BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha *retail* (eceran) tumbuh pesat, jumlah dan lokasi usahanya cenderung mengikuti pertumbuhan jumlah penduduk. Kelangsungan usaha eceran sangat dipengaruhi oleh kemampuan melayani kebutuhan konsumen secara memuaskan. Selama dapat memberikan kepuasan kepada konsumen maka keberadaan usaha eceran dapat dipertahankan.

Suatu perusahaan eceran jika ingin tetap bertahan dan bersaing serta ingin mengembangkan bisnisnya harus mampu menerapkan strategi yang tepat untuk menarik lebih banyak pengunjung, sehingga perputaran barang bisa lebih meningkat dan menciptakan perubahan pada tingkat laba. Hal ini patut diperhatikan sebab sekarang konsumen tidak hanya berpedoman pada harga yang murah saja, tetapi juga pada kenyamanan, kebersihan, kecepatan sistim pelayanan dan sebagainya. Artinya, sekarang konsumen sudah mulai selektif, efisien dalam waktu dan rasional dalam mengambil keputusan pembelian.

Salah satu yang menjamin kelangsungan dan perkembangan suatu perusahaan eceran adalah tingkat perputaran barang yang ditawarkan, yang berhubungan erat dengan penjualan dan pembelian. Jika tingkat perputaran barang tinggi, maka tingkat penjualan akan tinggi pula yang menyebabkan tingkat pengembalian investasi akan cepat. Perputaran barang akan besar jika tingkat penjualan dan pembelian tinggi, dengan demikian tingkat pembelian konsumen

harus tinggi pula. Oleh karena itu, hal yang penting bagi perusahaan eceran adalah mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

Dalam sebuah perusahaan eceran seringkali dilakukan beberapa strategi yang diharapkan dapat meningkatkan penghasilan laba, salah satu diantaranya adalah strategi *Retailing Mix* atau bauran eceran. Perusahaan yang bergerak dalam bisnis eceran perlu memperhatikan peluang pasar, selain dari keberadaan modal yang kuat juga perlu didukung penguasaan teori-teori yang mendasarinya.

Menurut Hendri Ma'ruf (2005:13) bahwa didalam *Bauran Eceran* terdapat 6 (enam) unsur, yaitu:

1. Produk
2. Penetapan Harga
3. Periklanan
4. Pelayanan Pelanggan
5. Suasana Toko
6. Lokasi

Dengan melihat ke enam unsur tersebut terdapat suatu pertanyaan yaitu sejauh mana strategi *Bauran Eceran* ini harus dilakukan dan diterapkan pada perusahaan pengecer dan sejauh mana strategi ini dapat mempengaruhi proses pembelian konsumen yang akan berpengaruh pada tingkat perputaran barang, yang seterusnya akan berpengaruh pula pada tingkat penghasilan laba.

Sebelum melakukan pembelian, biasanya konsumen terlebih dulu memilih dan menentukan tempat belanja yang sesuai dengan keinginan mereka yang pada

umumnya pemilihan ini didasari pada enam faktor bauran eceran diatas, yaitu produk, harga, promosi, tampilan toko, tenaga penjual atau pramuniaga dan lokasi.

Butik Batik Tasik merupakan salah satu bentuk usaha di bidang *retail* yang beralamat di Jalan Terusan Sersan Bajuri Kabupaten Bandung Barat yang berdiri sejak bulan Agustus 2009. Butik Batik Tasik menjual produknya yang berupa bahan kain batik bagi masyarakat kini mulai berbenah diri dengan menerapkan strategi *Bauran Eceran* kepada konsumen, hal itu dilakukan dengan harapan bahwa strategi tersebut dapat membentuk sikap konsumen, sehingga mampu membuat konsumen untuk melakukan proses pembelian produk.

Berikut ini tabel data penjualan pada Butik Batik Tasik periode bulan Agustus 2009 hingga bulan April 2010.

Tabel 1.1
Data Penjualan Butik Batik Tasik
Agustus 2009 – April 2010

Bulan	Volume Penjualan (Pcs)
Agustus	35
September	47
Oktober	89
November	38
Desember	53
Januari	66
Februari	82
Maret	71
April	72

