

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis yang baru bagi perusahaan yang ada di Indonesia. Salah satu tantangan bisnis bagi perusahaan yang ada di Indonesia ialah dengan terwujudnya tujuan pemasaran yang dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang ditawarkannya. Persaingan dalam dunia usaha merupakan suatu kondisi yang harus dihadapi oleh perusahaan baik dalam skala nasional, maupun internasional. Perkembangan ekonomi yang sangat pesat berdampak pada persaingan yang sangat ketat bagi pelaku bisnis, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan. Salah satunya, yaitu persaingan yang terjadi di bisnis ritel, contohnya pada pusat-pusat perbelanjaan di Indonesia.

Seiring dengan perkembangan zaman, semakin banyak perusahaan dagang yang bermunculan dalam bidang perdagangan, salah satunya adalah toko barang eceran seperti *minimarket*, *departement store* (toserba), pasar swalayan (*supermarket*) dan lain-lain. Berdirinya pusat-pusat perdagangan di Indonesia ini dikarenakan oleh adanya tuntutan masyarakat yang semakin tinggi akan kebutuhan pangan mereka, sehingga banyak pusat-pusat

perdagangan yang berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat menguasai pasar.

Penguasaan pasar merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilaksanakan oleh pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup. Berbagai cara dilakukan oleh peritel salah satunya dengan memberikan harga yang terjangkau oleh masyarakat dan menyediakan lingkungan yang aman dan nyaman kepada konsumen. Oleh karena itu, peritel harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya, serta mengembangkan suatu pemahaman mengenai bagaimana para konsumen membuat keputusan pembelian.

Saat ini semakin banyak dijumpai pusat-pusat perdagangan, salah satu dari pusat perdagangan yang berkembang di Indonesia adalah Indomaret, yang berdiri di Indonesia sejak tahun 1988. Indomaret merupakan perusahaan ritel terkemuka di Indonesia yang menyediakan kebutuhan pokok, maupun kebutuhan sehari-hari, serta melayani masyarakat umum yang bersifat majemuk¹. Dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, Indomaret seharusnya memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu kualitas produk. Konsumen cenderung memilih barang yang memiliki kualitas produk yang terbaik. Dengan kualitas produk terbaik, maka akan mempermudah konsumen dalam memilih barang yang diinginkan. Namun

¹<https://indomaret.co.id/korporat/seputar-indomaret/peduli-danberbagi/2014/01/16/sejarah-dan-visi/>. Diakses tanggal : 27 Januari 2017.

pada kenyataannya terdapat masalah mengenai kualitas produk yang kurang baik, seperti yang terjadi di Indomaret Cikaret.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor, diperoleh informasi bahwa konsumen merasa produk yang ditawarkan oleh Indomaret Cikaret tidak semuanya baik. Hal ini disebabkan oleh karena kemasan rusak di beberapa produk minuman kemasan, sehingga menyebabkan keputusan pembelian yang cukup rendah pada perusahaan ritel tersebut.

Hasil *survey* tersebut ditunjang oleh data dari artikel *online* yang memaparkan bahwa kualitas produk yang dimiliki oleh waralaba Indomaret tidak bagus karena menjual barang yang sudah kadaluarsa. Beliau menuturkan kekecewaannya disebabkan oleh karena keju yang di beli di Indomaret tersebut sudah kadaluarsa². Hal ini dapat menyebabkan rendahnya keputusan pembelian pada perusahaan ritel tersebut.

Contoh lainnya, yaitu seperti yang dilansir dari artikel *online* diperoleh informasi bahwa di salah satu Indomaret Sukamana, Rajeg, Tangerang, konsumen mendapatkan kualitas produk Indomaret air galon Indomaret *Cleo* tidak baik. Beliau menuturkan kekecewaannya yang disebabkan oleh karena air galon Indomaret *Cleo* berlumut dan memiliki

² <http://www.kompasiana.com>, Pengalaman Komplain Di Indomaret. 2017 (http://www.kompasiana.com/ayikastrid/pengalaman-komplain-di-indomaret_551ada1781331132019de1d9) (diakses pada tanggal 27 Januari 2017).

endapan putih di bagian bawah galon³. Oleh karena hal tersebut, pada akhirnya menyebabkan rendahnya keputusan pembelian di Indomaret tersebut.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu kualitas pelayanan. Pemberian kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen kemungkinan akan meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen. Apabila konsumen merasa senang dengan kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan berdampak pada pembelian konsumen secara berulang. Hal itu dapat membuat perusahaan, bukan saja bertahan dalam menghadapi persaingan, tetapi juga akan meningkatkan omset penjualan.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor, diperoleh informasi bahwa kualitas pelayanan Indomaret Cikaret kurang baik. Hal ini disebabkan oleh kurang tanggapnya wiraniaga dalam melayani konsumen, yang pada akhirnya menyebabkan cukup rendahnya keputusan pembelian.

