

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Saat ini bisnis retail merupakan bisnis yang banyak digandrungi oleh para pengusaha, prospek pengembalian yang besar dengan biaya yang relatif sedikit menjadi salah satu faktor yang mendorong ketertarikan di industri ini. Industri ritel dapat diartikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa kepada konsumen akhir untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari secara langsung. Menurut Aprindo (Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia) Omset ritel modern nasional pada tahun 2014 diperkirakan tumbuh 10 %. Dengan nilai omset penjualan ritel modern mencapai Rp.162,8 triliun dan Salah satu penyebabnya adalah peningkatan kebutuhan akan produk dan jasa.

Daerah Kota Gorontalo terdapat banyak toko tradisional yang mengadopsi konsep ritel modern seperti minimarket dan swalayan. Daerah Kota Gorontalo menjadi lokasi yang potensial untuk membuka bisnis *retail*, dikarenakan letak geografis yang padat pemukiman. Disamping itu peningkatan konsumsi rumah tangga berdasarkan laporan badan pusat statistik daerah gorontalo juga memberikan prospek yang tinggi mengenai kebutuhan akan produk dan jasa yang harus di penuhi oleh setiap toko eceran (*retail*).

Toko swalayan Jaya Mart adalah salah satu toko eceran (*retail*) semi-modern yang ada di kota gorontalo, dengan ukuran luas toko yang tidak terlalu besar tetapi letak toko yang berada di jalan utama

dan dekat dengan area pemukiman menjadikan toko ini potensial untuk dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. Dalam pengelolaannya swalayan jaya mart terus berusaha untuk menampilkan bentuk pelayanan yang terbaik untuk meningkatkan *image* swalayan jaya mart di mata konsumen. Harga yang cukup terjangkau, pelayanan yang memuaskan, penempatan barang yang tepat, lokasi yang strategis, tempat parkir yang luas dan gratis, serta karyawannya yang ramah dan promosi adalah faktor yang dapat menarik konsumen berbelanja.

Pada kenyataannya Toko swalayan Jaya Mart ini Memiliki citra pelayanan yang baik dimata konsumennya, rata-rata konsumen mendapat dukungan pelayanan yang cukup baik dari karyawannya. Disamping itu, Berdasarkan informasi dari salah satu karyawannya di tahun kemarin penjualan di toko ini mengalami fluktuasi cenderung negatif, sehingga gambaran ini cukup memberikan indikasi berkurangnya permintaan atau minat beli di toko tersebut. Beberapa faktor yang mempengaruhinya telah diidentifikasi berdasarkan pengamatan dan dialog langsung dengan konsumennya. Ketika berkunjung, terlihat konsumen terkadang berbelanja tidak terlalu banyak atau konsumen terkadang tidak melakukan pembelian alasannya, dikarenakan faktor harga yang terkadang dirasakan cukup mahal dalam persepsi konsumennya. Penyebab lainnya konsumen berkurang melakukan pembelian dikarenakan produk yang di butuhkan

terkadang tidak tersedia terutama untuk produk yang paling banyak diminati sekaligus yang disesuaikan dengan penghasilan konsumen.

Keputusan pembelian di Toko Swalayan Jaya Mart cukup dipengaruhi oleh persepsi konsumen mengenai bauran harga yang diterapkan. Berdasarkan informasi, angka penjualan yang mengalami fluktuasi di tahun kemarin mengindikasikan berkurangnya minat membeli di toko ini dan kebanyakan konsumen seperti konsumen kelompok ibu rumah tangga dan mahasiswa mengkritisi mengenai penerapan harga di tempat ini terutama untuk bahan bahan atau produk yang banyak diminati. Terlihat jelas kebanyakan masyarakat yang menjadi konsumen di tempat ini enggan melakukan pembelian kembali dikarenakan pertimbangan harga dan faktor produk yang ada sehingga dapat disimpulkan konsumen di toko ini kurang terpenuhi kebutuhannya.

Umumnya harga sangat berpengaruh langsung dengan konsumen, konsumen tertarik membeli sebuah produk dengan melihat dan mempertimbangkan harganya, sehingga pada kenyataannya terkadang penetapan harga cukup mempengaruhi kepuasan konsumen. Apabila kondisi seperti ini terus berlanjut maka akan memberikan dampak terhadap jumlah permintaan di toko tersebut dan akan mengancam kelangsungan hidup usaha, sebab kelangsungan hidup usaha tergantung pada konsumennya.

Dalam menentukan harga harus membuat analisis yang tepat sehingga dapat mendorong konsumen melakukan pembelian. Jika

harga dapat terjangkau dalam persepsi konsumen, maka diharapkan konsumen akan melakukan pembelian dan tidak menutup kemungkinan bagi konsumen untuk meningkatkan jumlah pembeliannya di toko tersebut. Berdasarkan penelitian terdahulu harga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Harga adalah salah satu dimensi bauran *retail* yang menjadi perhatian konsumen dalam berbelanja, dan memiliki tingkatan pertimbangan paling tinggi dalam mengambil keputusan pembelian disuatu tempat belanja.

Berdasarkan Topik dan Latar belakang permasalahan diatas maka dapat di ambil judul“ ***PENGARUH PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN TOKO SWALAYAN JAYA MART***”

1.2 Identifikasi masalah

1. Umumnya tanggapan Konsumen Toko swalayan jaya mart kurang puas dengan harga yang di terapkan.
2. Konsumen terkadang kurang terpenuhi kebutuhannya dikarenakan pertimbangan harga dan faktor produk yang ada sehingga menyebabkan konsumen enggan meningkatkan jumlah pembelian.

1.3 RUMUSAN MASALAH

Seberapa Besar Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen jaya mart ?

1.4 TUJUAN

Untuk mengetahui Pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen jaya mart.

1.5 MANFAAT

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam bidang ilmu pemasaran serta diharapkan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya dalam bidang pemasaran

b. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan tempat meneliti diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi sehubungan dengan kebijakan penetapan harga yang mempengaruhi keputusan membeli.