

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peningkatan taraf hidup masyarakat dan perkembangan zaman telah mempengaruhi segala hal. Salah satunya adalah dengan gaya hidup dan kebutuhan yang semakin meningkat dan beragam. Pada saat ini, masyarakat dihadapkan dengan tawaran barang dan jasa yang lebih beraneka ragam, sehingga mereka dapat memilih barang dan jasa yang terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pendapatan mereka.

Saat ini, konsep ritel yang berhasil di sebuah negara telah berkembang secara global. Perkembangan bisnis ritel di Indonesia saat ini semakin lama semakin meningkat, yang dapat dilihat dari bertumbuhnya bisnis-bisnis ritel modern yang bergerak di pusat-pusat perbelanjaan. Seperti yang dikatakan oleh Tutum Rahanta Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) memperkirakan bahwa, pertumbuhan industri ritel tahun 2015, tumbuh 12% menjadi Rp 188,16 triliun, dibanding realisasi tahun lalu yang sekitar Rp 168 triliun. Pertumbuhan tersebut dipicu karena pengusaha ritel banyak menambah gerainya¹.

Pertumbuhan pasar modern ini dapat juga kita lihat dari semakin menjamurnya perusahaan ritel yang ada di industri, antara lain *hypermarket*,

¹<http://radarpena.com/read/2015/03/31/17425/18/1/Aprindo-Perkiraan-Pertumbuhan-Industri-Retail-12>. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2015.

supermarket dan *minimarket*. Hal ini menunjukkan bahwa setiap toko ritel memposisikan dirinya sebagai toko serba ada untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen yang memiliki berbagai macam produk dan variasi produk.

Tetapi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu barang akhir-akhir ini sangatlah rendah, seperti halnya di *Carrefour Mall Season City*. Kurangnya keputusan pembelian diakibatkan tidak adanya kebutuhan yang mendesak dari konsumen, sehingga konsumen tidak melakukan proses pembelian. Selanjutnya, kurangnya keputusan pembelian juga terjadi akibat konsumen yang selalu mencari informasi sebelum melakukan proses pembelian mengenai jenis produk, bentuk produk, merek dan tata cara membelinya.

Menurut Satria Hamid Ahmadi, *Head of Public Affairs Carrefour Indonesia* menyatakan bahwa, “Sekarang telah terjadi pergeseran konsumsi, orang mencari informasi mengenai produk-produk terbaik di kelasnya”². Hal-hal tersebut terjadi karena konsumen menginginkan suatu barang yang bermanfaat bagi dirinya dan memiliki kualitas yang bagus dan bagaimana cara memperolehnya.

Faktor-faktor itulah yang membuat konsumen mengambil keputusan untuk membeli atau tidak. Oleh karena itu, perusahaan ritel harus mengidentifikasi terlebih dahulu mengenai faktor-faktor apa saja yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga dapat memudahkan

² <http://industri.kontan.co.id/news/carrefour-fokus-kembangkan-carrefour-premium>. Diakses pada tanggal 12 Desember 2015.

jalan bagi perusahaan untuk menarik konsumen datang ke ritel mereka dan menciptakan keputusan pembelian.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu adanya suasana dalam lingkungan toko yang menyenangkan dan menarik di dalam toko. Suasana atau atmosfir toko yang menyenangkan akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengunjungi sebuah toko dan akan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk. Sebaliknya, apabila toko ritel memiliki suasana toko yang tidak menarik, maka konsumen akan merasa tidak nyaman ketika melakukan pembelian, bahkan minat pelanggan untuk memasuki toko pun berkurang.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan salah seorang warga RT.05 RW.011 Kelurahan Angke Kecamatan Tambora di Kota Jakarta, mengutarakan bahwa Atmosfir atau suasana toko yang ada di *Carrefour Mall Season City* kurang menarik. Contohnya, yaitu pencahayaan ruangan yang ada di dalam ritel tersebut terasa redup atau kurang terang, sehingga menyebabkan ketidaknyamanan dalam berbelanja bagi warga karena menimbulkan kesan fisik yang kurang bersih pada suatu toko.

Selain itu, penataan produk yang terlihat di *Carrefour Mall Season City*, kadangkala terlihat kurang rapih. Hal ini terjadi karena terlihat kardus dan troli yang tidak digunakan oleh konsumen terletak dimana-mana di dalam ruangan peritel tersebut, sehingga membuat jalan pelanggan menjadi sulit atau cukup sempit. Permasalahan lainnya, yaitu kebersihan di dalam toko pun

kurang terjaga, khususnya di area di bagian ikan dan daging, dimana terlihat lantai yang sangat kotor, adanya genangan air di lantai dan bau tidak sedap, sehingga menyebabkan ketidaknyamanan dalam berbelanja, sehingga mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian pada warga tersebut.

