# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Dalam era pembangunan dewasa ini mengalami perkembangan dan pertumbuhan penduduk yang sangat pesat, menyebabkan manusia cenderung untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Salah satunya adalah kebutuhan akan sandang, karena pada hakekatnya kebutuhan sandang merupakan kebutuhan yang paling utama bagi setiap orang. Sehingga dalam kondisi seperti ini menjadi peluang bagi pengusaha pedagang eceran yang menyediakan kebutuhan konsumen akan suatu tempat yang membeli barang dan atau toko yang layak. Kebutuhan terdiri dari bermacam-macam, mulai dari yang harus dari kebutuhan yang mendasar yang harus dipenuhi secara rutin atau disebut juga kebutuhan sehari-hari hingga kebutuhan pada tingkat yang lebih tinggi.

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut diperlukan barang dan jasa. Hal ini membuka peluang bagi produsen atau perusahaan untuk untuk menghasilkan dan menyediakan berbagai macam barang yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Usaha yang seperti inilah yang sering disebut usaha eceran (retail) yaitu bisnis yang seluruh aktifitasnya langsung berhubungan dengan penjualan barang dan jasa ke konsumen akhir untuk pemakaian non bisnis atau pribadi.

Pada saat ini banyak sekali perusahaan yang berfungsi sebagai retailer yang mendistribusikan berbagai macam barang kebutuhan sehari-hari. Hal ini terlihat dengan semakin banyaknya pusat perbelanjaan , *factory outlet, mall* dan *departement store* didaerah perkotaan yang berskala besar maupun yang berskala kecil, dimana mereka menjual berbagai macam produk yang bervariasi. Hal ini menguntungkan bagi konsumen karena tersedia alternatif pilihan produk. Baik dari segi merek, ukuran, kemasan, warna maupun harga sehingga konsumen memperoleh kemudahan dalam berbelanja karena dapat memenuhi segala macam kebutuhan. Tapi di sisi lain dapat menimbulkan persaingan yang ketat diantara para retailer khususnya dalam menarik dan mempertahankan konsumen.

Untuk dapat bertahan dalam keadaan dunia retail maka retailer harus menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat dan jitu dengan lebih memperhatikan apa kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini akan memberikan kepuasan lebih, yang dapat dirasakan oleh konsumen dan dapat mengungguli para pesaingnya. Salah satunya adalah menerapkan strategi pemasaran yaitu baurn eceran yang terdiri dari Lokasi, Barang Dagangan, Harga, Promosi, Suasana dalam toko, Pelayanan dan Karyawan toko. Sebagai toko eceran atau retailer, kemampuan menyediakan produk yang dibutuhkan konsumen sangat penting karena salah satu alasan kecenderungan konsumen memilih mengunjungi retailer dari pada produsen dalam memenuhi kebutuhannya karena alasan kenyamanan *(convenience)* yang didapatkannya. Selain itu konsumen berharap akan menemukan suatu produk atau bermaca-macam produk yang akan memenuhi segala kebutuhan untuk saat ini dan untuk dimasa yang akan datang.

Selain retailer harus menerapakan strategi bauran eceran yang terdiri dari Lokasi *(location)*, Barang Dagangan *(merchandise)*, Harga *(price)*, Promosi *(promotion)*, Suasana dalam toko *(atmosphere)*, Pelayanan *(service)* dan Karyawan Toko *(Customer Service).* Retailer juga harus memperhatikan lebar dan kedalaman produk yang disediakan, kualitas, dan kelengkapannya karena menyediakan produk yang beragam adalah penting karena adanya kecenderungan dalam diri konsumen menghendaki barang-barang yang bersifat komplementer, sehingga dengan bermacam-macam produk yang disediakan retailer akan mendorong konsumen untuk membeli produk yang saling melengkapi. Dengan adanya keragaman produk tersebut, konsumen dapat leluasa memilih apa yang menjadi kebutuhannya dan konsumen tidak perlu khawatir dalam memenuhi kebutuhannya karena apa yang dibutuhkan konsumen sudah tersedia dalam toko eceran tersebut.

Toko Kopi Morning Glory merupakan satu dari banyak usaha ritel yang bergerak dibidang penjualan kopi. Toko Kopi Morning Glory yang beralamat di jalan pasirkaliki tepatnya di paskalhypersqure Bandung ini yang berdiri pada tanggal 8 januari 2008 menjual kopi bubuk dan kopi berbentuk biji, kopi yang yang menawarkan berbagai macam variasi rasa dan aroma diantaranya Ekspresso Blend, Daily Blend, Coffee Java, Coffee luwak, Kembang Desa (Premium Indonesia Arabica Coffe), Gunung Preanger dan Single Origin. Semua produk Morning Glory merupakan produk yang seluruh proses pembuatannya mulai dari desaign produk/kemasan, distribusi dan pemasaran dilakukan sendiri oleh pihak perusahaan sehingga produk yang dihasilkan memiliki ciri khas tersendiri.

Toko Kopi Morning Glory memiliki suasana toko yang didesain khusus untuk konsumen yang nyaman dan luas sehingga konsumen dapat leluasa untuk bergerak, disamping itu Toko Kopi Morning Glory melakukan promosi melalui internet dan media cetak sehingga konsumen dapat mengakses informasi baik dari internet maupun media cetak. Satu hal yang paling penting dari bauran eceran yang dilakukan oleh Toko Kopi Morning Glory yaitu pelayanan yang maksimal yang dilakukan oleh Toko Kopi Morning Glory kepada konsumen akan menyebabkan konsumen loyal terhadap Kopi Morning Glory.

Banyak sekali usaha-usaha yang sedang marak dan berkembang di Indonesia saat ini khususnya di bandung dengan memperlihatkan persaingan yang ketat dalam merebut konsumen dan mengembangkan pangsa pasar, khusunya pada usaha di bidang penjualan minuman kopi, diantaranya Coffee Morning Glory, Starbuck, Coffee Been, Coffee Belcanto, Coffee Kafana,Coffee Genesis, Coffee Java, Gerai Kopi-kopi Luwak dan sebagainya, yang menawarkan berbagai macam variasi rasa dan aroma.

Berdasarkan hasil wawancara kepada Manager Production bahwa pihak perusahaan terkadang sulit menyesuaikan harga dengan bahan baku yang harganya naik dan lokasi yang jaraknya cukup jauh dari tempat parkiran menyulitkan konsumen untuk menjangkau Toko Kopi Morning Glory, hal ini yang menjadi tantangan bagi perusahaan untuk terus melakukan strategi perusahaan demi memenuhi kebutuhan konsumen.

Adapun berdasarkan hasil survey awal yang penulis lakukan terhadap 30 responden konsumen yang datang dan melakukan transaksi pembelian pada Toko

Kopi Morning Glory  Bandung. Berdasarkan lokasi, 45% menyatakan bahwa lokasi yang strategis karena lokasi yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum dan sebanyak 50% menyatakan bahwa lokasi kurang strategis karena lahan parkir  yang kurang luas . Berdasarkan pelayanan, 55% menyatakan bahwa pelayanan yang didapat oleh konsumen cukup baik karena dapat memudahkan konsumen dalam berbelanja dan sebanyak 45% menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan kepada konsumen kurang baik. Berdasarkan produk, 60% menyatakan bahwa produk Kopi Morning Glory sangat lengkap dan beraneka ragam dan sebanyak 40% menyatakan bahwa produk kurang lengkap. Berdasarkan harga, 45% menyatakan bahwa harga sangat terjangkau, namun sebanyak 55% menyatakan bahwa harga cukup mahal dan pihak toko sangat kesulitan menyesuaikan harga jika bahan baku naik. Berdasarkan suasana toko, 70% menyatakan bahwa suasana toko di Toko Kopi Morning Glory cukup sangat nyaman dan sebanyak 30% menyatakan bahwa suasana toko kurang nyaman. Berdasarkan Promosi, 60% menyatakan bahwa promosi yang dilakukan oleh perusahaan kurang efektif dan sebanyak 40% menyatakan bahwa promosi sangat efektif. Berdasarkan karyawan toko, 75% menyatakan bahwa karyawan toko sangat ramah dalam melayani pembeli dan sebanyak 25% menyatakan bahwa karyawan toko kurang ramah dalam melayani pembeli.

Pernyataan tersebut didasarkan kepada kurang minatnya konsumen untuk berbelanja kembali pada Toko Kopi Morning Glory, hal ini terlihat dari setiap indikator masih ada yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu perusahaan harus menetapkan harga dengan baik dan sesuai yang ditunjang oleh elemen - elemen

bauran eceran yang lain. agar dapat menghadapi persaingan dan dapat meningkatkan volume penjualan secara optimal dan mempengaruhi konsumen dalam keputusan membeli.

Berdasarkan uraian yang disampaikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam tentang bauran eceran. Untuk itu penulis mengambil judul: **"Analisis Bauran Eceran Pada Toko Kopi Morning Glory Bandung".**

## 1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, bahwa masalah yang terjadi di Toko Kopi Morning Glory adalah:

1. Pihak perusahaan terkadang sulit menyesuaikan harga dengan bahan baku yang harganya naik.
2. Kurangnya penyelengaraan promosi yang dilakukan oleh Toko Kopi Morning Glory.
3. Lokasi yang kurang strategis karena lahan parkir yang kurang luas.

### 1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan Bauran Eceran pada Toko Kopi Morning Glory Bandung.

2. Bagaimana tanggapan responden mengenai bauran eceran pada Toko Kopi Morning Glory Bandung.

## 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi, mengumpulkan, serta menganalisis Bauran Eceran Pada Toko Kopi Morning Glory Bandung.

### 1.3.2 Tujuan Penelitian

Dengan memperhatikan rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan Bauran Eceran pada Toko Kopi Morning Glory Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai bauran eceran pada Toko Kopi Morning Glory Bandung.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan.

   Tempat penulis melakukan penelitian ini, pada Toko Kopi Morning Glory, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perkembangan usaha Toko Kopi Morning Glory.

2. Bagi Pihak Terkait.

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

### 1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Pengembangan Ilmu Manajemen.

   Dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi perbandingan antara ilmu manajemen (teori) dengan keadaan yang terjadi langsung di lapangan (praktek) sehingga dengan adanya perbandingan tersebut akan lebih memajukan ilmu manajemen yang sudah ada untuk ditempatkan pada dunia nyata dan dapat menguntungkan berbagi pihak Manajemen Pemasaran.

2. Bagi Peneliti Lain

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terutama bagi yang akan mengadakan penelitian tentang bauran eceran.

3. Bagi Penulis Sendiri

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis terutama mengenai bauran eceran dan sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh dibangku kuliah.

## 1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.5.1 Lokasi Peneliatian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu di Toko Kopi Morning Glory Bandung, yang beralamat di Jl. Pasir Kaliki Ruko Hyper Square Blok B No. 65 Bandung.

Waktu pelaksanaan di mulai pada bulan Januari sampai dengan Mei 2011, dengan kegiatan sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

**Waktu Penelitian**

| Keterangan | Bulan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Januari | | | | Februari | | | | Maret | | | | April | | | | Mei | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Usulan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pelaksanaan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pengumpulan Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pengolahan dan Analisis Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyusunan Laporan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |