

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tuntutan kebutuhan akan tempat belanja dengan ragam produk yang bervariasi, suasana belanja yang nyaman, kemudahan dalam menemukan produk, menjadi penyebab meningkatnya jumlah bisnis retail. Selain itu, masyarakat yang lebih menginginkan kemudahan dalam berbelanja menjadi penyebab bisnis retail di Indonesia terus meningkat.

Perkembangan ritel modern di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan sejalan dengan perubahan perilaku kelompok masyarakat berpenghasilan menengah-atas yang gemar berbelanja di ritel modern. Hal ini dapat dilihat dari Omzet ritel modern nasional pada 2014 diperkirakan tumbuh 10%. Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) memperkirakan nilai penjualan ritel modern ditahun 2014 mencapai Rp162,8 triliun. Menurut AC Nielsen, 48% dari total belanja berasal dari proporsi masyarakat sendiri terhadap total populasi Indonesia diperkirakan meningkat dari sebesar 56,5% pada 2010 menjadi sebesar 68,4% pada 2015 dan sebesar 76,1% pada 2020.

Menurut Pudjianto, Ketua Aprindo (Asosiasi pengusaha ritel Indonesia) tahun 2014, dengan adanya bisnis ritel di Indonesia telah memberikan dampak positif terhadap ratusan pemasok/distributor lokal yang dapat memasarkan produknya serta membuka lapangan kerja yang luas. Kementerian Perdagangan (Kemendag) mengungkapkan, saat ini jumlah pasar modern yang ada diseluru

Indonesia mencapai 23.000 unit. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 14% dalam tiga tahun terakhir. "Pasar modern ada 23.000 dan dari jumlah itu sebanyak 14.000 lebih di antaranya merupakan kelompok usaha minimarket, sedangkan sisanya adalah supermarket," ujar Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kemendag, Srie Agustina di Jakarta (Kompas.com,2014).

Perdagangan eceran memegang peranan yang sangat penting, baik ditinjau dari sudut konsumen maupun dari sudut produsen. Dari sudut produsen, pedagang eceran dipandang sebagai seorang/pihak yang ahli dalam bidang penjualan produk perusahaannya. Dialah ujung tombak perusahaan yang akan sangat menentukan laku/tidaknya produk perusahaan. Sementara jika dipandang dari sudut konsumen, pedagang eceran juga memiliki peranan yang sangat penting. Pedagang eceran bertindak sebagai agen yang membeli, mengumpulkan dan menyediakan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keperluan pihak konsumen.

Pengelolaan bisnis ritel di Indonesia disatu sisi memang memiliki prospek yang baik karena potensi pasarnya yang sangat besar dikarenakan Indonesia memiliki jumlah penduduk yang sangat besar, namun dalam bisnis apapun ungkapan "Ada gula ada semut" selalu terjadi. Kalau ada satu bisnis yang banyak mendatangkan keuntungan, maka percayalah, dengan cepat akan muncul banyak pelaku baru yang juga ingin menikmati keuntungan tersebut.

Semakin kompetitifnya persaingan bisnis saat ini yang ditandai dengan banyaknya mini market, swalayan dan *department store* yang didirikan, semakin lengkap juga produk yang ditawarkan, kualitas produk semakin diperhatikan,

peningkatan pelayanan, perancangan/penataan ruangan, kelengkapan dan kualitas fasilitas pendukung serta semakin gencarnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan retail untuk menciptakan loyalitas konsumen.

Disamping menawarkan barang dagangan, bisnis retail juga sangat erat kaitannya dengan jasa yang diberikan, oleh karena itu pelayanan yang diberikan kepada konsumen harus menjadi perhatian yang utama bagi pebisnis ritel, semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin besar peluang untuk membuat konsumen loyal terhadap sebuah perusahaan.

Perkembangan bisnis ritel di Kota Pangkalpinang berkembang sangat pesat, banyak pusat-pusat perbelanjaan yang didirikan dan dioperasikan semaksimal mungkin oleh pemiliknya. Pusat perbelanjaan tersebut antara lain *Hypermart Department store*, *Giant* dan *Ramayana Department Store*. Salah satu *department store* yang tak asing lagi bagi masyarakat Bangka khususnya di Kota Pangkalpinang adalah *Ramayana Department Store*.

