

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kemajuan di bidang perekonomian selama ini telah banyak membawa perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan itu banyak bermunculan berbagai jenis perusahaan yang bergerak di berbagai bidang usaha, di antaranya adalah usaha ritel atau eceran. Usaha ritel atau eceran (retailing) dapat di pahami sebagai semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang maupaun jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis.

Menurut Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (Aprindo), pertumbuhan bisnis retail di Indonesia pada tahun 2019 diakui mengalami pertumbuhan dari tahun 2016. Hal ini dapat dibuktikan dari angka penjualan ritel yang terus meningkat dari tahun 2016 sebesar Rp 205 triliun, pada tahun 2017 sebesar Rp 212 triliun, pada tahun 2018 sebesar Rp 233 triliun, dan telah mencapai Rp 256 triliun pada tahun 2019. Angka penjualan ini sejalan dengan berkembangnya jumlah gerai retail skala kecil di Indonesia, misalnya saja gerai retail Indomaret dan Alfamart yang masing-masing memiliki lebih dari 15.000 gerai per tahun 2018 di seluruh Indonesia.

Peluang sekaligus tantangan di sektor retail tidak disia-siakan oleh Minimarket Bli Wayan yang merupakan salah satu gerai retail modern lokal mandiri yang ada di Abiantuwung, Bali. Minimarket Bli Wayan menangkap tantangan persaingan bisnis retail modern dengan mengangkat kearifan lokal Bali sebagai ciri khas serta nilai tambah bisnisnya. Berorientasi kepada pemberdayaan

pengusaha lokal, pemenuhan kebutuhan yang sesuai dengan harapan konsumen serta pelayanan bernuansa kearifan lokal seperti menggunakan busana adat Bali dengan menyambut dengan ramah dan melayani dengan sepenuh hati.

Minimarket Bli Wayan mampu bersaing dikalangan retail modern dan menjangkau masyarakat yang ingin memenuhi kebutuhan sehari-hari. Minimarket Bli Wayan dengan percaya diri mengangkat nilai-nilai kearifan lokal setempat. Dimulai dari logo usaha berlatar belakang warna merah putih yang melambangkan Bendera Nasional, warna lain didalamnya mengambil konsep keyakinan 3 Dewa dalam Agama Hindu yaitu tridatu (warna merah putih hitam), serta kombinasi warna kuning menginterpretasikan warna dari Betara Surya atau Dewa Matahari melambangkan sumber kehidupan.

Keberhasilan Minimarket Bli Wayan sebagai salah satu bisnis retail modern didapat melalui berbagai penawaran produk yang tepat berikut dengan harga, tempat dan promosi yang tepat. Sebagai retail modern, Minimarket Bli Wayan harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumennya, memberikan harga yang tepat kepada para konsumennya dan memberikan fasilitas yang memadai agar para konsumen dapat melakukan pembelian secara terus-menerus.

Hal tersebut diperlukan mengingat seiring meningkatnya sumber informasi sehingga konsumen memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk membeli sesuatu yang dibutuhkan. Keputusan pembelian konsumen mengarah pada suatu proses tindakan ketika hendak melakukan pembelian suatu produk. Pada kondisi tersebut konsumen telah mencapai tahap akhir dalam mendapatkan barang dan jasa yang ditawarkan, yang kemudian akan memilih dua dari beberapa alternatif yang

ada untuk memutuskan membeli produk yang ingin dibutuhkan, setelah itu konsumen dapat melakukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

Proses pengambilan keputusan pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan terbentuk berdasarkan kebutuhan dan keinginan setiap individu yang berbeda-beda. Minimarket Bli Wayan sebagai retail modern harus mampu memahami yang terjadi dan mempertimbangkannya sejak mulai masuknya bauran pemasaran hingga konsumen mengambil proses keputusan terhadap produk yang akan dibeli. Mengingat kini konsumen ditawarkan beragam produk dari sekian banyak perusahaan, sehingga perusahaan sendiri harus memahami kondisi tersebut. Adapun bauran pemasaran yang perlu dipahami perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu produk, harga, tempat atau saluran distribusi dan promosi. Selain bauran pemasaran, ada pula faktor lain di antaranya adalah faktor sosial, pribadi, psikologis dan budaya. Melihat hal ini Minimarket Bli Wayan telah melakukan pengembangan produk dari segi harga melalui pelaksanaan promosi, maupun pengembangan dalam hal pelayanan dan fasilitas yang mendukung calon konsumen yang melakukan pembelian di Minimarket Bli Wayan.

