

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dalam bidang industri, jasa dan dagang sangat berperan penting dalam dunia perekonomian, dimana perekonomian mampu memberikan perubahan-perubahan yang berarti bagi kehidupan masyarakat, ditandai dengan kemajuan perekonomian global yang dapat mendorong pertumbuhan bisnis pada sektor pemasaran atau marketing. Industri marketing memiliki masa depan yang cerah hal itu didukung oleh lahirnya interpreneur-interpreneur yang memiliki kemampuan baik dalam kreatifitas dan inovasi untuk menciptakan suatu market leader pada industri marketing yang mereka bangun. Demi tercapainya tujuan perusahaan dalam hal ini kelangsungan hidup perusahaan secara terus menerus yang kemudian dapat berkembang sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, maka perusahaan harus dapat menyusun strategi bisnis dan strategi pemasaran yang tepat.

Syarat yang harus di penuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah mencapai tujuan tersebut dengan mengimplementasikan pelayanan yang baik dan mempertahankan pelanggan dengan membuat citra yang baik di benak konsumen yang nantinya akan menimbulkan loyalitas yang berkelanjutan. Hal tersebut bisa dicapai melalui upaya menghasilkan dan menyampaikan barang serta jasa yang diinginkan konsumen. Kegiatan tersebut sangat

tergantung pada perusahaan atau sebagai atribut dalam kelengkapan produk seperti harga, produk, pelayanan umum, lokasi dan perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli (Engel & Paul, 2001:251).

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. Pada saat ini konsumen dihadapkan pada banyak sekali pilihan produk untuk memenuhi kebutuhannya, dalam pemilihan dan pembelian suatu produk konsumen juga banyak dipengaruhi oleh faktor lain yang mendorong konsumen untuk mengambil sebuah keputusan pembelian.

Setiap konsumen mempunyai pertimbangan yang berbeda-beda terhadap suatu produk dan tidak jarang konsumen memutuskan membeli suatu produk karena terpengaruh oleh harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan. Sebelum membeli, konsumen terlebih dahulu akan melakukan beberapa alternatif pilihan, apakah akan membeli atau tidak. Jika konsumen kemudian memutuskan salah satunya, maka konsumen sudah melakukan keputusannya.

Untuk memahami pembuatan keputusan pembelian konsumen, terlebih dahulu perusahaan sebelum membangun tempat usaha harus mengetahui tingkat perekonomian wilayah atau daerah tempat usaha yang akan dibangun kemudian seberapa besar daya beli konsumen dengan penetapan harga produk yang akan perusahaan tawarkan. Menurut Kotler (2000:76) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa. Kotler (2008) mengatakan ada empat indikator dalam menetapkan harga, yaitu: penyesuaian harga, harga geografis, harga potongan, dan harga promosi.

Daerah Gorontalo terdapat banyak toko tradisional yang mengadopsi konsep ritel modern seperti minimarket dan swalayan. Daerah 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 dipenuhi oleh setiap toko eceran (*retail*). Toko swalayan Khumairah adalah salah satu toko eceran (*retail*) semi-modern yang ada di Daerah Gorontalo, dengan ukuran luas toko yang tidak terlalu besar tetapi letak toko yang berada di jalan utama dan dekat dengan di area pemukiman menjadikan toko ini potensial untuk dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat.

Dalam pengelolaannya swalayan khumairah terus berusaha untuk menampilkan bentuk pelayanan yang terbaik untuk meningkatkan *image* swalayan khumairah di mata konsumen. Harga yang cukup terjangkau, pelayanan yang memuaskan, penempatan barang yang tepat, lokasi yang cukup strategis, serta karyawannya yang ramah dan promosi adalah faktor yang dapat menarik konsumen berbelanja. Pada kenyataannya Toko Swalayan Khumairah ini memiliki citra pelayanan yang cukup memuaskan dimata konsumennya, rata-rata konsumen mendapat dukungan pelayanan yang cukup baik dari karyawannya.

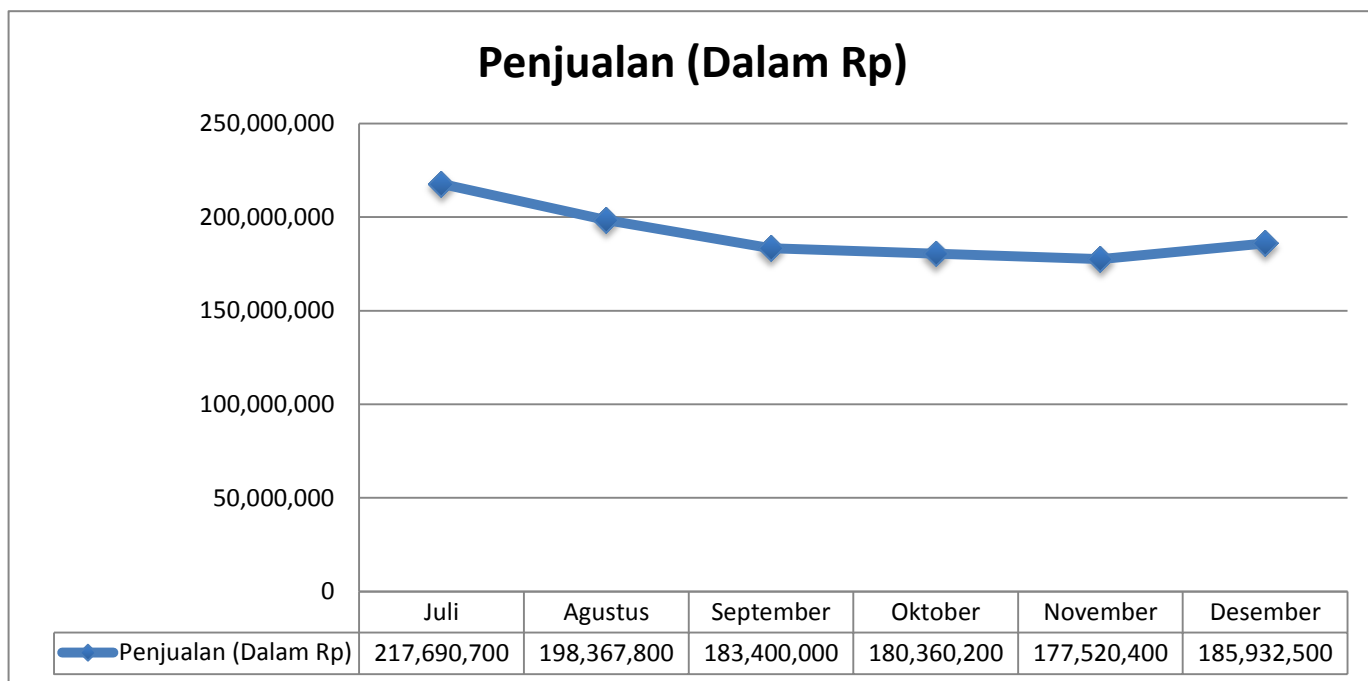
Disamping itu, berdasarkan informasi dari salah satu karyawannya di tahun kemarin penjualan di toko ini mengalami fluktuasi cenderung negatif, sehingga gambaran ini cukup memberikan indikasi berkurangnya permintaan atau minat beli di toko tersebut. Beberapa faktor yang mempengaruhinya telah diidentifikasi 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. Keputusan pembelian di Toko Swalayan Khumairah cukup dipengaruhi oleh persepsi konsumen mengenai bauran harga yang diterapkan.

Berdasarkan informasi, angka penjualan yang mengalami fluktuasi di beberapa bulan terakhir 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 hingga 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.

Tabel 1.1

Data Penjualan Swalayan Khumairah pada 6 Bulan Terakhir Tahun 2016



Sumber data penjualan Swalayan Khumairah

Berdasarkan tabel diatas, volume penjualan dalam beberapa bulan terakhir mengalami kenaikan dan penurunan, seperti pada bulan Agustus yang terus mengalami penurunan hingga bulan November, dan mengalami kenaikan pada bulan Desember. Berdasarkan penjualan tersebut volume penjualan mengalami banyak penurunan dibanding kenaikan, maka dari itu volume penjualan Swalayan khumairah cenderung mengalami penurunan dibanding kenaikan. Karena hal tersebut yang berkaitan dengan volume penjualan yakni keputusan pembelian yang diduga dipengaruhi oleh penetapan harga.

Dari latar belakang tersebut maka dalam penulisan skripsi ini akan diteliti tentang **“PENGARUH PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SWALAYAN KHUMAIRAH KABUPATEN GORONTALO”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, dimana unsur bauran harga pada pengamatan di Swalayan khumairah masih adanya faktor-faktor yang kurang memadai pada Swalayan Khumairah hal ini yang menjadi pertimbangan konsumen tersebut dengan keputusan pembelian di Swalayan Khumairah, yaitu:

1. Banyaknya pesaing dan adanya perbedaan harga antara Swalayan Khumairah dengan swalayan lain yang berada disekitar Swalayan Khumairah.
2. Kecilnya area parkir.

1.3 Rumusan Masalah

Seberapa besar pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen swalayan khumairah kabupaten Gorontalo

1.4 Pembatasan Masalah

1. Dalam penelitian ini keputusan pembelian konsumen merupakan media untuk melihat apakah dipengaruhi oleh faktor penetapan harga suatu bisnis ritel.
2. Di dalam penelitian ini dilakukan terbatas pada konsumen Swalayan Khumairah yang melakukan transaksi pembelian dua kali atau lebih.

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian di Swalayan Khumairah Kabupaten Gorontalo.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Untuk mendapatkan pengalaman dan pengetahuan mengenai teori yang dipelajari serta fakta yang terjadi terdapat di lapangan dan didukung oleh hasil penelitian berupa kuesioner dan angket.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan berguna bagi kegiatan pemasaran khususnya pada Swalayan Khumairah di Kabupaten Gorontalo, dengan mengetahui penetapan harga untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya mengembalikan tingkat kepercayaan pelanggan dengan cara memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sehingga Swalayan Khumairah mampu meningkatkan volume penjualannya kembali.