

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern ini, pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami perkembangan dan kemajuan yang cukup besar. Hal ini memberikan peran yang positif dalam perbaikan perekonomian di Indonesia, sejalan dengan perkembangan yang berlangsung dari tahun ke tahun, proses pemenuhan akan kebutuhan hidup terutama mengenai kebutuhan primer dan juga sekunder yang terus meningkat. Di sisi lain, terjadi perubahan gaya hidup pada masyarakat dari tradisional ke modern, sehingga terjadi perubahan pola belanja pada konsumen. Hal tersebut menyebabkan peran manusia sebagai konsumen yang menginginkan proses pembelian kebutuhan sehari-hari agar lebih mudah.

Dengan adanya minimarket, konsumen dapat membeli sesuai dengan barang-barang yang dibutuhkannya. Salah satu bidang usaha yang berkembang pesat saat ini adalah bisnis ritel. Tujuan dari bisnis ritel adalah memberikan kepuasan kepada konsumen melalui kegiatan pemasaran, sampai terwujudnya keuntungan yang maksimal untuk bisnis ritel tersebut.

Toko *modern* adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang dapat berbentuk minimarket, supermarket, *department store*, *hypermarket*, ataupun grosir¹.

Tujuan awal dibentuknya minimarket ini adalah untuk menarik perhatian konsumen, dengan konsep penyelenggaraan toko yang berlokasi didekat

¹ Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 68/M-DAG/PER/10/2012 tentang Waralaba untuk Jenis Usaha Toko Modern

pemukiman penduduk. Dengan konsep tersebut, diharapkan konsumen yang awalnya membeli kebutuhan rumah tangganya di supermarket yang jaraknya jauh dari pemukiman kemudian beralih ke minimarket.

Jika suatu bisnis ritel tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumennya, dan tidak mengetahui bagaimana cara pemasaran yang tepat. Maka kemungkinan bisnis ritel tersebut akan kehilangan banyak kesempatan untuk mendapatkan konsumen. Akibat dari persaingan tersebut tentunya sangat jelas dimana konsumen kemudian menjadi semakin kritis dalam memutuskan pembelian suatu produk yang terbaik. Salah satu bisnis ritel yang tidak asing lagi dan sering kita lihat saat diperjalanan adalah Indomaret.

Jaringan minimarket Indomaret dikelola oleh PT. Indomarco Prismatama. Saat ini Indomaret berkembang sangat pesat dengan jumlah gerai, terdiri dari 40% gerai milik terwaralaba dan 60% gerai milik perusahaan².

Konsumen semakin bervariasi perilakunya dalam mengambil keputusan pembelian produk yang menjadi kebutuhan mereka. Oleh karena itu, untuk mengatasi perilaku pembelian pada konsumen yang sangat bermacam-macam. Mulai dari sekarang, bisnis ritel sudah harus dapat mengidentifikasi sikap konsumen atas keputusan pembelian produk yang hasilnya dapat digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran yang baik, sehingga tujuan dari bisnis ritel dalam meningkatkan penjualan dapat terpenuhi. Akan tetapi,

Wakil Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), Tutum Rahanta, mengatakan penurunan omzet pengusaha ritel lantaran daya beli masyarakat yang semakin menurun. Tren masyarakat saat ini memilih menahan diri untuk pembelian diluar bahan pokok³.

² <https://indomaret.co.id/korporat/seputar/> (Diakses pada tanggal 14 Februari 2018)

³ <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/3583280/pengusaha-ritel-keluhkan-penjualan-turun-ini-sebabnya> (Diakses pada tanggal 27 Februari 2018)

Hal tersebut didukung juga dengan,

Bisnis ritel Indomaret yang pada semester pertama Tahun 2017 hanya mampu mendapatkan laba bersih Rp 30,5 miliar. Angka itu turun drastis 71,03% dari laba bersih periode yang sama pada tahun sebelumnya sebesar Rp 105,5 miliar⁴.

Data tersebut menyatakan bahwa menurunnya keputusan pembelian dari tahun 2017 dengan tahun sebelumnya.

Pengamat bisnis ritel Universitas Bina, Asnan Furinto, menyatakan

Persaingan ekstrem dari dua perusahaan minimarket, yaitu Alfamart dan Indomaret. Terjadi akibat kelengahan pemerintah ketika keduanya sedang bertumbuh. Sekarang pasar ritel kecil terlanjur mengalami dominasi oleh kedua minimarket tersebut, tanpa ada peluang pemain baru untuk muncul. Kedua perusahaan itu mengontrol 95% pangsa pasar minimarket Tanah Air. Tak heran bila manajemen kedua perusahaan itu terpaksa harus melakukan: a) membuka cabang sebanyak-banyaknya di wilayah yang masih memungkinkan; serta b) jangan sampai memberi kesempatan kompetitor menguasai satu wilayah tanpa gangguan⁵.

