

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis ritel di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat. Peningkatan inilah yang menyebabkan persaingan dalam usaha ritel menjadi sangat ketat. Peningkatan yang terjadi diikuti dengan meningkatnya daya beli konsumen. Hal inilah yang memotivasi pelaku bisnis ritel untuk bisa lebih aktif dan berinovasi dalam memberikan produk maupun pelayanan yang prima/*excellent* kepada pelanggan demi mendapatkan keunggulan bersaing untuk memenangkan pangsa pasar. Karena setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya, karena keuntungan tersebut yang akan mempertahankan kelangsungan perusahaan.

Dengan terjadinya persaingan ritel yang ada, juga membuat beberapa pemimpin perusahaan berganti-ganti setiap tahunnya. Bahkan beberapa bisnis ritel juga mengalami penutupan gerai karena omset yang semakin menurun. Hal ini telah terjadi di beberapa bisnis ritel seperti Giant dan Hypermarket. Misalnya, penutupan gerai Giant Ekstra yang dilakukan oleh PT.Hero Supermarket Tbk pada Agustus 2019 yang berlokasi di kawasan Margorejo, Surabaya. (Jawa Pos.com, 2019). Keadaan ini adalah salah satu akibat yang disebabkan oleh persaingan bisnis ritel yang telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir ini. (Liputan6.com, 2019). Salah satu bentuk dari bisnis ritel yang lain adalah Matahari Department Store. Matahari Department Store adalah salah satu bisnis ritel yang merasakan ketatnya persaingan ritel

yang terjadi saat ini. Dengan berbagai strategi-strategi yang dilakukan oleh Matahari Department Store, mereka masih mampu untuk memperoleh konsumen. Meskipun mereka juga telah menutup beberapa gerai di beberapa kota di Indonesia yang mempunyai omset penjualan yang sangat rendah dan membuka gerai-gerai di beberapa kota lain yang dirasa akan memperoleh omset penjualan yang lebih tinggi.



Gambar 1.1: Grafik Jumlah Gerai Matahari Department Store

Sumber:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/09/18/te-nyata-pendapatan-dan-laba-matahari-masih-tumbuh>

(Diunduh pada hari Rabu, 16 Oktober 2019. Pukul 07.45 WIB)

Dari grafik di atas menunjukkan bahwa jumlah gerai Matahari Department Store masih mampu bertambah sampai tahun 2019 ini. Meskipun pada tanggal 3 Desember 2017 Matahari Department Store telah menutup salah satu gerainya

yaitu di Pusat Perbelanjaan Mal Taman Anggrek, Jakarta Barat. (databoks.co.id)

Kota Surabaya adalah salah satu kota di Indonesia yang memiliki peningkatan bisnis ritel yang sangat pesat. Bisnis ritel tahun ini memang mengalami persaingan dan tantangan yang berat. Hal ini membuat beberapa bisnis ritel seperti Matahari Department Store juga mengkhawatirkan kelangsungan perusahaannya.

Matahari Department Store CITO Surabaya merupakan salah satu gerai di kota Surabaya yang mengalami persaingan ritel yang sangat ketat saat ini. Bisa kita lihat bahwa Matahari Department Store CITO Surabaya memang lebih sedikit pengunjung dibandingkan dengan gerai-gerai Matahari Department Store lainnya seperti Matahari Department Store Royal Plaza dan Tunjungan Plaza yang juga berada di Surabaya.

Cenderung menurunnya peminat yang berkunjung ke Matahari Department Store CITO-Surabaya, maka Matahari Department Store CITO-Surabaya harus dapat memanfaatkan pengunjung atau pelanggan yang telah datang dengan sebaik-baiknya. Pemimpin perusahaan harus memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, serta membuat strategi-strategi yang dapat mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru. Untuk lebih menarik perhatian konsumen agar berbelanja, diperlukan suatu strategi penjualan ritel. Strategi penjualan tersebut dapat melalui *Store Atmosphere* (suasana toko) dan *In-Store Display* (Penataan dalam toko) yang dibuat lebih menarik bagi konsumen.

