

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tidak dapat dipungkiri bahwa globalisasi menyimpan beragam keuntungan dan tantangan besar yang harus dihadapi bagi orang-orang yang terlibat didalamnya. Dalam hal ekonomi khususnya, salah satu keuntungan dengan adanya era globalisasi adalah hadirnya peluang-peluang baru namun juga diikuti oleh tantangan-tantangan baru, khususnya bagi perusahaan-perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Di sisi lain, keadaan tersebut memunculkan persaingan yang makin ketat baik antar sesama perusahaan dalam negeri maupun dengan perusahaan asing. Namun, persaingan ini berdampak pada semakin meningkatnya usaha perusahaan di dalam meningkatkan baik kualitas internal maupun eksternalnya. Seperti halnya yang terjadi pada industri ritel Nasional dimana perkembangan jumlah ritel di Indonesia terus bertambah secara pesat seperti *supermarket*, *hypermarket*, *minimarket*, dan ritel lainnya yang terus bermunculan (Susanti, 2011).

Menurut Erwin Rediono Tan (2011:25) bahwa eksistensi *ritel* saat ini tidak bisa dilepaskan dari kebutuhan masyarakat yang semakin berkembang dan juga mengalami perubahan. *Ritel* yang ada jelas akan berusaha memenuhi dan menyediakan berbagai kebutuhan yang diperlukan konsumen. Salah satunya yang dapat diberikan atau dipenuhi oleh pihak *peritel* kepada konsumen, yaitu dengan menciptakan citra toko yang baik di mata konsumen, produk yang beragam, lokasi yang strategis, serta barang atau jasanya yang mempunyai nilai lebih dari para kompetitornya.

Di Kota Padang berdasarkan data Disperindag tahun 2013 jumlah pasar modern mencapai 148 unit, 50 unit lebih diantaranya merupakan kelompok minimarket, sedangkan sisanya supermarket. Dari total 148 unit pasar modern tidak ada satupun minimarket seperti Alfamart, Indomaret, Lawson, maupun 7 Eleven, karena dilarang oleh pemprov Sumbar (<http://musfiyendra.wordpress.com/tag/data-minimarket-di-padang/>). Citra Group adalah salah satu dari sekian banyak *ritel* yang ada di Kota Padang. Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang yang beralamat di Jalan Gajah Mada No. 4 B Padang ini merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan barang yang meliputi produk berbasis makanan, barang-barang kebutuhan rumah dan lain-lain. Lokasi Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang sangat strategis karena berdekatan dengan perumahan, sekolah, perkantoran dan ruang terbuka hijau. Lokasi *ritel* yang strategis akan lebih diminati oleh konsumen karena lebih mudah dijangkau. Menurut Berman & Evans dalam Ma'ruf (2006:113) lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran eceran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis.

Salah satu strategi agar suatu ritel atau toko mampu bersaing dan bertahan dalam pasar adalah dengan membangun citra toko yang baik di mata konsumen maupun publik karena citra toko dapat mempengaruhi minat beli. Menurut Sopiah dan Syihabudhin (2008) citra toko adalah kepribadian sebuah toko. Konsumen cenderung berbelanja di toko-toko yang sesuai dengan citra yang dibangunnya.

Strategi keberagaman produk juga termasuk strategi yang juga perlu dirumuskan oleh *retailer* dalam menarik minat beli. Penting bagi *retailer* untuk menyediakan produk yang beranekaragam, hal ini dikarenakan adanya kecenderungan dalam diri konsumen yang menghendaki barang-barang yang beragam, sehingga dengan bermacam-macam produk yang disediakan diharapkan dapat memberikan dorongan dan pilihan bagi konsumen untuk membeli produk yang disediakan oleh *retailer*. Penyediaan keragaman produk (*product assortment*) yang baik tidak hanya akan menarik minat, tetapi dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan demikian para konsumen tidak perlu memerlukan waktu dan tenaga untuk pergi ke *retailer* lain untuk mencari produk yang tidak mereka dapatkan di *retailer* yang mereka kunjungi sebelumnya. Menurut Engels & Blackwell (1995:258) keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut.

Tabel 1.1
Data Penjualan di Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang
Bulan Juli 2018 - Desember 2018

Bulan	Penjualan (Rp)
Juli	639.337.000
Agustus	540.600.000
September	743.755.000
Oktober	736.211.000
November	840.918.000
Desember	945.373.000

Sumber : Data penjualan Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang (Juli-Desember 2018)

Dari Tabel 1.1 terlihat bahwa pendapatan yang diperoleh Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang dari bulan Juli hingga bulan Desember 2018

berfluktuasi. Setelah mendapatkan data penjualan maka peneliti melakukan survey awal terhadap minat beli konsumen di Citra Swalayan Gajah Mada Padang berikut ini:

Tabel 1.2
Data survey awal Minat Beli di Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang

No	Pernyataan	Responden	Jawaban	
			Tidak Setuju	Setuju
1	Saya tertarik untuk berbelanja di Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang.	30	6	24
2	Lokasi Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang mudah dijangkau karena alat transportasi mudah ditemui.	30	9	21
3	Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang memberikan promo yang menarik.	30	12	18
4	Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang adalah swalayan terlengkap di Kota Padang.	30	19	11

Sumber :Survey Awal (2019)

Berdasarkan data pada Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa hasil survei awal minat beli di Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang yang dilakukan kepada 30 responden, menemukan bahwa 24 orang menyatakan tertarik untuk berbelanja di Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang sedangkan 6 orang menyatakan tidak tertarik. Terdapat 21 orang menyatakan setuju bahwa lokasi Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang mudah dijangkau karena alat transportasi mudah ditemui dan sebanyak 9 orang menyatakan tidak setuju. Kemudian, terdapat 12 orang menyatakan tidak setuju bahwa Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang memberikan promo yang menarik sedangkan 18 orang menyatakan setuju. Terdapat 19 orang menyatakan

tidak setuju bahwa Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang adalah swalayan terlengkap di Kota Padang.

Dari latar belakang yang dikemukakan maka peneliti mencoba untuk meneliti hal tersebut, yaitu dengan mengambil topik yang berkaitan dengan :

“Pengaruh Lokasi, Citra Toko dan Keberagam Produk terhadap Minat Beli di Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang.”

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka yang jadi permasalahan pada penelitian adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen di Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang ?
2. Apakah terdapat pengaruh citra toko terhadap minat beli konsumen di Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang ?
3. Apakah terdapat pengaruh keberagaman produk terhadap minat beli konsumen di Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel lokasi terhadap minat beli konsumen di Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel citra toko terhadap minat beli konsumen di Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang.
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel keberagaman produk terhadap minat beli konsumen di Citra Swalayan Cabang Gajah Mada Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari tujuan diatas, maka terlihat hasil penelitian ini akan memberikan informasi tentang bagaimana pengaruh yang dilihat dari lokasi, citra toko dan keberagaman produk terhadap minat beli konsumen di Citra Swalayan Gajah Mada Padang. Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan

Merupakan bahan masukan dalam meningkatkan tingkat pembelian konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin mengembangkan hasil penelitian tentang lokasi, citra toko dan keberagaman produk.