

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang maju dan berkembang pesat khususnya di kota-kota besar, telah terjadi perubahan diberbagai sektor, termasuk dibidang industri dan produksi serta pada kegiatan eceran di Indonesia yang telah berkembang menjadi usaha yang berskala besar. Perkembangan bisnis eceran yang pesat ini tidak lepas dari faktor meningkatnya jumlah penduduk Indonesia dan juga meningkatkan jumlah pendapatan perkapita penduduk Indonesia yang menyebabkan taraf hidup masyarakat Indonesia semakin meningkat. Hal ini membawa dampak kepada pola perilaku belanja seseorang, dimana semakin meningkatnya taraf hidup seseorang maka tuntutan akan tempat berbelanja yang nyaman dan dapat menyediakan segala kebutuhan konsumen dalam satu lokasi semakin dibutuhkan.

Perkembangan yang terus menerus berlangsung dalam perdagangan eceran ini menunjukkan bahwa perdagangan eceran bersifat dinamis. Hal ini terjadi tidak lain karena perdagangan eceran ingin selalu berusaha memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (perdagangannya). Bentuk usaha eceran yang mengalami perkembangan cukup pesat adalah minimarket.

Dewasa ini perkembangan minimarket modern di tanah air, tampak cukup pesat. Tidak hanya di kota-kota besar namun sampai kecamatan bahkan sampai di pelosok desa bermunculan minimarket modern dengan berbagai fasilitas dan pelayanan yang semakin lengkap serta untuk memudahkan berbelanja

kebutuhan sehari-hari. Tak terkecuali di desa Sugihwaras kecamatan Candi Sidoarjo.

Namun disadari usaha minimarket tak ubahnya seperti usaha-usaha lainnya yang didalam usahanya meningkatkan penjualan juga diliputi oleh persaingan. Dalam situasi persaingan setiap kebijakan yang dikeluarkan oleh suatu minimarket dengan maksud untuk menandingi atau mengambil kesempatan yang ada. Timbulnya keadaan seperti itu menandakan bahwa manajer atau pengusaha semakin menyadari pentingnya mempertahankan dan memperluas pasar untuk kesinambungannya. Pada dasarnya keberhasilan usaha dibidang retail ini berada pada pengadaan barang, baik secara kuantitas maupun kualitas, serta harga yang rendah guna meningkatkan jumlah kunjungan.

Untuk menghadapi persaingan ini dan agar tetap ramai dikunjungi konsumen, maka minimarket harus melakukan berbagai jenis upaya dalam kegiatan pemasarannya agar menarik dan sesuai dimata konsumen. Oleh karena itu, pihak minimarket harus tanggap terhadap atribut-atribut apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu swalayan, karena pada saat ini konsumen sudah semakin kritis terhadap kemampuan suatu swalayan dalam menarik pembelinya untuk berbelanja.

## **1.2 Pembatasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi pada minimarket Indomaret yang ada di daerah Sugihwaras Candi Sidoarjo.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Dari uraian diatas, maka permasalahannya adalah sebagai berikut :

Atribut-atribut Swalayanapa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih Indomaret Sugihwaras?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah:

Untuk mengetahui dan mengevaluasi atribut-atribut Swalayan yang mempengaruhi konsumen dalam memilih Indomaret Sugihwaras.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat:

##### **1. Bagi akademisi**

Sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang harga, lokasi, keragaman dan mutu barang, iklan, promosi penjualan, pramuniaga, fisik swalayan dan pelayanan dimasa yang akan datang.

##### **2. Bagi Perusahaan**

Sebagai masukan yang lebih baik kepada perusahaan dalam menentukan kebijaksanaan perusahaan selanjutnya

##### **3. Bagi Peneliti Lain**

Sebagai bahan perbandingan dan informasi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini