BAB 1
PENDAHULUAN

1.1Latar Belakang Masalah

Proses perkembangan dunia usaha yang semakin pesat sekarang ini menyebabkan terjadinya persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan pasar ini sebuah organisasi bisnis (perusahaan) dituntut untuk dapat mengambil langkah-langkah yang tepat agar dapat beradaptasi terhadap perubahan iklim usaha yang sangat dinamis.Seiring perkembangan zaman keberadaan bisnis eceran ditengah-tengah masyarakat menjadi semakin penting. Hal ini disebabkan karena adanya perubahan dalam pola berbelanja masyarakat yang semakin selektif, selain itu juga karena adanya perubahan cara pandang konsumen terhadap bisnis ritel itu sendiri. Bisnis ritel yang secara tradisional dipandang sebatas penyedia barang dan jasa telah berkembang menjadi tidak sekedar tempat berbelanja tetapi juga tempat rekreasi dan bersosialisasi, sebagai konsekuensinya bisnis ritel yang semula dikelola secara tradisional berubah menjadi bisnis yang semakin inovatif, dinamis, dan kompetitif (Suhartanto dan Nuralia,2001:27). Perubahan gaya hidup masyarakat inilah yang melatarbelakangi hadir dan berkembangnya bisnis retail

Pandangan tersebut menguatkan pernyataan Berman dan Evans (2007) bahwa seorang pengecer berusaha memuaskan pemasok dengan cara membeli beberapa jenis produk mereka yang jumlahnya terbatas akan tetapi dalam jumlah yang lebih besar. Pengecer memuaskan konsumen mereka dengan cara menawarkan berbagai macam jenis barang dan jasa, yang dikumpulkan dari sejumlah sumber, kemudian dijual dalam jumlah yang kecil-kecil. Hal tersebut dapat memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

Konsumen dan pelanggan merupakan mitra utama bagi pemasar, seorang dapat dikatakan sebagai pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha. Kebiasaan tersebut dapat dibangun melalui pembelian berulang dalam jangka waktu tertentu,

apabila dalam jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian ulang maka orang tersebut tidak dapat dikatakan sebagai pelanggan tetapi sebagai seorang pembeli (Musanto, 2004).

Salah satu kunci dalam persaingan diantara bisnis retail adalah produk yang beragam. Oleh karena itu, pengecer harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang di jual, karena dengan adanya macam-macam produk dalam arti produk yang lengkap mulai dari merek, ukuran, kualitas dan ketersediaan produk. Dengan hal tersebut memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai berbagai macam produk sesuai keinginan mereka. Sesuatu yang diinginkan konsumen adalah bagaimana cara untuk mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan serta menyediakan beranekaragaman produk dan alternatif pilihan, harga yang bersaing pelayanan dan fasilitas yang memuaskan serta suasana belanja yang nyaman semuanya terdapat dalam minimarket.

Di samping memperhatikan keragaman produk perusahaan yang bergerak dibidang retail harus juga berupaya untuk memberikan pelayanan yang baik, sebab pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu cara untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Pelayanan harus diperhatikan karena dalam memilih suatu produk atau jasa konsumen selalu berupaya untuk memaksimalkan nilai yang disarankan. Apabila konsumen merasa nilai yang disarankan lebih tinggi daripada yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas dan cenderung loyal (Nursanah,2010).

Pentingnya loyalitas pelanggan dalam pemasaran tidak diragukan lagi. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka (Hurriyati, 2005).

Besarnya kesempatan dan peluang yang menjanjikan dari pangsa pasar *retail* tersebut serta didukung pula oleh banyaknya sumber daya yang ada membuat pengusaha *retail* ini semakin populer. Sehingga sangat memungkinkan

dalam industri makanan ini memunculkan terjadinya persaingan bisnis yang sangat ketat baik bagi para pemasar maupun para produsen produk tersebut.

Kini di kota bahkan desa di Indonesia, bisnis retail mulai banyak dilirik kalangan pengusaha, sebab memiliki pengaruh positif terhadap jumlah lapangan pekerjaan dan keuntungannya yang menjanjikan, dengan sistem pemasaran format *self service*, yaitu konsumen membayar di kasir yang telah disediakan. Adanya sentuhan teknologi, yang terintegrasi pada perangkat lunak (*software*), memudahkan pencatatan dengan menggunakan komputer, baik itu pencatatan aktifitas dan transaksi dari administrator, kasir, kepala gudang dan lain sebagainya, membuat manajemen atau pengelolaannya rapi dan terkontrol serta laporan transaksi dapat di evaluasi setiap bulannya. Dari aspek sosialnya, menciptakan budaya baru dalam berbelanja, yaitu adanya atmosfer berbelanja yang lebih bersih dan nyaman.

Indomaret merupakan salah satu usaha retail modern atau minimarket yang menawarkan berbagai macam barang mulai dari makanan, sembako sampai peralatan dapur tersedia lengkap. Selain itu, fasilitas swalayan dan *store atmosphere* memberikan kenyamanan tersendiri bagi pelanggan untuk memilih barang-barang yang diinginkan.

Saat ini Indomaret berkembang sangat pesat dengan jumlah gerai mencapai lebih dari 9.096 gerai, terdiri dari 40% gerai milik terwaralaba dan 60% gerai milik Perusahaan. Sebagian besar pasokan barang dagangan untuk seluruh gerai berasal dari 22 pusat distribusi Indomaret yang menyediakan lebih dari 4.800 jenis produk (http://Indomaret.co.id/korporat/sejarah-dan-visi.html).

Di Jember, Indomaret merupakan salah satu minimarket yang tersebar di seluruh pelosok kota, bahkan saat ini sudah masuk ke desa-desa. Hampir bisa dipastikan disetiap jalan raya kita dapat menemukan Indomaret, bahkan di jalan yang ramai dan dekat dengan pemukiman dapat ditemukan Indomaret. Bertambahnya gerai Indomaret yang sangat cepat bak jamur di musim hujan cukup menarik untuk diperhatikan. Seakan-akan terjadi pergeseran pola belanja dimasyarkat, pergeseran tersebut lebih mengarah kepada kecenderungan untuk

lebih memilih belanja di Indomaret. Hal inilah yang membuat Indomaret bertambah subur.

Menjamurnya Indomaret disisi lain juga membawa efek buruk, salah satunya adalah dengan menurunnya konsumen toko yang menjual barang kelontong dan sembako, atau selanjutnya kita sebut toko retail tradisional. Terlihat jelas bahwa saat ini toko retail tradisional terlihat lebih sepi dibandingkan sebelum Indomaret menjamur. Hal inilah yang seharusnya menjadi perhatian pihak pemerintah bagaimana seharusnya menjaga persaingan yang sehat antara toko retail tradisional dengan Indomaret. Jangan sampai gerai Indomaret bertambah namun menyebabkan toko retail tradisional yang sudah buka dari dulu kemudian bangkrut karena berpindahnya konsumen ke Indomaret.

Toko retail tradisional yang biasanya memiliki modal kecil tentunya juga memiliki keterbatasan untuk menyediakan berbagai barang-barang yang dibutuhkan masyarakat. Lain halnya dengan Indomaret, estimasi investasi toko baru memiliki syarat investasi Rp 394.000.000 untuk investor yang sudah memiliki calon lokasi dan syarat investasi kisaran Rp 600.000.000 untuk investor yang belum memiliki calon lokasi. (http://Indomaret.co.id/waralaba/info-waralaba/investasi.html).

Selain itu peneliti mengamati bahwa perilaku konsumen terhadap pelaku usaha ritel ini dimana konsumen dalam penelitian ini adalah warga kecamatan Puger Jember yang cukup banyak yang berbelanja di toko ritel. Banyak dari warga kecamatan Puger Jember yang berbelanja di Indomaret.Berikut ini adalah survey terhadap 100 warga kecamatan Puger Jember yang berbelanja di toko ritel:

Tabel 1.1: Warga Kecamatan Puger Jember Yang Berbelanja di Toko Ritel

No	JenisRitel	Jumlah Pelanggan	Persentase
1	Indomaret	52	52%
2	Alfamart	31	31%
3	Lain-lain	17	17%
	Total	**100**	**100%**

Sumber: Data Primer yang Diolah Januari 2016

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa dari 100 pelanggan yang di survey diketahui jumlah pelanggan yang berbelanja di Indomaret berjumlah 52 orang.

Sedangkan jumlah pelanggan yang berbelanja di Alfamart berjumlah 31 orang dan sisanya sebesar 17 orang berbelanja di toko ritel tradisional. Berdasar hasil survey dan wawancara alasan mengapa para pelanggan berbelanja di Indomaret adalah harga yang lebih murah dari pada Alfamart, pelayanan yang lebih baik daripada toko ritel tradisional dan adanya kemudahan untuk berbelanja dengan adanya Indomaret*card*.

Namun jika kita cermati lagi, terdapat sebuah fenomena yang lebih menarik untuk diteliti. Kotler dan Amstrong (2001) menyatakan bahwa hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi. Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil penelitian Anita (2012) dan Doni (2013) bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Fakta menarik bahwa fenomena yang akan diteliti bertentangan dengan teori dan hasil penelitian tersebut. Produk yang dijual Indomaret dan produk yang dijual toko retail tradisional adalah sama. Namun Indomaret memberikan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan toko retail tradisional. Namun walaupun Indomaret memberikan harga yang lebih tinggi, Indomaret tetap diminati oleh banyak kalangan dan banyak konsumen yang berbelanja di Indomaret.

Tabel 1.2: Hasil Observasi di Indomaret

No	Variabel	Kategori	Keterangan
1	Produk	*Food*	*Snack*, coklat, minyak goreng, minuman, es krim, biscuit, buah, bumbu masak, roti, mie instan, telur, rokok, susu, dan lainnya.
		Non food	Detergen, pasta gigi, sikat gigi, sabun mandi, parfum, kosmetik, *baby&kids care*, alat tulis, obat-obatan, alat kebersihan, dan lainnya.
2	Pelayanan	SOP (*Standart Opersional Prosedure*)	Salam sapa “ selamat datang dan selamat berbelanja” dan mengucapkan “terima kasih silahkan belanja kembali” ketika pelanggan selesai berbelanja
		Fasilitas	Keranjang belanja, AC dan mesin ATM

Sumber: Data Primer yang Diolah Januari 2016

Keanekaragaman produk yang ditawarkan oleh Indomaret ternyata menjadi pertimbangan bagi pelanggan untuk berbelanja di Indomaret. Ketika pelanggan membutuhkan beberapa produk, semua produk yang diperlukan tersebut disediakan oleh Indomaret. Jadi kemudahan mendapatkan beberapa produk di satu tempat menjadi pertimbangan utama pelanggan ketika akan berbelanja produk yang sering menjadi pilihan banyak pelanggan adalah paket semabako, karena dalam paket tersebut terdapat banyak aneka produk namun dengan harga yang relatif murah. Yang kedua adalah faktor layanan yang ada di Indomaret, yaitu keramahan dari karyawan ketika menyambut pelanggan yang datang dapat menciptakan rasa nyaman di hati pelanggan. Selain itu kelengkapan fasilitas seperti keranjang untuk bebelanja dan adanya mesin ATM untuk penarikan uang tunai, menjadi alasan kenyamanan pelanggan untuk selalu berbelanja di Indomaret.

Daerah Puger memiliki wilayah yang cukup luas, memanjang dari pesisir barat sampai pesisir timur bagian selatan Kabupaten Jember. Di kecamatan Puger sendiri terdapat 3 Indomaret yang lokasi masing-masing beralamat di Jalan Mayor Adi Dharma Nomer 21, Jalan Ahmad Yani Nomer 8, dan Jalan Raya Puger nomer 15. Alasan memilih lokasi ini dikarenakan daerah kecamatan puger itu sendiri ketiga lokasi Indomaret yang akan dijadikan objek penelitian berdekatan dengan pasar tradisional. Pertimbangan yang kedua adalah letak ketiga indomaret tersebut yang berdekatan antara Indomaret yang satu dengan yang lain. Dan yang terakhir adalah karena maryarakat Puger yang masih tergolong awam mengenai pemahaman bisnis ritel itu sendiri.

Dalam penelitian sebelumnya, menurut Cahyono dan Sutikno, dalam penelitiannya Pengaruh Keragaman Produk Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Indomaret (2012) di Bangsalsari dan Jepara, disimpulkan bahwa loyalitas konsumen sebagai variable terikat dipengaruhi secara signifikan oleh variable bebas keragaman produk. Variable terikat loyalitas pelanggan juga dipengaruhi secara signifikan oleh variable bebas pelayanan. Paparan tersebut semakin menguatkan dugaan peneliti bahwa variable kualitas layanan, keragaman produkberpengaruh dalam menentukan loyalitas pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Apakah keragaman produk, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Indomaret di wilayah kecamatan Puger Jember?
b. Apakah keragaman produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Indomaret di wilayah kecamatan Puger Jember?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

a. Tujuan penelitian adalah:
   1. Untuk menganalisis tingkat pengaruh keragaman produk, dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Indomaret di wilayah kecamatan Puger Jember.
   2. Untuk mengidentifikasi ada tidaknya pengaruh keragaman produk, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Indomaret di wilayah kecamatan Puger Jember.
b. Kegunaan Penelitian

   Adapun kegunaan penelitian ini adalah:
   1. Bagi Indomaret

      Sebagai bahan pertimbangan bagi Indomaret untuk mengambil kebijaksanaan dalam rangka meningkatkan jumlah pelanggan.
   2. Bagi Pengembangan Ilmu
      a. Sebagai tambahan wacana pengaruhkeragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
      b. Sebagai referensi ilmiah yang dapat dipergunakan oleh pihak yang memerlukan untuk bahan pertimbangan guna meningkatkan jumlah pelanggan.