Kehadiran *Ramayana Department Store* telah menambah pusat perbelanjaan yang modern bagi masyarakat di Kota Pangkalpinang, saat ini ada beberapa pesaing baru yakni *Hypermart* dan *Giant* yang akan memberikan ancaman berkurangnya jumlah pelanggan mereka, banyak strategi – strategi baru baik itu promosi ataupun pelayanan yang diciptakan oleh kedua pesaing tersebut untuk mengambil alih pelanggan. Berikut data mengenai kinerja penjualan PT. *Ramayana Department Store* Kota Pangkalpinang:

Tabel I.1 Kinerja Penjualan Ramayana *Department Store* Tahun 2011-2015 Dalam Rupiah

Tahun	Target Penjualan (Rp)	Volume Penjualan (Rp)	Pencapaian Target (%)
2011	98.000.000.000	97.500.000.000	99,40%
2012	98.500.000.000	96.400.000.000	97,87%
2013	99.500.000.000	90.200.000.000	90,65%
2014	100.500.000.000	97.800.000.000	97,31%
2015	100.800.000.000	97.500.000.000	96,73%

Sumber: Manajemen PT. Ramayana *Department Store*

Dari tabel I.1 dapat dilihat pada tahun 2012 omzet penjualan mengalami penurunan dari tahun 2011 dengan volume penjualan sebesar Rp 97.500.000.000 turun menjadi Rp 96.400.000.000. Pada tahun-tahun berikutnya omzet penjualan naik ditahun 2013 sebesar Rp 90.200.000.000 kemudian naik lagi Rp 97.800.000.000 pada tahun 2014 dan pada tahun 2015 omzet penjualan naik sebesar Rp 97.500.000.000.

Walaupun omzet penjualan rata-rata PT. Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang meningkat, tetapi masih ada beberapa kekurangan seperti tidak tercapainya target yang telah ditentukan perusahaan serta ada banyak pesaing dengan usaha yang sama dengan menjual produk-produk yang berkualitas, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk itu sendiri, lokasi yang strategis, serta penawaran dan pelayanan yang dapat meyakinkan konsumen untuk kembali berbelanja ditempat tersebut. Untuk memperbaiki kondisi tersebut, Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang harus meningkatkan loyalitas konsumen agar konsumen yang datang tetap melakukan pembelian ulang dan tahan terhadap tarikan pesaing sehingga target penjualan yang ditetapkan dapat tercapai.

Peneliti telah melakukan prasurvey terhadap beberapa konsumen Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang untuk mengetahui fenomena atau masalah yang ada pada objek penelitian. Berikut tabel hasil prasurvey yang dilakukan peneliti terhadap 20 konsumen Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang.

Tabel 1.2 Data Prasurvey terhadap 20 konsumen Ramayana *Department Store*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk-produk yang ada di Ramayana <i>Department Store</i> Kota Pangkalpinang memiliki kualitas produk yang terjamin	2 10%	7 35%	7 35%	4 20%	-
2	Harga produk yang ditawarkan di Ramayana <i>Department Store</i> Kota Pangkalpinang sesuai dengan mutu dan kualitas produk	-	11 55%	5 25%	4 20%	-
3	Lokasi Ramayana <i>Department Store</i> Kota Pangkalpinang sudah sangat strategis	7 35%	10 50%	1 5%	2 10%	-
4	Promosi yang dilakukan oleh Ramayana <i>Department Store</i> Kota Pangkalpinang melalui iklan di media massa sangat tepat	1 5%	5 25%	11 55%	3 15%	-
5	Tampilan dan penerangan ruangan Ramayana <i>Department Store</i> Kota Pangkalpinang sudah sesuai	4 20%	10 50%	3 15%	3 15%	-
6	Para pegawai di Ramayana <i>Department Store</i> Kota Pangkalpinang sangat cepat dalam melayani konsumen	-	4 20%	7 35%	8 40%	1 5%
7	Saya percaya terhadap produk yang ditawarkan dan percaya terhadap perusahaan Ramayana <i>Department Store</i> Kota Pangkalpinang	-	3 15%	14 70%	3 15%	-

Sumber: Data diolah peneliti, 2016

Berdasarkan tabel 1.2 data prasurvey yang dilakukan kepada 20 konsumen Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang. Pada pertanyaan no.1,

Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang memiliki kualitas produk yang terjamin, sebanyak 35% responden menjawab setuju dan ragu-ragu, 20% responden menjawab tidak setuju dan 10% menjawab sangat setuju. Jika dilihat dari jawaban responden bahwa masih ada beberapa produk di Ramayana *Department Store* Pangkalpinang yang belum terjamin kualitasnya. Dipernyataan no. 2 harga produk yang ditawarkan sesuai dengan mutu dan kualitas produk, 55% responden menjawab setuju, sebanyak 25% menjawab ragu-ragu dan 20% menjawab tidak setuju, menurut responden bahwa masih ada harga yang ditawarkan di Ramayana *Department Store* Pangkalpinang tidak sesuai dengan mutu dan kualitas produk. Pernyataan no. 3 mengenai lokasi dari Ramayana *Department Store* yang sudah sangat strategis, dari jawaban responden 50% menjawab setuju, 35% menjawab sangat setuju, 10% menjawab tidak setuju dan 5% menjawab ragu-ragu. Menurut beberapa responden bahwa lokasi dari Ramayana *Department Store* Pangkalpinang masih belum strategis.

Pada pernyataan no. 4 promosi yang dilakukan Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang melalui iklan di media massa sangat tepat, sebanyak 55% menjawab ragu-ragu, 25% menjawab setuju, 15% menjawab tidak setuju dan sebanyak 5% menjawab sangat setuju, menurut beberapa responden bahwa promosi melalui iklan di media massa masih belum tepat. Pernyataan no. 5 tentang tampilan dan penerangan ruangan Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang sudah sesuai, 50% menjawab setuju, 20% menjawab sangat setuju dan 15% menjawab ragu-ragu dan tidak setuju, dari jawaban responden bahwa

tampilan dan penerangan ruangan di Ramayana *Department Store* Pangkalpinang masih belum sesuai.

Pada pernyataan no. 6 para pegawai di Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang sangat cepat dalam melayani konsumen, responden menjawab sebanyak 40% tidak setuju, 35% ragu-ragu, 20% menjawab setuju dan 5% menjawab sangat tidak setuju. Jika dilihat dari jawaban responden bahwa pegawai di Ramayana *Department Store* Pangkalpinang masih lambat dalam melayani konsumen. Pernyataan no. 7, saya percaya terhadap produk yang ditawarkan dan percaya terhadap perusahaan Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang, 70% responden menjawab ragu-ragu dan 15% menjawab setuju dan tidak setuju. Dilihat dari jawaban responden, masih ada responden yang tidak percaya terhadap produk yang ditawarkan dan terhadap perusahaan Ramayana *Department Store* Pangkalpinang.

Sejalan dengan semakin bertambahnya jumlah pusat perbelanjaan yang ada di kota Pangkalpinang, serta jumlah penduduk yang terus meningkat membuat jumlah pelanggan di Ramayana *Department Store* mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Atas dasar latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti **“PENGARUH *RETAILING MIX* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA RAMAYANA *DEPARTMENT STORE* PANGKALPINANG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk melihat bagaimana pengaruh *retailing mix* terhadap loyalitas konsumen pada Ramayana *Department Store* maka dapat dirumuskan rumusan masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Bagaimana gambaran produk, harga, lokasi, promosi, presentasi, personil dan loyalitas konsumen pada Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang ?
- 2) Apakah produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen di Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang ?
- 3) Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen di Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang ?
- 4) Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen di Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang ?
- 5) Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen di Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang ?
- 6) Apakah presentasi berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen di Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang ?
- 7) Apakah personil berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen di Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang ?
- 8) Apakah produk, harga, lokasi, promosi, presentasi dan personil berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen di Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang ?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memperjelas dan membatasi ruang lingkup masalah dalam penelitian ini adapun pembatasan masalah adalah untuk melihat pengaruh bauran penjualan eceran (*retailing mix*) terhadap loyalitas konsumen. Adapun batasan masalah disini terbatas pada variabel-variabel berupa Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Presentasi, Personalia dan Loyalitas konsumen pada perusahaan. Dimana batasan tempat hanya didalam ruang lingkup perusahaan dari Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang.

1.4 Tujuan Penelitian

Bersumber dari rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk :

- 1) Mendapatkan gambaran produk, harga, lokasi, promosi, presentasi, personil dan loyalitas konsumen Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang.
- 2) Menganalisis pengaruh produk terhadap loyalitas konsumen Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang.
- 3) Menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang.
- 4) Menganalisis pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang.
- 5) Menganalisis pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang.

- 6) Menganalisis pengaruh presentasi terhadap loyalitas konsumen Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang.
- 7) Menganalisis pengaruh personil terhadap loyalitas konsumen Ramayana *Department Store* Kota Pangkalpinang.
- 8) Menganalisis pengaruh unsur bauran penjualan yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, presentasi, personalia terhadap loyalitas konsumen *Department Store* Kota Pangkalpinang.

1.5 Manfaat Hasil Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana informasi untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh *retailing mix* terhadap loyalitas konsumen Ramayana *Department store* dikota Pangkalpinang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menerapkan ilmu dan teori yang diperoleh di bangku kuliah dalam kehidupan praktek kerja yang sesungguhnya serta dijadikan sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan di bidang pemasaran khususnya mengenai bauran penjualan.

3. Manfaat Kebijakan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengambil judul yang sama sebagai bahan penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah dalam pembahasan penulisan. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang landasan teori yang digunakan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, analisis dan interpretasi data serta pembahasan hasil

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari analisis permasalahan penelitian dan memberikan rekomendasi dan saran sebagai masukan terkait dengan permasalahan penelitian.