

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini telah maju sangat pesat. Hal tersebut dapat dilihat dengan munculnya pengusaha atau pelaku bisnis yang baru. Persaingan bisnis yang ketat seperti saat ini membuat pelaku bisnis selalu berusaha untuk mempertahankan usahanya dan bersaing untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Pertumbuhan yang selalu meningkat dari waktu ke waktu selalu diharapkan oleh pelaku bisnis. Berbagai macam produk dihadirkan serta ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, pada umumnya mulai dari kebutuhan primer hingga kebutuhan sekunder (Ainun, 2023).

Semakin besarnya kebutuhan masyarakat menjadi peluang tersendiri dalam dunia usaha. Dewasa ini masyarakat disajikan dengan keberadaan toko modern yang menawarkan berbagai jenis kebutuhan yang dijual di dalamnya. Hal ini juga dimanfaatkan oleh warga untuk meniru model toko modern atau kita sebut dengan toko Tradisional. Tentunya dengan variatif usaha yang berbeda baik secara keberagaman produk, person dan nilai jual masing-masing usaha. Perbedaan tiga variabel tersebut menjadi penilaian tersendiri terhadap minat beli masyarakat.

Kondisi pada saat konsumen masih berencana dan belum memutuskan akan membeli produk, disebut dengan minat membeli oleh Kotler (Rachma, 2021). Minat beli masyarakat juga dipengaruhi oleh keberagaman produk yang ditawarkan, person dan nilai jual. Tentunya antara toko modern dan toko Tradisional memiliki gaya tersendiri dalam menarik minat beli masyarakat. Persaingan antara toko modern dan toko Tradisional juga bisa dirasakan di

Kabupaten Lumajang khususnya Kecamatan Senduro. Masyarakat diberikan pilihan yang sangat besar dalam hal berbelanja.

Menurut Tjiptono (2015) secara konseptual, produk adalah pemahaman subyektif produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu, produk juga dapat didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksi atau operasinya. Produk juga bisa dikatakan sebagai bahan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Keragaman produk yang tersedia memberikan pilihan kepada masyarakat untuk berbelanja di toko modern dan toko Tradisional.

Keragaman Produk juga menjadi poin yang menarik minat konsumen untuk berbelanja di dalam toko. Meningkatkan Keragaman Produk di dalam sebuah toko adalah salah satu kunci untuk meningkatkan menumbuhkan minat beli ulang dan pada akhirnya konsumen melakukan keputusan pembelian yang berdampak baik terhadap tingkat penjualan. Menurut (Khoiriah, 2017) Keragaman Produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual kepada pembeli. Keragaman Produk terdiri dari kelengkapan produk, macam merek produk, variasi ukuran produk dan ketersediaan produk yang dijual. Kemudian disisi lain, suatu badan usaha baik badan usaha skala besar atau kecil perlu memperhatikan pelayanan. Untuk menjaga citra baik dan memberikan kepuasan kepada pembeli saat berbelanja di badan usaha tersebut. Kualitas Pelayanan berpengaruh dalam minat beli ulang para konsumen.

Pelayanan merupakan suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Eriyanti dan Kusmadeni (2021) kualitas pelayanan merupakan totalitas bentuk dari karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Kualitas pelayanan merupakan tingkat kondisi baik buruknya pelayanan atau yang diberikan oleh penjual kepada konsumen. Selain person atau pelayanan, hal-hal lain yang perlu diperhatikan dalam persaingan usaha antara toko modern dan toko Tradisional ialah nilai jual.

Nilai jual suatu barang menjadi tolak ukur pembeli untuk berbelanja disuatu tempat. Pembeli seringkali melakukan perbandingan antara harga toko satu dengan yang lainnya. Harga berpengaruh terhadap minat beli ulang, Sebab harga dapat membuat daya tarik tersendiri terhadap calon konsumen baru maupun konsumen lama. Harga yang cukup mahal juga bisa mempengaruhi omset penjualan. Ada yang harganya murah, tetapi kualitas bagus dan ada juga yang harga jualnya mahal, tetapi kualitasnya barang juga bagus. Hal ini disebabkan, tergantung usaha dalam penentuan harga yang sesuai dengan kualitas masing-masing produk.

Pengaruh terhadap harga menciptakan dua klasifikasi konsumen antara lain, konsumen dengan kondisi ekonomi menengah ke bawah dan konsumen dengan kondisi ekonomi menengah keatas. Menurut Asnawi, Supriyadi dan Widodo (2022) nilai jual harga adalah permainan pemasaran dimana di dalamnya terdapat unsur strategi jika harga sudah ditetapkan suatu perusahaan sangat tinggi maka barang tersebut akan sulit dijangkau oleh pasaran atau nilai jualnya akan rendah. Nilai jual disuatu tempat usaha akan melahirkan suatu persepsi kepada pembeli. Pembeli akan

memutuskan akan kembali membeli ulang jika nilai jual yang ditentukan dianggap mampu menghemat keuangan pembeli

Secara umum persepsi harga adalah salah satu pertimbangan penting dalam proses minat beli ulang, dan kebanyakan konsumen mengevaluasi nilai (kombinasi antara harga dan kualitas) dalam minat beli ulang. Penetapan harga oleh penjual akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian ulang konsumen, sebab harga yang dapat dijangkau oleh konsumen akan cenderung membuat konsumen melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Biasanya pembeli menginginkan nilai jual atau harga sebuah produk semurah mungkin dan memiliki kualitas bagus. Tak khayal kemampuan pembeli membeli sebuah produk bergantung pada nilai jual atau harga suatu barang yang ditawarkan

