

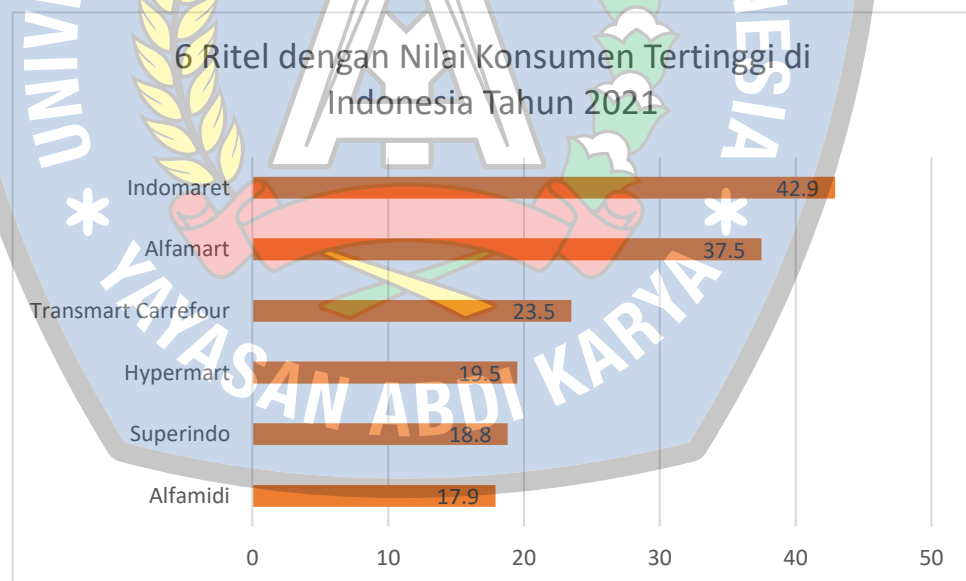
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Bisnis ritel saat ini menawarkan banyak peluang menarik di pasar Indonesia, dengan tujuan untuk memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Supermarket dan minimarket merupakan salah satu jenis usaha retail yang banyak diminati dan sering dikunjungi masyarakat saat ini.

Gambar 1.1 Bisnis Ritel Dengan Nilai Konsumen Tertinggi di Indonesia



(Sumber : YouGov)

Sesuai pada data tabel 1.1 diketahui bahwa Indomaret menduduki posisi tertinggi dengan nilai 42,9 pada tahun 2021 dalam bisnis ritel yang ada di Indonesia. Dibandingkan dengan ritel lain seperti Alfamart dan lainnya. Sedangkan Situasi bisnis ritel di Indonesia pada tahun ini

mengalami peningkatan, karena seiring meningkatnya permintaan dan kebutuhan masyarakat. Di buktikan dengan data yang diperoleh dari CEIC Data, Bahwa pertumbuhan penjualan ritel di Indonesia sebesar 2.6 % pada Februari 2023. angka pertumbuhan ritel ini naik dibandingkan dengan sebelumnya sebesar -0.6 % untuk Januari 2023. Data Pertumbuhan Penjualan Ritel di Indonesia diperbaharui setiap bulannya, dengan rata-rata 8.0 % dari Januari 2011 sampai Februari 2023, dengan 146 observasi. Data ini mencapai angka tertinggi sebesar 28.2 % pada Desember 2013 dan angka terendah sebesar -20.6 % pada Mei 2020.

Hero Supermarket merupakan perusahaan yang bergerak dalam bisnis ritel modern di Indonesia, jenis produk yang mereka jual itu seperti unit *grocery, gms, non-food, fresh, perishables, dan non-trade*. Sayangnya Hero Supermarket kalah dalam bersaing oleh kompetitor 10 peritel diatas. Hal ini yang mendorong peneliti untuk meneliti seberapa besar minat konsumen pada pembelian produk di Hero Supermarket. pada daerah Jakarta Hero Supermarket mempunyai cabang sebanyak 12 toko. Menurut Diky Risbianto keadaan bisnis Hero Supermarket tahun ini cukup membaik, dengan peningkatan kinerja yang baik serta pelanggaran pembatasan terkait Covid-19 dan dimulainya kembali kegiatan masyarakat dengan normal. Sebagai strategi bisnis pada tahun ini Hero Supermarket bertujuan untuk meningkatkan pendapatan sebagai hasil dari optimalisasi arus kas dan investasi. Hero Supermarket tetap fokus berinvestasi pada bisnis utama dan membangunnya untuk memberikan pertumbuhan yang solid dan

berkelanjutan dalam jangka panjang. Penyebab terjadi kurang minatnya konsumen terhadap Hero Supermarket Taman Alfa yaitu menurut Saiful sebagai manager toko, banyak konsumen yang masih berpendapat bahwa produk yang dijual itu harganya mahal, hal ini yang dijadikan perbandingan oleh banyak konsumen pada kompetitor lain. Selain dari sisi harga menurut manager toko juga sering menerima complain melalui sosial media dan bahkan secara langsung mengenai pelayanan yang kurang memuaskan dan informasi mengenai promosi produk yang tidak terlihat. Konsumen juga berkomentar mengenai kurang lengkapnya produk yang dijual.

