

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan bisnis pada era globalisasi ini sangat ketat, dalam hal ini para pelaku bisnis harus dituntut lebih kreatif dan inovatif agar dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Perusahaan diharapkan mampu untuk memenuhi apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh para konsumen. Karena konsumen saat ini sudah mulai kritis dan cerdas dalam memilih produk mana yang mereka butuhkan dan bagaimana manfaatnya untuk mereka.

Bisnis retail merupakan sebuah bisnis yang menjalankan penjualan barang atau jasa secara eceran, produknya langsung ditujukan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Perkembangan perusahaan retail di Indonesia sangat pesat, baik perusahaan retail kecil, menengah dan besar. Hal ini dikarenakan sektor ini merupakan peluang bisnis yang memiliki prospek cerah, terlebih di Indonesia yang jumlah penduduknya sangat besar dengan kebutuhan yang besar pula serta daya beli yang semakin baik karena pendapatan yang meningkat. Adapun beberapa jenis perusahaan retail yang sudah berdiri adalah Alfamart, Alfamidi, Indomaret, Hypermart, Swalayan, dan masih banyak lagi. Hal ini membuat pelaku usaha harus bersaing untuk menarik perhatian konsumen agar membeli produk mereka dan pelaku usaha juga harus melakukan berbagai upaya pemasaran guna meningkatkan daya saing sehingga bisnisnya tetap bertahan.

Sebelum melakukan pembelian, ada banyak faktor yang mendorong dan menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian suatu produk salah satunya dari perilaku konsumen itu sendiri. Selain itu dari segi kebutuhan dan keinginan, gaya hidup, saran dari orang lain, kualitas produk, harga, keragaman produk, suasana toko, promosi penjualan, kualitas pelayanan dan masih banyak lagi yang menjadi faktor penentuan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Alfamart adalah jaringan bisnis retail yang memiliki banyak cabang di Indonesia. Alfamart tidak hanya membuka gerai di Ibukota Indonesia, Jakarta, tetapi Alfamart juga membuka gerai di kota besar lainnya. Salah satunya adalah Alfamart Cabang Simpang Marelan yang didirikan pada tanggal 27 November 2013. Gerai ini umumnya menjual berbagai produk makanan, minuman dan barang kebutuhan hidup lainnya. Gerai ini lebih besar dari minimarket pada umumnya. Penting bagi retailer seperti Alfamart memiliki keanekaragaman produk karena dengan bermacam-macam produk yang disediakan memberikan dorongan dan pilihan bagi konsumen untuk membeli suatu produk dalam berbelanja. Keragaman produk yang baik akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan akhirnya dapat mencapai sasaran dan tujuan perusahaan.

Keragaman produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan. Toko yang menawarkan produk lebih banyak dan variatif merupakan salah satu pilihan konsumen. Dengan banyaknya produk yang ditawarkan akan memudahkan konsumen dalam menentukan pilihan. Produk yang

beragam dan lengkap menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian dan tempat menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap memudahkan konsumen dalam memilih produk yang mereka inginkan.

Selain keragaman produk, promosi penjualan juga salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Pada saat konsumen melihat adanya promosi pada barang tertentu, maka mereka akan berminat untuk melakukan pembelian. Setiap perusahaan berharap dengan adanya promosi dapat meningkatkan produksi perusahaan sesuai dengan target perusahaan yang telah ditetapkan dan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Dengan diadakannya promosi, perusahaan berharap dapat menarik perhatian konsumen. Sehingga konsumen mau memutuskan untuk membeli yang akhirnya akan mencapai hasil penjualan yang maksimal. Alfamart cabang simpang marelان sering memberikan promosi penjualan pada hari-hari tertentu (*Valentine day's*, hari ibu, hari guru, dan lainnya). Tidak jarang konsumen mengeluh dengan promosi yang diberikan alfamart karena kurangnya informasi mengenai syarat dan ketentuan yang berlaku untuk mendapatkan promosi tersebut sehingga mengakibatkan konsumen kecewa terhadap promosi tersebut. Hal inilah yang menjadi masalah dari promosi penjualan pada Alfamart cabang simpang marelان.

Adapun tabel data penjualan Alfamart Cabang Simpang Marelان adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Alfamart Cabang Simpang Marelان**  
**Periode Agustus 2017- Januari 2018**

No	Bulan	Total Penjualan
1	Agustus	Rp. 157.893.098
2	September	Rp. 179.936.780
3	Oktober	Rp. 180.546.225
4	November	Rp. 164.876.908
5	Desember	Rp. 219.827.425
6	Januari	Rp. 206.367.859

*Sumber : Erwan, Kepala Toko (2017-2018)*

Dari data tabel diatas dapat dilihat bagaimana volume penjualan di Alfamart Cabang Simpang Marelان setiap bulannya. Tabel diatas menunjukkan bahwa penjualan Alfamart cenderung mengalami kenaikan. Terjadi penurunan pada bulan November dan Januari, namun penjualan tersebut masih lebih besar dari penjualan bulan Agustus atau awal dari periode penelitian. Dari Pra Survey yang dilakukan oleh penulis diketahui bahwa keragaman produk dan informasi mengenai promosi penjualan masih minim. Pada kasus ini volume penjualan tidak sejalan dengan keragaman produk dan promosi penjualan yang ada. Keragaman produk di Alfamart Cabang Simpang Marelان ini masih tergolong minim, karena belum memenuhi kebutuhan konsumen. Begitu pula dengan promosi penjualan di Alfamart, kurangnya informasi yang diberikan mengenai promosi yang berlaku. Pada umumnya konsumen akan lebih sering dan lebih banyak berbelanja pada saat adanya promosi. Masalah ini memerlukan sebuah tanggapan dan evaluasi dari pihak perusahaan sehingga perusahaan tetap bisa bertahan dan berkembang ditengah persaingan yang semakin ketat.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Cabang Simpang Marelan”**.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Banyaknya pesaing yang mendirikan usaha yang sejenis dengan Alfamart
2. Minimnya ragam produk yang ditawarkan Alfamart
3. Kurangnya informasi yang diberikan Alfamart mengenai adanya promosi

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dan untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas, maka penulis menetapkan batasan dan ruang lingkup penelitian, yaitu antara variabel keragaman produk, promosi penjualan dan keputusan pembelian pada Alfamart .

### **1.4 Perumusan Masalah**

1. Apakah terdapat pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Alfamart?
2. Apakah terdapat pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada Alfamart?
3. Apakah terdapat pengaruh keragaman produk terhadap promosi penjualan pada Alfamart?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Alfamart
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada Alfamart
3. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap promosi penjualan pada Alfamart

## 1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Dengan adanya penelitian ini penulis dapat menambah wawasan dan pemahaman dalam mengembangkan kemampuan serta dapat menerapkan ilmu dan pengetahuan yang telah dipelajari dibangku perkuliahan.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh keragaman produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian, dan menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk pemecahan masalah maupun untuk pengembangan usaha.

3. Bagi Universitas Negeri Medan

Sebagai tambahan literatur kepustakaan di bidang pemasaran khususnya mengenai keragaman produk, promosi penjualan dan keputusan pembelian.

4. Bagi peneliti lain

Sebagai referensi dan informasi untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan keragaman produk, promosi penjualan dan keputusan pembelian pada masa yang akan datang.



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY