BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia pada umumnya harus dihadapkan pada berbagai kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas dalam hidupnya, Dimulai dari kebutuhan dasar seperti pangan, sandang, dan papan. Kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas akan membuat manusia akan terus berfikir dan bertindak, bagaimana kebutuhan tersebut tercapai. Disana kemudian pertumbuhan ekonomi didalam suatu masyarakat meningkat, upaya – upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi adalah mempelajari kebutuhan dan keinginan manusia.

Berjalannya pertumbuhan ekonomi yang berkembang pesat maka dunia usaha pun semakin berkembang semakin luas. Hal ini membuat suatu pemikiran bagaimana mengembangkan dunia usaha yang berinovasi dan ber ciri khas sehingga barang – barang yang ditawarkan kepada masyarakat bisa bermanfaat dan memenuhi kebutuhan hidupnya. Di mulainya zaman yang maju pesat akan teknologi dan informasi yang begitu kuat, dapat memudahkan masyarakat untuk melihat dan menilai suatu akan kebutuhan hidup. Perkembangan suatu dunia usaha pun semakin meningkat, pertumbuhan ekonomi semakin maju dan masyarakat memiliki gaya hidup yang beraneka ragam dan permintaan masyarakat semakin banyak, dan banyaknya barang yang ditawarkan.

Di zaman yang modern ini persaingan usaha yang tinggi membuat perusahan atau industri dituntut untuk melihat berbagai kesempatan dan mencari strategi atau cara – cara menarik konsumen atau pelanggan dan mempertahankannya, sehingga dapat menjaga keeksistensiannya. Industri – industri ini akan terus bersaing memperebutkan pasar dan tentunya adalah meningkatkan perekonomian dan memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Bidang usaha yang berkembang saat ini di kota Bandung adalah Factory Outlet dan Distro. Dikarenakan begitu banyaknya usaha –usaha Distro di kota Bandung sudah sangat menjamur, gaya hidup dan permintaan masyarakat yang membuat perusahaan melakukan suatu cara agar dapat memudahkan konsumen mendapatkan produk yang diinginkan. Pemilihan tempat belanja untuk membeli suatu produk adalah titik awal interaksi konsumen dengan lingkungan berbelanja. Sehingga toko-toko harus cermat pada keinginan konsumen yang mempunyai perbedaan dalam alasan dalam berbelanja.

Distro - distro di kota Bandung menawarkan berbagai jenis produk dari berbagai produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dan Distro ini lebih suasana kenyamanan berbelanja, kemudahan dalam menemukan produk, kepraktisan dengan harga terjangkau. Semakin cepatnya perkembangan informasi dewasa ini, mengakibatkan semakin ketatnya persaingan usaha di bidang perdagangan, tidak terkecuali terjadi juga pada perdagangan Distro.

Di kota besar seperti Bandung fasilitas belanja sangatlah banyak dan mudah untuk dijangkau oleh masyarakat, dari skala kecil hingga skala besar, ini yang menyebabkan kota Bandung sebagai kota wisata yang sangat di gemari oleh wisatawan local maupun wisatawan asing. Demi memenuhi kebutuhan hidupnya dan keinginan yang tidak terbatas ini mereka para konsumen akan terus mencari kebutuhan itu sendiri, Kota Bandung benyak menyajikan hal – hal yang baru bahkan menjadi mode pada suatu masa. Seperti halnya makanan, pakaian dan aksesoris menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Dengan mengikuti kemajuan mode di zaman serba modern informasi sangat akan menunjang gaya hidup yang mereka cari, mereka perlu melihat penampilan karena ini menjadi gaya hidup masa kini.

Distro Linecoltd merupakan salah satu Distro atau toko pakaian dan accecoris yang berdiri pada tahun 2008 yang berada di Kota Bandung, Distro Linecoltd sendiri telah melihat peluang pasar yang terbuka bagi usaha untuk menarik keuntungan. Distro Linecoltd ini memiliki keunggulan dalam hal mempunyai produk terlengkap untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, terutama konsumen lokal seperti masyrakat kota Bandung maupun dari daerah luar seperti kota Jakarta yang tiap musim liburan selalu datang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya..

Menurut hasil survey awal dengan 30 konsumen Distro Linecoltd bahwa mengatakan Penataan Produk di Distro tersebut sebesar 60% dikatakan tidak menarik, dan 40% sebagian konsumen menyatakan bahwa tidak lah terlalu terpengaruh dengan Penataan Produk di Distro tersebut selama mengunjungi

distro Linecoltd. Hal ini menunjukkan bahwa penataan produk di Linecoltd belum optimal. Ini yang membuat peneliti untuk meneliti di distro Linecoltd. Lingkungan dalam melakukan aktifitas berbelanja juga sangat diperhatikan oleh konsumen dalam berbelanja, agar suasana hatinya senang dan tentu akan berdampak pada tingkat penjualan distro. Tetapi Linecoltd belum memahami perilaku konsumen tersebut,yang ternyata berpengaruh terhadap tingkat penjualan di distro Linecotd.