Sejalan dengan penelitian dari Anova (2010) yang menganalisis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja di Tulip Swalayan Banjarmasin. Hasil penelitian tersebut menggunakan desain penelitian kuantitatif deskriptif dan analisis regresi berganda yang memperoleh hasil bahwa ada pengaruh produk, harga dan promosi terhadap perilaku konsumen dalam berbelanja di Tulip Swalayan Banjarmasin. Selain itu, hasil dari faktor yang paling dominan yaitu produk, harga dan promosi menentukan perilaku konsumen dalam

berbelanja di Tulip Swalayan. Penelitian Basith (2018) yang menganalisis tentang keputusan pembelian produk pada McDonald's di Jatiasih Bekasi. Hasil penelitian tersebut menggunakan desain penelitian kuantitatif deskriptif dan analisis faktor yang memperoleh hasil bahwa faktor pengaruh lingkungan, kebiasaan individu, bauran promosi produk, aktivitas, waktu, daya tarik produk, asumsi pribadi, keunikan produk, pengetahuan mengenai produk dan kondisi fisik. Variabel yang paling dominan adalah faktor waktu dengan variabel siang hari sebagai pilihan utama konsumen dalam konsumsi produk McDonald's. Selanjutnya penelitian Rohman (2018) yang menganalisis tentang keputusan pembelian konsumen pada swalayan mikro di Kota Semarang. Hasil penelitian tersebut menggunakan desain penelitian kuantitatif deskriptif dan analisis analisis regresi berganda yang memperoleh hasil bahwa variabel lokasi, bukti fisik, *store atmosphere*, Variasi *merchandise* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variasi *merchandise* menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi keputusan pembelian di Swalayan Mikro di Kota Semarang. Minimarket Bli Wayan berusaha mengembangkan ketiga faktor tersebut sehingga mampu memahami perilaku konsumen saat melakukan pembelian. Merujuk pada hal tersebut perlu dilakukan pengujian kembali terkait faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka dilakukan penelitian untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian di bisnis retail modern Minimarket Bli Wayan melalui judul penelitian **“Faktor-Faktor yang Menentukan Konsumen Berbelanja di Minimarket Bli Wayan”**. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif

deskriptif serta menggunakan analisis faktor yang diharapkan dapat lebih menegaskan penelitian tentang faktor-faktor yang menentukan konsumen berbelanja dalam menentukan barang atau jasa yang diinginkan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas adapun beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi antara lain :

- (1) Minimarket Bli Wayan mengalami peningkatan penjualan pada tahun 2019 sebesar 74,1% dibandingkan dengan peningkatan penjualan Minimarket Bli Bagus yang hanya sebesar 45,4% (Lampiran 1).
- (2) Tersedianya banyak bisnis retail modern menyebabkan masyarakat memiliki berbagai pilihan untuk melakukan pembelian.
- (3) Terdapat faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian.
- (4) Minimarket Bli Wayan memiliki nilai tambah yang mengusung kearifan lokal dalam berbagai aspek seperti logo minimarket, pelayanan, suasana toko, pemberian harga, promosi dan lainnya.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Menghindari meluasnya permasalahan maka penelitian ini dibatasi pada masalah faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian pada Minimarket Bli Wayan Cabang Abiantuwung.

#### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang dapat diangkat dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- (1) Faktor-faktor apa saja yang menentukan konsumen berbelanja di Minimarket Bli Wayan Cabang Abiantuwung ?
- (2) Faktor apa yang paling dominan dalam menentukan konsumen berbelanja di Minimarket Bli Wayan Cabang Abiantuwung ?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang diangkat di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- (1) Untuk menganalisis faktor-faktor yang menentukan konsumen berbelanja di Minimarket Bli Wayan Cabang Abiantuwung
- (2) Untuk menentukan faktor dominan menentukan konsumen berbelanja di Minimarket Bli Wayan Cabang Abiantuwung

#### 1.6 Manfaat Hasil penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat sebagai berikut:

- (1) Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang manajemen pemasaran. khususnya mengenai faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian serta dapat digunakan bahan referensi yang sesuai bagi penelitian

selanjutnya.

(2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi bagi pihak Minimarket Bli Wayan Cabang Abiantuwung terutama dalam memecahkan permasalahan dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan bauran pemasaran. Disamping itu, bagi pihak-pihak terkait dapat digunakan sebagai acuan dalam mengambil keputusan yang terkait sehingga mencapai tujuan perusahaan

