

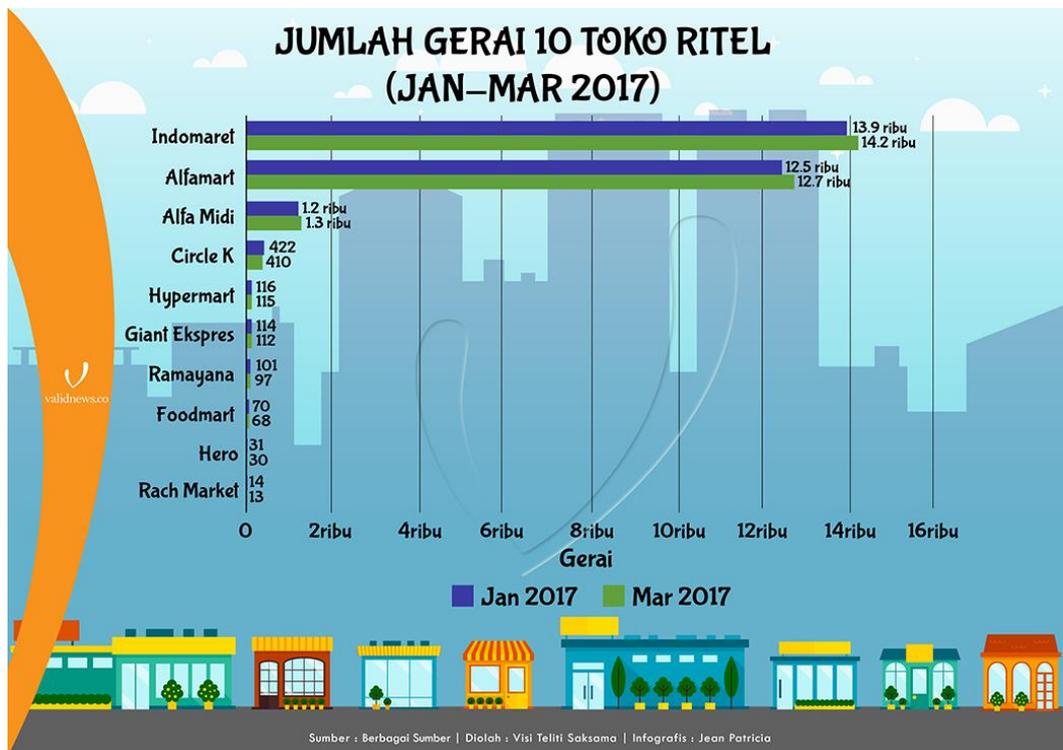
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian yang semakin maju memberikan suatu peluang usaha bagi para pengusaha untuk menjalankan bisnisnya. Banyaknya pelaku usaha yang muncul baik yang berskala kecil, menengah maupun besar. Keadaan tersebut memunculkan persaingan yang makin ketat seperti halnya usaha ritel yang ada di Indonesia dimana perkembangan usaha tersebut cukup pesat. Maka peran pemasaran sangat penting guna menunjang daya saing perusahaan, supaya dapat mengerti perilaku konsumen yang semakin beragam para pengusaha memikirkan berbagai cara guna untuk menarik minat beli pelanggan dengan meluncurkan berbagai produk serta menerapkan berbagai metode pemasaran yang sesuai supaya dapat menunjang keberhasilan usaha tersebut pada masa mendatang.

Sektor perdagangan terutama dalam bidang ritel banyak bermunculan dan fungsi toko ritel sendiri merupakan usaha yang bergerak dalam kegiatan jual beli namun dalam jumlah kecil yang mempunyai peran dalam memnuhi kebutuhan masyarakat yang ada, toko ritel sendiri di kelompokkan sesuai dengan aktivitas penjualan barang : 1) toko retail yang berskala kecil biasanya melakukan dan bertanggung jawab pada proses jual beli yang biasanya di miliki secara individu 2) retail besar saai ni di kuasai oleh organisasi atau perusahaan besar seperti: Departemen Store – *Chain Organization* (organisasi berantai), Supermarket, Catalog Store, Warehouse, Outlet dan Online Store.



Sumber: Nielsen Ritel Audit (2017)

Berdasarkan data yang terdapat pada bulan Januari sampai dengan Maret tahun 2017 beberapa toko retail mengalami kenaikan dan penurunan pada pertumbuhan jumlah toko, seperti halnya Ramayana yang mengalami penurunan jumlah gerainya yang jumlah pada bulan Januari sebanyak 101 gerai pada bulan Maret menjadi 97 gerai dan Giant Ekspres yang semula 114 unit gerai menjadi 112 unit, namun dari keterangan di atas gerai milik Indomaret telah mengalami peningkatan jumlah gerai yang pada bulan Januari dan Maret semula 13.9 ribu unit menjadi 14.2 ribu unit. Begitu pula gerai milik Alfamart jumlah gerainya bertambah banyak dari 12.5 ribu di bulan Januari menjadi 12.7 ribu di bulan Maret. Jadi kedua toko retail Indomaret dan Alfamart semakin berpotensi menguasai sebagian pasar dalam penyediaan barang konsumsi retail atau biasa yang disebut minimarket dengan jumlah gerai yang semakin bertambah banyak, seiring bertambahnya

jumlah penduduk serta kecenderungan masyarakat yang mempunyai sifat konsumtif yang meningkat dan membuat usaha retail dapat berkembang dengan pesat. Kesuksesan dari toko retail tersebut di buktikan dengan saling membuka toko secara besar – besaran walaupun tempat usaha mereka berdekatan dari antar toko tersebut. Dan pada saat mereka, sadar akan posisi persaingan di industri ini, maka pebisnis haruslah mempertahankan keunggulan bersaing yang di milikinya, yang merupakan faktor pembeda dari pesaing (Andreani et al, 2013).

Keunggulan bersaing dapat di capai dengan menciptakan perbedaan atau yang biasa disebut diferensiasi. Diferensiasi salah satunya dapat di lakukan dengan memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan sehingga terjadinya transaksi atau keputusan pembelian (Sophiah dan Syihabuddin, 2008). Pengalaman berbelanja yang di ciptakan merupakan strategi diferensiasi dengan berbagai pendekatan baik di dalam pelayanan, personalia, saluran dan citra. Diferensiasi dengan pendekatan citra adalah suatu cara pendekatan yang berhubungan dengan rancangan fisik suatu toko. Rancangan fisik suatu toko seperti *Design Store* dan *nterior display* merupakan faktor yang akan memberikan banyak perbedaan dari sisi bersaing.

Desain toko yang tepat akan membantu toko tersebut bisa menampilkan produknya dengan baik sehingga memudahkan konsumen dalam hal memilih barang apa yang di nginkannya dan meningkatkan keuntungan. (*Design Store*). Menurut Kotler (dalam Foster . 2008:61) menjelaskan bahwa atmosfer setiap toko mempunyai *Design Store* fisik yang memudahkan dan menyulitkan untuk beutar – putar di dalamnya. Menurut Ma'ruf (2006:201) menyatakan bahwa suasana atau

atmosfer dalam gerai berperan penting memikat pembeli. membuat mereka nyaman dalam memilih barang belanjaan dan mengingatkan mereka produk apa yang perlu di miliki baik untuk keperluan pribadi maupun keperluan rumah tangga . Menurut Sugiarta (2011:03) desain toko merupakan unsur lain yang tidak kalah penting dalam bisnis ritail. Retailer wajib mendesain toko sedemikian rupa agar konsumen tertarik untuk berkunjung ke toko.

Selain Design Store terdapat juga *nterior display* yang dapat memberikan memberikan pengalaman berbelanja kepada konsumen . *nterior display* yang baik secara signifikan dapat memiliki efek kepada pelanggan dalam melakukan proses pembelian. *nterior display* yang baik dan lengkap juga dapat mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian (Turley dan Milliman, 2000). Dalam tampilan toko haruslah di perhatikan tentang kebersihan. kerapian serta pencahayaan agar mudah di cari dan di lihat. “ Tujuan utama *nterior Display* alah untuk meningkatkan penjualan dan laba suatu toko. jika tampilan *nterior* suatu toko menarik maka akan mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian ke toko tersebut “ menurut Ma’ruf (2005 : 205).

Di Kabupaten Jombang merupakan kota yang sedang berkembang dalam hal ekonomi hal inilah yang membuat munculnya banyak usaha – usaha retail yang bermunculan seperti ndomaret, Alfamart, Alfamidi, Bravo Jombang, Keraton, Linggar jati, Borobudur yang masing – masing dari tempat tersebut mempunyai tujuan dalam hal memenuhi kebutuhan yang masyarakat inginkan dengan produk – produk yang di tawarkannya. Dan berikut ni adalah data ndomaret yang ada di kecamatan jogoroto kabupaten jombang.

Tabel 1.1

No	Nama Toko Retail	Lokasi
1	Indomaret Jogoroto Timur	Jl. Jakung, Jogoroto, Kec Jogoroto, kabupaten Jombang
2	Indomaret	Jl. Jombang-peterongan, Jogoroto, Kec. Jombang, Ringin pitu, Ngumpul, Kec. Jogoroto, Kab Jombang, Jawa timur 61419
3	Indomaret	Sumberbendo, Jogoroto, Kec. Jogoroto, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61485

Sumber : Data di olah 2019

Berdasarkan dari tabel 1.2 di atas di kecamatan Jogoroto sendiri terdapat 3 ndomaret di lokasi yang berbeda . Dari ketiga lokasi ndomaret tersebut peneliti memilih ndomaret Jogoroto cabang timur sebagai objek penelitian, meskipun ke tiga ndomaret tersebut mempunyai kemiripan dalam hal seperti *Design Store* dan *nterior displaynya*. Tapi penulis memepunyai alasan tersendiri dalam memilih ndomaret jogoroto cabang timur sebagai objek penelitian di karenakan letak ndomaret tersebut lebih dekat dengan tempat – tempat yang berada di pusat kecamatan jogoroto seperti kantor kecamatan, sekolah menengah atas seperti SMAN 1 Jogoroto, SMK Muhamadiyah Jogoroto, MA Hasyim Asyari yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di karenakan kondisi di sekitar area ndomaret jogoroto cabang timur tersebut lebih ramai di bandingkan dengan kedua ndomaret lain yang ada di kecamatan jogoroto.

