BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi sekarang ini, lingkungan dunia usaha mengalami berbagai perubahan yang sangat cepat di tandai dengan adanya perdagangan bebas serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju, hal ini mengakibatkan dunia usaha di Indonesia di hadapkan pada tantangan persaingan yang semakin sulit baik itu perusahaan milik pemerintah maupun perusahaan perorangan, yang bergerak dalam produksi maupun perusahaan yang bergerak dalam bisnis eceran di indonesia.

Bauran eceran memegang peranan yang sangat penting di dalam rangkaian pemasaran, karena berkaitan langsung dalam upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dengan memikat hati mereka melalui pemberian kesan-kesan baik yang mampu diingat dan dirasakan oleh konsumen. Jika konsumen telah kenal terhadap produk perusahaan, maka diharapkan akan memiliki minat untuk membeli produk tersebut.

Faktor pendorong kesuksesan ritel modern skala besar, beberapa diantaranya adalah pilihan lokasi yang tepat, dukungan teknologi sistem informasi, harga murah, maupun kelengkapan produk. Semakin

terfragmentasinya pasar dan tidak jelasnya perbedaan antara satu format ritel dengan format ritel yang lain. Maka keunggulan strategi format ritel yang hanya berorientasi pada pilihan lokasi, sistem informasi handal, harga murah maupun kelengkapan produk tidak akan cukup untuk dapat memenangkan persaingan

Bauran ritel (retailing mix). merupakan pengembangan dari sebuah bauran pmasaran yang meliputi 4p menjadi 6p karena didalam praktek penjualan eceran strategi 4P tersebut dikembangkan serta dikombinasikan menjadi 6P. dengan penambahan *personnel* dan *presentation* Kombinasi dari 6P ini memproyeksikan citra toko yang mempengaruhi persepsi para konsumen. Dengan menggunakan kesatuan atas toko yang satu terhadap yang lain. Di dalam pelaksanaan operasi penjualan secara eceran, penambahan *personnel* dan penjualan pribadi diarahkan kepada pelayanan yang diberikan,.sedangkan suasana / *presentation* merupakan pengembangan dari promosi sebagai langkah untuk merubah perilaku konsumen dalam berbelanja yaitu dalam hal desain eksterior (luar) maupun interiornya (*setting* latar di dalam toko.dan memberikan kenyamanan dengan menciptakan atmospher yang baik dari dalam toko.

Yomart merupakan bagian dari sebuah kelompok usaha ritel skala nasional yang berpusat di Bandung dan telah berpengalaman mengelola usaha ritel sejak tahun 1982. Cabang pertama Yomart adalah Yomart Ciwastra Bandung yang mulai beroprasi pada tanggal 23 Agustus 2003.

Yomart merupakan perusahan yang bergerak di bidang minimarket yang berbasis di bandung yang berkembang di jawa barat serta telah banyak memperluas cabangnya yang tersebar di jawa barat dan .pada tahun 2004 yomart memiliki 28 toko,yomart mulai merabat lagi ke wilayah bandung mencapai 66 toko di wilayah bandung pada tahun 2005,pada tahun 2009 jumlah yomart telah mencapai 220 toko yang tersebar di jawa barat.

Dengan jumlah penduduk 220 juta lebih,jelas keberadaan industri ritel modern kita masih pada pada tahap awal.tahun 2001,di Malaysia misalya,jumlah supermarketya di badingkan jumlah pendudukya sudah 1:53.000 sementara di Indonesia baru 1:400.000 karena itu,tidak salah kalau di bilang industri ini memiliki prospek yang bagus untuk masa datang.

Pada mei 2006,yomart memberikan kesempatan luas kepada masarakat untuk menginvetasikan uang mereka ke dalam program kemitraan waralaba yomart,kantor franchise berlokasi semula berada di jl. Sunda no.54 bandung namun sejak mei 2008 telah bergabung dengan seluruh divisi di jl.Jakarta no.53 bandung.

Toko franchise pertama adalah toko yomart di perumahan bumi rancaekek kecana pada pada bulan September 2006 dan sampai dengan bulan maret 2008, jumlah toko franchise adalah 32 toko, yang tersebar di wilayah kodya dan kabupaten bandung, garut, Cirebon, pangandaran,

purwakarta.dan tasikmalaya Yang tentuya memberikan pelayanan lebih dan biaya yang murah.