Tabel 1.1
Data Konsumen Yang Melakukan Pembelian ke Distro Linecoltd Pada Tahun 2010

Data Konsumen yang Melakukan Pembelian					JUMLAH
Bulan ke	Minggu ke				
	1	2	3	4	
Januari	105	120	99	112	436
Februari	115	102	99	102	418
Maret	111	103	98	96	408
April	98	109	106	96	409
Mei	116	99	98	97	410
Juni	89	98	82	83	352
Juli	108	99	104	105	416
Agustus	98	92	98	91	379
September	78	75	82	65	300
Oktober	77	78	75	73	303
November	88	80	84	85	337
Desember	105	107	108	112	432
Jumlah					4600

. Sumber : Data penjualan Distro Linecoltd

Display merupakan salah satu aspek penting untuk menarik konsumen pada toko dan barang dan dapat mendorong keinginan konsumen yang pada saat datang ke Distro untuk membeli suatu produk melalui daya tarik penglihatan langsung pada suatu produk. Distro harus melakukan menciptakan daya tarik penataan ruang dan penyusunan produk sehingga konsumen atau pelanggan merasakan betah dan nyaman dalam berbelanja maka disini sangat diperlukan display atau tata letak produk yang menarik.

Menurut Sopiah dan Syihabuddin (2008:238) " Display adalah usaha yang dilakukan untuk menata barang yang mengarahkan pembeli agar tertarik untuk melihat dan memutuskan untuk membelinya."

Linecoltd merupakan Distro yang menjual berbagai bentuk produk mulai dari pakaian, sepatu, aceccoris, dll sampai kepada barang-barang kebutuhan sehari-hari. Adapun masalah yang dihadapi oleh Linecoltd adalah dalam hal menampilkan bentuk dan ragam toko belum tertata dengan baik, yaitu penataan ruang dan penyusunan produk, yang dapat menarik perhatian konsumen pada barang-barang yang dipajang (display), sehingga menimbulkan keinginan untuk memiliki barang tersebut. Tetapi penataan produk di Distro Linecoltd masih belum tertata dengan baik, dan perencanaan yang masih belum jelas akan penataan barang - barang yang terdapat didalam toko. Di dalam interior display toko masih banyak membingungkan konsumen untuk melihat dan mencari produk – produk.

Hasrat berbelanja konsumen pada suatu barang tercipta sesuai dengan kebutuhan, tetapi dengan adanya penataan yang baik pada suatu toko dan adanya suatu kegiatan promosi dan kemudahan,akan menimbulkan suatu perasaan konsumen yang nyaman untuk berbelanja. Dan produk yang beranekaragam dapat membuat konsumen tidak hanya membeli suatu produk untuk kebutuhannya, tetapi akan lebih dari itu, yaitu gaya hidup. Emosi konsumen yang dipengaruhi oleh kelas social, kondisi ekonomi, akan memunculkan gaya hidup yaitu berbelanja. Perkembangan bisnis clothing yang semakin lama semakin pesat majunya, dapat menjadi ancaman bagi Linecotd, strategi pemasaran harus dapat ditingkatkan dan factor lingkungan sering kali untuk dilupakan. Sehingga banyak kendala yang dihadapi oleh Linecoltd dalam menjalankan bisnis clothing tersebut. Factor lingkungan dan perilaku konsumen yang belum dapat dipahami pihak Linecotd yang dilihat dari tingkat penjualan yang hanya sekadar profit. Dengan memahami perilaku konsumen dalam kegiatan berbelanja dapat meningkatkan penjualan.Masyarakat Indonesia cenderung melakukan pembelian secara impulsif, ini belum dapat dipahami Linecotd, bahwa produk – produk yang ditawarkan hanya sebatas mencari profit.

Penataan produk (Display) yang yang tertata dengan baik maka dapat menciptakan daya tarik untuk memunculkan hasrat membeli langsung, konsumen atau pelanggan terkadang dalam melakukan pembelian biasanya banyak hal yang tidak berpikir untuk membeli produk itu secara langsung sesuai dengan kebutuhan, tetapi dengan adanya jumlah produk yang tersedia beranekaragam dan adanya promosi maka konsumen akan melakukan pembelian mendadak yang

tidak sesuai dengan apa yang direncakannya sebelum konsumen masuk ke toko ritel. Inilah yang dapat disebut pembelian impulsif yaitu pembelian yang dapat dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya. Penataan produk (display) yang tersusun terencana dan rapi, produk – produk yang dibutuhkan konsumen atau pelanggan akan mudah untuk ditemukan kemudian Linecoltd sendiri akan menjual produk – produk yang merupakan produk – produk dari Linecoltd sendiri dengan melakukan Display memungkinkan konsumen melakukan pembelian suatu produk, maka konsumen akan menemukan produk – produk dari Linecoltd sendiri.

Berdasakan latar belakang dan uraian seperti yang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul "**ANALISIS PENGARUH PENATAAN PRODUK DAN RESPON LINGKUNGAN BERBELANJA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA DISTRO LINECOLTD BANDUNG".**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasikan sebagai berikut :

1. Penataan Produk belum tertata dengan baik. Pemajangan barang yang seperti bagaimana menampilkan produk – produk yang diskon dan produk baru. Pada bagian pintu belum dapat menarik konsumen untuk belanja

seperti poster, dan informasi lainnya yang dapat menarik konsumen untuk berbelanja.

2. Didalam interior toko masih membingungkan konsumen untuk melakukan pembelian. Seperti informasi – informasi produk yang ada di toko, seperti dimana letaknya accecoris, sepatu dan skate, dll.

3. Lingkungan berbelanja di Distro Linecoltd masih kurang nyaman seperti halnya banyak sekali anak – anak muda yang diam atau berkumpul di sekitar Distro Linecoltd sehingga dapat membuat orang – orang merasa kurang sreg untuk datang ke Distro tersebut.

4. Masyarakat Indonesia pada umumnya sering melakukan pembelian secara tidak terencana, tetapi Distro Linecoltd kurang tanggap dalam hal ini, dikarenakan kurangnya produk – produk baru untuk ditawarkan terlebih dahulu.

1.2.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian latar belakang dan identifikasi masalah maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1) Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Penataan Produk (Display) pada Distro Linecoltd Bandung
2) Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Respon Lingkungan Berbelanja pada Distro Linecoltd Bandung
3) Bagaimana Pembelian Impulsif konsumen pada Distro Linecoltd Bandung

4) Seberapa Besar Analisis Pengaruh Penataan Produk dan Respon Lingkungan Berbelanja Serta Dampaknya secara Parsial dan Simultan Terhadap Pembelian Impulsif pada Distro Linecoltd Bandung

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud penelitian

Maksud dari penelitian yang penulis lakukan adalah untuk memperoleh data yang selanjutnya dianalisis dalam menghasilkan informasi tentang apakah ada Penataan Produk dan Respon Lingkungan Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif

1.3.2. Tujuan penelitian

1) Untuk mengetahui Penataan Produk pada Distro Linecoltd Bandung
2) Untuk mengetahui Respon Lingkungan Berbelanja konsumen pada Distro Linecoltd Bandung
3) Untuk mengetahui Pembelian Impulsif konsumen pada Distro Linecotld
4) Untuk mengetahui Analisis Pengaruh Penataan Produk dan Respon Lingkungan Berbelanja Serta Dampaknya secara Parsial dan Simultan Terhadap Pembelian Impulsif pada Distro Linecotld

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1.4.1 Kegunaan Praktis

a. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan bahan masukan kepada Distro Linecoltd Bandung. Diharapkan dengan dilakukan penelitian ini peneliti dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam melaksanakan usaha dan manajemen dalam kegiatan perusahaan.

b. Bagi Pihak Terkait

Baik secara langsung maupun tidak langsung diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan tentang Penataan Produk pada Distro Linecoltd Bandung.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk pengembangan ilmu manajemen, terkait dengan manajemen pemasaran khususnya pada teori Penataan Produk dan Respon Lingkungan Berbelanja pengaruhnya terhadap Pembelian Impulsif.

2. Bagi Peneliti Lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan suatu referensi yang dapat bermanfaat bagi pembaca dalam melaksanakan penelitian maupun studi yang lebih lanjut

Lokasi Dan Jadwal Penelitian

Dalam pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini, penulis melakukan penelitian pada Distro Linecoltd Bandung di Jalan Sumur No.7 Bandung

Adapun perencanaan waktu penelitian seperti yang terlihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1.2
Jadwal Penelitian

Keterangan	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
Pengambilan data																				
Analisis data																				
Penulisan laporan																				
Penyusunan UP																				
Sidang UP																				
Revisi UP																				
Pengumpulan Data																				
Analisis Data																				
Penulisan Skripsi																				
Sidang Skripsi																				