

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan perkembangan jaman, keberadaan pasar tradisional mulai tersaingi atau bahkan tergeser oleh adanya bisnis eceran modern. Bisnis eceran atau biasa disebut dengan pedagang eceran semakin terasa keberadaannya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Berbagai macam pusat perbelanjaan eceran bermunculan dengan bermacam bentuk dan ukuran yang menyebabkan persaingan dalam dunia retail semakin ketat. Beberapa contoh bentuk pusat perbelanjaan eceran yang meramaikan dunia retail diantaranya adalah minimarket, supermarket dan hipermarket. Masuknya bisnis retail dari luar negeri yang dikelola secara profesional menuntut bisnis ritel domestik untuk dikelola secara profesional pula agar mampu bersaing dalam melayani konsumen. Realitas kompetitifnya adaiiah pusat-pusat perbelanjaan harus bekerja sekeras mungkin untuk menarik konsumen dari pusat perbelanjaan lain. Oleh karena itu diperlukan strategi jitu untuk merebut hati konsumen dengan terus menerus memperhatikan kepuasan dan loyalitas pelanggannya (Berman, 2009). Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat tersebut, setiap bisnis ritel perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing untuk dapat menarik minat membeli konsumen. Menarik konsumen melakukan pembelian dapat dilakukan dengan banyak cara diantaranya yaitu dengan memberikan diskon, promosi dan memberikan suasana yang menyenangkan bagi konsumen pada saat di dalam toko, dan dengan keadaan tersebut diharapkan konsumen akan melakukan pembelian. Setiap perusahaan selalu berusaha agar sukses dalam memenangkan persaingan dengan berusaha untuk dapat mencapai tujuan yaitu menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Mempertahankan pelanggan merupakan tantangan bagi perusahaan yang harus diupayakan untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Hai tersebut bisa dicapai oleh suatu perusahaan melalui upaya menghasilkan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen.

Suasana toko menurut Kotler (2008:23) adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, wama, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang, Suasana toko tidak hanya dapat memberikan suasana lingkungan pembelian yang menyenangkan saja, tetapi juga dapat memberikan nilai lambah terhadap produk yang dijual. Selain itu, suasana toko juga akan menentukan citra tempat itu sendiri. Citra tempat yang baik dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan untuk bertahan terhadap persaingan dalam membentuk pelanggan yang loyal.

Promosi adalah salah satu kegiatan perusahaan untuk memperkenalkan dan memberitahukan produknya kepada konsumen, menginformasikan membujuk dan mengingatkan konsumen agar konsumen membeli produk tersebut. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Bunga Swalayan merupakan salah satu pusat perbelanjaan dikota Sampang yang menyediakan berbagai macam kebutuhan masyarakat dengan harga yang sangat terjangkau, lokasi Bungan Swalayan juga sangat strategis karena berada di seberang jalan utama yaitu di JL Jaksa Agung Suprpto, Gn. Sekar, Kec.Sampang, Kab. Sampang, Jawa Timur 69216. Bunga Swalayan selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik bagi para konsumen dan para pelanggannya, baik dari segi harga yang terjangkau, kelengkapan produk yang disediakan dan juga lokasi yang sangat strategis, akan tetapi Bunga Swalayan masih dinilai kurang maksimal dalam jangkauan promosi yang dilakukan, dan juga suasana di luar toko yang

masih kurang menarik, serta suasana di dalam toko yg masih belum memberikan keleluasaan dan kenyamanan yang maksimal.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari Bunga Swalayan di dapat informasi berupa jumlah pengunjung dan jumlah pendapatan selama periode lima bulan terakhir yaitu dari bulan Agustus sampai dengan bulan Desember 2020 adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.1 jumlah pengunjung Bunga Swalayan.**

Bulan	Jumlah pengunjung
Agustus	7518
September	8930
Oktober	9121
November	7461
Desember	6124
Total	38244

**Sumber : Data Olahan Bunga Swalayan, 2020.**

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, menunjukkan bahwa jumlah konsumen yang datang ke Bunga Swalayan pada bulan Agustus sebanyak 7.518, kemudian selanjutnya di bulan September sebanyak 8.930, dibulan Oktober jumlah konsumen sebanyak 9.121, kemudian dibulan November jumlah konsumen sebanyak 7.461, dan dibulan Desember jumlah konsumen sebanyak 6.124. Sehingga jumlah total konsumen dari bulan Agustus sampai bulan Desember adalah sebanyak 38.244 konsumen.