**Tabel 1.1 Data Penjualan dan Data Konsumen
Hero Supermarket Taman Alfa 2023**

No	Bulan	Pendapatan	Target	Jumlah Konsumen	Target Konsumenn
1.	Januari	Rp.2,675,834,000	Rp.2,686,779,000	31,707	33,267
2.	Februari	Rp.2,315,271,000	Rp.2,424,053,000	27,900	35,133

(Sumber : Data Hero Supermarket Taman Alfa)

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas terlihat bahwa terdapat perbedaan penjualan dibulan januari dan februari tahun 2023. Selama 2 bulan terakhir Hero Supermarket Taman Alfa pada bulan januari berhasil mendapatkan pendapatan sebesar Rp.2,675,834,000 untuk semua jenis unit yang mereka jual. Pada bulan februari pendapatan Hero Supermarket Taman Alfa mengalami penurunan dari bulan sebelumnya yaitu pendapatan yang dihasilkan sebesar Rp.2,315,271,000 untuk semua jenis unit yang mereka

jual. Sedangkan jumlah konsumen juga mengalami penurunan yang cukup jauh dari bulan sebelumnya.

Karena terjadinya penurunan dalam minat beli konsumen, dalam hal ini, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada Hero Supermarket Taman Alfa. Yang menjadi fokus peneliti yaitu berdasarkan Citra toko, Kualitas Pelayanan serta Promosi. Setelah mencoba meneliti mengenai bahasan di bidang ritel. Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa citra toko, kualitas pelayanan dan promosi membentuk persepsi yang diharapkan oleh setiap konsumen dan dapat mendorong motivasi konsumen berminat untuk membeli produk yang dijual. Sangat penting juga bagi perusahaan mengetahui minat beli konsumennya baik dari segi strategi promosi yang tepat, menciptakan image yang baik serta dapat memberikan pelayanan yang diharapkan dan di butuhkan oleh konsumen.

Peneliti juga melakukan pra survey pada tanggal 4 April – 6 April 2023 terhadap konsumen Hero Supermarket Taman Alfa sebanyak 47 responden. Hal ini dilakukan agar dapat memperkuat apakah mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen dengan beberapa faktor yang mempengaruhinya. Hasil pra survey sebagaimana tabel 1.4 dibawah ini.

Tabel 1.2 Hasil Pra Survey Minat Beli

No	Pernyataan Pra Survey	Ya	Tidak
1.	Apakah kualitas produk yang dijual Hero Supermarket sudah sesuai dengan yang anda harapkan	63,8%	36,2%
2.	Apakah harga produk yang dijual Hero Supermarket sesuai dengan yang anda harapkan	44,7%	55,3%
3.	Apakah fasilitas yang disediakan Hero Supermarket sudah sesuai dengan kebutuhan anda	63,8%	36,2%
4.	Apakah produk-produk yang dijual Hero Supermarket dapat memenuhi kebutuhan anda	59,6%	40,4%
5.	Apakah pelayanan yang diberikan Hero Supermarket sudah dapat memberikan anda kepuasan	61,7%	38,3%
6.	Apakah anda mengetahui mengenai promosi yang dilakukan Hero Supermarket pada setiap minggunya	36,2%	63,8%

Pada pra survey yang dilakukan, penelitian menyampaikan bahwa yang mendasari minat beli konsumen untuk berbelanja produk kebutuhan sehari-hari di Hero Supermarket Taman Alfa adalah citra toko, kualitas pelayanan, dan promosi. Berdasarkan tabel 1.4 diatas, hasil dari pra survey yang telah dilakukan, menyatakan bahwa dari data tersebut faktor pertama yang menyebabkan menurunnya minat beli konsumen adalah citra toko. Citra Toko adalah keseluruhan yang dipikirkan dari benak konsumen bahwa toko ritel ini baik dan cocok untuk masyarakat berbelanja kebutuhan sehari-seharnya. Sejalan dengan citra toko yang dapat memberikan gambaran kepada konsumen mengenai kualitas produk, harga, fasilitas yang

