

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha ritel di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Pertumbuhan inilah yang menyebabkan persaingan dalam usaha ritel menjadi sangat ketat. Pertumbuhan yang terjadi diikuti dengan meningkatnya daya beli masyarakat. Hal inilah yang mendorong pelaku bisnis untuk bias lebih proaktif dan berinovasi dalam memberikan produk maupun pelayanan yang prima untuk mendapatkan keunggulan bersaing untuk memenangkan pangsa pasar.

Pesatnya perkembangan ritel modern ini, berdasarkan pada keinginan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Perkembangan bisnis ritel juga disebabkan oleh semakin banyaknya konsumen yang ingin berbelanja dengan mudah dan nyaman. Bisnis ritel merupakan semua kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung pada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan rumah tangga, bukan untuk keperluan bisnis (Tjiptono, 2016).

Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat, setiap bisnis ritel modern perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing untuk dapat menarik minat beli konsumen. Menyikapi hal ini, peritel yang bermain di bisnis ini dituntut untuk selalu melakukan inovasi supaya minat beli konsumen tetap terjaga dan semakin meningkat. Menarik minat beli konsumen untuk melakukan pembelian juga dapat dilakukan dengan cara memberikan suasana toko yang berupa pencahayaan, warna interior yang menarik, volume musik, kesejukan, mengadakan promosi seperti kupon, diskon ataupun doorprize dan lokasi toko yang mudah diakses dan berada di pusat keramaian.

Suasana toko merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperatur, musik serta aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen (Utami, 2008). Melalui suasana yang sengaja diciptakan, ritel berupaya untuk mengkomunikasikan informasi yang terkait dengan layanan, harga maupun ketersediaan barang dagangan yang bersifat fashionable. Setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan pembeli untuk berputar-putar didalamnya. Toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan dapat menarik konsumen untuk membeli. Namun banyak pemilik toko yang tidak mempedulikan dengan suasana tokonya dengan menaruh display toko yang sembarangan sehingga membuat konsumen bingung untuk mencari barang yang akan dibeli sehingga tidak dapat menarik minat beli konsumen. Dengan melihat barang dagangan, konsumen akan tertarik serta memudahkan

konsumen dalam memilih barang yang diinginkan. Display yang baik akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

Pesatnya perkembangan yang terjadi mengakibatkan adanya persaingan diantara pengusaha ritel. Salah satu bentuk dari usaha ritel adalah Matahari Department Store. Matahari adalah perusahaan ritel terkemuka di Indonesia yang menyediakan perlengkapan fashion, aksesoris, kecantikan, hingga peralatan rumah tangga dengan harga yang terjangkau. Matahari menghadirkan produk-produk stylish berkualitas tinggi serta pengalaman berbelanja yang istimewa, bekerja sama dengan pemasok local dan internasional yang terpercaya untuk menawarkan beragam produk terkini dari merek eksklusif dan merek internasional.

Posisi Matahari sebagai department store pilihan di Indonesia didukung oleh jajaran merek eksklusif yang diusungnya. Hanya dijual di gerai-gerai Perseroan, merek-merek tersebut secara konsisten berada di antara merek-merek terbaik di Indonesia, memenangkan sejumlah penghargaan terkait desain, kualitas dan nilai, sehingga membuktikan pemahaman Matahari akan kesadaran pelanggannya terhadap nilai sebuah produk.

Berdasarkan data (matahari.co.id, 2019) saat ini Matahari mengoperasikan 155 gerai yang tersebar di 74 kota di seluruh Indonesia, dengan luas ruang hampir satu juta meter persegi. Dari sekian banyak gerai Matahari, 51 Kabupaten/Kota di Indonesia yaitu Balikpapan, Bandar Lampung, Kabupaten Bandung, Kota Bandung, Kabupaten Banyuwangi, Batam, Bekasi, Kabupaten Bogor, Kabupaten Buleleng, Cimahi, Cirebon, Kota Tangerang dan lainnya. Meskipun mempunyai jumlah gerai yang banyak, Matahari masih harus terus bersaing dengan gerai-gerai yang lain.

Tabel 1.1
Daftar Top Brand Index Department Store

BRAND	2017	2018	2019
Matahari	56.9%	58.1%	48.7%
Ramayana	25.1%	21.8%	12.7%
Toserba Yogya	5.7%	3.4%	4.7%
Centro	1.9%	2.6%	3.4%

Sumber : www.topbrand-award.com

Di Indonesia, persaingan antara perusahaan ritel modern dengan format hipermarket terlihat jelas dengan semakin banyaknya perusahaan yang bersaing di dalam industri ini, Top Brand Award pada tahun 2018 Matahari menempati

posisi pertama dengan perolehan Top Brand Index sebesar 58.1%. Namun pada tahun selanjutnya Matahari mengalami penurunan menjadi 48,7%. Hal ini terjadi karena bertambahnya jumlah industri ritel di Indonesia. Selain itu, berkembangnya gerai ritel online ini sesuai dengan demand masyarakat yang menginginkan pembelian produk barang dan jasa yang cepat dan hemat waktu. Sehingga situs belanja online lebih ramai ketimbang gerai-gerai ritel.

Dengan bertambahnya jumlah industri ritel, maka pemasar harus memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, serta membuat strategi-strategi yang dapat mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru. Amiri et al. (2012), menyatakan seiring dengan kebutuhan konsumen yang semakin bervariasi dan penting bagi pelaku bisnis terutama dalam industri ritel untuk merespon hal tersebut. Hal ini dikarenakan daya beli masyarakat yang mengalami perubahan. Para peritel melihat peluang ini untuk meningkatkan omzet penjualan tiap tahun melalui kegiatan belanja yang dilakukan oleh konsumen Matahari Department Store

Industri ritel modern tanah air tengah menghadapi tantangan dalam hal penjualan, pergeseran pola belanja masyarakat berdampak pada penurunan penjualan gerai ritel modern. Menurutnya, persaingan sudah sangat gencar, kemudian muncul online. Tercatat, hingga saat ini sudah ada beberapa pelaku usaha ritel yang menutup gerai usahanya akibat dari sisi pendapatan tak sesuai dengan target perusahaan, diantaranya 7-eleven, Pt. Matahari Department Store. Kemudian, Lotus Department Store dan Debenhams yang telah ditutup oleh PT Mitra Adi Perkasa Tbk pada akhir bulan Oktober dan akhir tahun 2017.

Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh Matahari dalam melakukan persaingan dalam industri ritel adalah dengan cara menciptakan suasana toko yang nyaman. Agar Matahari dapat memberikan kesan nyaman bagi para konsumen dan konsumen berminat untuk membeli, salah satu inovasinya adalah suasana toko (*store atmosphere*) yaitu menciptakan keadaan didalam toko. Penggunaan musik, pencahayaan, suhu udara yang sejuk dapat membuat psikologis konsumen nyaman dan aman berada di toko tersebut.

Selain *store atmosphere* sebuah toko haruslah mengadakan promosi penjualan yang baik. Karena promosi penjualan yang dilakukan pada sebuah toko merupakan satu-satunya hal yang mendatangkan laba bagi pebisnis. Perusahaan juga harus menunjukkan sikap loyalitas kepada pelanggan dengan memberikan kupon, diskon, dan sebagainya guna membuat konsumen merasa untung saat berbelanja di Matahari dan dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Store atmosphere dan promosi penjualan merupakan faktor yang penting dalam penentuan minat beli ulang konsumen untuk datang kembali, namun ada salah satu faktor penting lagi untuk meningkatkan minat beli konsumen yaitu lokasi. Lokasi juga berperan penting karena jika lokasi yang kita gunakan berada di pusat keramaian, akses transportasi mudah dicari, tempat yang strategis dan lain sebagainya maka akan meningkatkan minat beli konsumen.

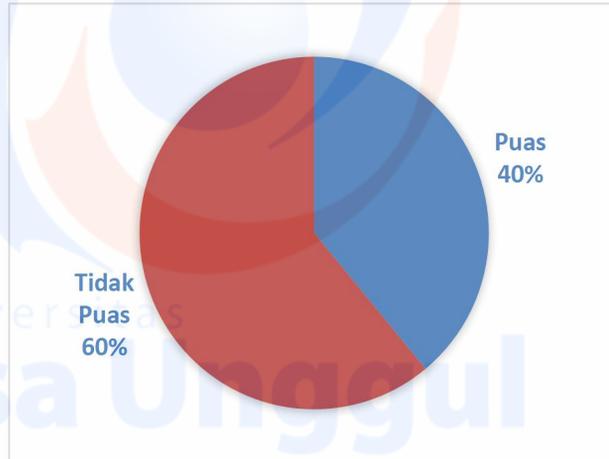
Store atmosphere, promosi penjualan dan juga lokasi merupakan sarana dalam dunia bisnis agar konsumen berminat melakukan pembelian pada produk tersebut. Kesesuaian tawaran dengan harapan konsumen menentukan apakah permintaan terhadap produk tersebut meningkat atau sebaliknya.

Beberapa fenomena yang terjadi yaitu kekecewaan terhadap Suasana toko yang ada, beberapa konsumen menyatakan bahwa kurang nyaman dan bersih. Fenomena lainnya yaitu lokasi yang tidak strategis dan jauh dengan pusat keramaian. Ada pula yang mengatakan bahwa kurang seringnya Matahari mengadakan promosi. Dalam hal ini tentu saja strategi yang dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen yang memicu timbulnya minat beli, dilakukan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan kegiatan usaha dengan menciptakan ketertarikan konsumen terhadap produk, melalui kegiatan promosi di dalam toko dan meminimalisir adanya berbagai keluhan pelanggan.

Berita mengenai akan ditutupnya dua gerai milik PT Matahari Department Store Tbk (LPFF) di Pasaraya Manggarai dan Pasaraya Blok M mendapatkan tanggapan dari analisis pasar modal. Hans Kwee, analis dari Investa Saran Mandiri, mengatakan bahwa secara industri, saat ini pelaku industri ritel memang mendapatkan tantangan yang sangat berat dari berbagai sisi, yakni dari sesama pemain industri ritel, dari pelaku industri ritel online, serta dari sisi gaya hidup masyarakat

Pada penelitian kali ini saya akan meneliti Matahari Department Store yang ada di kota Tangerang yang berlokasi di Metropolis (Metos). Matahari Department Store adalah salah satu toko serba ada yang memiliki konsep agak berbeda dengan toserba-toserba yang ada pada umumnya. Matahari memiliki paduan antara barang dagangan dengan suasana toko yang eksotis dan bergengsi. Persaingan antar toserba yang semakin kuat membuat toserba Matahari berusaha memberikan kepuasan pada pelanggannya dengan memberikan suatu nilai tambah di mata konsumen. Agar berhasil dalam memenangkan persaingan, Matahari Department Store harus dapat menjaring konsumen sebanyak-banyaknya. Dengan kata lain perusahaan harus dapat menarik minat beli konsumen agar konsumen tersebut menjadi pelanggan yang loyal berbelanja di Matahari Department Store tersebut.

Relevan dengan uraian tersebut diatas, berdasarkan studi pendahuluan tentang pengaruh suasana toko, promosi penjualan dan lokasi terhadap minat beli yang dilakukan terhadap 30 orang konsumen di Matahari Department Store Metropolis dengan menggunakan sejumlah item pertanyaan didapatkan hasil seperti berikut

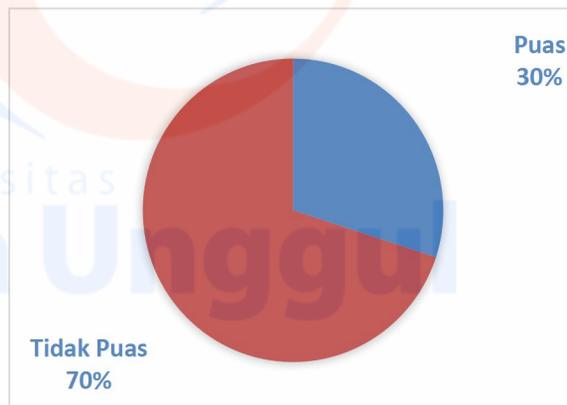


Sumber : Data olahan peneliti, 2019

Gambar 1.1

Hasil Pra Survey Pengaruh Suasana Toko pada konsumen Matahari Department Store Metropolis

Sebanyak 12 orang konsumen 40% menyatakan kepuasannya terkait suasana toko. Selebihnya, sebanyak 18 orang konsumen (60%) menyatakan ketidakpuasan terhadap suasana toko di Matahari Department Store Metropolis, yaitu terhadap penataan toko yang kurang rapih, kurangnya kualitas pencahayaan dan tempat yang kurang nyaman. Dapat disimpulkan bahwa Suasana toko sangat mempengaruhi minat beli konsumen.



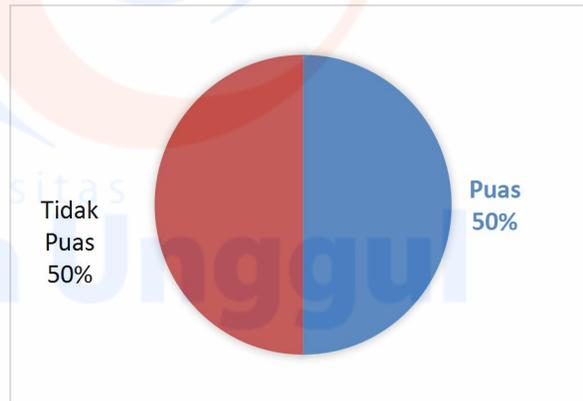
Sumber : Data olahan peneliti, 2019

Gambar 1.2

Hasil Pra Survey Pengaruh Promosi penjualan pada konsumen Matahari Department Store Metropolis

Sebanyak 9 orang konsumen (30%) menyatakan puas terkait promosi yaitu konsumen menyatakan promosi yang dilakukan oleh Matahari Department Store Metropolis. Selebihnya, sebanyak 21 orang konsumen (70%) menyatakan tidak puas terhadap promosi yang dilakukan Matahari Department Store Metropolis karena promosi kurang menarik, diskon yang tidak terlalu signifikan dan juga harga promosi dan harga normal yang tidak terlalu jauh. Dapat di

simpulkan dari hasil pra survey sebagai responden berpendapat dan menunjukkan bahwa Promosi Penjualan berpengaruh besar terhadap minat beli konsumen.



