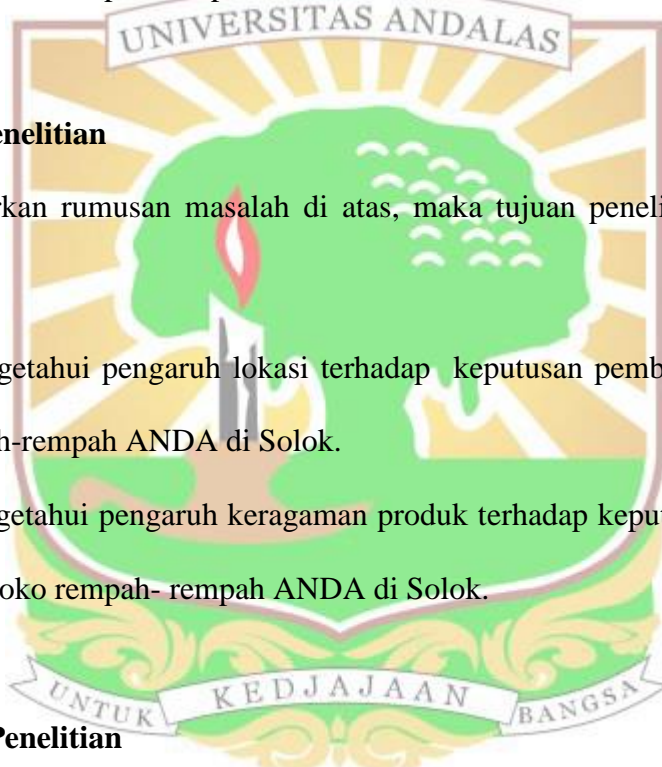
1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen toko rempah-rempah ANDA di Solok.
2. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen toko rempah- rempah ANDA di Solok.

1.4 Manfaat Penelitian

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

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini sangat bermanfaat untuk untuk menambah wawasan pembaca tentang konsep lokasi, keragaman produk dan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi peneliti yang akan



melakukan penelitian mengenai lokasi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi toko ritel rempah- rempah dalam meningkatkan penjualan.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada toko rempah-rempah ANDA di Solok.

1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

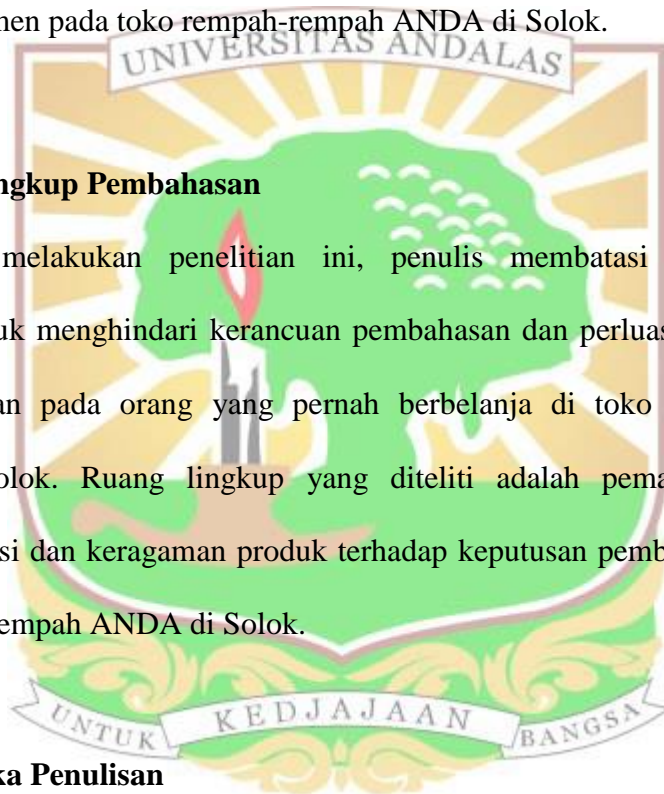
Dalam melakukan penelitian ini, penulis membatasi ruang lingkup penelitian untuk menghindari kerancuan pembahasan dan perluasan pembahasan yang dilakukan pada orang yang pernah berbelanja di toko rempah-rempah ANDA di Solok. Ruang lingkup yang diteliti adalah pemahaman tentang pengaruh lokasi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen toko rempah-rempah ANDA di Solok.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan, penelitian terdiri dari 5 bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Dalam pendahuluan, berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.



BAB II : Tinjauan Literatur

Dalam bab ini akan menguraikan landasan teori yang digunakan sebagai acuan perbandingan untuk membahas masalah yang diangkat berdasarkan teori-teori yang ada, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, serta kerangka pemikiran.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel penelitian serta teknik analisis.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan deskripsi objek penelitian yang digunakan dan hasil pengolahan data yang telah diperoleh beserta interpretasinya.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini memuat tentang kesimpulan yang diperoleh berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, serta memuat tentang saran yang berguna bagi pihak-pihak yang bersangkutan dan penelitian selanjutnya.