Faktor ke dua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen dalam melakukan sebuah pembelian. Penetapan harga produk yang salah dalam suatu toko ritel akan mengakibatkan penjualan menurun dan akan mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk tersebut menjadi minim. Selanjutnya, konsumen pun akan mencari alternatif lain untuk mendapatkan produk tersebut, misalnya mencari produk lain yang harganya lebih murah atau datang ke lokasi pembelian lain yang dinilai lebih menawarkan produk dengan harga yang lebih terjangkau.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan salah seorang warga RT.05 RW.011 Kelurahan Angke Kecamatan Tambora di Kota Jakarta, mengutarakan bahwa harga produk yang ditawarkan oleh *Carrefour Mall Season City* sangat mahal. Contohnya, yaitu harga barang-barang elektronik, seperti lemari es *merk sharp* dua pintu di jual seharga Rp. 2.800.000,00 sedangkan, lemari es *merk sharp* dua pintu yang di jual peritel lain seharga Rp. 2.600.000,00 Hal ini dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap barang tersebut. Karena biasanya konsumen akan berfikir dua kali untuk memutuskan

pembelian terhadap produk tersebut yang dinilai tidak ekonomis. Oleh karena itu, harga yang terlalu tinggi akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Faktor ke tiga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Konsumen dimana pun berada mengharapkan untuk memperoleh pelayanan terbaik yang diberikan oleh perusahaan. Sebaliknya, jika perusahaan memberikan pelayanan yang kurang baik kepada konsumen, maka konsumen pun berkurang keingannya untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan salah satu warga RT 05 RW.011 Kelurahan Angke Kecamatan Tambora di Kota Jakarta, mengatakan bahwa kualitas pelayanan di *Carrefour Mall Season City* kurang memuaskan disebabkan oleh pelayanan yang di berikan oleh salah satu pegawai peritel tersebut kurang baik. Contohnya, yaitu ketika warga tersebut berbelanja di *Carrefour Mall Season City*, beliau meminta bantuan untuk mencarikan salah satu produk, pegawai tersebut terlihat enggan membantu mencarinya dan hanya menunjukkan dengan jarinya keberadaan produk tersebut tanpa di antarkan ke lokasinya tempat produk tersebut berada.

Selain itu menurut warga, *Carrefour* tersebut tidak menerapkan konsep pelayanan prima kepada konsumen, seperti halnya kondisi antrian pembelian panjang. Terkadang konsumen harus menunggu berjam-jam untuk melakukan pembayaran di kasir tanpa adanya perhatian dari para pegawai untuk mengurangi deretan antrian pembelian yang cukup panjang tersebut. Hal ini

yang menyebabkan konsumen merasa kecewa dan menyebabkan konsumen tidak akan datang kembali ke *Carrefour Mall Season City*. Oleh karena, kualitas pelayanan yang tidak baik terhadap pelanggan menyebabkan konsumen kecewa dan tidak puas yang berdampak terhadap rendahnya keputusan pembelian.

Faktor ke empat yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah keragaman produk. Keberadaan produk yang beraneka ragam akan lebih disukai oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap produk tersebut. Produk yang ditawarkan oleh peritel, seharusnya memiliki beberapa variasi produk, tetapi sebaliknya, ada produsen atau pengecer memiliki keragaman produk yang cukup minim. Biasanya keragaman produk yang minim yang akan menurunkan niat konsumen untuk melakukan pembelian produk, yang selanjutnya akan beralih ke lokasi atau tempat pengecer lainnya yang dirasa memiliki keragaman produk yang lebih beragam.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan salah seorang warga RT 05 RW.011 Kelurahan Angke Kecamatan Tambora di Kota Jakarta, mengatakan bahwa keragaman produk di *Carrefour Mall Season City* sangat minim dan belum optimal. Contohnya, yaitu ketika warga tersebut berbelanja di *Carrefour Mall Season City*, beliau mencari *olay total effect* dengan ukuran besar, tetapi produk yang diinginkan tidak tersedia. Selanjutnya, ada juga warga yang ingin membeli *handbody* citra, tetapi produk yang diinginkan pun tidak bervariasi. Hal ini menyebabkan konsumen

tersebut beralih ke tempat ritel lain untuk mendapatkan produk yang diinginkannya. Jadi keragaman produk yang belum optimal yang dimiliki peritel akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dari uraian di atas, peneliti ingin meneliti lebih jauh di *Carrefour Mall Season City*, karena di ritel tersebut terdapat permasalahan mengenai kurangnya keputusan pembelian seperti, atmosfir toko yang kurang menyenangkan, harga yang mahal, kualitas pelayanan yang tidak baik, dan keragaman produk yang belum optimal. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk mendalami lebih lanjut tentang masalah yang mempengaruhi keputusan pembelian, serta bagaimana mengatasi masalah yang ada, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian di lokasi tersebut.

B. Identifikasi Masalah

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

1. Atmosfir toko yang kurang menyenangkan
2. Harga yang mahal
3. Kualitas pelayanan yang tidak baik
4. Keragaman produk yang belum optimal

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi tersebut, ternyata masalah keputusan pembelian konsumen merupakan masalah yang sangat kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan

pengetahuan peneliti, serta ruang lingkungannya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “Hubungan antara keragaman produk dengan keputusan pembelian di *Carrefour Mall Season City* pada warga RW 011 Kelurahan Angke Kecamatan Tambora Di Jakarta”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara keragaman produk dengan keputusan pembelian di *Carrefour Mall Season City* pada warga RW 011 Kelurahan Angke Kecamatan Tambora Di Jakarta?”

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan berfikir, khususnya mengenai bidang usaha ritel serta hubungan antara keragaman produk dengan keputusan pembelian.

2. Universitas Negeri Jakarta

Untuk di jadikan sebagai bahan bacaan ilmiah dan di jadikan referensi bagi peneliti lainnya tentang hubungan antara keragaman produk dengan keputusan pembelian.

3. Masyarakat

Untuk memberikan informasi bahan bacaan guna memahami lebih lanjut mengenai keragaman produk, sehingga penelitian ini dapat membantu dan bermanfaat bagi pembaca.