

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan semakin pesatnya perkembangan dunia bisnis terutama dalam hal bisnis eceran, membuat usaha di bidang ini menarik minat para pelaku usaha, karena selain bisnis ini sedang trend juga dapat memberikan prospek yang cukup cerah selain deregulasi yang dilakukan oleh pemerintah semakin aspiratif terhadap iklim usaha serta kesejahteraan masyarakat di bidang ekonomi secara umum menunjukkan gejala yang terus meningkat, dengan sendirinya meningkatkan daya beli masyarakat akan berbeaga kebutuhan. seperti saat ini selain department store dan tempat-tempat perbelajaan lainnya, swalayan juga mendominasi bisnis eceran di Indonesia. Ratusan bahkan ribuan swalayan di sluruh tanah air, menjajakan barang dagangannya dengan sistem pelayanan sendiri.

Dalam dunia usaha khususnya pada bagian pemasaran, saat ini sedang mengalami persaingan yang semakin meningkat. Pemasaran mempengaruhi hampir semua segi di kehidupan sehari-hari dan memigang peranan yang sangat besar dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Jadi suatu sistem pemasaran yang efektif adalah penting bagi masa depan bangsa.

Konsep pemasaran menempatkan pembeli sebagai pusat kegiatan pemasaran. Hal ini berarti untuk kebutuhan dan keinginan pembeli harus dimasukkan ke dalam produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Sedangkan

pembeli dengan sumber-sumber yang terbatasakan memaksimalkan kepuasan mereka. Bagi perusahaan, pemasaran tidak hanya menjual dan memasang iklan atau mencari keuntungan semata, tetapi lebih mengarah pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Seiring dengan majunya peradaban manusia dan perubahan lingkungan yang terjadi setiap saat, maka akan membawa perubahan terhadap perilaku kehidupan manusia baik secara individual maupun sosial, termasuk membawa pengaruh terhadap perilaku dan pola hidup konsumen dalam memilih barang dan tempat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Dengan meningkatnya kebutuhan hidup, salah satu usaha perdagangan yang keberadaannya sangat di butuhkan oleh masyarakat saat ini adalah usaha dibidang pertokoan atau swalayan. Perilaku konsumen merupakan hal yang sangat penting guna menarik dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, karena memahami perilaku konsumen dapat memberikan petunjuk mengenai bagaimana cara mencari selera pembeli agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli, harga yang terjangkau oleh semua lapisan masyarakat, kualitas atau kelengkapan produk yang baik, dan pemilihan lokasi yang strategis.

Kendala yang sering dihadapi oleh pihak manajemen swalayan dalam membuat dan menerapkan strategi pemasarannya adalah kurangnya informasi yang akurat mengenai perilaku konsumen, sehingga pihak

manajemen perlu mencari dan mengumpulkan informasi tentang konsumen agar dapat menarik dan mempertahankan pembeli agar tetap berbelanja di swalayan yang telah di sediakan.

Saat ini berbagai macam pusat perbelanjaan eceran mulai bermunculan dalam berbagai bentuk dan ukuran. Beberapa contoh bentuk pusat perbelanjaan eceran misalnya minimarket dan swalayan. Dengan semakin banyaknya dijumpai pusat perbelanjaan diberbagai tempat, maka keberadaannya di tengah-tengah masyarakat menjadi semakin penting saat ini. Hal ini disebabkan karena adanya perubahan cara pandang konsumen terhadap minimarket dan swalayan itu sendiri. Kadang konsumen berbelanja tanpa memandang produk atau merek yang spesifik dalam pikirannya, tetapi hanya sekedar keinginan untuk keluar dari rumah meliahat-lihat untuk menghabiskan waktu senggang.

Di Kecamatan Arjasa terdapat banyak swalayan dengan tempat yang strategis, seperti halnya swalayan 916, swalayan H&R, dan swalayan Hj.Tin. swalayan tersebut termasuk dalam swalayan yang cukup besar untuk wilayah Kecamatan Arjasa. Suatu swalayan tentu saja memiliki banyak perbedaan dalam segi penempatan harga dan juga kelengkapan produknya, maka dalam hal ini jika dilihat dari jumlah pengunjung atau konsumen swalayan H&R merupakan swalayan yang memiliki konsumen yang paling banyak dari pada swalayan lainnya. Swalayan H&R merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang lokasinya berada di Kec. Arjasa sebelah timur alun-alun, yang menyediakan berbagai macam produk kebutuhan seperti

makanan dan minuman, produk kecantikan, perlengkapan rumah tangga, perlengkapan bayi, dan lain sebagainya, dengan berbagai pilihan merek agar konsumen dapat menentukan dan memilih sendiri barang yang diinginkan.

Untuk menunjang itu semua, suasana swalayan dibuat menjadi sedemikian menarik sehingga konsumen tertarik dan betah berbelanja di tempat itu. Karyawan diharapkan tidak hanya sekedar melayani permintaan, pencarian, dan pembayaran atas barang yang dibeli oleh konsumen, tetapi juga dituntut untuk bekerja secara terampil, bersikap ramah serta berpenampilan yang sopan dan rapi dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen, karena hal ini bisa menjadi nilai tambah tersendiri dari konsumen terhadap swalayan tersebut, sehingga bisa digunakan sebagai alasan bagi konsumen untuk berbelanja kembali di kemudian hari.

Dalam melakukan pembelian, konsumen selalu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian terhadap produk-produk yang di sediakan oleh swalayan H&R, tentu saja swalayan harus memiliki kelengkapan produk, tempat atau lokasi yang strategis, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang memuaskan konsumen harus selalu diperhatikan.

Faktor-faktor tersebut diduga mempunyai pengaruh terhadap perilaku dan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Maka penulis mencoba melakukan penelitian dengan mengadakan analisis melalui faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian

sehingga dalam penulisan skripsi ini penulis mengambil judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Di Swalayan H&R Kec. Arjasa”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas maka peneliti menetapkan rumusan masalah yang terkait dengan penelitian ini guna menjawab segala permasalahan yang ada. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam berbelanja di Swalayan H&R ?
- b. Bagaimana faktor produk, lokasi, harga, dan pelayanan dalam mempengaruhi konsumen dalam berbelanja di swalayan H&R Kec. Arjasa ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti dalam melakukan penelitian ini, yakni:

- a. Untuk mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen dalam berbelanja di Swalayan H&R.
- b. Untuk mengetahui bagaimana faktor produk, lokasi, harga, dan pelayanan dalam mempengaruhi konsumen dalam berbelanja di swalayan H&R Kec. Arjasa.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja di swalayan H&R kec. Arjasa.

2. Manfaat Praktis

➤ Bagi peneliti

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan penelitian dalam menyusun rencana, strategi, dan pemasaran khususnya untuk swalayan H&R..

➤ Bagi obyek

Penelitian ini dapat memberikan wawasan baru tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja di swalayan H&R kec. Arjasa dan menjadi tolak ukur bagi peneliti dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh di perkuliahan dan diaplikasikan dalam bentuk penelitian.

1.5 Fokus Penelitian

Penulis membatasi pembahasan ini pada masalah:

- a. Proses pengambilan keputusan konsumen dalam berbelanja di Swalayan H&R

- b. Faktor produk, lokasi, harga, dan pelayanan dalam mempengaruhi konsumen dalam berbelanja di swalayan H&R Kec. Arjasa.