Dilihat dari tabel 1.1 konsumen pada Bunga Swalayan tidak stabil, dimana jumlah konsumen dibulan Agustus sampai bulan Oktober mengalami kenaikan, namun dua bulan setelahnya yaitu di bulan November sampai bulan Desember Jumlah pengunjung pada Bunga Swalayan terus mengalami penurunan. Jumlah pengunjung tertinggi terjadi pada bulan Oktober yaitu sebanyak 9121 konsumen.

Dan jumlah pengunjung terendah terjadi pada bulan Desember yaitu sebanyak 6.124 konsumen.

**Tabel 1.2 jumlah pendapatan Bunga Swalayan.**

Bulan	Jumlah pendapatan
Agustus	910.804.000
September	1.260.642.200
Oktober	980.458.500
November	860.462.800
Desember	748.664.500
Total	4.760.996.000

**Sumber : Data Olahan Bunga Swalayan, 2020.**

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas, menunjukkan bahwa jumlah pendapatan Bunga Swalayan pada bulan Agustus sebanyak 910.804.000, kemudian selanjutnya di bulan September sebanyak 1.260.642.200, dibulan Oktober jumlah pendapatan sebanyak 980.458.500, kemudian dibulan November jumlah pendapatan sebanyak 860.462.800, dan dibulan Desember jumlah pendapatan sebanyak 748.664.500. Sehingga jumlah total pendapatan dari bulan Agustus sampai bulan Desember adalah sebanyak 4.760.996.000.

Dilihat dari tabel 1.2 jumlah pendapatan pada Bunga Swalayan tidak stabil, dimana jumlah pendapatan dibulan Agustus ke bulan September mengalami kenaikan, namun tiga bulan setelahnya yaitu di bulan Oktober sampai bulan Desember Jumlah pendapatan pada Bunga Swalayan terus mengalami penurunan. Penurunan pendapatan ini disebabkan karena penurunan jumlah penjualan, dan penurunan jumlah penjualan menunjukkan rendahnya keputusan pembelian konsumen pada Bunga Swalayan

Berdasarkan fenomena yang penulis amati dan penulis lihat dilapangan, terdapat masalah yang berhubungan dengan suasana toko di Bunga Swalayan,

seperti store layout (penataan ruang) di dalam toko yang dirasa terlalu penuh sesak karena jumlah barang yang dipajang terlalu banyak sehingga mengakibatkan terganggunya mobilitas konsumen, serta tampilan di luar toko masih kurang menarik perhatian konsumen. Dan untuk kegiatan promosi di Bunga Swalayan juga dinilai masih kurang maksimal khususnya di bagian jangkauan promosi yang dilakukan. Dengan munculnya beberapa keluhan dari para konsumen mengenai Bunga Swalayan, melalui wawancara yang dilakukan penulis, perlu adanya tanggapan dan evaluasi yang lebih baik agar Bunga Swalayan dapat unggul di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas maka penulisan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Suasana Toko dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bunga Swalayan di kota Sampang”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Apakah suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Bunga Swalayan?
- b. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Bunga Swalayan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian pada Bunga Swalayan.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Bunga Swalayan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian antar lain :

- a. Bagi Penulis, Untuk memperdalam pengetahuan dan menambah wawasan dibidang manajemen khususnya pengaruh suasana toko dan promosi terhadap keputusan pembelian
- b. Bagi Bunga Swalayan sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan dalam hal suasana toko, promosi dan keputusan pembelian
- c. Bagi Akademis, sebagai bahan referensi bagi pihak – pihak yang akan melakukan penelitian dengan judul yang sama.