disediakan serta dengan kelengkapan produk yang dijual sehingga dapat memberikan suatu pengalaman yang baik dimata konsumen dan menjadikan konsumen tersebut menjadi pelanggan setia. Permasalahan mengenai citra toko yang kurang baik dimata konsumen pada Hero Taman Alfa masih terdapat penilaian konsumen yang tidak sesuai seperti dari faktor kualitas produk 36,2% responden masih tidak puas terhadap kualitas produk, sedangkan dari faktor harga produk sebesar 55,3% menyatakan bahwa harga produk yang dijual lebih mahal dari kompetitor lainnya, dari fasilitas sebesar 36,2% menyatakan masih kurang puas dengan fasilitas yang telah disediakan, dan faktor yang terakhir mengenai kelengkapan produk 40,4% responden merasa produk yang dijual kurang lengkap dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dari beberapa faktor tersebut dapat membuat citra yang kurang baik terhadap toko yang menjadikan kurang minatnya konsumen untuk berbelanja kembali di Hero Taman Alfa dan dapat dijadikan sebuah penilaian atas menurunnya minat beli konsumen.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan Latte (2018) menyatakan bahwa variabel citra toko berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Robert H. Blissmer (2017) menyatakan bahwa variabel citra toko tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Selain citra toko, faktor yang kedua adalah faktor kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau produsen agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan

pelanggan atau konsumen dalam rangka memuaskan konsumen tersebut, karena jika konsumen mendapatkan pelayanan yang maksimal maka akan meningkatkan transaksi dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Manap (2016). Pada kualitas pelayanan menunjuk kepada tingkatan hasil dari fokus pada pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen. Permasalahan yang terjadi pada Hero Supermarket Taman Alfa yaitu masih ada sebesar 38,3% responden yang belum merasa puas atas pelayanan yang dilakukan. Diduga karena kurangnya keramahan terhadap konsumen, konsumen sering mendengarkan teriakan-teriakan atasan terhadap pegawainya, kurangnya kebersihan toko apalagi di waktu-waktu malam dan pelayanan seperti memberikan senyuman tidak dilakukan. Hal itu yang membuat konsumen merasa tidak dihargai dan menjadikan konsumen enggan untuk kembali berbelanja yang bisa menyebabkan penurunan terhadap daya beli konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Brosnan et al (2021) menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Sedangkan menurut penelitian Student et al (2021) menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Sedangkan faktor lainnya yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah promosi. Promosi adalah segala kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan suatu produk ke pasar sebagai sarana untuk memberikan informasi tentang ciri-ciri, kegunaan, manfaat dan keberadaan produk itu

sendiri, serta mengubah perilaku atau mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut Salsyabila (2021). Sedangkan permasalahan yang terjadi pada Hero Supermarket Taman Alfa masih sebesar 63,8% responden tidak mengetahui mengenai promosi yang katanya dilakukan setiap minggunya. Konsumen juga menjelaskan kurangnya pemberitahuan dan penjelasan mengenai produk yang promosi, tidak adanya iklan dan brosur yang biasanya dilakukan oleh kompetitor lain dalam menginformasikan suatu produk kepada konsumen. Promosi adalah hal yang banyak diharapkan konsumen dalam berkunjung ke suatu tempat, dengan adanya promosi dapat menarik atensi seorang konsumen untuk berkunjung dan juga dapat menarik minat beli terhadap konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Bahrudin (2022) menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan Muhammad Irwan et al (2023) menyatakan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Berdasarkan fenomena masalah, latar belakang, dan hasil survey secara langsung. Memutuskan untuk mengambil penelitian ini dengan judul

: PENGARUH CITRA TOKO, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA HERO SUPERMARKET TAMAN ALFA.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang penelitian di atas, berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah Citra Toko, Kualitas Pelayanan dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada Hero Supermarket Taman Alfa ?
2. Apakah Citra Toko berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada Hero Supermarket Taman Alfa ?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada Hero Supermarket Taman Alfa ?
4. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada Hero Super Market Taman Alfa ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1) Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan, dan Promosi secara simultan terhadap Minat Beli Konsumen pada Hero Supermarket Taman Alfa.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Citra Toko terhadap Minat Beli Konsumen pada Hero Supermarket Taman Alfa.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Hero Supermarket Taman Alfa.

d. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Hero Super Market Taman Alfa.

2) Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap citra toko, kualitas pelayanan, dan promosi, yang kemudian dapat menjadi pedoman bagi perusahaan agar dapat mengetahui beberapa karakteristik yang dapat mempengaruhi upaya peningkatan penjualan, dan dapat memberikan masukan dalam hal pemikiran, yang akan berguna untuk pembuatan startegi di masa sekarang maupun masa mendatang.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Hero Supermarket Taman Alfa dalam mengembangkan penjualan dan mempertahankan dan meningkatkan kesuksesan perusahaan di masa yang akan datang.
2. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi dan bahan kajian lebih lanjut mengenai berbagai topik yang berkaitan dengan bidang ini.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut mengenai topik ini.

