

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis saat ini berada dalam situasi yang tidak menentu di era globalisasi yang tengah dipenuhi dengan semakin meningkatnya persaingan dan tantangan. Agar dapat terus tumbuh dan bertahan, perusahaan-perusahaan perlu mampu mengikuti tren serta perkembangan zaman.

Minimarket adalah salah satu industri yang sudah menjamur di Indonesia. Industri ritel berfokus pada pemenuhan kebutuhan masyarakat dengan sistem yang terorganisir. Kontemporer dikenal sebagai minimarket. Dengan banyaknya minimarket di hampir setiap wilayah, ada lebih banyak pesaing yang bersaing untuk mendapatkan pelanggan. Menurut catatan asosiasi pengusaha ritel Indonesia (Aprindo), pertumbuhan ritel mencapai 12% dari Januari hingga September 2019, dengan PT Indomarco Prisma (Indomaret) dan PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) telah berperan penting dalam mendorong pertumbuhan industri ritel modern (Rezha Hadyan, 28 Jan 2020). Berdasarkan data yang ada, sektor ritel, khususnya minimarket, menunjukkan perkembangan yang signifikan. Namun, di tengah kemajuan tersebut, berbagai masalah mulai muncul baik dari internal perusahaan maupun dari faktor eksternal.

Dalam ranah internal, sektor usaha minimarket menghadapi beragam tantangan, termasuk masalah terkait produktivitas, kualitas, biaya, waktu, pelayanan, keselamatan, lingkungan, serta peran pekerja. Di samping itu, organisasi juga harus menghadapi tekanan dari luar, yang berasal dari pelanggan, pemasok, pesaing, lembaga swadaya masyarakat, pemerintah, serta berbagai peristiwa tak terduga. Dalam situasi ini, pemimpin perusahaan dituntut untuk berpikir kreatif dan menemukan solusi inovatif guna mengatasi kompleksitas serta intensitas tantangan yang semakin meningkat. Untuk menghadapi persaingan yang kian ketat, perusahaan perlu menerapkan kebijakan pelayanan yang strategis.

Salah satu aspek yang krusial dalam proses pengambilan keputusan pembelian adalah pemahaman terhadap kebutuhan, keinginan, dan kenyamanan pelanggan. Dengan memahami secara mendalam kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, perusahaan dapat memperoleh informasi berharga yang akan membantu dalam merancang strategi guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, fokus utama perusahaan seharusnya adalah pada kepuasan klien. Pelanggan adalah fokus utama, yang terbukti dari semakin banyaknya perusahaan yang memasukkan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi dan iklan mereka. Untuk memenangkan persaingan, kunci keberhasilannya terletak pada kemampuan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyediaan produk serta layanan berkualitas dengan harga yang kompetitif.

Pelanggan merupakan fokus utama setiap bisnis, yang terlihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menekankan komitmen mereka terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi dan iklan mereka. Untuk meraih kemenangan dalam persaingan, kunci utamanya adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan. Hal ini dapat dicapai melalui penyediaan produk dan layanan berkualitas dengan harga yang bersaing.

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, terutama di antara perusahaan-perusahaan sejenis, tuntutan untuk segera menarik perhatian konsumen menjadi semakin mendesak. Oleh karena itu, perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mengamati dengan cermat perilaku konsumen serta berbagai faktor yang memengaruhi keputusan manajemen terkait strategi promosi produk mereka.

Kemampuan perusahaan dalam menarik pembeli, serta faktor-faktor eksternal, sangat dipengaruhi oleh keputusan yang diambil oleh pembeli itu sendiri. Meskipun proses pembelian cenderung serupa bagi setiap individu, namun faktor-faktor seperti kepribadian, usia, pendapatan, dan gaya hidup akan turut memengaruhi perjalanan tersebut. Oleh karena itu, kebutuhan dan keinginan masing-masing orang menjadi penentu dalam pilihan terbaik mereka saat melakukan pembelian.

Alfamart mengutamakan kualitas dalam pelayanan, sehingga pelanggan dapat memperoleh barang yang mereka butuhkan dengan harga yang sesuai serta layanan yang memuaskan. Sistem distribusi yang terus diperbarui mendukung ketersediaan pasokan. Beberapa gudang juga dilengkapi dengan sistem konveyor dan teknologi *Pick To Light* (PTL) untuk meningkatkan efisiensi.

Dari sudut pandang pemasaran, kalender promosi tahunan Spesial *Big Event* menghadirkan beragam program promosi yang inovatif. Di antaranya adalah kejutan di awal tahun, senyum keluarga Indonesia, perayaan ulang tahun Alfamart, pameran eksklusif, serta tema program dan produk yang ditawarkan setiap minggu (PSM). Alfamart juga memanfaatkan kartu member sebagai sarana untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui berbagai program yang terintegrasi. Selain itu, Alfamart memberikan layanan tambahan dengan menyediakan berbagai metode pembayaran, baik secara online maupun offline.

Minimarket Alfamart Tajur 5 adalah salah satu pemain dalam industri ritel yang kini menghadapi persaingan yang semakin ketat. Munculnya berbagai perusahaan ritel baru di pasar menunjukkan betapa sengitnya kompetisi yang ada. Setiap minimarket memiliki ciri khas dan keunggulan masing-masing, berkat variasi layanan dan harga yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting bagi pengelola perusahaan atau minimarket untuk merumuskan strategi agar tetap dapat bersaing dan unggul. Dengan cara yang sama, minimarket Alfamart Tajur 5, yang terletak di Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, telah mengembangkan strategi dan keunggulan yang membedakannya dari para pesaing, antara lain:

1. Menyediakan layanan yang beroperasi selama 24 jam.
2. Menawarkan fasilitas parkir yang luas sebagai keunggulan.
3. Menyediakan berbagai produk yang lengkap.
4. Tersedia layanan Alfagift dan pengiriman barang.

Dibandingkan dengan kompetitor, yaitu toko Indomart yang berlokasi 100meter dari Toko Alfamart Tajur 5, dapat dicatat bahwa Toko Indomart tidak memiliki layanan buka selama 24 jam, fasilitas parkir yang luas, serta variasi

produk yang lengkap. Toko Alfamart Tajur 5 juga mencatat data penjualan yang signifikan pada tahun 2023.

Tabel 1. Data Penjualan Toko Alfamart Tajur 5 tahun 2023

NO	BULAN	PENCAPAIAN
1	Januari	846.831.198
2	Februari	678.145.626
3	Maret	832.834.370
4	April	720.901.300
5	Mei	689.971.400
6	Juni	815.218.892
7	Juli	829.593.876
8	Agustus	844.980.310
9	September	847.692.070
10	Oktober	846.421.208
11	November	857.800.420
12	Desember	856.234.730

Pendapatan Alfamart Tajur5

Berdasarkan Tabel 1. yang menggambarkan Data Penjualan Toko Alfamart Tajur 5 pada Tahun 2023, terdapat fluktuasi yang signifikan dalam angka penjualan. Penjualan pada bulan Februari mengalami penurunan, kemudian mengalami peningkatan pada bulan Maret. Selanjutnya, penjualan kembali menunjukkan penurunan selama bulan April hingga bulan Mei. Namun, penjualan mulai meningkat kembali pada bulan Juni dan terus mengalami kenaikan hingga akhir tahun.

Penelitian ini dilaksanakan di Alfamart Tajur 5, yang terletak di Jalan Nasional Tajur. Toko ini memiliki sejumlah keunggulan, antara lain kerapian penataan produk serta kebersihan area penjualan. Meskipun demikian, terdapat

beberapa kekurangan dalam pelayanan konsumen, terutama dalam menjawab pertanyaan konsumen

mengenai pemilihan barang. Selain itu, terdapat juga kesalahan dalam penempatan harga yang tidak sesuai dengan produk yang dipajang. Di samping itu, jumlah karyawan yang terbatas menyebabkan keterlambatan dalam pelaksanaan pekerjaan, keterlambatan dalam pengiriman, serta kurangnya pelayanan yang optimal.

