

BAB I

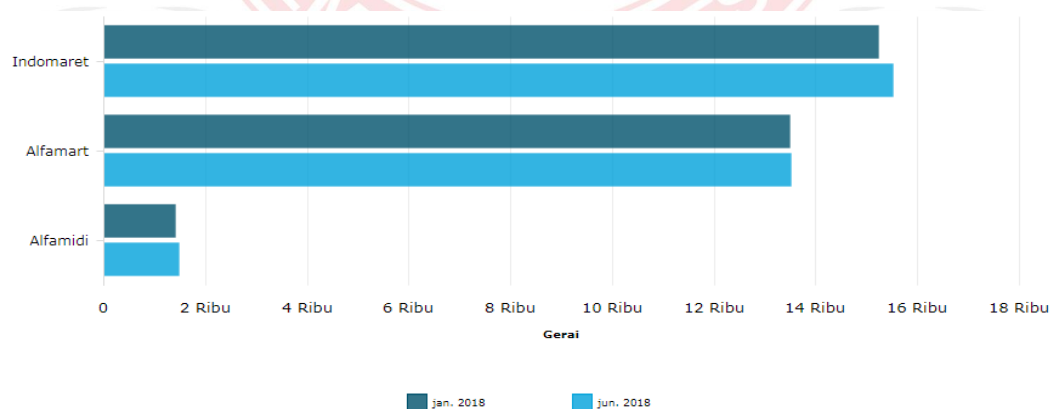
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan industri ritel Tanah Air belakangan ini diakui melambat karena beberapa hal. Faktor yang menyebabkan perlambatan tersebut di antaranya kondisi ekonomi masyarakat kelas menengah ke bawah dan adanya pergeseran pola konsumsi ke *leisure*, seperti yang telah diperkirakan sejak tahun lalu (Putera, Andri Donnal. kompas.com, 2018). Namun perkembangan bisnis minimarket 2017 sangat luar biasa. Jika pernah mendengar berita daya beli turun dan banyak perusahaan retail tutup ternyata kondisi tersebut justru menguntungkan bisnis minimarket. Menurut Nielsen, sebuah perusahaan survey paling *bonafide*, terjadi pergeseran pola belanja dari supermarket ke minimarket, ini terbukti dari pertumbuhan minimarket mencapai 7 % sedangkan supermarket hanya 0,4 %. Angka ini adalah angka yang ajaib, jauh diatas pertumbuhan retail nasional (minimarketrak.com, 2017). Akan tetapi gencarnya ekspansi toko ritel modern di daerah, terutama kelas minimarket, berdampak pada perubahan gaya belanja konsumen di pedesaan. Hal itu tampak pada peningkatan kunjungan ke minimarket. Menurut survei The Nielsen Company dengan menggunakan panel data 4.550 rumah tangga yang mencakup 25 juta jiwa di lima kota besar dan desa-desa di Pulau Jawa. Nielsen mencatat, belanja rumah tangga masyarakat pedesaan di minimarket selama 2010 naik 36% dari segi kunjungan. Total nilai belanja juga meningkat 87% dibanding 2007. Tahun 2007, satu rumah tangga rata-rata masih membelanjakan uang sebesar Rp 252.657 setahun, sedangkan di 2010 naik menjadi Rp. 472.892 setahun.

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) berencana menambah ratusan gerai pada tahun ini. Gerai-gerai Alfamart tersebut akan dibangun di beberapa wilayah, terutama di Pulau Jawa dan di Timur Indonesia. Potensi tersebut datang karena adanya peningkatan daya beli yang terjadi di wilayah Timur Indonesia. Selain itu, keberadaan beberapa *distribution center* (DC) di sana juga menjadi penyebab

perusahaan bakal memperbanyak gerai Alfamart luar Pulau Jawa (Pitoko, Ridwan Aji. kompas.com, 2017). Selain itu ada beberapa faktor juga yang mempengaruhi pihak Alfamart membuka gerai baru diberbagai wilayah di Indonesia terutama di wilayah desa. Hal pertama adalah masih murahnya harga sewa tanah yang ada di wilayah pedesaan. Berbeda dengan wilayah kota yang harga sewa tanah ataupun harga sewa toko yang sudah sangat tinggi. Dengan harga sewa yang masih murah membuat anggaran yang dikeluarkan untuk biaya sewa tanah atau toko menjadi lebih sedikit, sehingga dapat memberikan keuntungan lebih akibat dari penekanan biaya pada sektor penyewaan lokasi. Selain itu harga yang diberikan juga tidak jauh berbeda antara wilayah kota dengan wilayah desa, bahkan dapat dikategorikan nilai harga yang diberikan relatif sama pada setiap produk. Hal kedua adalah pola berbelanja yang ada pada masyarakat mulai berubah. Pihak Alfamart menyadari perubahan pola berbelanja yang ada di masyarakat terutama pemilihan tempat untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari yaitu terjadinya pergeseran gaya hidup dari tradisional menjadi modern, sehingga membuat perubahan pada pola berbelanja pada konsumen terutama di wilayah pedesaan. Hal tersebut yang dilihat oleh pihak Alfamart dimana mereka melihat peluang tersebut dan memanfaatkannya untuk jangka panjang, selain itu diberbagai wilayah terutama dibeberapa wilayah desa sudah mengalami peningkatan kunjungan dari konsumen.



Gambar 1.1 Jumlah Gerai Alfamart, Alfamidi dan Indomart (Jan-Jun 2018)

Dari Gambar 1.1 di atas dapat diketahui bahwa jumlah pertumbuhan gerai minimarket mengalami peningkatan yang cukup banyak di berbagai wilayah di Indonesia. Namun, sekalipun tingkat pembelanjaan dan kunjungan masyarakat pedesaan di minimarket meningkat, mayoritas masyarakat desa masih berbelanja di pasar tradisional. Pasar tradisional memainkan peran utama dalam perdagangan barang-barang konsumsi yang perputarannya cepat (*fast moving consumer goods* atau FMCG) (Laoli, Noverius. kontan.co.id, 2017). Mengacu pada kondisi sekarang masyarakat pedesaan yang banyak mengunjungi atau berbelanja di toko ritel modern seperti Alfamart rata-rata mulai dari remaja hingga orang dewasa, sedangkan orang-orang lanjut usia atau yang berusia sekitar 50 tahun keatas lebih banyak mengunjungi pasar tradisional. Akan tetapi dengan seiring berjalannya waktu masyarakat di wilayah pedesaan mulai berpindah meninggalkan pasar tradisional menuju pasar modern, outlet ritel modern, mall, dan bahkan ke pasar online.

Namun berdasarkan observasi awal, peneliti menemukan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat beli dari masyarakat di sekitar outlet Alfamart wilayah desa Mojoranu dan sekitarnya. Di antaranya adalah faktor harga, yang pada umumnya harga yang diberikan oleh minimarket sudah di tetapkan tanpa perlu adanya penawaran lagi, serta harga yang di berikan juga tidak berbeda jauh dengan harga yang di berikan oleh pasar tradisional maupun toko kelontong. Sehingga dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menetapkan keputusan akan melakukan pembelian atau tidak berdasarkan faktor harga yang tersedia. Menurut penelitian Fure *et al.* (2013) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap minat beli. Sedangkan menurut penelitian Aptaguna *et al.* (2016) menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap minat beli.

Kemudian keberagaman produk yang di tawarkan juga diharapkan dapat memberikan kemudahan dalam berbelanja terhadap konsumen, dimana para konsumen dapat memilih sendiri produk apa saja yang dibutuhkan karena banyak varian produk yang diberikan serta letak produk yang ditata secara rapi. Hal ini memberikan kenyamanan tersendiri dalam berbelanja. Lalu pelayanan yang di

berikan di harapkan juga dapat memberikan dampak terhadap kualitas pelayanan yang diharapkan mempengaruhi minat beli konsumen. Ketika kualitas pelayanan yang di berikan cukup bagus maka dapat membuat perasaan senang kepada pelanggan serta meningkatkan kepuasan dan minat beli. Dalam artian ketika kualitas pelayanan baik maka minat beli konsumen akan bertambah. Namun jika pelayanan yang diberikan buruk akan berdampak kepada ketidak puasan konsumen serta dapat membuat minat beli menjadi berkurang atau menurun.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Keberagaman Produk, dan Kalitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Alfamart di Desa Mojoranu Bojonegoro”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen Alfamart yang berada di wilayah desa Mojoranu, Bojonegoro?
2. Apakah keberagaman produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen Alfamart yang berada di wilayah desa Mojoranu, Bojonegoro?
3. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen Alfamart yang berada di wilayah desa Mojoranu, Bojonegoro?
4. Apakah harga, keberagaman produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen Alfamart yang berada di wilayah desa Mojoranu, Bojonegoro?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui apakah harga, secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen Alfamart di wilayah desa Mojoranu, Bojonegoro.
2. Untuk mengetahui apakah keberagaman produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen Alfamart yang berada di wilayah desa Mojoranu, Bojonegoro
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen Alfamart yang berada di wilayah desa Mojoranu, Bojonegoro.
4. Untuk mengetahui apakah harga, keberagaman produk, dan kualitas pelayanan dapat berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen Alfamart di wilayah desa Mojoranu, Bojonegoro.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Sebagai dasar kebijakan manajemen perusahaan untuk membuat strategi perusahaan yang mengutamakan harga, keberagaman produk, dan kualitas pelayanan secara lebih efektif dan efisien sehingga menciptakan minat beli terhadap konsumen Alfamart, sekaligus sebagai sumber informasi terbaru mengenai perkembangan bisnis *retail* di Indonesia.

b. Bagi Penulis

Sebagai bahan yang dapat memperluas pengetahuan sekaligus mengimplementasikan teori-teori yang telah di dapat di Perguruan Tinggi dan mengetahui pengaruh harga, keberagaman produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap terciptanya minat beli konsumen Alfamart.

c. Bagi Akademik

Sebagai tambahan literatur pustaka di Universitas Internasional Semen Indonesia yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan untuk studi banding bagi mahasiswa dalam mengambil penelitian lanjutan mengenai permasalahan yang sama.