

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Di satu sisi, Era Globalisasi memperluas pasar produk dari perusahaan Indonesia. Sementara disisi lain, keadaan tersebut memunculkan persaingan bisnis baru yang semakin ketat baik antar perusahaan domestik maupun perusahaan asing. Bisnis merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencari keuntungan. Pada akhir-akhir ini, pemberitaan tentang Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) berkembang sangat pesat. Indonesia pun juga ikut adil dalam persiapan menuju Masyarakat Ekonomi ASEAN. Perkembangan menuju Masyarakat Ekonomi ASEAN juga menunjukkan bukti-bukti telah berkembangnya globalisasi pada bidang Ekonomi di Indonesia.

Bisnis retail yang telah berkembang menjadi industri retail dan tidak hanya dimonopoli oleh satu pelaku usaha disatu lokasi. Perusahaan retail kini mulai bermunculan dengan menawarkan tidak hanya kesediaan barang, tetapi juga menyangkut berbagai hal yang lebih terkait dengan aspek psikologis konsumen. Misalnya menyangkut aspek kebersian, keamanan, kenyamanan, bahkan juga menyangkut citra yang di coba ditanamkan di mata konsumen, seperti tempat barang murah dengan kualitas bagus, bergengsi dan sebagainya. Kecenderungan ini merupakan sebuah hal yang tidak dapat dihindari lagi

dalam perkembangan ritel saat ini peningkatan pendapatan masyarakat serta munculnya kemajuan diberbagai bidang menjadi salah satu penyebabnya. Yang menyebabkan segmen konsumen retail tumbuh beraneka ragam. Industri retail Indonesia, merupakan industri yang strategis bagi perkembangan Ekonomi Indonesia. Dalam sebuah klaimnya, asosiasi perusahaan retail Indonesia (Apirindo), yang selama ini banyak mewakili kepentingan peretail modern menyatakan bahwa sektor retail merupakan sektor kedua yang menyerap tenaga kerja diIndonesia, dengan kemapuan menyerap sebesar 18,9 juta orang, dibawah sektor pertanian yang mencapai 41,8 juta orang. Kehadiran para pelaku usaha retail modern telah memberi warna tersendiri bagi perkembangan industri retail Indonesia. Dalam jangka waktu yang singkat beberapa pelaku usaha retail modern dengan kemampuan yang luar biasa melakukan aktifitasnya diIndonesia. Mereka mewujudkannya dalam bentuk Minimarket, Supermarket, bahkan Hypermartket yang kini bertebaran disetiap kota besar Indonesia.

Pesatnya pembangunan pasar modern dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Disatu sisi, pasar modern dikelola secara professional dengan fasilitas yang serba lengkap. Disisi lain, pasar tradisional masih berkuat dengan permasalahan klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidak nyamanan berbelanja. Pasar modern dan pasar tradisional bersaing dalam pasar yang sama, yaitu pasar retail. Menurunnya pengendalian terhadap pembukaan usaha retail modern menyebabkan pasar tradisional merasakan pendapatan dan keuntungan yang

drastis. Peretail asing sangat aktif untuk melakukan investasi terutama dalam skala besar seperti *Hypermarket* dan *Department Store*. Contohnya adalah Alfamaret, Carrefour, Hero, Indomaret. Berdasarkan data AC Nielsen Tahun 2008, diketahui bahwa pertumbuhan retail modern setiap tahunnya mencatat kirsan angka 10% hingga 30%. Hal ini ditunjukkan dengan ekspansi retail modern sangat agresif hingga masuk kewilayah pemukiman masyarakat.

Retail tradisional yang berada diwilayah pedesaan maupun pemukiman rakyat pun terkena imbasnya dengan berhadapan langsung dengan retail modern tersebut. Persaingan diantara keduanya pun tidak terhindari karena minimnya pengawasan aturan zonasi dari pembangunan retail modern tersebut, maka retail- retail tradisional yang berada dikota-kota besar pun terkena imbasnya. Persaingan *Head to Head* akibat menjamurnya retail modern membawa dampak buruk terhadap keberadaan retail tradisional. Hal itu dapat diliat melalui perhitungan KPPU dengan mengklasifikasikan retail modern menurut jenisnya. Salah satu dampak nyata dari kehadiran retail modern ditengah-tengah nilai tradisional adalah berkurangnya perdagangan kecil serta menurunnya omset dari pedagang kecil tersebut.

Manajemen pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk merencanakan, mengkoordinasikan melaksanakan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan pemasaran untuk membantu dan mendukung proses pertukaran yang efektif dan efisiensi. Menurut Manap (2016:79) Manajemen Pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan, guna memperoleh tingkat pertukaran yang

menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Hafida dalam Yulianti (2013:3), menyatakan bahwa Diskriminasi Harga adalah menaikkan laba dengan cara menjual barang yang sama dengan harga berbeda untuk konsumen yang berbeda atas dasar alasan yang tidak keterkaitan dengan biaya.

Diskriminasi Harga di Indomaret yaitu dalam menetapkan harga suatu produk diIndomaret sudah ditetapkan dikantor pusat, setiap harinya selalu update harga dan setiap hari harga yang dipasang ditempat penataan barang harus diganti bila terjadi perubahan. Namun konsumen tersebut sering menemukan dari Indomaret ini jarang mengganti harga atau menempelkan harga baru ditempat penataan barang. Maka setelah membayar dikasir harga tidak sama dengan yang ada ditempat penataan barang.

Penelitian Evelina (2012) Melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Kartu Perdana Telkom flexi. Bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa konsumen akan memilih produk dengan harga yang relatif lebih rendah. Dalam penelitian ini konsumen yang menilai bahwa kartu perdana telkom flexi memiliki harga yang terjangkau dan berada pada harga yang bersaing mereka cenderung memiliki keputusan pembelian yang lebih tinggi dapat dilihat dari hasil kuesioner pada harga mempengaruhi keputusan pembelian.

Hubungan antara Diskriminasi Harga dengan Volume Penjualan. Jika Diskriminasi Harga dilakukan pada hari-hari tertentu maka konsumen akan lebih banyak membeli diIndomaret tersebut, oleh sebab itu dapat mempengaruhi Volume Penjualan. diIndomaret.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Jannah (2016:38) Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain.

Pelayanan diIndomaret desa Randegan Kecamatan Tanggulangin. yaitu pegawai Indomaret desa Randegan Kecamatan Tanggulangin. dirasa kurang memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan atau konsumennya. Seperti pada saat pelanggan akan melakukan pembayaran tagihan listrik diIndomaret, namun pegawai Indomaret menunda pembayaran dengan alasan waktu sudah larut malam.

Penelitian Utami (2015), melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening, bahwa pelayanan yang baik dapat menimbulkan kepuasan pelanggan meningkatkan evaluasi terhadap kualitas pelayanan kembali. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Namun apabila pelanggan mendapati bahwa pelayanan yang diterima itu tidak sesuai atau berada dibawah harapan pelanggan, maka pelayanan dapat dianggap tidak berkualitas dan mengecewakan.

Hubungan antara Pelayanan dengan Volume Penjualan, jika Pelayanan diIndomaret dinilai Memuaskan maka pelanggan akan merasa puas dan melakukan pembelian ulang diIndomaret tersebut. Dengan pelayanan yang bagus maka Volume penjualan akan meningkat.

Menurut Manap (92016:311) Display Produk adalah keinginan membeli sesuatu, yang tidak didorong oleh seseorang, tetapi didorong oleh daya tarik, atau oleh pengelitan ataupun oleh perasaan lainnya. Pengertian Display produk yang lain dikemukakan oleh Wiliam J. Shult, Display Produk berarti usaha mendorong perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan membeli melalui daya tarik pengelitan langsung (*direct visual appeal*)

Display Produk diIndomaret Desa Randegan Kecamatan Tanggulangin yaitu bagian dalam Indomaret Desa Randegan Kecamatan Tanggulangin dinilai belum mampu memberikan kenyamanan kepada konsumen, hal ini dikarenakan beberapa posisi barang yang tidak sesuai dengan tempatnya, dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian diIndomaret.

Penelitian Nugraheni (2012) dengan judul Analisis Pengaruh Display Produk, Promosi *Below The Line*, dan Emosi Positif Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif pada *Sriratu Departement Store*, menunjukkan bahwa Produk Display memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian Impulsif. Jadi perusahaan harus menarik konsumen dengan display produk yang akan meningkatkan penjualan.

Hubungan antara Display Produk dengan Volume Penjualan, yaitu jika penataan ruang dan beberapa posisi barang yang tidak sesuai diIndomaret, akan mempengaruhi Keputusan pembelian yang berdampak pada Volume Penjualan.

Volume Penjualan dikemukakan oleh Daryono (2011:187) merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Volume Penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton/liter.

Volume Penjualan diIndomaret, yaitu penjualan yang tidak stabil disetiap harinya dan banyaknya pesaing bisnis retail lainnya mempengaruhi Volume Penjualan di indomaret.

Penelitian Moku (2015) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Distribusi terhadap Volume Penjualan Roti Jorda CV Minahasa Mantap Perkasa) menunjukkan Bahwa Kualitas Produk, Harga Dan Distribusi secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan. Kualitas produk, harga, distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Sebaiknya manajemen Roti Jordan yang dikelola oleh CV Minahasa Mantap Perkasa dapat mempertahankan bahkan meningkatkan Kualitas produk, harga, maupun distribusi sehingga laba yang didapat akan semakin besar dengan loyalitas konsumen yang mengutamakan harga dan kualitas produk sendiri.

Oleh sebab itu, dengan adanya permasalahan yang terjadi di Indomaret, maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul :

“Pengaruh Diskriminasi Harga, Pelayanan, Dan Display Produk Terhadap Volume Penjualan (Indomaret)”

1.2 Rumusan Masalah

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang akan atau hendak dicapai. Untuk mencapai tujuan tersebut hendaklah tidak mudah seperti yang diharapkan karena dalam mencapai tersebut perusahaan mengalami hambatan atau masalah. Dari hasil pengamatan yang penulis lakukan selama ini, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

- a. Apakah Diskriminasi Harga, Pelayanan, Dan Display Produk berpengaruh secara simultan terhadap Volume Penjualan di Indomaret desa Randegan Kecamatan Tanggulangin.
- b. Apakah Diskriminasi Harga, Pelayanan, Dan Display Produk berpengaruh secara parsial terhadap Volume Penjualan di Indomaret desa Randegan Kecamatan Tanggulangin..
- c. Diantara variabel Diskriminasi Harga, Pelayanan, Dan Display Produk, variabel manakan yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Volume Penjualan di Indomaret desa Randegan Kecamatan Tanggulangin..

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Diskriminasi Harga, Pelayanan, Dan Display Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan di Indomaret desa Randegan Kecamatan Tanggulangin.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Diskriminasi Harga, Pelayanan, Dan Display Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan di Indomaret desa Randegan Kecamatan Tanggulangin.
- c. Diantara variabel Diskriminasi Harga, Pelayanan, Dan Display Produk variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Volume Penjualan di Indomaret desa Randegan Kecamatan Tanggulangin.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Peneliti.

Bagi peneliti untuk menerapkan teori teori yang pernah diperoleh selama perkuliahan dan praktek yang sesungguhnya, khususnya pada perusahaan yang diteliti sehingga menambah wawasan dan pengetahuan penulis bagi ilmu pengetahuan.

b. Bagi perusahaan.

Memberikan kontribusi bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, suasana toko dan private label bagi konsumen Indomaret desa Randegan Kecamatan Tanggulangin, sehingga dapat meningkatkan kemungkinan pembelian mereka.

c. Bagi konsumen

Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian dalam melakukan belanja di Indomaret.

d. Bagi Universitas Bhayangkara Surabaya

Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya juga menelaah hal yang sama yang menyangkut tentang kualitas pelayanan, suasana toko dan private label maupun keputusan pembelian. Penelitian ini dapat dijadikan pembandingan dalam meneliti hal yang sama.

1.5 Sistematika Penelitian

Untuk mendapatkan hal yang jelas mengetahui penyusun skripsi, maka penulis akan menjelaskan bab per bab dalam sistematika penulisan skripsi ini yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan uraian yang meliputi : Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Peneliti, Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan uraian meliputi : Penelitian Terdahulu, Landasan Teori, Kerangka Konseptual, Dan Hipotesis Penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan uraian meliputi : Kerangka Proses Berfikir, Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel, Teknik Pengambilan Sampel, Lokasi Dan Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang : Deskripsi Obek Penelitian Dan Obyek penelitian yang relevan dengan masalah yang diteliti, data-data yang dibutuhkan dalam proses penelitian, analisis modal dan pengujian hipotesis yang mengemukakan data dan teknik analisis yang digunakan serta menjelaskan penjelasan tentang proses analisis dan pembahasan mengenai hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan pernyataan- pernyataan singkat yang merupakan jawaban atas masalah-masalah penelitian. Dalam bab ini peneliti akan memberikan masukan dan saran kepada berbagai pihak agar dapat memperoleh manfaat dari penelitian ini, selain itu, pada bab ini dibahas mengenai keterbatasan penelitian ini.