

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan usaha di bidang perdagangan barang dewasa ini semakin ketat. Hal ini dikarenakan terlalu banyak pelaku usaha yang menjalankan bisnis pada bidang yang sama. Kondisi ini didukung oleh adanya faktor permintaan pasar yang semakin besar dan peluang bisnis yang memang menjanjikan. Kebutuhan akan ketersediaan barang-barang sembako semakin meningkat seiring dengan jumlah penjualan sembako yang ada di masyarakat yang selalu meningkat setiap tahunnya. Bidang perdagangan barang sembako merupakan usaha yang bergerak dalam distribusi dan penjualan bahan kebutuhan pokok sehari-hari. Adapun bentuk usaha Sembako seperti Toko Kelontong, biasanya berbentuk warung kecil hingga menengah yang menyediakan sembako secara lengkap. Ada juga Grosir Sembako: menyediakan sembako dalam jumlah besar dengan harga lebih murah. Minimarket atau Supermarket: Menyediakan sembako sekaligus produk lainnya dengan konsep swalayan, dan Warung Sembako Online: Melayani pembelian sembako secara online melalui platform e-commerce atau aplikasi pesan antar.

Usaha sembako di Indonesia umumnya tergolong dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang memiliki peran signifikan dalam perekonomian nasional. UMKM menghasilkan produk barang konsumsi dan jasa yang dekat dengan kebutuhan masyarakat. Sebagian besar UMKM memanfaatkan sumber daya lokal dan berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja serta distribusi barang kebutuhan pokok (TNP2K, 2024).

Menurut data Badan Pusat Statistik, pada tahun 2024 jumlah perusahaan industri mikro dan kecil bidang sembako di Provinsi Aceh, Indonesia tahun 2023 menunjukkan bahwa Provinsi Aceh memiliki sekitar 106.527 perusahaan industri skala mikro dan kecil, yang merupakan bagian dari total lebih dari 4,9 juta perusahaan di seluruh Indonesia. Seiring bertambahnya informasi, pembeli semakin tahu cara menghabiskan uang tunai. Pilihan beli yaitu langkah yang dilakukan oleh pembeli untuk membeli suatu barang. Pembeli membeli arah independen yaitu kursus memilih salah satu dari beberapa pemikiran kritis elektif dengan kegiatan berikutnya yang tulus (Assauri, 2012). Pelanggan dapat menyelesaikan pembelian barang dengan uang tunai yang mereka miliki (Setiadi, 2013). Bahkan hingga saat ini, kuantitas kontribusi barang lebih menonjol dibandingkan kuantitas permintaan pelanggan. Ini menunjukkan maka produsen saat ini tidak dapat hanya bertahan tanpa perlu mencari informasi tentang pelanggan mereka. Dalam keputusan pembelian terdapat faktor yang menjadi pertimbangan konsumen diantaranya seperti harga, ketersediaan dan aksesibilitas produk, kualitas produk, dan preferensi belanja online yang dapat menarik konsumen sehingga mempengaruhi keputusan pembelian.

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh oleh variabel luar dan dalam. Variabel luar yaitu input data untuk pelanggan mulai dari usaha periklanan yang dilakukan oleh organisasi, misalnya item, biaya, administrasi, area, kemudian input data mulai dari iklim sosial-sosial yang mencakup, sumber data formal, dan sumber non-bisnis lainnya dari data, kelas sosial, dan budaya. Variabel dalam yaitu faktor yang muncul dari dalam diri pelanggan yang mendorong, penegasan, pembelajaran, karakter, mentalitas, dan keyakinan (Donni, 2017).

Pengambilan keputusan merupakan proses memilih sejumlah alternatif pengambilan keputusan penting bagi pemimpin birokrasi karena proses pengambilan keputusan mempunyai peran penting dalam memotivasi, komunikasi, koordinasi, dan perubahan organisasi. Adapun definisi pengambilan keputusan menurut Salusu (2016). Dari pengertian pengambilan keputusan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan adalah merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk ditindaklanjuti atau untuk digunakan sebagai suatu cara pemecahan masalah. pengambilan keputusan memilih berbagai alternatif yang paling menguntungkan berbagai pihak yang berkepentingan. Dalam hal ini konsumen akan dihadapkan oleh berbagai pilihan yang membuatnya harus mengambil sebuah keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2018), bahwa keputusan pembelian merupakan salah satu tahap dalam proses keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membuat keputusan untuk membeli. Proses pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap beberapa alternatif, yang selanjutnya akan tercipta suatu keputusan pembelian serta terbentuknya perilaku pasca pembelian.

Di Provinsi Aceh, usaha sembako tersebar luas di berbagai kabupaten dan kota, terutama dalam bentuk toko kelontong dan warung tradisional. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Aceh menunjukkan bahwa sektor perdagangan, termasuk usaha sembako, merupakan salah satu sektor ekonomi yang dominan di wilayah ini. Namun, data spesifik mengenai jumlah usaha sembako di Aceh tidak tersedia dalam sumber yang saya akses.

Toko Grosir Sinar Arun 2 Krueng Geukuh adalah salah satu toko grosir yang mungkin memiliki sejarah lokal yang kaya, toko Grosir Sinar Arun 2 umumnya adalah tempat yang menjual berbagai kebutuhan pokok sehari-hari, mulai dari makanan, minuman hingga kebutuhan-kebutuhan rumah tangga. Toko Grosir Sinar Arun 2 Krueng Geukuh berdiri sejak tahun 2013 dan sudah berjalan 11 tahun, toko sembako Sinar Arun 2 Krueng Geukuh merintis dari awal dan dengan modal 80 juta rupiah dan berkembang hingga saat ini. Toko Grosir Sinar Arun 2 Krueng Geukuh yang berkembang pada saat ini menjadi toko sembako yang memenuhi segala kebutuhan masyarakat yang ada di Krueng Geukuh. Pada toko Grosir Sinar Arun 2 Krueng Geukuh menjadi pusat utama dari toko Grosir lainnya.