Terdapat beberapa komplain yang diajukan terkait layanan di Toko Alfamart Tajur 5 Pertama, beberapa konsumen mengeluhkan lambatnya penanganan dari karyawan dalam memberikan pelayanan ketika konsumen menanyakan mengenai produk tertentu. Kedua, terdapat keluhan mengenai lamanya waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi di kasir. Selain itu, juga dilaporkan adanya perbedaan harga yang tidak sesuai dengan informasi yang tercantum dalam sistem.

Dalam proses pengambilan keputusan mengenai harga, konsumen memerlukan informasi harga yang memadai. Ketika menentukan harga, terdapat beberapa faktor penting yang perlu dipertimbangkan, antara lain biaya, keuntungan, serta perubahan dalam preferensi pasar. Harga merujuk pada jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk tersebut. Tingkatan harga yang ditetapkan, baik yang tinggi maupun rendah, akan berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan produk di pasaran.

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan mempertimbangkan latar belakang penelitian yang telah disampaikan, sangat penting untuk menetapkan permasalahan yang akan muncul. Hal ini bertujuan untuk menyederhanakan permasalahan dan mengarahkan fokus penelitian. Berikut adalah permasalahan yang perlu diidentifikasi:

1. Adanya keluhan pelanggan pelayanan karyawan yang kurang ramah. kurang tanggap dalam membantu, dan tidak sigap saat antrian panjang di Alfamart Tajur 5.

2. Di keluhkan perbedaan harga yang cenderung lebih mahal di Alfamart dibanding toko dan warung lain.
3. Adanya keluhan pelanggan tentang posisi product yang kadang-kadang terjadi tata letak rak yang kurang terorganisir atau perubahan posisi produk yang membingungkan pelanggan dapat memengaruhi

1.3 Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang terdapat di Alfamart Tajur 5 menunjukkan adanya sejumlah permasalahan yang cukup signifikan. Untuk mencegah perluasan penelitian, penulis memutuskan untuk membatasi ruang lingkup masalah agar dapat disampaikan secara terperinci dan jelas. Diharapkan dengan demikian, upaya pemecahan masalah dapat dilakukan dengan lebih terarah. Oleh karena itu, penulis akan membatasi pembahasan pada pengaruh langsung dari tiga faktor utama, yaitu Kualitas Pelayanan, Harga, dan Keputusan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, penulis dapat merumuskan permasalahan pokok sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan minimarket Alfamart Tajur 5?
2. Apakah harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan minimarket Alfamart Tajur 5?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan minimarket Alfamart Tajur 5?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian konsumen di Alfamart Tajur.

2. **Untuk mengetahui variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian**, apakah kualitas pelayanan atau harga, di Alfamart Tajur 5
3. **Untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Alfamart Tajur 5.**

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Bagi Penulis**
 - a. Penelitian ini berfungsi sebagai sarana untuk menerapkan teori-teori yang telah diperoleh selama menjalani proses perkuliahan.
 - b. Penulis dapat memperluas wawasan terkait permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan.
2. **Bagi Pemilik Bisnis Ritel**
 - a. Penelitian ini dapat memberikan ide-ide atau informasi yang berguna sebagai bahan pertimbangan dalam hal pelayanan, harga, dan lokasi bisnis ritel.
 - b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pelaku usaha dalam industri ritel, khususnya untuk meningkatkan penjualan produk.
3. **Bagi Kalangan Akademik**
 - a. Penulisan penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi para pembaca.
 - b. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan acuan untuk penelitian selanjutnya yang memiliki tema serupa.

1.7 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang mencakup pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang relevan dengan penyusunan laporan skripsi, serta sejumlah literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memaparkan mengenai waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan gambaran objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan yang secara mendalam menguraikan berbagai fenomena yang ditemukan dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan yang merupakan hasil akhir dari penelitian ini, serta saran yang berisi masukan untuk pihak terkait dalam objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini memuat berbagai buku, jurnal, dan referensi lain yang secara sah digunakan dalam penyusunan penelitian ini.