Dengan dua hal tersebut juga diperkirakan akan menarik konsumen untuk melakukan *Impulse Buying*. *Impulse Buying* adalah kegiatan pembelian mendadak tanpa ada perencanaan

terlebih dahulu pada saat memasuki suatu toko. (Mowen dan Minor, 2001). Adanya pembelian impulsif ini akan memberi keuntungan bagi Matahari Department Store CITO guna meningkatkan omset penjualan perusahaan dengan memanfaatkan konsumen yang telah datang untuk melakukan pembelian atau pembelanjaan yang tidak terencana sebelumnya oleh konsumen itu sendiri. Dalam hal ini, konsumen yang datang tidak akan keluar toko dengan tangan kosong. Artinya, mereka akan terpengaruh untuk membeli suatu barang yang sebelumnya mereka tidak rencanakan. Inilah yang menguatkan bahwa *Impulse Buying* yang dilakukan oleh konsumen atau pelanggan sangat berkontribusi dalam meningkatkan omset penjualan yang didapat oleh Matahari Department Store CITO.

Store Atmosphere adalah karakteristik fisik toko yang dapat menunjukkan *image* (kesan) toko dan menarik konsumen. (Berman dan Evan, 2012). Atmosfer toko sangat perlu diperhatikan di Matahari Department Store CITO karena pengaturan atmosfer toko yang baik dan lebih menarik akan membuat konsumen merasa nyaman dan betah berlama-lama untuk menghabiskan waktu mereka di toko.

Begitupun dengan penataan dalam toko atau *In-Store Display*. *In-Store Display* merupakan usaha mendorong perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan untuk membeli melalui daya tarik penglihatan langsung atau biasa disebut *direct visual appeal*. Memajangkan barang di dalam toko dan di etalase, mempunyai pengaruh besar terhadap penjualan dan jika materialnya terintegrasi maka hal ini dapat terlihat dan dirasakan sebagai suatu iklan produk dan dapat memperkuat *positioning* merek tersebut (Foster, 2008).

Penataan produk merupakan sebuah alat pemasaran yang dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian impulsif. Penataan produk yang baik, sesuai, dan menarik memang dapat membuat konsumen lebih tertarik dan menimbulkan rasa ingin berbelanja.

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka penulis terdorong untuk membahas dan mempelajari lebih dalam bagaimanakah pengaruh *store atmosphere* dan *in-store display* terhadap *impulse buying* di Matahari Department Store CITO Surabaya, dan penulis sangat tertarik untuk mengangkat masalah tersebut sebagai judul skripsi yang akan penulis susun secara lengkap dan judul tersebut adalah "PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *IN-STORE DISPLAY* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI MATAHARI DEPARTMENT STORE CITO SURABAYA."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, dilakukan analisis tentang pengaruh *store atmosphere* dan *in-store display* terhadap *impulse buying* di Matahari Department Store CITO Surabaya, sebagai berikut:

1. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap *Impulse Buying* di Matahari Department Store CITO Surabaya?
2. Apakah *In-Store Display* berpengaruh terhadap *Impulse Buying* di Matahari Department Store CITO Surabaya?
3. Apakah *Store Atmosphere* dan *In-Store Display* berpengaruh secara simultan terhadap *Impulse Buying* di Matahari Department Store CITO Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap *impulse buying*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *in-store display* terhadap *impulse buying*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* dan *in-store display* secara simultan terhadap *impulse buying*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru untuk pihak yang membutuhkan dan dapat dijadikan acuan serta pedoman atau pembanding untuk penelitian selanjutnya dan berguna bagi perkembangan kajian-kajian ilmu ekonomi sekarang dan yang akan datang.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini dapat menjadi sebuah pertimbangan dan dasar yang objektif untuk pengambilan keputusan dalam membuat atau mengembangkan strategi pemasaran bagi Matahari Department Store CITO-Surabaya.
 - b. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya hasil dari penelitian ini merupakan salah satu bentuk kepedulian dan keikutsertaan Universitas terhadap dunia kerja dalam menghadapi kendala atau permasalahan yang sedang terjadi.

c. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, peneliti dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang sudah didapat dibangku kuliah untuk mengintegrasikan pengetahuan dan keterampilan dalam menghadapi masalah yang ada di lapangan kerja.