

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini, kegiatan berbelanja konsumen dimanjakan dengan kehadiran toko-toko modern, baik itu yang berskala besar, seperti: hypermarket dan supermarket, maupun yang berskala kecil seperti minimarket. Kehadiran toko ini disambut hangat oleh konsumen karena menyediakan beberapa keuntungan, diantaranya: pilihan barang yang bervariasi, kualitas barang lebih terjamin, penyusunan barang-barang yang rapi dan teratur sehingga mudah dalam memilih barang-barang yang diperlukan, kebersihan serta kenyamanan berbelanja. Dengan minat dan sambutan positif dari konsumen, perkembangan toko modern semakin pesat. Beberapa toko modern yang ada di Bandung antara lain: *Carefour, Giant, Hero, Yogya Griya, Borma, Superindo, Circle-K, Tujuh Sebelas, Yomart, Indomaret* dan *Alfamart*. Persaingan pun semakin ketat. Masing-masing perusahaan terus menambah gerai/toko. Penambahan toko terbanyak dilakukan oleh minimarket sehingga bisnis minimarket ini tumbuh subur. Dan lokasi penyebarannya tidak hanya di pusat keramaian kota tapi juga terus tumbuh di daerah perumahan penduduk. Bahkan hampir di setiap komplek perumahan/pemukiman pasti akan berdiri 2 atau lebih usaha minimarket. Sebagai contoh minimarket Yomart, Indomaret dan Alfamart yang berlokasi berdampingan di Jalan Sarijadi, dengan jarak  $\pm$  100 meter.

Indomaret merupakan minimarket yang pertama kali berdiri di Jalan Sarijadi ini, yaitu tahun 1997, disusul oleh Alfamart pada tahun 2001, kemudian Yomart pada tahun 2004. Sejak kehadiran Alfamart dan Yomart, Indomaret mengalami sepi pengunjung yang berakibat pada penurunan penjualan. Pada awal berdirinya, penghasilan Indomaret mencapai Rp 250.000.000/bulan, tetapi sejak kemunculan Alfamart dan Yomart penghasilan Indomaret menurun menjadi rata-rata Rp

90.000.000/bulan. Sejak saat itu sampai saat ini, penghasilan Indomaret belum mengalami kenaikan.

Melihat pesaing-pesaing minimarket yang berada pada lokasi yang berdampingan, maka Indomaret Sarijadi harus dapat mengembangkan kemampuan daya saingnya dalam memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya.

Oleh karena itu, penulis akan melakukan pendekatan kepada konsumen melalui penyebaran kuesioner, untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen saat berbelanja di suatu minimarket, bagaimana kinerja/performansi faktor-faktor tersebut di Indomaret Sarijadi serta bagaimana tingkat persaingan faktor-faktor tersebut diantara Indomaret Sarijadi dan para pesaingnya. Dengan demikian, Indomaret Sarijadi dapat melakukan perbaikan sesuai dengan keinginan konsumen agar mampu bersaing dan konsumen puas sehingga penjualan terus meningkat.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi bahwa:

1. Indomaret Sarijadi belum menerapkan strategi bauran pemasaran dengan tepat.
2. Indomaret Sarijadi kalah bersaing dengan Yomart dan Alfamart.
3. Konsumen merasa tidak puas berbelanja di Indomaret Sarijadi.
4. Belum diketahuinya faktor-faktor apa yang dipentingkan konsumen untuk berbelanja di suatu minimarket.
5. Belum diketahuinya kelemahan dan keunggulan Indomaret dibanding pesaingnya.
6. Dengan melihat gaya hidup masa kini, banyak konsumen lebih memilih berbelanja di *mall* atau supermarket.

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Karena adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya maka penulis melakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di Indomaret Jalan Sarijadi dengan para pesaing: Alfamart dan Yomart, yang berlokasi sejajar berdampingan.
2. Tidak mengamati gaya hidup konsumen dalam penelitian ini.

### **1.4. Perumusan Masalah**

Adapun perumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa yang dipentingkan konsumen saat berbelanja di suatu minimarket?
2. Bagaimana kepuasan konsumen saat berbelanja di Indomaret Sarijadi?
3. Apa yang menjadi kelemahan dan keunggulan Indomaret Sarijadi dibandingkan pesaingnya berdasarkan faktor-faktor yang dipentingkan konsumen saat berbelanja di suatu minimarket?
4. Usulan apa yang dapat diberikan kepada Indomaret Sarijadi berdasarkan strategi bauran pemasaran?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen saat berbelanja di suatu minimarket.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen saat berbelanja di Indomaret Sarijadi.
3. Untuk mengetahui kelemahan dan keunggulan Indomaret Sarijadi dibandingkan pesaingnya berdasarkan faktor-faktor yang dipentingkan konsumen saat berbelanja di suatu minimarket.
4. Untuk memberikan usulan kepada Indomaret Sarijadi berdasarkan strategi bauran pemasaran agar daya saingnya meningkat.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **Bab 1 Pendahuluan**

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi yang digunakan, perumusan masalah, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

### **Bab 2 Tinjauan Pustaka**

Bab ini berisikan teori-teori, prinsip-prinsip, serta aturan-aturan yang berkaitan dengan masalah-masalah yang dihadapi dan dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian dan pembahasan masalah.

### **Bab 3 Metodologi Penelitian**

Bab ini berisi tentang uraian langkah-langkah sistematis yang ditempuh penulis dalam melakukan penelitian yang sistematis yang berguna dalam memberikan solusi terhadap masalah yang ada. Pada bab ini dilengkapi dengan *flowchart* dan keterangan sehubungan dengan *flowchart* tersebut.

### **Bab 4 Pengumpulan Data**

Bab ini membahas secara terperinci tentang data umum perusahaan, data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner, dan data-data lainnya yang akan digunakan dalam melakukan penelitian.

### **Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis**

Bab ini berisi mengenai pengolahan data yang dilakukan oleh penulis untuk memecahkan masalah yang ada dan juga berisi analisis berdasarkan hasil pengolahan yang telah dilakukan.

### **Bab 6 Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan penulis, serta saran perbaikan yang dapat diberikan oleh penulis kepada pihak tempat penelitian dalam memecahkan masalah yang dihadapi.