Sumber : Data olahan peneliti, 2019

Gambar 1.3

Hasil Pra Survey Pengaruh Lokasi pada konsumen Matahari Department Store Metropolis

Sebanyak 15 orang konsumen (50%) menyatakan puas terkait lokasi di Matahari Department Store Metropolis. Sebaliknya, sebanyak 15 orang konsumen (50%) menyatakan tidak puas terhadap lokasi Matahari Department Store Metropolis karena lokasi tersebut kurang strategis, tidak dapat melihat lokasi dengan jelas dari jarak normal dan jauh dari tempat parkir. Dapat disimpulkan dari hasil pra survey sebagai responden berpendapat dan menunjukkan bahwa lokasi sangat penting untuk mendorong minat beli konsumen.

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembahasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Adanya persaingan bisnis ritel di Indonesia yang semakin banyak.
2. situs belanja online lebih ramai ketimbang gerai-gerai ritel.
3. masyarakat yang lebih suka berbelanja online juga berkaitan dengan semakin selektifnya masyarakat dalam membelanjakan uangnya
4. Tercatat, hingga saat ini sudah ada beberapa pelaku usaha ritel yang menutup gerai usahanya akibat dari sisi pendapatan tak sesuai dengan target perusahaan, diantaranya 7-eleven, Pt. Matahari Department Store. Kemudian, Lotus Department Store dan Debenhams yang telah ditutup oleh PT Mitra Adi Perkasa Tbk pada akhir bulan Oktober dan akhir tahun 2017.
5. Akan ditutupnya dua gerai milik PT Matahari Department Store Tbk (LPFF) di Pasaraya Manggarai dan Pasaraya Blok M dikarenakan karena berkembangnya gerai ritel online ini sesuai dengan demand masyarakat yang menginginkan pembelian produk barang dan jasa yang cepat dan hemat waktu. Sehingga situs belanja online lebih ramai ketimbang gerai-gerai ritel.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan di atas, tampak bahwa permasalahan yang terkait dengan topik penelitian cukup luas, sehingga perlu diadakan pembatasan masalah. Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dibatasi hanya konsumen Matahari Department Store Metropolis.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada Suasana Toko, Promosi Penjualan dan Lokasi sebagai variabel bebas, Minat Beli sebagai variabel terikat. Sehingga terdapat 4 (empat) variabel saja.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahan yang dikemukakan dalam penulisan ini adalah :

1. Apakah suasana toko, promosi penjualan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli pada konsumen Matahari Department Store Metropolis?
2. Apakah Suasana Toko berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli pada konsumen Matahari Department Store Metropolis?
3. Apakah Promosi penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli pada konsumen Matahari Department Store Metropolis?
4. Apakah Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli pada konsumen Matahari Department Store Metropolis?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko, promosi penjualan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli pada konsumen Matahari Department Store Metropolis
2. Untuk mengetahui pengaruh Suasana Toko terhadap Minat Beli pada konsumen Matahari Department Store Metropolis.
3. Untuk mengetahui pengaruh Promosi penjualan terhadap Minat Beli pada konsumen Matahari Department Store Metropolis.
4. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap keputusan Minat Beli pada konsumen Matahari Department Store Metropolis.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi landasan dalam pengembangan media pembelajaran atau penerapan media pembelajaran secara lebih lanjut. Selain itu juga menjadi sebuah nilai tambah khasanah pengetahuan ilmiah dalam bidang Ekonomi dan Bisnis.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan sumbangan informasi bagi perusahaan –perusahaan lain terutama bagi Matahari Department Store Metropolis tentang faktor –faktor yang mendorong keputusan Minat Beli terutama dari factor Suasana Toko, Promosi penjualan dan Lokasi

2. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana penghubung bagi konsumen Matahari Department Store Metropolis untuk dapat memberikan penilaian dan mengambil keputusan Minat Beli pada Matahari Department Store Metropolis

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu bukti bahwa peneliti telah dapat menerapkan ilmu-ilmu berupa teori-teori yang didapatkan selama penulis menempuh kuliah ke dalam praktek sekaligus sebagai ajang menggali tambahan pengetahuan di lapangan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan manajemen pemasaran terutama Minat Beli pada Matahari Department Store Metropolis.

4. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.