Maka dari itu, bisnis ritel tersebut seharusnya lebih memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Sehingga keberadaan bisnis ritel di pasar tidak tergerus oleh persaingan ketat.

Oleh karena itu, salah satu faktor yang harus diperhatikan untuk meningkatkan keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Dimana kualitas pelayanan yang baik adalah suatu komponen yang dapat membuat konsumen lebih cepat dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga Kelurahan Gandul Kecamatan Cinere di Depok dikemukakan bahwa kualitas pelayanan di Indomaret Gandul kurang memuaskan. Hal ini dikarenakan dari adanya sikap wiraniaga yang kurang baik kepada konsumen.

⁴ <https://finance.detik.com/berita> (Diakses pada tanggal 13 Februari 2018)

⁵ https://www.vice.com/id_id/article/d3g95j/pemicu-pertempuran-abadi-indomaret-vs-alfamart (Diakses pada tanggal 13 Februari 2018)

diantaranya, yaitu ketika warga tersebut berbelanja di Indomaret Gandul, beliau pernah menanyakan kepada salah seorang wiraniaga, mengenai suatu barang yang dicarinya tetapi wiraniaga tersebut memberitahunya dengan mimik muka yang tidak tersenyum, sehingga menyebabkan berkurangnya rasa simpati konsumen pada toko ritel tersebut dan pada akhirnya menimbulkan rendahnya keputusan pembelian di Indomaret Gandul.

Hasil survei tersebut dapat didukung dengan artikel yang menyatakan bahwa, Telah beredarnya video tentang pembeli yang marah-marrah disebuah cabang Indomaret. Video berdurasi 7 menit 38 detik itu diunggah disebuah akun Facebook ‘Kejadian Hari Ini’. Video tersebut menampilkan 2 kejadian, yaitu video pertama menunjukkan seorang ibu-ibu yang tengah mengajukan komplain kepada seorang karyawan toko Indomaret. Dengan nada tinggi sambil menunjuk rak, ibu-ibu menegaskan bahwa harga di rak berbeda dengan struk pembayarannya. Lalu video kedua menggambarkan seorang pegawai yang tengah berdebat dengan pelanggan pria yang sambil merekam dikarenakan hal yang sama dengan konsumen yang sebelumnya⁶.

Dari video tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Indomaret masih belum sepenuhnya baik.

Hal ini diperkuat juga oleh penelitian yang menyatakan bahwa, Pada dasarnya persaingan yang dilakukan oleh kedua perusahaan atau lebih bukan hanya masalah *finance*, melainkan persaingan demi meraih tujuan masing-masing, dan untuk meraih tujuan tersebut terdapat aspek yang harus dilakukan dan termasuk didalamnya, yaitu kualitas pelayanan serta kualitas produk⁷.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah diskon. Pada dasarnya, konsumen akan lebih tertarik membeli sebuah produk apabila ada produk yang berdiskon. Karena diskon merupakan sebuah cara yang digunakan pemasar untuk menarik konsumen. Pemasar beranggapan bahwa konsumen

⁶<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3832576/viral-ibu-ibu-temukan-beda-harga-di-rak-dan-struk-begini-respons-indomaret> (Diakses pada tanggal 13 Februari 2018)

⁷ Latif Budi Utomo dan Juni Trisnowati, “Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga, terhadap keputusan pembelian pada toko Alfamart Mojolaban Sukoharjo”. Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta. Vol. 15 No. 2, April 2017, h. 14

berpikir melalui suatu proses pengambilan keputusan, dimana masing-masing karakteristik dari suatu produk, baik barang ataupun jasa, akan memberikan keuntungan yang jelas, dan karakteristik tersebut akan dievaluasi oleh konsumen itu sendiri.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga Kelurahan Gandul Kecamatan Cinere di Depok dikemukakan bahwa, diskon yang diberikan oleh Indomaret Gandul masih sedikit, contohnya adalah saat seorang konsumen Indomaret Gandul ingin membeli sebuah produk yang beliau ketahui disuatu Koran harian, tetapi saat ke Indomaret barang yang sedang diskon tidak tersedia padahal dalam keadaan masih pagi. Dan hal ini pada akhirnya memungkinkan rendahnya keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh bisnis ritel tersebut kepada konsumen.

Hasil survei tersebut dapat didukung dengan katalog *online* bulan Januari 2018 bahwa, “Diskon untuk produk sabun Lifebuoy *body wash* lemon fresh di Alfamart diskon sebesar 37% sedangkan di Indomaret hanya sebesar 32%”⁸. Selain itu “Ada mama lemon cairan pencuci piring di Alfamart diskon sebesar 34%, sedangkan di Indomaret hanya sebesar 16%”⁹.

⁸ <https://www.hemat.id/katalog-alfamart,indomaret/sabun-mandi-cair/?page=2> (Diakses pada tanggal 14 Februari 2018)

⁹ <https://www.hemat.id/katalog-alfamart,indomaret/sabun-cuci-piring/> (Diakses pada tanggal 14 Februari 2018)

Hal ini diperkuat juga oleh penelitian yang menyatakan bahwa, Selain dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan, mendukung pencapaian penjualan. Baik produk atau jasa, diskon merupakan salah satu elemen yang paling penting untuk menunjang penjualan¹⁰.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Pada dasarnya konsumen menginginkan produk yang dibelinya memiliki kualitas yang baik, supaya dapat memudahkan konsumen dalam memilih barang yang dibutuhkannya. Tetapi lain halnya, tidak semua bisnis ritel memperhatikan kualitas produknya, sehingga dapat menyebabkan rendahnya keputusan pembelian.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga Kelurahan Gandul Kecamatan Cinere di Depok dikemukakan bahwa, pada saat warga ingin membeli tepung terigu Bogasari kemasan, ternyata kemasannya ada beberapa yang rusak. Hal ini menyebabkan keputusan pembelian semakin rendah.

Dari hasil survei tersebut dapat didukung dengan artikel berikut, Kualitas produk yang dimiliki oleh Indomaret tidak bagus karena menjual barang yang sudah kadaluarsa. Seorang konsumen menuturkan kekecewaannya saat ingin mengkonsumsi produk dirumahnya setelah sehari membeli disebabkan oleh keju yang dibeli di Indomaret tersebut sudah kadaluarsa¹¹.

Faktor keempat yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah Keragaman produk. Produk yang beraneka ragam yang disediakan oleh toko ritel, akan menarik perhatian konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Produk yang ditawarkan toko ritel, memang seharusnya memiliki beberapa variasi produk.

¹⁰ Faridha Anggraeni. "Pengaruh promosi, diskon dan impulse buying terhadap keputusan pembelian Hypermarket PTC Surabaya". Jurnal Ilmu dan Riset manajemen STIESIA Surabaya, Vol. 5 No.7 Juli 2016, h.2

¹¹http://www.kompasiana.com/ayikastrid/pengalaman-komplain-diindomaret_551ada1781331132019de1d9 (Diakses pada tanggal 14 Februari 2018)

Tetapi sebaliknya, ada pula toko ritel yang memiliki sedikit keragaman produk sehingga rendahnya keputusan pembelian.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga Kelurahan Gandul Kecamatan Cinere di Depok mengatakan bahwa, keragaman produk di Indomaret Gandul masih minim dan belum lengkap. Contohnya, yaitu ketika warga tersebut ingin membeli sabun pencuci piring mama lemon 800 ml tetapi produk yang diinginkan tidak tersedia. Lalu, ada juga warga yang ingin membeli bedak bayi tetapi varian yang ada di Indomaret Gandul tidak lengkap variasinya, sehingga konsumen beralih ke toko ritel lainnya. Hal tersebut menyebabkan keputusan pembelian semakin rendah.

Berdasarkan beberapa uraian diatas maka dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk membeli di minimarket. Dengan informasi dan masalah yang diterima maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara Diskon dan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian Indomaret Gandul pada warga Kelurahan Gandul Kecamatan Cinere di Depok”

B. Identifikasi Masalah

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

1. Kualitas pelayanan yang kurang baik.
2. Sedikitnya diskon yang diberikan.
3. Kualitas produk yang rendah.

4. Keberagaman produk yang sedikit.

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi tersebut, ternyata masalah keputusan pembelian merupakan suatu masalah yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti, serta ruang lingkupnya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “Hubungan antara diskon dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian Indomaret Gandul pada warga Kelurahan Gandul Kecamatan Cinere di Depok”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara diskon dengan keputusan pembelian?
2. Apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian?
3. Apakah terdapat hubungan antara diskon dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian?

E. Kegunaan Penelitian

Adapun penelitian ini dilakukan, adalah untuk digunakan oleh:

1. Peneliti

Penelitian ini berguna dalam memberikan informasi, serta sebagai bahan masukan untuk menambah wawasan dan juga pengetahuan mendalam

mengenai hubungan antara diskon dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

2. Mahasiswa

Penelitian ini berguna sebagai bahan referensi dalam penulisan skripsi, baik dari segi teknik penulisan, isi yang dipaparkan maupun hal-hal lain yang terdapat dalam skripsi ini. Sehingga, mahasiswa dapat membuat skripsi yang lebih baik lagi.

3. Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini berguna sebagai bahan bacaan ilmiah dan dijadikan referensi bagi peneliti lainnya serta dapat menambahkan koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan mengenai hubungan antara diskon dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

4. Toko *Ritel*/Perusahaan *Ritel*

Penelitian ini berguna sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan diskon dan kualitas pelayanan. Serta setelah membaca hasil penelitian ini toko *ritel* akan mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.