BAB I

PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang Masalah

Kemajuan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang pesat dalam dunia bisnis. Sejalan dengan hal tersebut banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak pada bidang perdagangan barang khususnya barang eceran yang berbentuk toko, mini market, *departement store* (toserba), pasar swalayan (*supermarke*t) dan lain-lain. Hal tersebut akan menimbulkan persaingan diantara perusahaan-perusahaan tersebut. Agar perusahaan dapat memenangkan persaingan tersebut mereka memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar. Penguasaan pasar merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilaksanakan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan mendapatkan laba semaksimal mungkin.

Salah satu contohnya adalah Indomaret. Indomaret merupakan minimarket yang bergerak dalam bidang perdagangan barang eceran yang terdapat hampir diseluruh kota yang ada di indonesia. Tujuan di bentuknya minimarket ini adalah untuk menarik perhatian konsumen dengan menggunakan strategi lokasi yaitu semakin mendekati daerah pemukiman penduduk. Dengan strategi tersebut konsumen-konsumen yang pada awalnya membeli di swalayan yang jaraknya

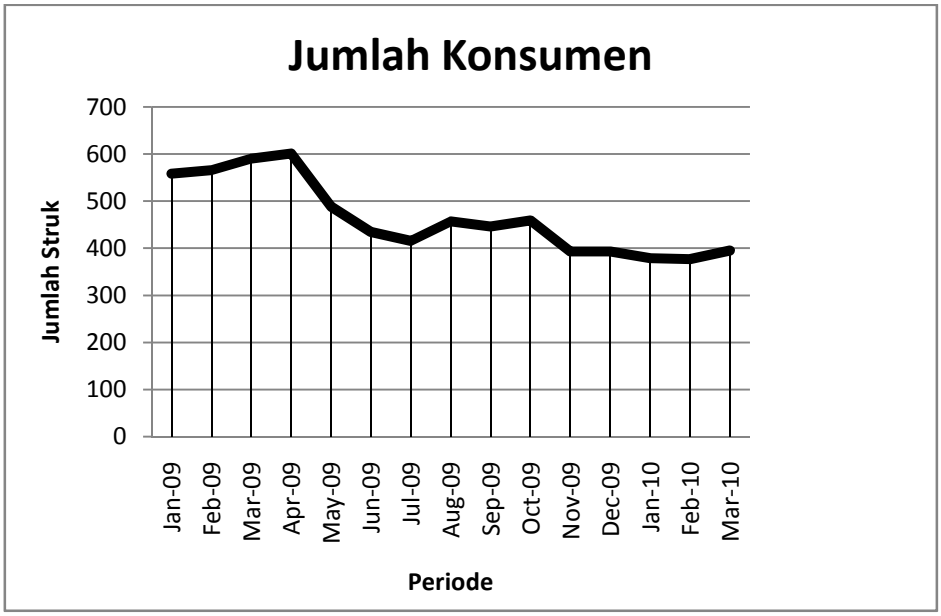
jauh dari pemukiman kemudian beralih ke minimarket khususnya Indomaret dikarenakan karena efisiensi dan letaknya yang strategis sehingga dapat mengehemat waktu dan biaya.

Namun seiring dengan berjalannnya waktu, ditambah dengan munculnya minimarket-miimarket baru, keadaan Indomaret sendiri mulai tergeser. Banyaknya minimarket dengan berbagai strategi pasar yang digunakan membuat indomaret harus bekerja lebih keras lagi agar tetap bisa bertahan dalam dunia perdagangan.

Tabel 1.1
Omset Pendapatan Indomaret Pada Tahun 2009 dan 2010

Periode	Pendapatan Penjualan	Jumlah Struk	Rata-rata Belanja Per Orang
2009			
Januari	Rp. 9,389,903	558	Rp. 16,827
Februari	Rp. 9,846,674	566	Rp. 17,377
Maret	Rp. 10,305,257	590	Rp. 17,438
April	Rp. 10,043,402	601	Rp. 16,697
Mei	Rp. 8,602,706	488	Rp. 17,611
Juni	Rp. 7,380,625	435	Rp. 16,953
Juli	Rp. 7,087,720	416	Rp. 17,287
Agustus	Rp. 8,068,446	457	Rp. 17,649
September	Rp. 8,251, 472	446	Rp. 18,488
Oktober	Rp. 7,912,633	459	Rp. 17,226
November	Rp. 7,890,135	393	Rp. 20,076
Desember	Rp. 7,196,413	393	Rp. 18,311
2010			
Januari	Rp. 6,585,275	379	Rp. 13,375
Februari	Rp. 6,505,615	377	Rp. 17,256
maret	Rp. 6,778,976	395	Rp. 17,161

Sumber Data: Indomaret 2010



Gambar 1.1
Grafik Penjualan Indomaret Tahun 2009

Tabel 1.2
Daftar Kelompok Produk (*Breakfast Food*) Indomaret

Kelompok Produk	**Jumlah Jenis Produk (*breakfast food*)**
Milk	6
Baby food	4
Beverage	11
Basic food	4
Cooking oil and margarine	5
Spices and seasoning	9
Instant food	5
Canned food	3
Snack and biscuit	11
Confectionary	4
Tobacco	4
Meat	2
Chilled food	3
Frozen food	2

Dari tabel dan grafik diatas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan penjualan di Indomaret pada tahun 2009 sampai 2010. Padahal jumlah jenis-jenis barang dan keragamannya meningkat pada setiap bulannya.

Indomaret selalu berusaha menyediakan barang yang beranekaragam agar dapat memenuhi kebutuhan konsumennya. Karna salah satu unsur kunci dalam persaingan diantara bisnis eceran adalah ragam produk yang disediakan oleh pengecer. Oleh karena itu, pengecer harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang dijual, karena dengan adanya macam-macam produk dalam arti produk yang lengkap mulai dari merek, ukuran, kualitas dan ketersediaan produk setiap saat seperti yang telah diuraikan diatas. Dengan hal tersebut maka akan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam produk sesuai dengan keinginan mereka.

Kondisi lain yang menunjukan adanya penurunan jumlah penjualan barang serta jumlah pengunjung yang datang adalah pelayanan yang masih kurang. Jumlah karyawan yang bekerja per-*Shiftnya* hanya dua orang. Sehingga memperlambat proses pelayanan ketika konsumen memerlukan bantuan dari pelayan toko.

Padahal Menurut Schanaars (dalam Tjiptono 2008:24) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-*

mount) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono,2008:68).

Kondisi seperti inilah yang menuntut Indomaret untuk bekerja lebih keras lagi dalam meningkatkan kembali jumlah penjualan serta menarik perhatian konsumen untuk berbelanja di Indomaret. Oleh karena itu, agar dapat menarik para konsumen untuk berbelanja di Indomaret serta dapat merebut kembali pangsa pasar maka harus diperhatikan faktor-faktor apa saja yang memberikan kontribusi besar dalam pertumbuhan bisnis di Indomaret.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap konsumen pada Indomaret dengan judul "ANALISIS KERAGAMAN PRODUK DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI INDOMARET TUBAGUS ISMAIL RAYA BANDUNG".

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini antara lain adalah kurangnya kelengkapan barang yang ada di Indomaret sehingga pengunjung harus mencari barang yang dibutuhkan ke tempat lain, situasi toko yang kecil yang mengurangi tingkat kenyamanan pengunjung ketika berbelanja, serta daerah parkir kendaraan yang kecil dan terbatas.

1.2.2 Rumusan Masalah

Mengingat sangat luasnya pembahasan, maka peneliti akan membatasi ruang lingkup penelitian yaitu hanya akan membahas permasalahan mengenai

keragaman produk dan keputusan pembelian yang ada di Indomaret Jalan Tubagus Ismail Raya No. 18 Bandung.

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi yang telah diajukan, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana keragaman produk yang ada di Indomaret
2. Bagaimana keputusan pembelian konsumen di Indomaret
3. Seberapa besar dampak keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data, menganalisis dan menyimpulkan mengenai keragaman produk dan dampaknya terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui keragaman produk yang ada di Indomaret.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen di Indomaret.
3. Untuk mengetahui seberapa besar dampak keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Indomaret.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai sumbangan pemikiran dan bahan referensi untuk dapat membantu menambah wawasan dan pengetahuan serta bahan pertimbangan pengambilan keputusan dalam menjalankan strategi bisnis di indomaret serta diharapkan dapat membantu dalam mengatasi masalah yang sedang terjadi di indomaret.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan serta dapat digunakan untuk meneliti lebih lanjut dengan menggunakan variabel yang sama maupun variabel yang berbeda.

2. Bagi Peneliti Lain

Sebagai tambahan pengetahuan dan dapat menambah wawasan para pembaca maupun peneliti lain dan sebagai bahan perbandingan maupun bahan acuan dalam pembuatan penelitian.

4. Bagi Pembaca

Semoga hasil penelitian ini sangat bermanfaat bagi para pembaca sebagai sarana untuk menambah pengetahuan mengenai penelitian usaha maupun strategi pemasaran yang baik dalam menjalankan suatu usaha sehingga aspek-aspek yang menunjang kelancaran suatu usaha dapat lebih diperhatikan.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada indomaret yang berada di Jalan Tubagus Ismail Raya No. 18 Bandung. Dengan waktu penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.3
Waktu dan Penulisan Penelitian

No	Kegiatan	Waktu																	
		Maret				April				Mei				Juni					
1	Pengajuan Judul																		
2	Pengajuan Surat Lamaran Penelitian																		
3	Pelaksanaan Penelitian																		
4	Pengumpulan Data																		
5	Penyusunan Laporan Penelitian																		
6	Penyerahan dan Pengesahan Laporan Penelitian																		