Pada Toko Grosir Sinar Arun 2 Krueng Geukuh telah menjadi pilihan utama bagi banyak konsumen yang mencari produk dengan harga terjangkau. Dalam perbandingan harga toko ini sering kali menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan toko grosir lainnya di sekitar wilayah krueng geukuh. Hal ini akan membuat toko grosir tersebut menjadi lebih ideal bagi mereka yang sedang berhemat, terutama dalam melakukan pembelian dalam jumlah yang besar.

Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor-faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Selain itu, keputusan pembelian sembako di Toko Grosir Sinar Arun 2 juga dipengaruhi oleh lokasi, harga dan kelengkapan produk.



Gambar 1.1 Observasi awal

Sumber: Peneliti (2025)

(Berdasarkan hasil wawancara secara langsung dengan pemilik toko Zahrul Afuadi Toko Grosir ini sudah dikenal dengan target pasarnya mulai dari kede-kede kecil dan kios-kios. Toko Grosir Sinar Arun 2 Krueng Geukuh, fokusnya dalam harga, ketersediaan barang dan lokasi yang lebih terjangkau).

Salah satu faktor yang pengambilan keputusan yaitu lokasi yang dapat menjadi acuan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, harga juga menjadi faktor untuk pengambilan keputusan. Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap harga yang kompetitif di toko grosir sinar arun 2 krueng geukuh adalah pembelian langsung dari pemasok. Dengan mengurangi perantara, toko grosir ini dapat menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dari toko grosir lainnya yang ada di krueng geukuh, dengan perbandingan harga 1.000 – 2.000 dari toko grosir lainnya yang ada di krueng geukuh seperti perbandingan produk gula 1 kg 17.000, intermie 1 dus 45.000 di toko sinar arun 2 sedangkan di toko grosir lainnya seperti toko Izza, Toko MD jaya, kasih sayang gula 1 kg 18.000, intermie 1 dus 46.000 – 47.000.

Selain itu, berbagai ketersediaan barang yang lengkap sesuai dengan kebutuhan konsumen dimana calon konsumen hanya mencari produk yang diinginkan dan dibutuhkan di toko sinar arun 2. Di sisi lain, persaingan beberapa toko grosir lainnya juga semakin meningkat, terutama dalam hal lokasi yang lebih strategis, harga yang kompetitif, serta ketersediaan barang yang lebih lengkap dan beragam. Kondisi ini membuat konsumen memiliki lebih banyak alternatif dalam menentukan tempat berbelanja sembako, sehingga setiap toko grosir dituntut untuk meningkatkan keunggulan masing-masing agar tetap menjadi pilihan utama konsumen.

Dari peneliti terdahulu menurut Siti Silviah dkk (2022), memiliki kesamaan pada topik penelitiannya yaitu “Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Online pada E-Marketplace Di Indonesia” yang berfokus pada perkembangan usaha di sektor yang mengalami peningkatan dan perkembangan, karena harga lebih murah dan barang yang tersedia lengkap sesuai kebutuhan konsumen, dengan perbedaannya terletak pada objek penelitian, yang mana penelitian sebelumnya fokus pada produk online sedangkan penelitian ini fokus pada usaha retail, selebihnya dari penelitian tersebut memiliki kesamaan yang signifikan, oleh sebab itu peneliti ingin meneliti lebih dalam lagi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti ingin mengetahui apa saja keistimewaan yang dimiliki Toko Grosir Sinar Arun 2 Krueng Geukuh, khususnya dalam hal lokasi yang strategis, harga yang terjangkau, serta ketersediaan barang sembako yang lengkap, sehingga konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian di toko tersebut dibandingkan dengan toko grosir lainnya.

Dalam situasi persaingan yang semakin ketat antar toko grosir di wilayah Krueng Geukuh, kemampuan suatu toko dalam menyediakan produk dengan harga bersaing, lokasi yang mudah dijangkau, serta stok barang yang memadai menjadi faktor penentu dalam menarik minat konsumen. Oleh karena itu, penting untuk meneliti secara mendalam tentang “Analisis Pengambilan Keputusan konsumen dalam pembelian sembako di Toko Grosir Sinar Arun 2 Krueng Geukuh”, dengan menggambarkan secara alamiah dan objektif proses pengambilan keputusan konsumen, sesuai dengan kondisi nyata yang berkembang di lapangan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sembako di Toko Grosir Sinar Arun 2 Krueng Geukueh?

1.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sembako di Toko Grosir Sinar Arun 2 Krueng Geukueh, yang meliputi tahapan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, hingga pascapembelian

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sembako di Toko Grosir Sinar Arun 2 Krueng Geukuh.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan dan pengetahuan penulis mengenai pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sembako di Toko Grosir.

b. Bagi Pembaca

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa dapat menambah wawasan dan informasi yang berguna untuk dijadikan referensi dalam penulisan skripsi tentang pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sembako di Toko Grosir.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk memberikan masukan kepada pemilik toko grosir dan konsumen agar mengerti betapa pentingnya pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sembako di Toko Grosir.