Badan usaha yang menyajikan kebutuhan primer dan sekunder untuk masyarakat banyak sekali kita temui ditempat perbelanjaan modern seperti sekarang ini. Secara umum, toko modern sudah mulai merata keberadaannya di Indonesia sejak satu sampai dua dekade terakhir. Baik yang berbentuk badan usaha modern skala besar seperti swalayan atau toko ritel berbentuk minimarket. Termasuk di Kabupaten Lumajang. Menurut data BPS Kabupaten Lumajang tahun 2016, data toko modern berbentuk toko ritel minimarket sebanyak 61. Semakin berkembangnya perjalanan toko modern mampu membuka cabang sampai ke pusat-pusat konsentrasi masyarakat yang ada di pedesaan

Fenomena ini jelas menjadi ancaman bagi pelaku usaha yang masih menerapkan sistem wirausaha secara tradisional. Penulis menyebutnya sebagai toko Tradisional. Tempat usaha yang menyediakan kebutuhan masyarakat yang

dikelola oleh warga lokal. Dalam beberapa tahun terakhir semakin banyaknya toko modern ternyata tidak serta merta membuat toko Tradisional ditinggalkan begitu saja. Masih banyak terlihat toko Tradisional yang *survive* ditengah maraknya toko modern. Pemilik toko Tradisional yang dikelola oleh warga lokal sudah mulai melakukan inovatif supaya usaha yang dijalankan tetap eksis. Pantauan penulis selama ini melihat fenomena sepanjang Kecamatan Senduro masih banyak toko Tradisional yang tetap buka

Meskipun ada beberapa perbedaan penyajian pada toko modern dengan toko Tradisional. Perbedaan penyajian pada toko modern dan toko Tradisional mempunyai ciri khas tersendiri. Meskipun secara fisik, hari ini toko Tradisional yang dikelola oleh warga lokal juga cukup baik dari segi bangunan tempat usaha. Namun ada beberapa perbedaan yang juga menjadi cirikhas keduanya. Antara lain keberagaman produk, *personality* dan nilai jual sebuah barang atau produk. Tentunya ini menjadi penilaian masyarakat untuk berbelanja dikedua tempat usaha tersebut atau sering kali kita sebut minat beli

Perbandingan yang disebutkan diatas bukan dalam artian untuk mendikotomi antara toko modern dengan toko Tradisional. Namun menjadi telaah bersama untuk perkembangan usaha dan perputaran perekonomian khususnya di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang. Karena badan usaha baik yang berbentuk toko modern maupun toko Tradisional turut serta dalam pembangunan suatu wilayah dalam hal peningkatan perekonomian. Alasan lain tempat objek yang diteliti dikarenakan Kecamatan Senduro adalah salah satu Kecamatan yang ada di Kabupaten Lumajang dengan pertumbuhan ekonominya yang pesat.

Penelitian menurut Wijaksono, Wayan (2022) “Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Gaya Hidup dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen” menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Kedai Gusti Ponorogo.

Penelitian menurut Ermini, Suryati (2023) “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The Hungry Burger” menunjukkan bahwa pengaruh yang signifikan dan positif kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen *The Hungry Burger* (THB). Di mana pengaruh ini positif ini menunjukkan semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula minat beli konsumen.

Penelitian menurut Eva Setyaning Wanda (2024) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Lariez48 Di Sampit” menunjukkan bahwa menunjukkan harga berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Toko Lariez48 di Sampit maka dari itu peneliti menyarankan kepada Toko Lariez48 untuk tetap menjaga stabilitas harga dan memberikan potongan harga dengan jumlah pembelian tertentu.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah faktor keragaman produk, person dan nilai jual mempengaruhi minat beli masyarakat untuk menentukan tempat belanjanya. Dari hal tersebut kita bisa mengukur tempat usaha toko modern dan Tradisional apakah memiliki perbedaan dan perbandingan secara signifikan. Dari latar belakang diatas maka peneliti mengambil judul **Analisis Minat Beli Toko Modern Dan Toko Tradisional Berdasar Keragaman Produk, Person Dan Nilai Jual Di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang.**

1.2 Batasan Masalah

- a. Penelitian ini adalah penelitian dibidang Manajemen Pemasaran hanya meneliti keterkaitan antara tiga variabel yaitu Keragaman Produk, Person dan Nilai Jual terhadap minat beli toko modern dan toko Tradisional.
- b. Penelitian ini dilakukan di toko-toko yang berada di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang.

1.3 Rumusan Masalah

- a. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap minat beli pada Toko Modern dan Toko Tradisional di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang?
- b. Apakah person berpengaruh terhadap minat beli pada Toko Modern dan Toko Tradisional di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang?
- c. Apakah nilai jual berpengaruh terhadap minat beli pada Toko Modern dan Toko Tradisional di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap minat beli pada toko modern dan toko tradisional di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh person terhadap minat beli pada toko modern dan toko tradisional di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh nilai jual terhadap minat beli pada toko modern dan toko tradisional di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Bagi Wirausaha

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi wirausaha khususnya pemilik toko modern dan toko tradisional yang bertempat di Kecamatan Senduro untuk dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan yang diteliti dalam penelitian ini.

b. Bagi Peneliti

Sebagai sarana Latihan dan pengembangan kemampuan dalam bidang penelitian dan penerapan teori yang telah diperoleh diperkuliahan.

c. Bagi Lainnya

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bacaan yang menambah wawasan dan informasi khususnya di Kampus Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.

