

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan yang pesat pada bidang ekonomi dari berbagai Negara, menuntut para pebisnis untuk memberikan strategi – strategi yang tepat sehingga dapat bersaing dengan para kompetitor baik pada bidang industri yang sama maupun bidang industri yang berbeda. Hal ini ditandai dengan banyaknya perusahaan – perusahaan yang didirikan di Indonesia. Ditambah lagi dengan adanya MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) maka akan semakin kompetitif lagi persaingan bisnis di Indonesia.

Hal ini juga berlaku pada perusahaan ritel, perkembangan ekonomi dan teknologi yang pesat menuntut perusahaan ritel untuk memiliki strategi bersaing yang kompetitif. Perusahaan ritel merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan barang dalam bentuk eceran pada konsumen akhir untuk digunakan atau dikonsumsi secara pribadi dan bukan untuk kegiatan bisnis.

Perkembangan bisnis pada sektor ritel di Indonesia dewasa ini dalam keadaan kritis, dibuktikan dengan banyaknya penutupan gerai – gerai pada usaha retail seperti 7-Eleven dan usaha ritel lainnya. Menurut Kompas.com, tercatat hingga saat ini sudah ada beberapa pelaku usaha ritel yang menutup gerai usahanya, mulai dari 7-Eleven. Terbaru, Lotus Department Store dan Debenhams akan ditutup oleh PT Mitra Adi Perkasa Tbk pada akhir bulan Oktober dan akhir tahun ini. Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) Hariyadi Sukamdani mengatakan, perlu ada upaya dari pemerintah

agar persoalan tutupnya gerai ritel tidak terus berlanjut."Tutup itu kan karena tidak laku, poinnya itu, karena pembelinya berkurang," kata Hariyadi kepada Kompas.com, Jumat (27/10/2017).Hal ini menunjukkan bahwa semakin ketatnya persaingan bisnis pada sektor tersebut, berbagai faktor menjadi andil besar pada sukses atau tidaknya bisnis ritel.

Kasus tersebut juga terjadi pada salah satu perusahaan ritel di Indonesia yaitu *Matahari Department Store Arion Mall Rawamangun*.*Matahari Department Store Arion Mall Rawamangun* merupakan salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia, namun seiring dengan perkembangan ekonomi dan banyaknya persaingan mengakibatkan perusahaan ritel ini semakin merosot dalam aspek penjualan.Ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian, diantaranya adalah kualitas pelayanan, harga, dan suasana toko.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan.Kualitas pelayanan merupakan bagian terpenting dalam dunia usaha ritel untuk mendapatkan minat konsumen dan akhirnya melakukan pembelian.Dengan kualitas pelayanan yang baik maka konsumen merasa puas dan bersedia untuk melakukan pembelian, selain itu kualitas pelayanan yang baik juga dapat membentuk citra perusahaan yang baik di mata konsumen.Kurangnya kualitas pelayanan yang terjadi di *Matahari Department Store Arion Mall Rawamangun* mengakibatkan ketidakpuasan konsumen dalam melakukan pembelian.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga merupakan aspek yang vital dalam dunia bisnis khususnya pada sektor ritel. Penetapan harga yang tepat sasaran dapat memberikan keuntungan pada perusahaan, yaitu meningkatnya penjualan akibat ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian yang disebabkan oleh harga yang sesuai dengan daya beli mereka.

Berdasarkan penelitian terdahulu, melalui jurnal yang berjudul *Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa*, harga merupakan faktor yang menentukan Keputusan Pembelian¹

Kemudian berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa program studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa harga produk di Matahari Department Store Arion Mall Rawamangun yang terlalu mahal mengakibatkan kurangnya minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah suasana toko. Persaingan yang ketat di dunia bisnis menuntut perusahaan memiliki strategi yang lebih kreatif dari kompetitornya khususnya pada bisnis ritel. Salah satu strategi perusahaan untuk mendapatkan konsumen adalah penataan suasana toko (*store atmosphere*).

¹Agnes Ligia Pratistia Walukowi et.al, Jurnal EMBA Vol.2 No.3 : "Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen" (Manado: Universitas Sam Ratulangi, 2014), 1747.

Berdasarkan penelitian terdahulu, melalui jurnal yang berjudul *Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen pada Eramart Tenggiri Samarinda*, suasana toko merupakan salah satu faktor yang menentukan Keputusan Pembelian.

Kemudian berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa program studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwasuana toko dapat memberikan suasana belanja yang nyaman kepada konsumen sehingga mampu memberikan kesan yang baik pada perusahaan. Suasana toko yang baik dan unik juga dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli.

Dari beberapa data yang di kemukakan bahwa Matahari Department Store Arion Mall Rawamangun mempunyai masalah yang berkaitan dengan keputusan pembelian. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya kualitas pelayanan, harga, suasana toko. Hal ini menjadi permasalahan menarik untuk dibahas sehingga peneliti merasa tertarik untuk meneliti masalahrendahnya keputusan pembelian pada Matahari Department Store Arion Mall Rawamangun.²

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya

² Indah Sulistiorini, eJournal Administrasi Bisnis : "Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen" (Samarinda: Universitas Mulawarman, 2017), 1.

keputusan pembelian pada *Matahari Department Store Arion Mall* Rawamangunya yaitu sebagai berikut:

1. Suasana toko yang kurang nyaman.
2. Harga yang terlalu mahal.
3. Kualitas pelayanan yang rendah.

C. Pembatasan Masalah

Dari masalah yang telah di paparkan, teridentifikasi mengenai masalah keputusan pembelian. Permasalahan ini merupakan hal yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena terbatasnya pengetahuan peneliti, dan ruang lingkup, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “Hubungan antara Suasana Toko dan Harga dengan Keputusan Pembelian Produk *Matahari Departement Store Arion Mall* Rawamangun pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

D. Perumusan Masalah

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

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara suasana toko dengan keputusan pembelian?
2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga produk 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 suasana toko dan harga produk 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 mengenai hubungan antara suasana toko dan harga produk dengan keputusan pembelian.

3. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan suasana toko dan harga produk agar lebih baik. Selain itu, dengan membaca hasil penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor yang dapat mendorong keputusan pembelian.

4. Pembaca

Sebagai sumber untuk menambah wawasan tentang pentingnya suasana toko dan harga produk dengan keputusan pembelian.