Sumber: Data Penjualan Barang Butik Batik Tasik

Pengamatan sementara menunjukkan bahwa volume penjualan pada Butik Batik Tasik termasuk fluktuatif tetapi cenderung menurun. Dalam hal ini

fenomena atau masalah yang dimiliki oleh Butik Batik Tasik berkaitan dengan *Bauran Eceran* yaitu masih terdapat kekurangan dalam promosinya dikarenakan kurangnya tenaga pemasaran. Hal tersebut dapat membuat konsumen kurang mengetahui keberadaan usaha sehingga berdampak pada menurunnya jumlah pembelian pada Butik Batik Tasik di Bandung. Selain promosi terdapat pula kekurangan lain yaitu tidak tersedianya tenaga ahli yang mempunyai keterampilan menjahit sehingga saat konsumen ingin menjahit bahan yang dibelinya menjadi kurang tertarik dengan pembelian barang tersebut. Fenomena yang terjadi diatas menunjukkan bahwa promosi dan pelayanan yang kurang optimal dalam pelaksanaannya dapat berdampak negatif terhadap keberhasilan usaha *retail* tersebut. Untuk mengatasi hal ini, mau tidak mau pemilik harus menarik konsumen sebanyak mungkin. Fakta diatas dapat dimaknai sebagai adanya masalah pada Butik Batik Tasik dalam strategi *Bauran Eceran*.

Atas dasar permasalahan diatas, penulis tertarik mengadakan suatu penelitian mengenai pengaruh pelaksanaan strategi *Bauran Eceran* terhadap proses pembelian konsumen, dan dituangkan ke dalam penelitian yang berjudul: **"Pengaruh Bauran Eceran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Butik Batik Tasik Di Bandung"** yang berlokasi di Jalan Terusan Sersan Bajuri Kabupaten Bandung Barat.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Masih kurangnya penerapan strategi *Bauran Eceran* pada Butik Batik Tasik terutama dalam bidang Promosi seperti periklanan dan penawaran produk batik, juga dalam bidang Pelayanan seperti tidak lengkapnya jenis layanan produk karena tidak adanya karyawan yang mempunyai keahlian menjahit sehingga penerimaan pesanan pakaian kurang optimal dilaksanakan.
2. Menurunnya pembelian konsumen untuk membeli produk yang dijual di Butik Batik Tasik dikarenakan kurangnya penerapan strategi *Bauran Eceran* pada Butik Batik Tasik.
3. Untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen maka Butik Batik Tasik harus mampu menerapkan strategi *Bauran Eceran* secara maksimal.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden terhadap pelaksanaan *Bauran Eceran* pada Butik Batik Tasik di Bandung.
2. Bagaimana keputusan pembelian konsumen pada Butik Batik Tasik di Bandung.
3. Seberapa besar pengaruh *Bauran Eceran* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Butik Batik Tasik di Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang memberikan gambaran mengenai pelaksanaan *Bauran Eceran* yang dilakukan Butik Batik Tasik dalam upaya pencapaian target usaha disamping sebagai bahan penyusunan skripsi guna memenuhi persyaratan dalam menempuh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Universitas Komputer Indonesia.

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pelaksanaan *Bauran Eceran* yang dilakukan Butik Batik Tasik di Bandung.
2. Untuk mengetahui proses keputusan pembelian konsumen pada Butik Batik Tasik di Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Bauran Eceran* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Butik Batik Tasik di Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Semua informasi yang diadakan dan dikumpulkan melalui penelitian dan studi literatur ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik bagi penulis sendiri, Butik Batik Tasik maupun pihak lain yang membutuhkan referensi.

1.4.1 Kegunaan Akademik

Adapun kegunaan penelitian ini adalah dapat bermanfaat secara akademik sebagai berikut:

1. Bagi Pengembangan Ilmu, dapat memberikan referensi tentang keterkaitan antara penerapan strategi *Bauran Eceran* dengan keputusan pembelian konsumen.
2. Bagi Penelitian Lain, sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji dalam bidang yang sama.
3. Bagi Peneliti, penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri untuk menambah wawasan serta memperluas pengetahuan yang ada terutama mengenai strategi *Bauran Eceran* dan untuk melihat sejauhmana terdapat kesesuaian antara teori yang ada dan kenyataan yang sesungguhnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan yang bersangkutan sebagai suatu bahan masukan dan bahan pertimbangan dalam memecahkan masalah yang dihadapi oleh perusahaan untuk meningkatkan perputaran barang.
2. Bagi Butik Batik Tasik, penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan yang mungkin dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam membuat kebijaksanaan khususnya dalam hal *Bauran Eceran.*

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian dalam penyusunan skripsi ini dilakukan di Butik Batik Tasik yang beralamat di Jln. Terusan Sersan Bajuri No. 54 Ds. Cihideung Kec. Parongpong Kab. Bandung Barat 40559. Sedangkan waktu penelitian dilakukan mulai bulan April 2010 sampai dengan bulan Juli 2010. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Jadwal Penelitian

No	Jadwal Kegiatan	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	Pengajuan Judul																				
2	Pencarian Data																				
3	Pengolahan Data																				
4	Penulisan Laporan																				
5	Revisi Sidang																				