

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri ritel di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat. Terdapat banyak penyebab dari pesatnya industri ritel tersebut. Dorongan pertama lahir dari munculnya kebijakan yang pro terhadap liberalisasi ritel, antara lain diwujudkan dalam bentuk mengeluarkan bisnis ritel dari *negative list* bagi Penanaman Modal Asing (PMA). Hal ini antara lain diwujudkan dalam bentuk Keputusan Presiden No 96/2000 tentang Bidang Usaha Yang Tertutup Dan Bidang Usaha Yang Terbuka Dengan Persyaratan Tertentu Bagi Penanaman Modal dan Keputusan Presiden No 118/2000 tentang Perubahan atas Keputusan Presiden Nomor 96 Tahun 2000 tentang Bidang Usaha Yang Tertutup Dan Bidang Usaha Yang Terbuka Dengan Persyaratan Tertentu Bagi Penanaman Modal. Kebijakan tersebut telah menyebabkan tidak adanya lagi pembatasan kepemilikan dalam industri ritel. (www.kppu.go.id).

Perkembangan bisnis ritel dari tahun ketahun semakin meningkat, hal ini terbukti dengan begitu banyak bermunculan perdagangan eceran yang berbentuk toko, minimarket, pasar swalayan (*supermarket*) dan lain-lain. Pertumbuhan yang begitu pesat pada perusahaan ritel ini akan menimbulkan persaingan yang tinggi. Kunci utama bagi perusahaan agar tetap bisa bersaing yaitu perusahaan harus mampu memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka

untuk menguasai pasar. Penguasaan terhadap pasar merupakan kegiatan yang penting bagi perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan mendapatkan laba yang seoptimal mungkin.

Alfamart merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang ritel modern. Alfamart Cilebut Bogor merupakan salah satu dari 20.000 minimarket yang tersebar di seluruh Indonesia, wikipedia. Alfamart Cilebut Bogor, beralamat di Jl. Raya Cilebut No. 09, Kecamatan Tanah Sereal Kota Bogor. Selain Alfamart Cilebut Bogor, di Kecamatan Tanah Sereal Kota Bogor masih terdapat beberapa ritel sejenis seperti Indomaret, Alfamindi, Grosir SRC. Dengan banyak nya kompetitor sejenis manajemen Alfamart harus memilikicara untuk menerapkan startegi yang tepat untuk menguasai pasar agar dapat berkembangdan mendapatkan laba yang optimal.

Salah satu yang menjadi perhatian manajemen Alfamart adalah mengenai perilaku konsumen yang akan berbelanja di Alfamart Cilebut Bogor. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor dalam menentukan keputusan pembelian. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk membuat stretagi pemasaran yang tepat adalah dengan memiliki pengetahuan mengenai perilaku konsumen dan lingkungannya, khususnya terkait dengan bagaimana konsumen mengambil keputusan pembelian dan faktor-faktor yang mempengaruhi. Peneliti melakukan pra survey terkait perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, berikut hasil pra survey yang peneliti lakukan :

Tabel 1
Penjualan Produk Rumah Tangga Alfamart Cilebut Bogor

No	Nama	Jenis Produk
1	Nestle	Dancow, Beer Brand, Milo
2	Danone	Aqua,Mizone,Vit
3	Coca-Cola	Cola-cola, Fanta ,Sprite
4	Indomie	Indomie, Pop Mie

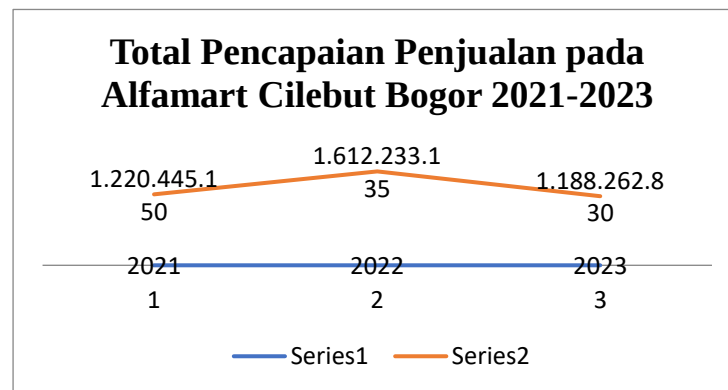
Sumber : Alfamart Ciapus, 2024

Berdasarkan tabel di atas terlihat produk-produk yang banyak dibeli konsumen di Alfamart Cilebut.

Keputusan pembelian yang dimaksud disini adalah perilaku konsumen yang didasarkan pada keyakinan dan rasa percaya diri yang kuat dalam mengambil suatu keputusan untuk melakukan pembelian pada *minimarket* Alfamart dan meyakini bahwa keputusan pembelian yang telah diambilnya adalah hal yang tepat. Pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah sesuatu yang mudah, tetapi cukup sulit dan kompleks, khususnya disebabkan oleh banyaknya variabel yang mempengaruhi dan saling terkait dalam menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan pembeliannya termasuk di dalamnya analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Secara umum, proses belanja konsumen akan mengikuti berbagai tahapan antara lain: pengenalan akan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi atas berbagai alternatif, menentukan pilihan transaksi belanja, dan evaluasi belanja Utami, (2016,37).

Adapun fenomena gap mengenai keputusan pembelian yang ada di Alfamart Cilebut Bogor yang diambil melalui data pencapaian penjualan yang dihasilkan selama 3 tahun ke belakang dengan hasil sebagai berikut.



Sumber: Data Penjualan Alfamart Cilebut Bogor, (2024)

Gambar 1

Total Pencapaian Penjualan pada Alfamart Cilebut Bogor 2021-2023

Berdasarkan hasil fenomena gap yang ditunjukkan pada gambar diatas, keputusan pembelian mengacu kepada pencapaian penjualan dari Alfamart Cilebut Bogor selama 3 tahun ke belakang, dimana total capaian tidak stabil dan naik turun meskipun tidak signifikan. Untuk itu dengan proses perbaikan dari tahun ke tahun merupakan salah satu hal terpenting yang harus dilakukan dalam upaya mendapatkan keputusan pembelian, terutama pada faktor yang mungkin berpengaruh pada keputusan pembelian.

Dalam menjalani bisnis di bidang usaha ritel, Alfamart Cilebut Bogor mempunyai banyak kompetitor pesaing, diantaranya Indomaret, Alfamindi, SRC dan masih banyak yang lainnya. Dengan banyaknya kompetitor yang bergerak dibidang yang sama tentunya akan menyebabkan perusahaan harus

mempunyai pemasaran yang baik agar tujuan perusahaan bisa tercapai. Selain pemasaran yang baik harga dan kualitas pelayanan juga akan sangat berpengaruh. Untuk perbandingan harga beberapa produk di Alfamart Cilebut dengan beberapa kompetitor dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.

Daftar Harga Produk

No	Produk	Alfanart Harga	Indomaret Harga	Grosir (SRC) Harga
1	Bango kecap sachet 60ml	Rp 105.400/ karton	Rp 105.700/ karton	Rp 105.900/ karton
2	Bango kecap sachet 20ml	Rp 106.000/ karton	Rp 106.500/ karton	Rp 108.000/ karton
3	Sunlight lime pouch 150ml/90ml	Rp 113.400/ karton	Rp 113.600/ karton	Rp 113.800/ karton
4.	Sunlight 460ml/510ml	Rp 97.500/ karton	Rp 97.900/ karton	Rp 97.700/ karton
5.	Mama lemon jeruk nipis pouc 115m	Rp 35.300/ karton	Rp 35.500/ karton	Rp 35.450/ karton
6.	Sedaap kecap manis sachet 70ml	Rp 71.900/ katon	Rp 72.000/ katon	Rp 72.050/ katon
7.	So klin lantai sachet 12x25 ml	Rp 99.400/ katon	Rp 99.300/ katon	Rp 99.600/ katon
8.	Indomie goreng 84g	Rp 108.400/ karton	Rp 108.600/ karton	Rp 108.900/ karton
9.	Indomie soto mie 70g	Rp 103.000/ karton	Rp 103.100/ karton	Rp 103.150/ karton
10.	Indomie ayam bawang 70g	Rp 103.000/ karton	Rp 103.150/ karton	Rp 103.050/ karton
11	Teh gelas original cup 24x160ml	Rp 18.300/ karton	Rp 18.350/ karton	Rp 18.400/ karton
12	Fullo chocolate Box 24S	Rp 10.675/ Box	Rp 10.715/ Box	Rp 10.725/ Box

Sumber : Alfamart Cilebut Bogor, 2024

Dari tabel diatas terlihat beberapa produk yang dijual di Alfamart Cilebut lebih murah dibandingkan Indomaret dan Grosir (SRC). Namun dari

perbedaan harga yang lebih murah dibandingkan dengan toko sejenis, konsumen tetap kurang berbelanja di Alfamart Cilebut Bogor.

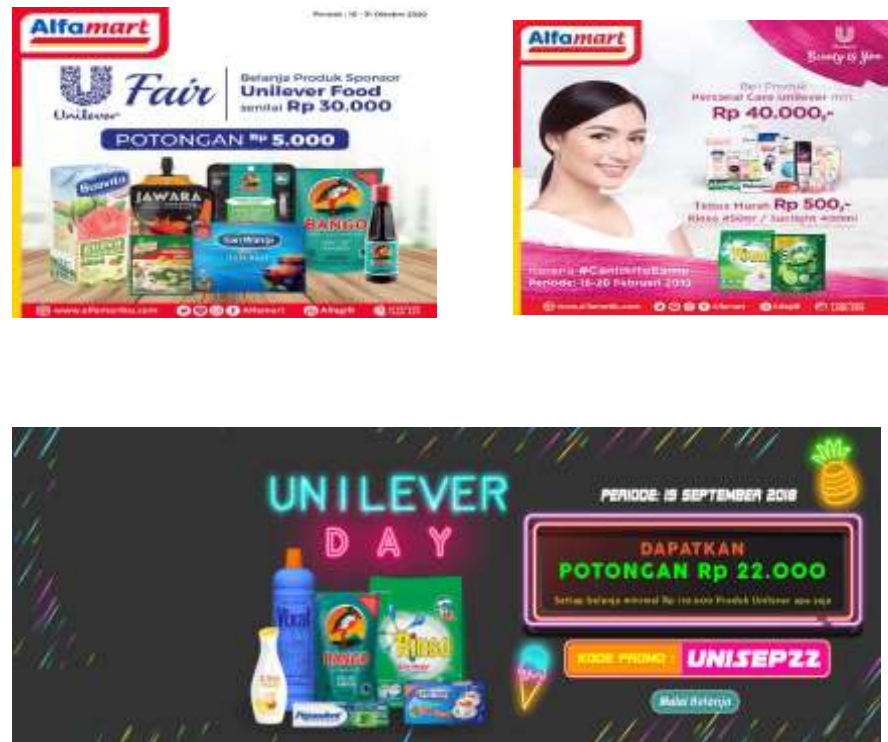
Alfamart Cilebut Bogor saat ini sedang mengalami penurunan penjualan selama 3 tahun terakhir. Hal ini tentunya pihak manajemen Alfamart Cilebut Bogor harus mencari solusi agar profit perusahaan bisa tercapai. Berikut beberapa produk di Alfamart Cilebut yang mengalami penurunan sebagai berikut :

Tabel 3
Penjualan Produk Unilever pada Alfamart Cilebut Bogor 2021-2023

NO	Produk Unilever	Tahun		
		2021	2022	2023
1	Sariwangi	Rp. 44.650.000	Rp. 42.500.000	Rp. 40.000.000
2	Pepsodent	Rp. 92.050.000	Rp. 90.000.000	Rp. 89.150.000
3	Sunlight	Rp. 120.050.000	Rp. 119.000.000	Rp. 118.500.000
4	Rinso	Rp. 140.600.000	Rp. 140.000.000	Rp. 139.500.000
5	Kecap Bango	Rp. 176.000.000	Rp. 175.000.000	Rp. 174.000.000

Sumber: Data Penjualan Alfamart Cilebut Bogor, (2024)

Dari Tabel diatas terlihat terjadi penurunan penjualan beberapa produk. Untuk itu pihak manajemen berusaha mencari solusi agar penjualan kembali meningkat. Salah satu upaya yang dilakukan pihak manajemen untuk kembali meningkatkan penjualan adalah dengan melakukan promosi penjualan. Berikut bentuk promosi yang dilakukan pihak manajemen Alfamart Cilebut Bogor,



Sumber : Alfamart Cilebut Bogor, 2024

Gambar 2

Promo Produk Alfamart Cilebut Bogor

Pada gambar di atas adalah salah satu contoh promo penjualan yang dilakukan Alfamart Cilebut Bogor..

Seorang konsumen dalam memutuskan pembelian suatu barang maupun jasa, tentu mempunyai beberapa pertimbangan untuk memuaskan pembelian terhadap suatu produk antara lain harga, promosi, dan kualitas pelayanan. Memenuhi kebutuhan konsumen dan proses pembelian adalah dasar sukses pemasaran karena dengan demikian perusahaan dapat menyusun strategi yang efektif untuk mendorong penawaran yang menarik bagi sasaran.

Suatu perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen akan membuat citra positif bagi perusahaan, *service* yang

baik akan mendorong minat bagi pelanggan untuk menggunakan kembali produk atau jasa tersebut sehingga terciptanya Keputusan Pembelian. Memberikan *service* terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk atau jasa kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan *brand* toko yang baik di mata konsumen. Berbicara mengenai kepuasan beli konsumen, akan berhubungan dengan kualitas (*service quality*).

Sebuah perusahaan berpotensi meningkatkan pangsa pasar melalui pemenuhan tingkat kualitas pelayanan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan pelanggan yang berakhir dengan kepuasan, menurut Kotler dan Keller (2018:35), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan *excellence* yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan dapat dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas layanan yang nyata mereka terima atau dapatkan (kinerja jasa) dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan.

Kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi keputusan minat beli konsumen, pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan suatu menawarkan prodik/jasa, pelayanan saat memberikan jasa, pelayanan atau resiko pelayanan saat memberikan jasa atau pelayanan lainnya. Suatu pelayanan dikatakan berkualitas bagi konsumen jika apa yang mereka dapatkan sama yang mereka harapkan. Dengan demikian, langkah awal penyelenggara jasa dalam upaya menciptakan kepuasan konsmen adalah

pemahaman terhadap makna kualitas dan dimensi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian dari strategi pemasaran. Kualitas pelayanan telah menjadi satu tahap faktor dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi.

Adapun fenomena gap mengenai kelengkapan produk yang dijual di Alfamart Cilebut Bogor yang diambil melalui survey yang diambil melalui beberapa pelanggan yang mengunjungi toko dengan hasil sebagai Berikut :

Tabel 4
Penilaian Konsumen Terhadap Kelengkapan Produk Alfamart Cilebut Bogor

No	Kategori	Tolak Ukur	
		Iya	Tidak
1	Kelengkapan variasi dan jenis barang yang ditawarkan	√	
2	Produk yang ditawarkan merupakan kebutuhan sehari-hari		√
3	Produk yang ditawarkan berkualitas		√
4	Tersedia penyaji informasi untuk barang-barang dengan harga promosi	√	

Sumber: (Alfamart Cilebut Bogor, 2024)

Berdasarkan fenomena gap pada tabel diatas yang merujuk pada penilaian konsumen terhadap kelengkapan produk Alfamart Cilebut Bogor yang menilai bahwa di Alfamart Cilebut Bogor memberikan kelengkapan variasi dan jenis barang yang ditawarkan beserta tersedianya penyajian informasi untuk barang-barang tersebut dengan harga promosi, akan tetapi permasalahannya konsumen menilai bahwa produk yang dijual tidak terfokus pada produk untuk kebutuhan sehari-hari melainkan produk jangka Panjang sehingga terkadang konsumen merasa bingung Ketika mencari barang yang ingin dibeli. Dan disamping itu produk yang dijualpun tidak semua dengan

kualitas yang baik melainkan terdapat beberapa produk yang ditemukan dalam keadaan tidak baik atau mendekat masa kadaluarsa.

Menurut Sutedja (2017:5) kualitas pelayanan atau *service* dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pelayanan tersebut meliputi kecepatan melayani, kenyamanan yang diberikan, kemudahan lokasi, harga wajar dan bersaing.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa analisa terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat membantu para pelaku bisnis untuk memanajemen pemasaran suatu perusahaan, yang digunakan untuk menilai kinerja manajemen pemasaran, sehingga penelitian ini akan membahas tentang **“Pengaruh Harga, Promosi dan Kualiatas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart Cilebut Bogor”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dan penjelasan latar belakang masalah yang telah dibahas diatas penulis dapat mengidentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut :

- 1) Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Cilebut Bogor.
- 2) Kualitas pelayanan bepengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Cilebut Bogor.
- 3) Terjadi penurunan penjualan di Alfamart Cilebut Bogor.

- 4) Kompetitor sejenis, menawarkan harga yang lebih murah

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, dimana terdapat banyak faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, untuk itu peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini pada beberapa faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian di Alfamart Cilebut Bogor yaitu mencakup harga, promosi dan kualitas pelayanan, untuk menghindari terjadinya pembahasan lebih luas diluar penelitian ini.

D. Rumusan Masalah

Merujuk pada uraian latar belakang, identifikasi masalah, serta batasan masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

- 1) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Cilebut Bogor?
- 2) Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Cilebut Bogor?
- 3) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Cilebut Bogor?
- 4) Apakah Harga, Promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama terhadap keputusan pembelian di Alfamart Cilebut Bogor?

E. Tujuan Penelitian

Dari beberapa masalah yang telah dirumuskan diatas, Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Cilebut Bogor.
- 2) Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Cilebut Bogor.
- 3) Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Cilebut Bogor.
- 4) Untuk mengetahui Harga, Promosi dan kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Cilebut Bogor.

F. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat sejalan dengan tujuan penelitian. Hasil penelitian berguna baik secara akademis maupun praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana informasi untuk memperkaya cakrawala berpikir dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya dan diharapkan untuk penelitian yang selanjutnya bisa lebih baik dari penelitian yang telah dilakukan.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi perusahaan yaitu berupa informasi tentang upaya yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usahanya dengan cara meningkatkan fakto-faktor keputusan pembelian.

b. Bagi Peneliti

Memberikan informasi, wawasan, dan pengalaman secara langsung dalam menghadapi permasalahan yang ada dalam dunia kerja serta dapat digunakan untuk latihan menerapkan teori yang didapat dibangku kuliah dengan dunia kerja dan dapat menambah pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran.

c. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai studi kepustakaan bagi yang memerlukan dan dapat meningkatkan citra kampus di mata masyarakat luas.

d. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang yang sama.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dan mengetahui alur penulisan skripsi ini, maka peneliti menjelaskan gambaran mengenai isi skripsi sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II STUDI PUSTAKA

Pada bab ini penulis ini akan menjelaskan pengungkapan kajian literatur mengenai variabel, kemudian tinjauan pendapat hasil penelitian terdahulu, lalu dibentuk kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, penulis menguraikan tentang metode/jenis penelitian, variabel penelitian dan pengukuran, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, instrument penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Menerangkan tentang isi dari penelitian mengenai Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart Cilebut Bogor.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Menerangkan hasil kesimpulan dari pembahasan dan memberikan saran bagi perusahaan