BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman dan perkembangan suatu Negara yang melahirkan pemikiran manusia akan keinginan tidak manjadi sederhana lagi, sehingga stuktur perekonomian secara bertahap mengalami perubahan dan bahkan belakangan ini perubahan tersebut tampak semakin cepat. Begitu pula dengan perkembangan bisnis eceran yang ada di Indonesia sekarang ini meningkat begitu pesat. Puluhan arena belanja berupa pusat-pusat pertokoan, plaza, toko-toko pakaian baru bermunculan diberbagai kota besar dan kecil, bahkan nama perusahaan bisnis eceran sudah mempunyai jaringan yang luas di Indonesia. Suburnya pertumbuhan bisnis ini disebabkan pasar eceran di Indonesia masih terbuka lebar, sehingga berbagai jenis usaha eceran modern seperti toko-toko pakaian, butik-butik pakaian, *Departement Store* sehingga dapat diperkirakan pada tahun mendatang pertumbuhan bisnis eceran akan semakin pesat dan berkembang. Dan bahkan berdasarkan ramalan pada masa mendatanng akan menjadi kekuatan yang dominan dalam bisnis eceran di Indonesia.

Berkembangnya bisnis ritel, persaingan toko pakaian di Indonesia pun semakin ketat. Sehingga kondisi tersebut menyebabkan struktur pasar yang semakin kompetitif, dan persaingan antara toko pakaian pun tidak terelakan lagi. Untuk menghadapi persaingan tersebut masing-masing toko pakaian tampaknya memerlukan strategi-strategi untuk menarik konsumen.

Tidak dapat dipungkiri dalam 5 tahun terakhir ini Bandung menjadi salah satu tujuan wisata terpenting bagi wisatawan domestik, terutama untuk urusan liburan keluarga. Kehadiran FO (*factory outlet*), BO (*boutique outlet*), distro (*distribution outlet*) yang terus bertumbuhan di Bandung menjadi salah satu daya tarik utama. Saat ini diperkirakan ada sekitar 300-an tempat belanja semacam itu di Bandung.

Dari sekian banyak pilihan *factory outlet* dan distribution outlet yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam memilih factory outlet tertentu. Masing-masing konsumen memiliki harapan yang berbeda mengenai produk apa yang akan dibeli, dimana mereka akan membelinya, dengan harga berapa produk tersebut dibeli dan suasana bagaimana yang mereka harapkan.

3Second adalah salah satu perusahaan ritel berbasis Distro yang menawarkan produk seperti pakaian, celana, sepatu, sandal dan assesories lainnya. Pada tahun 2005 di Bandung perusahaan 3 Second telah membuka toko di Bandung diantaranya terletak di Bandung Super Mall (BSM) dan Bandung Indah Plasa (BIP).mengapa penulis tertarik melakukan penelitian lebih mendalam di Bandung Super Mall (BSM) dikarenakan para pengunjung nya dari berbagai kalangan.

Bauran ritel dapat dipahami sebagai semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk pengunaan pibadi dan bukan pengguna bisnis,menurut Chirstina Whidya Utami(2010)

Perusahaan yang menjadi pesaing 3 Second berusaha mencari cara menarik konsumen sebanyak-banyaknya agar mau mampir dan melakukan transaksi jual beli di tokonya, Salah satu cara mereka untuk mempertahankan konsumen dengan cara menerapkan strategi pemasaran yaitu Bauran Eceran yang terdiri dari Lokasi, Barang dagangan, Harga, Promosi,Wiraniaga,Rancangan Toko dan Pelayanan Pelanggan.

