

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 latar Belakang

Maraknya perkembangan pasar ritel modern di Indonesia, berdampak positif terhadap intensitas peningkatan sektor ekonomi riil. Perkembangan pasar ritel modern semakin menjamur di berbagai sudut kota kota besar dan kota potensial lainnya. Hal ini mengakibatkan persaingan ritel terjadi dengan ketat satu sama lainnya. Sehingga diperlukan dukungan modal yang kuat guna memberikan perlawanan terhadap situasi yang terjadi, tetapi tentunya ada faktor lain yang berperan penting.

Maka seiring perkembangan jaman yang semakin kompleks, persaingan dalam dunia bisnis ritel sangat kompetitif. Maka perusahaan harus tetap bertahan dalam persaingan tersebut, karena semakin kuat perusahaan tersebut semakin luas pula pasar yang dikuasainya, berarti mereka berhasil dalam persaingan. Peran manajemen jelas penting dalam hal ini, kerjasama yang terorganisasi dengan baik menciptakan suatu nilai yang berharga di mata konsumen. Hal ini penting karena bisnis ritel modern seperti minimarket menunjukkan sambutan positif karena masyarakat rela untuk membelanjakan uang mereka di pasar ritel modern ini.

Yomart, dengan tag line belanja dekat dan hemat, kini telah mengelola lebih dari 250 toko yang tersebar di Jawa Barat, Jakarta serta Surabaya. Sebagai minimarket modern yang memiliki ratusan toko, maka pengelolaan pun menjadi tanggung jawab yang besar pula.

Dalam era persaingan seperti sekarang ini, pemain dalam bisnis ritel ini bukan hanya Yomart, ada beberapa pemain. Mereka semua pada hakekatnya menyediakan kebutuhan yang

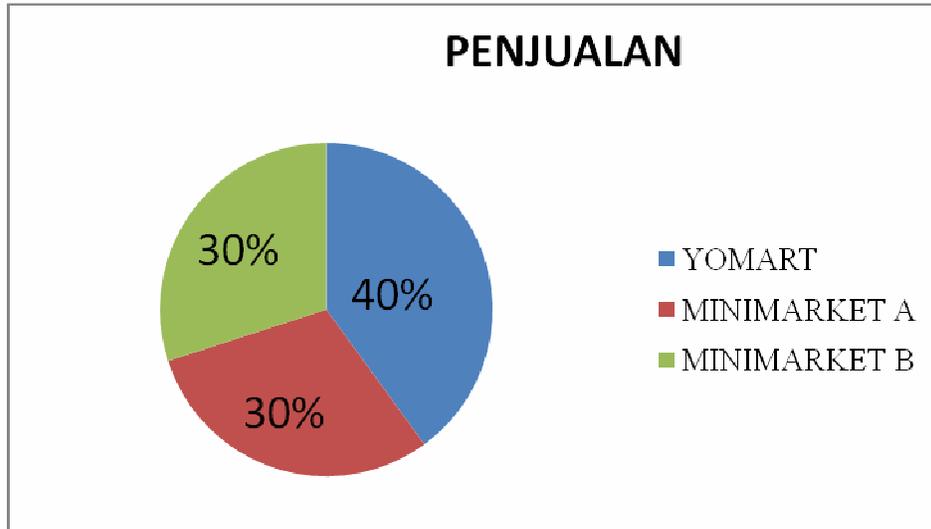
sama yaitu kebutuhan sehari-hari. Maka keunggulan kompetitif atau nilai lebih dari Yomart yang menciptakan loyalitas konsumen.

Memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen dapat membuat konsumen merasa puas, maka loyalitas dapat meningkatkan volume penjualan, bukan saja untuk bertahan dari persaingan yang ada melainkan sarana pengembangan yang sangat pesat. Selain loyalitas, keunggulan kompetitif dirasa sangat berpengaruh dalam benak konsumen, ketika konsumen memutuskan dimana mereka membelanjakan uang mereka. Intinya hal pembeda yang dimiliki Yomart dapat menjadi alasan positif konsumen memilih Yomart.

Ratusan toko dari Yomart memiliki tingkat volume penjualan yang berbeda-beda, ada beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan toko, inilah yang menjadi masalah yang harus dihadapi, penurunan volume penjualan. Hal ini akan mempengaruhi performa Yomart secara keseluruhan. Beberapa hal ini mempengaruhi volume penjualan. Sehingga perlu didapat solusi untuk mengatasi penurunan volume penjualan ini.

