


LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi Yang Berjudul
**PENGARUH LOKASI USAHA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA UD. SUMBER PANGAN KOTA GORONTALO**

Oleh
SRI WAHYUNI AKADJI
NIM. 931 410 226

Telah Diperiksa Dan Disetujui Untuk Diuji

Pembimbing I



Irwan Yantu, S.Pd, M.Si
NIP.19731020 200312 1 001

Pembimbing II ACC : 06/06 - 2014
DILAKUKAN PE PEM I



Andi Juanna, S.Pd, M.Sc
NIP. 19841126 201012 1 004

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen



Drs. Maha Atma Kadji, M.Si
NIP. 1966113 200312 1 001

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan permintaan kebutuhan konsumen semakin tinggi. Hal ini menyebabkan banyaknya pesaing yang bermunculan memenuhi kebutuhan konsumen untuk merebut pangsa pasar. Dalam setiap usaha pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usahanya. Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, perusahaan atau badan usaha dalam melakukan persaingan perlu menetapkan strategi-strategi dalam proses mendapatkan apa yang mereka inginkan yakni merebut minat beli konsumen untuk merebut pangsa pasar demi kelangsungan hidup usahanya.

Dengan semakin banyaknya perusahaan, maka semakin sulit memperoleh keuntungan yang maksimal, karena setiap perusahaan selalu bersaing dalam memasarkan produknya ke pelanggan. Pemasaran dalam konteks perusahaan merupakan salah satu fungsi utama disamping fungsi produksi dan fungsi keuangan dan juga merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu pemasaran merupakan hal penting yang tidak dapat dihindari.

Secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya

transaksi pembelian. Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus. Menurut Payne (2000: 27), pemasaran merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan demikian pemasaran merupakan proses penyaluran sumber-sumber sebuah organisasi terhadap kebutuhan pasar. Pemasaran memberi perhatian pada hubungan timbal balik yang dinamis antara produk dan jasa perusahaan, keinginan dan kebutuhan pelanggan serta kegiatan-kegiatan pesaing.

Salah satu faktor yang mempertimbangkan konsumen dalam membuat keputusan pembelian yaitu faktor Lokasi usaha. Lokasi usaha yang strategis atau dekat dengan konsumen akan memudahkan konsumen mendatangi lokasi dimana mereka bisa menemukan kebutuhan yang dibutuhkan. Faktor lokasi juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Strategi lokasi adalah salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku konsumen, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis disuatu kawasan/daerah yang dekat dengan

konsumen dan aktivitas masyarakat ataupun keramaian. Karena apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi akan berpengaruh besar pada pemilik.

Lupiyoadi (2001: 61-62) mendefinisikan lokasi usaha adalah tempat dimana perusahaan melakukan suatu kegiatan. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu konsumen mendatangi perusahaan, apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau dengan kata lain harus strategis. Lokasi usaha yang tepat bagi bidang usaha merupakan modal untuk mencapai tujuan demikian juga sebaliknya pemilihan lokasi yang salah akan menghambat segala gerak gerik usaha sehingga akan membatasi kemampuan memperoleh keuntungan maupun kelangsungan usaha. Apabila produsen kurang memperhatikan lokasi tempat usahanya dalam artian lokasi itu mudah dijangkau, terletak ditempat ramai yang juga merupakan faktor kunci dalam kemampuan pengusaha menarik pelanggan. Dengan demikian banyaknya bentuk usaha yang dilakukan maka setiap usaha juga membutuhkan lokasi tersendiri bagi usahanya.

UD. Sumber Pangan merupakan salah satu perusahaan dagang yang ada di Gorontalo yang perkembangannya sangat pesat dan menjual berbagai macam kebutuhan pokok bagi masyarakat disekitarnya. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti pada UD. Sumber Pangan diperoleh informasi bahwa Lokasi Usaha UD. Sumber Pangan

mempunyai letak lokasi strategis karena berada tidak jauh dari pusat kota dan bisa dijangkau oleh masyarakat. Suatu permasalahan yang muncul terkait lokasi usaha adalah Banyaknya konsumen yang memilih lokasi usaha yang terjangkau untuk melakukan pembelian sehingga faktor yang perlu diperhatikan oleh pihak UD. Sumber Pangan yaitu lokasi yang strategis, atau dekat dengan konsumen maka akan memudahkan konsumen mendatangi lokasi dimana mereka bisa menemukan kebutuhan yang dibutuhkan. Faktor lokasi juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis, dapat dilihat dari banyaknya pesaing yang menjual produk yang sama dengan lokasi usaha yang lebih strategis. Selain itu yang harus diperhatikan oleh Perusahaan UD. Sumber Pangan dalam penentuan lokasi usaha yaitu salah satunya tempat parkir, karena tempat parkir yang luas dan aman memberikan kenyamanan bagi konsumen yang membeli barang/produk pada perusahaan. Sehingga perusahaan harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen.

Demikian halnya dengan UD. Sumber Pangan Kota Gorontalo yakni suatu usaha yang bergerak dibidang keperluan kebutuhan sehari-hari. Bertitik tolak dari hal-hal yang dikemukakan diatas, maka peneliti merasa perlu mengkaji lebih dalam bagaimanakah pengaruh lokasi usaha terhadap minat beli dalam penelitian yang berjudul ***“Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen pada UD. Sumber Pangan Kota Gorontalo”***

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan penelitian yang berhubungan dengan pengaruh lokasi usaha terhadap minat beli konsumen dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Banyaknya konsumen yang memilih lokasi usaha yang terjangkau untuk melakukan pembelian.
2. Banyaknya pesaing yang menjual produk yang sama dengan lokasi usaha yang lebih strategis.
3. Banyak konsumen masih kurang puas dalam lokasi khususnya tempat parkir yang kurang memadai.

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas maka peneliti dapat merumuskan masalah penelitian yaitu: Seberapa besar Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Minat Beli Konsumen pada UD. Sumber Pangan Kota Gorontalo?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen pada UD. Sumber Pangan Kota Gorontalo

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi penulis, untuk mengetahui penerapan teori yang diterima selama proses perkuliahan dengan realita yang terjadi di perusahaan.
2. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan bagi perusahaan untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap minat beli.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Pengembangan ilmu pengetahuan, dapat di jadikan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.
2. Bagi lembaga, sebagai bahan informasi untuk menambah kepustakaan di bidang manajemen perusahaan berdasarkan penerapan dalam perusahaan.