Hasil *survey* tersebut ditunjang oleh data dari artikel *online* yang memaparkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Indomaret Rengas Bandung kurang baik. Hal ini dikarenakan kasir Indomaret Rengas Bandung tidak jujur. Beliau menuturkan kekecewaannya disebabkan oleh karena ketika beliau mendapatkan satu buah teh botol Sosro, akan tetapi kasir

³ <http://rumahpengaduan.com>, Air Galon Indomaret *Cleo* Berlumut Dan Kotor. 2017 (<http://rumahpengaduan.com/2013/06/18/air-galon-indomaret-cleo-berlumut-dan-kotor/>) (diakses pada tanggal 27 Januari 2017).

tersebut diam dan pura-pura tidak tahu⁴. Hal ini juga menyebabkan rendahnya keputusan pembelian di Indomaret Rengas Bandung.

Contoh lainnya, yaitu seperti yang dilansir dari artikel *online* diperoleh informasi bahwa pelayanan di Indomaret Randudongkal II kurang baik. Beliau menuturkan kekecewaannya disebabkan karena kasir bersikap tidak sopan dan tidak ramah⁵. Hal ini juga menyebabkan rendahnya keputusan pembelian di Indomaret tersebut.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu diskon. Diskon merupakan salah satu faktor utama yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Semakin besar diskon yang ditawarkan, maka konsumen cenderung memiliki keinginan besar pula untuk membeli produk tersebut. Tetapi sayangnya, masih banyak diskon yang ditawarkan oleh produsen yang terbilang cukup rendah. Hal ini pada akhirnya memungkinkan terjadinya rendahnya keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor, diperoleh informasi bahwa diskon yang ditawarkan oleh Indomaret Cikaret masih terbilang cukup rendah, sehingga hal tersebut menyebabkan rendahnya keputusan pembelian pada konsumen Indomaret Cikaret.

⁴ <http://rumahpengaduan.com>, Ketidakjujuran Kasir Indomaret. 2017 (<http://rumahpengaduan.com/2013/05/27/ketidakjujuran-kasir-indomaret/>) (diakses pada tanggal 27 Januari 2017)

⁵ <https://www.kaskus.co.id>, Keluhan Terhadap Kasir Indomaret Randudongkal II. 2017 (<https://www.kaskus.co.id/thread/541456e1a4cb17b1528b4574/keluhan-terhadap-kasir-indomaret-randudongkal-ii/>) (diakses pada tanggal 27 Januari 2017)

Faktor keempat yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu *servicescape* (lingkungan fisik). Setiap toko memiliki penampilan tata letak fisik yang dapat mempersulit atau mempermudah konsumen untuk bergerak. Konsumen cenderung mencari tempat yang menurut mereka nyaman dan menyediakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi mereka. Apabila toko ritel dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen, maka mereka pun kemungkinan akan tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Tetapi sayangnya, tidak semua perusahaan ritel menyediakan *servicescape* (lingkungan fisik) yang memadai.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor, diperoleh informasi bahwa *servicescape* (lingkungan fisik) yang berada di Indomaret Cikaret kurang memadai. Hal ini disebabkan oleh karena adanya lahan parkir yang sempit di lingkungan Indomaret Cikaret. Oleh karena hal tersebut menyebabkan rendahnya keputusan pembelian pada konsumen Indomaret Cikaret tersebut.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik).

Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang rendahnya keputusan pembelian di Indomaret Cikaret pada Warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas produk yang rendah.
2. Kualitas pelayanan yang kurang baik.
3. Sedikitnya pemberian diskon.
4. *Servicescape* (Lingkungan fisik) yang kurang memadai.

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi di atas, ternyata masalah keputusan pembelian merupakan masalah yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkupnya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “Hubungan antara diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara diskon dengan keputusan pembelian?

2. Apakah terdapat hubungan antara *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian?

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran di masa yang akan datang, yakni ketika menjadi seorang wirausaha ataupun bekerja di suatu perusahaan. Selain itu penelitian ini akan menambah wawasan serta pengetahuan peneliti mengenai hubungan antara diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik) terhadap keputusan pembelian.

2. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah mahasiswa di masa yang akan datang, serta dapat menambah koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini nantinya mungkin dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya dalam meneliti mengenai hubungan antara diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik) terhadap keputusan pembelian.

3. Perpustakaan

Bagi perpustakaan, semoga dapat memperkaya koleksinya dan menjadi referensi yang dapat meningkatkan wawasan berpikir ilmiah.

4. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik). Selain itu, dengan membaca hasil

penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong keputusan pembelian bagi konsumen.

5. Masyarakat

Sebagai bahan masukan bagi masyarakat umum mengenai kajian diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik) dapat mempengaruhi keputusan pembelian.