Tabel 1.1

Tabel penjualan minimarket

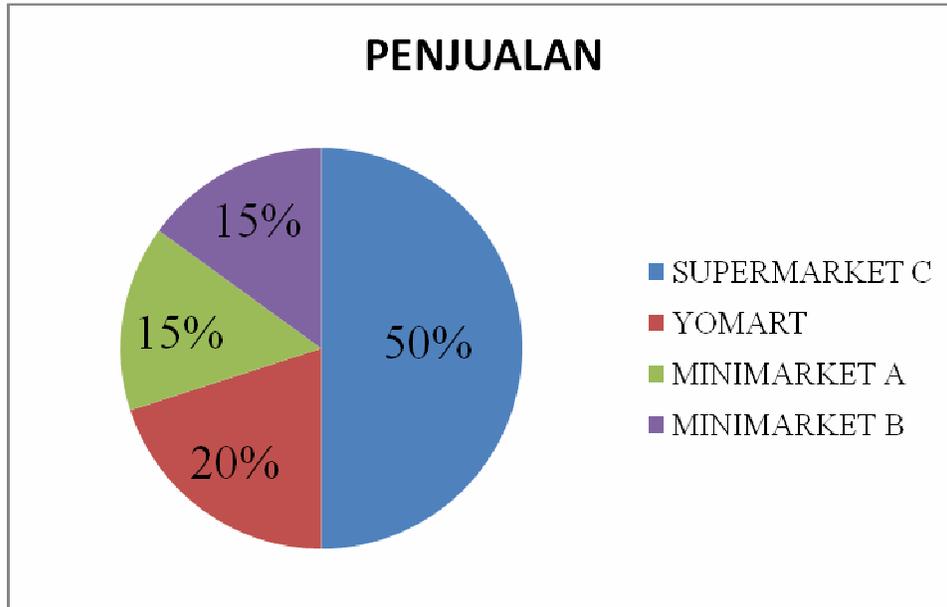


sumber : data yang diolah (2009)

Pada awalnya Yomart di Kabupaten Cirebon, tepatnya di Sumber, menjadi tempat belanja moderen yang paling diminati oleh masyarakat sekitar. Yomart tidak ada masalah dengan para pesaing yaitu minimarket sejenis yang ada di sekeliling toko. Seperti terlihat dalam tabel Yomart menguasai 40% pangsa pasar di daerah tersebut. Tidak ada kendala yang cukup berarti dari kehadiran pesaing yaitu minimarket sejenis.

Tabel 1.2

Tabel penjualan minimarket dan supermarket



sumber : data yang diolah (2009)

Hingga hadir sebuah supermarket di daerah tersebut dan mampu merebut setengah pangsa pasar yang ada. Hal ini menyebabkan penurunan volume penjualan Yomart, turun hingga setengahnya. Inilah masalah yang muncul dan harus dihadapi, penurunan volume penjualan yang diakibatkan hadirnya lawan yang tak sebanding, dimana supermarket hadir dengan konsep besar dan lebih lengkap, menyediakan fashion, food court, arena bermain anak, tempat pameran, serta lahan parkir yang cukup luas.

Hadirnya supermarket di Sumber sangat berdampak terhadap kinerja Yomart sebagai minimarket yang sudah memenuhi kebutuhan masyarakat selama 4 tahun. Maka dengan masalah yang ada ini harus dicari solusi untuk bertahan dalam persaingan, bukan untuk menang

menghadapi supermarket. Tapi untuk tetap bertahan dalam rangka menyediakan kebutuhan masyarakat.

Kini Yomart di cabang Sumber, Cirebon, dikategorikan sebagai toko yang sakit, karena tidak memenuhi beberapa kriteria untuk sebuah toko dapat dikatakan sehat, kriteria minimarket Yomart yang sehat adalah :

1. Omzet toko lebih dari Rp 5.000.000,-
2. Fix cost toko tidak lebih dari 7% omzet toko
3. Laba toko lebih dari 4% omzet toko

Mengacu pada data yang didapat dari Yomart, cabang Sumber memiliki omzet kurang dari lima juta per bulan, dengan fix cost lebih dari 7% dan laba tidak mencapai 4%.

Dengan demikian maka toko terkategori sakit, disimpulkan bahwa toko kini sudah tidak memenuhi omzet standar, dan pasti berpengaruh terhadap biaya dan laba toko.

Maka untuk meningkatkan kembali volume penjualan toko, dapat dilakukan dengan memperhatikan dan meningkatkan keunggulan kompetitif toko tersebut. Berdasarkan latar belakang ini, maka penulis mencoba melakukan penelitian dengan judul “FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN PADA RITEL YOMART CABANG SUMBER, CIREBON”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari permasalahan di atas dapat diketahui bahwa yang menjadi pokok permasalahan adalah penurunan volume penjualan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis membatasi masalah yang akan diteliti dalam penyusunan skripsi ini, adalah apa saja faktor faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada ritel Yomart cabang Sumber, Cirebon?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk menyelesaikan skripsi manajemen pemasaran yang sedang ditempuh oleh penulis di Universitas Kristen Maranatha.

Adapun tujuan penelitian terhadap Yomart cabang Sumber, Cirebon adalah untuk menganalisis faktor faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada ritel Yomart cabang Sumber, Cirebon

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian “FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN PADA RITEL YOMART CABANG SUMBER, CIREBON”. Adalah :

1. Bagi akademisi

Bagi universitas

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan dan literature yang bersifat ilmiah bagi mahasiswa di masa yang akan datang.

Bagi penulis

Penelitian ini dilakukan untuk menambah pengetahuan serta wawasan seputar penanganan masalah yang terjadi dalam pasar ritel modern, khususnya dari aspek pemasaran.

2. Bagi praktisi

Bagi Yomart cabang Sumber, Cirebon

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan.

Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut.