

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan Usaha kecil menengah saat ini mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini ditandai dengan banyak bermunculan usaha-usaha baik di bidang barang maupun jasa. Perkembangan usaha kecil dan menengah di Indonesia tidak hanya bertumbuh di kota-kota besar akan tetapi di berbagai daerah di Indonesia. Di Kabupaten Malaka memiliki usaha kecil dan menengah yang bergerak dibidang penyediaan kebutuhan rumah tangga yang semakin bertambah pesat.

Pesatnya perkembangan usaha kecil menengah di Malaka dikarenakan kebutuhan masyarakat yang semakin hari semakin bertambah. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maka banyak bermunculan usaha kecil menengah yang sejenis, hal ini menyebabkan timbulnya persaingan antar para pelaku usaha. Perilaku masyarakat malaka yang konsumtif menyebabkan para pelaku bisnis memilih untuk terjun ke bisnis ritel. Ritel atau eceran adalah semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang atau jasa langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan yang sifatnya pribadi bukan bisnis.

Kegiatan rite merupakan salah satu industri terbesar didunia karena melibatkan peran berbagai golongan peritel mulai dari skala pengecer hingga skala besar. Ritel meliputi semua perusahaan yang memiliki aktivitas membeli

produk dari sebuah perusahaan untuk dijual kembali kepada konsumen akhir, umumnya tidak melakukan transformasi produk, dan memberikan pelayanan akan penjualan produk.

Malaka terdapat banyak perusahaan ritel yang menyediakan barang dan jasa sejenis. Karena hal itu maka peritel dituntut untuk terus mengadakan perbaikan dan peningkatan dibidang pemasaran. Peningkatan dan perbaikan dibidang pemasaran harus terus dilakukan secara terencana atau dengan kata plain perusahaan harus terus menentukan strategi yang tepat agar dapat memenuhi target pasar dan dapat memenangkan persaingan.

Masyarakat merupakan target utama dalam memasarkan produk barang maupun jasa. Produk yang ditawarkan diharapkan seimbang dengan kebutuhan konsumen yang ditawarkan untuk memenangkan persaingan. Perubahan lingkungan perusahaan terutama faktor persaingan yang menawarkan produk yang sama menyebabkan banyak perusahaan berorientasi pada konsumen (*customer oriented*). Perusahaan yang berorientasi pada konsumen hendaknya selalu memikirkan apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga konsumen tidak hanya puas akan tetapi menjadi loyal dan citra perusahaannya akan dinilai bagus oleh konsumen.

Salah satu bisnis ritel yang berkembang di Malaka adalah Toko Ramayana Elektronik dan Meubel. Kehadiran toko ini merupakan tuntutan dari kebutuhan masyarakat, ini mencerminkan suatu fenomena yang terjadi bahwa masyarakat

menjadi semakin kritis dalam memilih tempat pembelanjaan. Sifat kritis tersebut dicirikan antara lain menginginkan toko yang menyediakan barang selengkap mungkin, produk yang berkualitas, suasana toko yang nyaman, pelayanan yang memadai dan mudah dilihat serta lokasi yang mudah dijangkau.

Berkaitan dengan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen maka manajemen toko harus memberikan kepuasan kepada konsumen dengan cara menyediakan berbagai macam produk yang lengkap, keragaman produk usaha ritel yang memadai serta display produk yang baik agar terlihat menarik sehingga konsumen memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan.

Keputusan pembelian menurut (Kuncoro & Adithya, 2010) adalah memilih dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa dalam mengambil keputusan, harus memiliki beberapa alternatif pilihan dalam melakukan pembelian akan melewati tahap-tahap sebagai berikut : pengenalan masalah yang merupakan kebutuhan konsumen, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan pembelian dan setelah pembelian (Suyanto, 2015).

Tabel 1.1
Data Penjualan Barang Elektronik dan Meubel Pada Toko Ramayana Elektronik dan Meubel Periode Bulan Januari – Desember 2019

BULAN	Barang yang terjual					Total penjualan (RP)
	Lemari	Kursi	Sofa	Tv	Kulkas	
Januari	16	10	14	9	4	151.500`000

Februari	12	17	13	4	4	133.150.000
Maret	9	11	14	5	2	109.000.000
April	14	9	12	3	3	109.600.000
Mei	11	15	13	5	4	222.620.000
Juni	6	13	9	7	2	102.820.000
Juli	8	11	12	4	4	92.700.000
Agustus	10	14	9	6	2	188.250.000
September	9	19	8	7	3	148.850.000
Oktober	11	14	7	6	2	202.650.000
November	10	10	9	3	3	211.050.000
Desember	17	11	12	7	4	213.861.000
Jumlah/tahun	133	154	132	66	37	1.986.051.000

Sumber : Tokoh Ramayana Elektronik dan Meubel Malaka 2019?

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa produk yang terjual pada Ramayana Elektronik dan Meubel mengalami ketidakstabilan atau fluktuasi periode bulan Januari – Desember 2019, kondisi ini bisa disebabkan oleh adanya berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti Keragaman Produk, dan display produk. Selain itu masuknya pesaing baru yang menyediakan produk dan jasa sejenis. Hal ini menyebabkan manajemen dituntut untuk memberikan yang terbaik agar konsumen memilih berbelanja pada Toko Ramayana Elektronik dan Meubel

Produk yang ada pada Toko Ramayana Elektronik dan Meubel Malaka memiliki berbagai macam produk yang beragam dan bervariasi yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan segera. Semua hal tersebut dilakukan oleh pihak dari Toko Ramayana Elektronik dan Meubel malaka agar terjadi peningkatan pembelian konsumen, karena terdapat berbagai macam produk yang sejenis yang ditawarkan oleh berbagai macam perusahaan. Jika toko Ramayana Elektronik dan Meubel menyediakan produk yang lengkap dan beragam serta bervariasi maka konsumen akan berkunjung ke tempat tersebut walaupun jarak yang di tempuh terpaut jauh.

Selain keragaman produk, hal lain yang perlu dilakukan adalah display produk. Display produk adalah sebuah aktivitas untuk memamerkan sebuah produk supaya terlihat atratif, mudah dilihat dan menarik minat pengunjung (about.com,2012).sebuah display produk didukung oleh beragam jenis elemen seperti warna ,cahaya,bau,suara,bahkan digital teknologi yang kesemua itu diharapkan bisa mempengaruhi konsumen untuk membeli produk-produk yang dijual disebuah toko. Display produk adalah salah satu "tools" untuk memperkenalkan image dari brand perusahaan tersebut dan seringkali membantu perusahaan untuk menggambarkan produk seperti apa yang mereka jual dan tentu saja untuk lebih menegaskan brand mereka kepada target konsumen yang mereka sasar.

Toko Ramayana Elektronik dan Meubel terletak di jalan Laran kabupaten Malaka , letak toko ini berada di pusat keramaian dan mudah diakses oleh konsumen. *Owner* dari toko ini mempekerjakan 12 orang karyawan yang bekerja setiap hari jam kerja. Kehadiran toko Ramayana Elektronik dan Meubel merupakan tuntutan perubahan gaya hidup masyarakat di mana Toko Ramayana Elektronik dan Meubel merupakan pusat perbelanjaan Kota malaka

Ramayana Elektronik dan Meubel merupakan toko yang menjual secara langsung produk pada konsumen tingkat akhir. Produk yang dijual di toko Ramayana Elektronik dan Meubel bervariasi mulai dari perlengkapan rumah tangga hingga perlengkapan kantor. Toko Ramayana Elektronik dan Meubel juga sering memberikan diskon dan promo hadiah kepada konsumen, serta menyediakan fasilitas-fasilitas yang nyaman bagi para konsumen seperti fasilitas parkir yang luas dan aman. Dalam menawarkan suatu produk dan jasa kepada konsumen harus memperhatikan keragaman produk dan display produk atau tingkat kesesuaian harga untuk menarik minat konsumen sehingga konsumen memutuskan untuk membeli.

Tabel 1.2
Research Gap keragaman produk, dan display produk terhadap keputusan pembelian

No	Research Gap	Arah	Peneliti
-----------	---------------------	-------------	-----------------

	Kesadaran merek, keragaman produk dan display produk pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan membeli di Kentucky fried chicken	Berpengaruh positif	Farli Liwe (2013)
	<i>the influence of product variety on brand perception and choice</i>	Tidak berpengaruh positif (Negatif)	Jonah Berger et al (2007)
2.	Pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian	Berpengaruh Positif	Wilson Setiawan, Sugiono Sugiharto (2014)
	Pengaruh service marketing mix (bauran pemasaran jasa) terhadap citra merek dan dampaknya pada keputusan pembelian (survei pada peserta lembaga kursus dan pelatihan royal english toefl & toeic center malang)	Tidak berpengaruh positif (Negati)	Dewi Lelyana Hadi, Srikandi Kumadji Dan Edy Yulianto (2015)
3.	pengaruh keragaman produk, display produk, harga dan tempat terhadap keputusan pembelian. Universitas Diponegoro	Berpengaruh Positif	Iswayanti (2010)
	pengaruh keragaman produk, display produk, harga dan tempat terhadap keputusan pembelian pada coffee shop kofisyop tembalang	Tidak berpengaruh positif	Widha Emil Luthfia (2012)

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan pada tabel 1.2 research gap dapat dijelaskan bahwa kedua peneliti Farli Liwe (2013) menyatakan bahwa keragaman produk sangat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sedangkan Jonah Berger et al (2007) mengatakan bahwa keragaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Peneliti Wilson Setiawan, Sugiono Sugiharto (2014) menyatakan bahwa display produk dalam hal ini marketing mix sangat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sedangkan service marketing mix (bauran pemasaran jasa) terhadap citra merek dan dampaknya pada keputusan pembelian yang diteliti oleh Dewi Lelyana Hadi, Srikandi Kumadji Dan Edy Yulianto (2015) tidak berpengaruh positif. Peneliti Iswayanti (2010) menyatakan bahwa kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sangat berpengaruh positif sedangkan penelitian Widha Emil Luthfia (2012) menyatakan bahwa display produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas dan adanya kesenjangan hasil penelitian (*Research Gap*) diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “ **Pengaruh Keragaman Produk,dan Display produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Ramayana Elektronik dan Meubel Malaka.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah keragaman produk (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Ramayana Elektronik dan Meubel Malaka?
2. Apakah Display produk (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada Toko Ramayan Elektronik dan Meubel Malaka?
3. Apakah keragaman produk (X_1), Dan display produk (X_2) dan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada Toko Jaya Elektronik dan Meubel Malaka?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk (X_1) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada Toko Ramayana Elektronik dan Meubel Malaka
2. Untuk mengetahui pengaruh Display produk (X_2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada Toko Ramayana Elektronik dan Meubel Malaka
3. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk (X_1), display produk (X_2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada Toko Ramayana Elektronik dan Meubel Malaka