Dari pernyataan di atas dapat di lihat pada omset penjualan ndomaret jogoroto cabang timur pada bulan april sampai dengan bulan juni :

Tabel 1.2 Omset penjualan ndomaret cabang Jogoroto timur Tahun 2019

Tanggal	April	Mei	Juni
	Omset (Rp)	Omset (Rp)	Omset (Rp)
1	9.257.368	11.339.109	19.287.254
2	9.588.247	10.169.527	20.963.173
3	11.676.109	11.706.763	19.304.293
4	9.016.491	12.378.273	22.947.692
5	10.465.318	22.080.663	19.113.158
6	10.704.582	12.619.202	33.720.981
7	11.997.655	9.831.627	22.769.570
8	7.448.381	8.691.408	18.565.246
9	8.130.618	7.922.828	15.983.700
10	7.029.982	10.452.721	14.093.938
11	7.207.195	11.714.273	12.299.536
12	8.527.991	15.025.927	15.149.799
13	8.780.782	11.364.563	9.826.370
14	12.156.047	9.560.664	12.485.982
15	8.552.624	12.875.828	12.873.381
16	9.348.936	8.643.154	12.063.464
17	11.507.364	14.283.411	11.029.643
18	13.015.757	15.131.659	7.210.310
19	11.215.481	19.202.282	10.463.473
20	10.422.499	7.692.745	8.474.418
21	9.899.208	10.994.984	10.162.536
22	8.184.737	10.583.182	9.495.927
23	8.538.954	13.434.073	10.633.764
24	8.254.818	29.365.546	9.702.692
25	8.190.373	27.411.764	9.862.520
26	12.202.090	20.024.410	8.096.066
27	11.337.836	15.315.537	8.211.284

Lanjutan dari tabel 1.2

28	12,541,909.00	17,795,454.00	9,224,445.00
29	11,423,600.00	16,101,604.00	11,978,755.00
30	6,193,219.00	18,392,675.00	12,668,418.00
31	-	17,157,673.00	-
Total	292,816,171.00	439,263,529.00	418,661,788.00

. Sumber : Data di olah 2019

Berdasarkan omset penjualan ndomaret cabang Jogoroto timur memperlihatkan terjadinya kenaikan dan penurunan penjualan produk yang pada bulan april sebanyak Rp 292.816.171 naik menjadi di bulan mei Rp 439.263.529, sedangkan pada saat bulan juni terjadi penurunan penjualan mejadi Rp 418.661.788. Dari fenomena di atas dapat di simpulkan bahwa kenaikan dan penurunan penjualan di karenakan tingkat pembelian masyarakat yang ada dan persaingan pada sector bisnis yang sama sehingga toko retail tersebut berusaha mencari berbagai cara atau strategi bisnis guna membuat pelanggan yang biasa berbelanja di toko tersebut tetap berbelanja dan membuat calon pelanggan tertarik pada toko tersebut sehingga dapat menjaga penjualan tetap stabil atau bahkan meningkat.

Bisnis retail ni sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan yang ada. untuk tu perusahaan harus jeli dalam menggunakan strategi pemasaran guna menarik hati konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk yang di butuhnya. Menurut Kotler (2002) .” keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa “ Dari penjelasan tersebut penulis ingin mengetahui seberapa besar “ **Pengaruh Design Store dan nterior Display Pada**

Keputusan Pembelian (Studi kasus pada ndomaret cabang Jogoroto Timur)

“

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang di jelaskan di atas . maka rumusan masalah dalam penelitian ni adalah:

1. Apakah *Design Store* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk ndomaret cabang Jogoroto timur ?
2. Apakah *nterior Display* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk ndomaret cabang Jogoroto timur ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai Latar belakang dan rumusan yang tertera di atas maka penulis memiliki tujuan untuk mengetahui:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh *Design Store* Pada Keputusan Pembelian produk ndomaret cabang Jogoroto timur.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh *nterior Display* Pada Keputusan Pembelian produk ndomaret cabang Jogoroto timur.

1.4 Manfaat penelitian

1. Bidang akademis: penelitian ni di harapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti – peneliti selanjutnya sehinningga dapat berguna bagi perkembangan lmu pengetahuan.

2. Bidang Praktis: penelitian ni di harapkan dapat berguna untuk memperluas pengetahuan masyarakat terhadap toko retail yang ada.