

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini dunia *motocross* atau *motor trail* di tanah air banyak digandrungi oleh masyarakat, tidak hanya masyarakat kelas menengah ke atas namun masyarakat kelas menengah ke bawah pun banyak yang menggandrunginya. Perkembangan ini telah membuat usaha *retail* dalam bisnis ini semakin marak. Tuntutan kebutuhan akan tempat belanja dengan ragam produk yang bervariasi, suasana belanja yang nyaman, kemudahan dalam menemukan produk menjadi penyebab menjamurnya bisnis *retail* di Indonesia.

Situasi persaingan bisnis *retail* semakin ketat, ditandai dengan banyaknya berdiri tempat usaha-usaha *retail* baru yang bergerak dalam bisnis ini yang semakin lengkap menawarkan produk, kualitas produk yang semakin diperhatikan, peningkatan pelayanan, penataan ruangan, kelengkapan dan kualitas fasilitas pendukung, serta semakin gencarnya promosi. Banyaknya ragam produk maupun merek yang dijual di toko, membuat pelanggan menjadi memiliki banyak pilihan untuk sampai pada menentukan pilihan akhir. Oleh karena itu, peran bauran penjualan eceran menjadi semakin penting. Bisnis ritel di samping menawarkan barang dagangan, juga 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 baik pula citra sebuah perusahaan dimata konsumennya. Menurut Sophiah dan Syihabudin (2008:104)

“citra toko merupakan gambaran jiwa, atau kepribadian toko yang oleh pemiliknya berusaha disampaikan kepada pelanggan, sementara bagi pelanggan, citra toko merupakan sikap individu dari toko tersebut”. Citra sebuah toko dipengaruhi oleh periklanan yang dilakukan, pelayanan, kesenangan, *layout* toko, dan personil toko yang juga penting untuk diperhatikan sebagaimana halnya dengan kualitas, harga dan keragaman barang dagangan. Simamora (2003:168) menyatakan bahwa seperti produk, sebuah toko juga mempunyai kepribadian. Menurut Foster (2008:51) Bauran ritel terdiri dari Lokasi (*Location*), Barang Dagangan (*Merchandise*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Pelayanan (*Service*), Suasana dalam Toko (*Atmosfer*) dan, Karyawan Toko (*Customer Service*). Kombinasi dari bauran pemasaran ritel ini memproyeksikan citra toko, yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap toko.

Salah satu toko yang ada di Kota Cimahi adalah VariasiMX kehadiran VariasiMX telah menambah pusat perbelanjaan bagi masyarakat Cimahi di samping toko-toko yang lainnya seperti Factor Trail Shop, Diva Industries dan lain-lain. Dengan beragamnya pilihan toko konsumen terkadang menjadi ragu untuk menentukan pilihan pembelian. Namun beberapa di antaranya telah menjatuhkan pilihan mereka kepada toko yang benar-benar telah memiliki pencitraan yang baik, serta ke beberapa konsumen yang setia akan merek tertentu dan tidak akan berpaling kepada kompetitor merek yang lain.

Berikut adalah tabel data penjualan dari 3 toko di kota Cimahi (VariasixMX, Factor Trail Shop, Diva Industries):

Tabel I

Data Pembeli VariasiMX, Factor Trail Shop, Diva Industries Tahun 2013

No	Bulan	VariasiMX	Factor Trail Shop	Diva Industries
1	Juli	1128	890	657
2	Agustus	2356	1856	1320
3	September	1224	956	770
4	Oktober	1247	920	785
5	November	1236	912	746
6	Desember	1258	950	743
Jumlah		8449	6484	5021

Sumber: (VariasiMX, Factor Trail Shop, Diva Industries)

VariasiMX merupakan toko terbesar di Cimahi. VariasiMX berdiri sejak 2005 hingga sekarang. Dari tahun ke tahun VariasiMX terus mengembangkan penjualan dan promosi guna menciptakan kepuasan para konsumennya. Produk VariasiMX menjual berbagai produk dari merek-merek terkenal. Keramahan dan ketersediaan berbagai produk membuat konsumen loyal terhadap VariasiMX. Penelitian ini difokuskan pada masyarakat Cimahi yang setia pada VariasiMX sebagai tempat berbelanja akan kebutuhan mereka mengenai motor trail.

VariasiMX menjadi kebanggaan tersendiri bagi masyarakat Cimahi, karena sering mengikuti *event-event* otomotif khususnya motor trail di Cimahi sebagai sponsor utama. Tidak hanya di Cimahi, VariasiMX sering kali menjadi sponsor utama di berbagai *event-event* motor trail khususnya di pulau Jawa.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini diberi judul **”Pengaruh Bauran Penjualan Eceran Terhadap Citra Merek Toko VariasiMX Kota Cimahi”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Untuk melihat bagaimana persepsi konsumen dan pengaruh bauran penjualan eceran terhadap citra pada Toko VariasiMX maka dapat dirumuskan rumusan masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Apakah bauran penjualan eceran berpengaruh terhadap citra merek toko VariasiMX Kota Cimahi?

1.3. Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mendapatkan data dan informasi mengenai analisis pengaruh bauran penjualan eceran terhadap citra merek toko VariasiMX di Cimahi, yang merupakan bahan yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini sebagai syarat menempuh tugas akhir.

Untuk menganalisis pengaruh bauran penjualan eceran terhadap citra merek toko VariasiMX Kota Cimahi

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak yang terkait dengan penelitian yaitu:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini untuk menambah wawasan dan pengetahuan, serta sebagai sarana untuk latihan berpikir secara logis dan sistematis.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi perusahaan untuk mengetahui apakah *Retail Mix* mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada toko Variasi MX agar perusahaan tersebut dapat membuat kebijakan yang dapat membuat penjualan perusahaan tersebut dapat terus bertahan dalam suatu pasar.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi dan tambahan sumber informasi bagi penelitian–penelitian selanjutnya, dan masukan informasi yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran penjualan eceran pada citra merek toko.