Fenomena mengindikasikan bahwa beberapa pengunjung atau konsumen sebagian besar menyatakan pelaksanaan bauran ritel yang dilakukan Minimarket Yomart kurang baik. Hal tersebut dikarenakan dalam pelaksanaan bauran ritel tersebut terdapat kekurangan yaitu :

1. Lokasi yaitu tidak adanya kendaraan umum karena lokasi yang berada di daerah pasar Cicadas kendaraan yang tersedia adalah ojeg yang ongkos hargaya mahal.
2. Tingkat kelengkapan barang kurang lengkap,seperti peralatan sekolah serta peralatan alat-alat listrik.
3. Penetapan harga yang cukup tinggi, dan diskon yang kecil
4. Promosi yang kurang menarik sedikitya hadiah-hadiah yang di berikan dalam membeli produk di Minimarket Yomart Cicadas.
5. Pelayanan yang kurang memuaskan konsumen seperti di dalam pembeli yang datang pramuniaga tidak membantu pembeli dalam mencari sesuatu yang di carinya di Minimarket tersebut.
6. Suasana toko kurang meriah seperti hiasan-hiasan di dalam Minimarket Yomart seperti gambar atau hiasan-hiasan ataupun pernak-pernik.

Namun survey awal dari dari sekitar 30 orang pengunjung sebagian kecil menyatakan sudah cukup baik karena dari kualitas produk tersebut

diperiksa dahulu harus sesuai kualitas yang bagus dengan alasan memberikan yang terbaik untuk konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis bermaksud melakukan penelitian pada Minimarket Yomart Cabang Cicadas sebagai pokok bahasan penelitian dengan judul: **"Analisis Pelaksanaan Bauran Ritel di Minimarket Yomart Rukun Selalu Cabang Cicadas".**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Fenomena adanya pelaksanaan bauran ritel yang di lakukan Minimarket Yomart Cabang Cicadas yang banyak kekuranganya indikasi di karenakan di dalam pelaksanaan bauran ritel tersebut terdapat kekurangan,serta di duga dalam pelaksanaan bauran ritel yaitu dalam hal 6P kurang baik dari beberapa pengunjung atau konsumen yang mendatangi Minimarket Yomart Cabang Cicadas.

1.2.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian dalam latar belakang dan indentifikasi masalah maka dapat di rumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- Bagaimana tanggapan responden terhadap pelaksanaan Bauran Ritel di Minimarket Yomart Cabang Cicadas.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah mengumpulkan data dan informasi untuk mengetahui pelaksanaan bauran ritel serta mengetahui responden yang akan digunakan untuk menganalisis bauran ritel pada Minimarket Yomart Cabang Cicadas

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian di Minimarket Yomart Cabang Cicadas adalah sebagai berikut :

1) Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pelaksanaan Bauran Ritel di Minimarket Yomart Cabang Cicadas.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu bahan masukan serta bahan pertimbangan yang berguna bagi perusahaan terutama dalam bauran ritel.

2. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta informasi-informasi yang dibutuhan untuk peneliti selanjutya yang mempunyai bahasan yang sama sehingga dapat melakukan perbandingan.

1.4.2.Kegunaan Akademis

1. Penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis dan memperluas wawasan mengenai bidang usaha retailer serta hubungan keragaman produk dengan niat belanja konsumen. Selain itu penulis juga dapat membandingkan teori yang didapatkan pada saat kuliah dengan praktek pelaksanaan keragaman produk yang sesungguhnya di lapangan.
2. Penelitian ini dapat memberikan informasi sebagai bahan masukan untuk mahasiswa serta aktivitas akademik Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM).

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun penulis dalam melaksanakan penelitian ini yaitu di Minimarket Yomart Cabang Cicadas Rt 03/03.Proses penelitian berlangsung selama tiga minggu,terhitung dari tanggal 5 Mei sampai dengan 26 mei 2010.

Tabel 1.1.

Jadwal Kegiatan Penelitian

No.	Uraian Kegiatan	Waktu																							
		Feb				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		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 Usulan Penelitian																								
2	Penelitian di Perusahaan																								
3	Pengumpulan Data																								
4	Pengolahan dan Analisis Data																								
5	Penulisan Tugas Akhir																								