BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Di satu sisi, era globalisasi memperluas pasar produk dari perusahaan Indonesia dan di sisi lain, keadaan tersebut memunculkan persaingan yang makin ketat baik antar perusahaan domestik maupun perusahaan asing. 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.

Pedagang eceran atau sekarang kerap disebut perdagangan ritel, bahkan sering disingkat bisnis ritel, adalah kegiatan usaha menjual barang atau jasa kepada perorangan untuk keperluan diri sendiri, keluarga, atau rumah tangga. Kegiatan ini mencakup penjualan barang dan jasa kepada pengguna yang bervariasi mulai dari mobil, pakaian, makanan hingga tiket bioskop. Mereka menjual barang atau jasa langsung kepada konsumen.

Masuknya perusahaan asing yang menanamkan modalnya di Indonesia, sehingga persaingan bisnis ritel di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat tersebut, setiap bisnis ritel perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibandingkan

dengan pesaing untuk dapat menarik minat membeli konsumen. Menarik konsumen untuk melakukan pembelian juga dapat dilakukan dengan cara menciptakan situasi pembelian yang menyenangkan bagi kosumen pada saat di dalam toko ataupun di luar toko, karena konsumen yang merasa senang diharapkan akan melakukan pembelian. Untuk dapat menciptakan situasi pembelian yang menyenangkan, maka perlu diciptakan situasi pembelian yang baik. Minimal konsumen akan merasa betah saat berada di toko tersebut dan hal ini akan membuat konsumen untuk memutuskan pembelian di toko tersebut.

Factory outlet bagian dari bisnis ritel, Saat ini persaingan factory outlet sangat bersaing, terutama di kota Bandung. Bandung adalah salah satu kota di Indonesia yang menjamurnya bisnis factory outlet. Bandung tidak lagi hanya menyandang predikat sebagai kota kembang atau ”Parijs van Java” melainkan kota jasa atau wisata belanja. Warga Kota Bandung memang terbilang sangat dinamis. Dengan rentang waktu perjalanannya yang sudah sekian abad, Bandung kini terus mengalami berbagai perubahan yang sangat signifikan. Belakangan bahkan muncul sebutan baru buat Bandung, yakni sebagai Kota Factory Outlet (FO), Kota Kafe. Sehingga dijuluki Kota Factory Outlet Karena hampir di semua ruang dalam kota dapat mudah dijumpai toko-toko yang menjual pakaian sisa ekspor berkualitas dunia dengan ragam model yang sangat eksklusif. Yang semua itu dihasilkan dari keterampilan tangan orang Bandung. Kehadiran Factory Outlet ini membuat nama Bandung kian melejit di mata wisatawan baik dalam dan luar negeri. Factory Outlet yang telah ada sejak tiga hingga empat tahun belakangan ini memang menjadi idola atau daya pikat bagi pendatang dari luar Kota Bandung.

Hanya dengan modal kecil mereka bisa membeli berbagai jenis dan merrk pakaian dengan harga relatif murah. Bandung bisa dibilang sebagai kota alternatif utama bagi pendatang khususnya warga Jakarta yang hendak menghabiskan waktu akhir pekan atau hari-hari libur.

Banyak Factory Outlet di Bandung yang akan kita jumpai di sepanjang jalan, contohnya di Jln. RE Martadinata (Riau) No 26, Bandung. adalah salah satu jalan yang banyak terdapat Factory Outlet. Contohnya seperti Heritage, Secret, The Summit, dan sebagainya dan Renarriti itu sendiri.

Factory Outlet Renariti (Riau) Bandung satu dari beberapa Factory Outlet yang sedang berkembang di kota Bandung, di mana di dalamnya menjual pakaian orang dewasa, pakaian anak-anak, sepatu, aksesoris, tas, dan lain sebagainya. Factory Outlet Renariti tempatnya cukup bagus dengan gedung tiga lantai, strategis, sehingga memberikan daya tarik tersendiri dan rasa nyaman, yang pada akhirnya akan merangsang konsumen untuk berkunjung dan mungkin akan melakukan pembelian.

Pemasar berupaya agar di dalam toko tersedia sebanyak-banyaknya stimuli yang mampu mempengaruhi kognisi, sikap dan perilaku belanja konsumen: cahaya, tingkat kebisingan, aroma, suhu, space antar rak dan *displa*y, warna, barang dagangan yang ditata rapi, karakteristik pengunjung lain dan busana para tenaga penjual. Tanda penunjuk dalam toko mengarahkan konsumen pada barang-barang tertentu dan memberitahu produk dan informasi harga. Tanda penunjuk turut mempengaruhi kognisi konsumen (konsumen mengolah informasi tanda penunjuk secara berbeda) dan perilaku konsumen pada *point of decision* dan *point*

of sale. Penjualan bisa saja meningkat karena penggunaan jenis tanda penunjuk tertentu. Warna mempunyai dampak fisik dan psikologis pada persepsi konsumen terhadap lingkungan toko ritel. Warna dapat merangsang kedatangan konsumen dan juga potensi pembentukan kesan. Sebagai contoh, lingkungan warna yang hangat menggugah situasi pembelian yang terkait dengan pembelian tak terencana. Warna-warna dingin lebih cocok di saat konsumen memerlukan pertimbangan keputusan pembelian. Penelitian umumnya mendapati bahwa latar belakang musik dalam toko sementara aktivitas lain terus berjalan mempengaruhi sikap dan perilaku. Musik kerap diputar dalam berbagai toko ritel dan bank. Tempo musik latar turut mempengaruhi perilaku konsumen. Musik beralun lambat mendorong volume penjualan yang lebih besar, saat konsumen yang berlama-lama merasa kerasan di toko dan akhirnya membeli barang-barang lain, nampaknya musik mempengaruhi perilaku konsumen tanpa disadari (Uyungs,2008). Dan dapat dikatakan bahwa saat ini suatu toko atau outlet , dalam upaya membangun stimuli – stimuli agar mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli perlu dibangun situasi pembelian yang terdiri dari lingkungan fisik, lingkungan sosial, waktu, tujuan dan suasana hati konsumen.

Begitu juga, Menurut Stenley Winata (2006) mengungkapkan bahwa situasi pembelian mempunyai pengaruh yang nyata terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa situasi pembelian mampu menghadirkan keinginan konsumen untuk membeli karena situasi ini bisa menjadi stimulus terhadap keputusan konsumen untuk membeli.

Factory Outlet Renaritti yang berada di Jln. RE Martadinata No 26, Bandung Wetan. Merupakan Factory Outlet yang strategis, dimana Factory Outlet tersebut di buka dari pukul 10.00 – 21.00 Wib, itu adalah jam buka yang biasa dilakukan oleh Factory Outlet lain. Factory Outlet Renaritti dirancang dengan fisik gedung 3 (tiga) lantai, penataan rak pajangan dalam toko baik, atmosphere udara (AC) tidak pengap, tata ruang toko baik, Factory Outlet ini menawarkan berbagai jenis pakaian orang dewasa, pakaian anak-anak, sepatu, aksesoris, tas, tempat bermain anak dan lain sebagainya. Beragamnya produk disana dimaksudkan dalam upaya menarik konsumen untuk datang membeli, konsumen dapat mempunyai banyak pilihan pakaian, tidak bosan atau monoton karena banyak terdapat jenis - jenis pakian dari pakaian wanita dewasa, pria dewasa, dan anak - anak. Menurut Yuli, selaku manejer Factory Outlet Renaritti Bandung.

Selain daripada itu, dalam upaya membangun lingkungan sosialnya, Factory Outlet Renaritti merancang di setiap blok produk terdapat pramuniaga, mereka diwajibkan untuk bekerja secara profesional (terampil), ramah, dan dapat menolong konsumen apabila kesulitan untuk mencarikan dan mengambilkan pakaian.

Berdasarkan survey awal terhadap 30 konsumen di Factory Outlet Renaritti, yang datang ke Factory Outlet Renaritti 20% konsumen menyatakan situasi pembelian di Factory Outlet Renaritti bagus karena lokasi strategis, penataan rak pajangan dalam toko baik, atmosphere udara (AC) tidak pengap, tata ruang toko baik, pramuniaga bekerja secara profesional (terampil), ramah, dan dapat menolong konsumen. 50% konsumen menyatakan biasa - biasa saja, mereka

menyatakan situasi pembeliannya standar atau biasa seperti yang dilakukan oleh Factory Outlet lain, dan 30% konsumen menyatakan kurang bagus karena tidak terdapatnya kursi – kursi yang disediakan dihalaman Factory Outlet Renaritti, parkiran yang kurang luas, terbatasnya tempat makan di halaman Factory Outlet Renaritti, sehingga konsumen tidak berlama - lama berada di Factory Outlet Renaritti Bandung tersebut.

Selain daripada itu, ada sekitar 30% konsumen yang datang ke Renaritti mengatakan mereka datang hanya melihat - lihat dan mencari informasi tentang produk pakaian orang dewasa, pakaian anak-anak, sepatu, aksesoris, tas, dan lain sebagainya. 50% konsumen menyatakan datang ke Factory Outlet hanya jalan - jalan dan 20% melakukan pembelian produk di Factory Outlet Renaritti Bandung. Menurut Ibu Yuli selaku menejer Factory Outlet Renaritti mengatakan " Pada hari Senin – Jumat Factory Outlet Renaritti sepi pengunjung, dan cukup ramai di hari Sabtu - Minggu, dan menjelang hari Raya ". Namun saat ini terjadi penurunan orang yang berbelanja kebutuhan pakaian atau sandang mereka di Factory Outlet Renaritti, karena saat ini banyak bermunculan Factory Outlet – Factory Outlet di Bandung dan khususnya di Jln. RE Martadinata No 26, Bandung Wetan dimana terdapat Factory Outlet Renaritti itu sendiri.

Pembelian yang akan dilakukan konsumen tidak akan pernah terjadi jika kebutuhan atau motif yang mendasari pembelian tersebut tidak diaktifkan. Untuk itu upaya yang dilakukan pemasar adalah menempatkan produk atau jasa pada posisi yang menguntungkan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Pentingnya

produk dan besarnya minat terhadap produk dalam situasi tertentu turut pula mempengaruhi konsumen untuk memutuskan pembeliannya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut, atas dasar tersebut penulis mengambil judul : " Situasi Pembelian Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Factory Outlet Renaritti Bandung ".

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Menurut Ujang Sumarwan (2004:277), " Situasi pembelian adalah lingkungan atau suasana yang dialami atau dihadapi konsumen ketika membeli produk dan jasa ".

Pengaruh situasi pembelian ini dapat diidentifikasikan ke dalam lima karakteristik, yaitu : *physical surrounding, social surrounding, time perspective, task definition dan antecedent state.*

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Banyak Factory Outlet bermunculan di Bandung, salah satunya Jln. RE Martadinata No 26, Bandung Wetan, dan jaraknya yang saling berdekatan dan menawarkan produk sejenis, sehingga menyebabkan persaingan Factory Outlet semakin ketat. Masing-masing Factory Outlet merancang situasi pembelian, agar konsumen tertarik untuk membeli di Factory Outlet tersebut.

2. Factory Outlet Renaritti merancang situasi pembelian yang mendorong dalam bentuk fisik gedung 3 (tiga) lantai, lokasi strategis, penataan rak pajangan dalam toko baik, atmosphere udara (AC) tidak pengap, tata ruang toko baik,, tapi berdasarkan survey awal kecenderungan konsumen mengatakan situasi pembelian yang dibangun oleh Factory Outlet Renaritti biasa-biasa saja, dan umumnya mereka yang datang kesana hanya untuk jalan-jalan.
3. Terjadi penurunan konsumen yang berbelanja di Factory Outlet Renaritti.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai situasi pembelian pada Factory Outlet Renaritti Bandung.
2. Bagaimana keputusan pembelian konsumen pada Factory Outlet Renaritti Bandung.
3. Seberapa besar situasi pembelian pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada Factory Outlet Renaritti Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui sampai sejauh mana situasi pembelian berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui sampai sejauh mana situasi pembelian berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap situasi pembelian pada Factory Outlet Renaritti Bandung.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen pada Factory Outlet Renaritti Bandung.
3. Untuk mengetauhi besarnya pengaruh situasi pembelian terhadap keputusan pembelian konsumen pada Factory Outlet Renaritti Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi aspek-aspek sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Akademis

a. Bagi Penulis

   Dapat memperluas wawasan ilmu pengetahuan dan juga penerapan ilmu yang di dapat dari perkuliahan selama ini serta meningkatkan kedewasaan dalam bersosialisasi/bermasyarakat dan merupakan bekal awal dalam bentuk pengalaman untuk memasuki dunia kerja.

b. Bagi Pembaca

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi dasar untuk penelitian berikutnya dalam bidang yang sama khususnya mengenai situasi pembelian terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

c. Bagi Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada para akademisi atau pihak lain yang berorientasi pada disiplin ilmu manajemen, khususnya dalam kajian ilmu manajemen pemasaran.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan yang berguna untuk mengembangkan dan memajukan perusahaan, terutama dalam menciptakan keputusan pembelian konsumen yang salah satunya di pengaruhi oleh situasi pembelian sehinngga dapat meningkatkan eksistensi dan produktivitas perusahaan.

b. Bagi Pihak Terkait

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat berguna dalam memberikan informasi dan masukan bagi peneliti, khususnya bagi mahasiswa yang hendak membuat skripsi dalam bidang yang sama sebagaimana yang ditulis dalam penelitian ini.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Factory Outlet Renaritti yang berlokasi di Jln. RE Martadinata No 26, Bandung Wetan. Waktu dilaksanakan penelitian penulis, sejak bulan Maret sampai dengan selesai.

Tabel 1.1
Jadwal Penelitian

No	Keterangan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul																								
2	Pengajuan Proposal																								
3	Penulisan Usulan Penelitian																								
4	Pencarian Data																								
5	Pengolahan Data																								
6	Penulisan Laporan																								