Pelayanan pelanggan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali membelinya, serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu, yaitu mendapatkan konsumen yang loyal sekaligus dan membantu promosi perusahaan. Harga yang diberikan perusahaan cukup tinggi. Jika konsumen membeli barang cukup tinggi, maka konsumen tidak akan kembali membelinya. Suasana Dalam Toko jika suasana dalam toko cukup menarik maka konsumen akan merasa merasa nyaman dan konsumen akan tertarik untuk membeli barang tersebut dan akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu. Wiraniaga akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan perusahaan lain. Jika konsumen merasa tidak puas, maka konsumen akan tidak akan kembali untuk membelinya,serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain. Barang dagangan akan membandingkan barang yang diberikan perusahaan dengan barang yang konsumen harapkan. Dan disini perusahaan harus jeli Jika konsumen ingin merasa puas, maka konsumen akan kembali membelinya.

Promosi yang dilakukan perusahaan kurang baik.disini perusahaan harus bisa melakukan semenarik mungkin dengan diadakannya promosi. Lokasi akan mempengaruhi keinginan konsumen untuk datang ke tempat yang dituju.disini toko tersebut kurang terlihat oleh konsumen. sehingga konsumen jarang untuk berkunjung dan membeli.

Berdasarkan uraian dan latar belakang di atas maka penulis menatarkan Fenomena bauran eceran pada 3 second Bandung disini adalah mulai bermunculan kompetitor-kompetiror baru yang bervariasi dan memiliki diferensiasi produk yaitu dari segi harga, penampilan produk, kualitas dan kuantitas, promosi serta faktor keterampilan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan membuat konsumen merasa puas. Faktor keterampilan ini adalah faktor yang sangat penting dalam menentukan ceran seperti ini, apabila konsumen merasa puas maka konsumen cenderung mengkonsumsi produk jasa ini berkali kali bahkan konsumen yang merasa puas akan berusaha merekomendasikan produk jasa yang dikonsumsinya ke beberapa orang terdekat.

Maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih mendalam terhadap pelaksanaan Bauran Eceran pada 3 Second. Atas dasar tersebut penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PELAKSANAAN BAURAN ECERAN PADA 3 SECOND JLN. GATOT SUBROTO NO. 289 BANDUNG.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka penulis mencoba mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

Bagaimana tanggapan responden terhadap pelaksanaan Bauran Eceran pada 3 Second Bandung.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana tanggapan responden terhadap pelaksanaan Bauran Eceran 3 second bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mencari tahu bagaimana pelaksanaan Bauran Eceran dan bagaimana tanggapan responden mengenai Bauran Eceran pada Second jln. Gatot Subroto no.289 Bandung.

Adapun tujuan penulis dalam melakukan penelitian tentang Bauran Eceran adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tanggapan dari responden terhadap pelaksanaan Bauran Eceran pada pada3 Second Bandung.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

A. Kegunaan Operasional

1. Bagi Perusahaan

   Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan didalam melaksanakan usaha agar lebih meningkatkan proses bauran eceran yang diterapkan pada toko 3 Second Bandung.

2. Bagi Pihak Terkait

   Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta informasi-informasi yang dibutuhan bagi peneliti lain yang mempunyai bahasan yang sama sehingga dapat melakukan perbandingan

B. Kegunaan Pengembangan Ilmu

1. Bagi Penulis

   Untuk menambah ilmu pengetahuaan dan wawasan tentaang dunia usaha serta secara langsung dapat mengetahui cara dan metode yang diterapkan dalam perusahaan.

2. Bagi Pembaca

   Dengan adanya hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan bahan pertimbangan bagi mereka yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut serta berguna bagi pengembangan ilmu.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Pelaksanaan Penelitian yang dilakukan penulis untuk menyusun tugas akhir dilakukan pada 3 Second jln. Gatot Subroto no.289. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober sampai Desember 2012, adapun jadwal penelitian terlihat seperti pada table di bawah ini:

Tabel 1.2
Rancangan dan waktu penelitian

No	Kegiatan	Bulan											
		Oktober				November				Desember			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Penelitian Pendahuluan	■	■										
2	Penulisan isian Penelitian			■	■								
3	Pengumpulan Data					■	■						
4	Pengolahan dan Analisis data							■	■	■	■		
5	Penulisan Laporan											■	■