BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan adalah segala hal yang diperlukan oleh individu untuk memenuhi kehidupannya, baik secara fisik maupun emosional. Kebutuhan bisa berupa barang, jasa, atau pengalaman yang diperlukan untuk mencapai kesejahteraan dan memenuhi tujuan hidup. Konsumen saat ini memiliki kebutuhan yang lebih beragam dan kompleks dibandingkan dengan sebelumnya. Produk yang diinginkan mereka tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga produk yang sesuai dengan gaya hidup dan selera mereka. Adapun kebutuhan dasar manusia terdiri dari sandang, pangan, dan papan.

Dalam konteks kebutuhan akan pangan, kebutuhan dasar manusia terpenuhi melalui penyediaan bahan-bahan pokok yang terdiri dari sembilan macam bahan pokok. Dilansir dari Liputan 6 (2024) bahwa "Sembilan Bahan Pokok atau disingkat sembako adalah sembilan jenis kebutuhan pokok masyarakat, menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 115/MPP/Kep/2/1998 tanggal 27 Februari 1998". Sembako terdiri dari beras, gula, minyak goreng, telur, daging/ayam/ikan, tepung terigu, garam, susu, serta bawang merah dan bawang putih. Sembako menjadi sangat penting karena merupakan sumber energi dan gizi yang esensial bagi kesejahteraan manusia,

sehingga pemenuhan kebutuhan sembako berperan langsung dalam memenuhi kebutuhan dasar manusia.

Di tengah kebutuhan masyarakat yang tinggi terhadap sembako, maka ide untuk membuka usaha sembako adalah hal yang tepat. Usaha sembako merupakan usaha yang tidak akan sepi pembeli karena sembako sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari semua orang. Selain itu, usaha sembako mempunyai potensi pertumbuhan yang cukup besar karena pemasukannya stabil. Keberadaan Toko Sembako yang mudah dijangkau dan menyediakan berbagai kebutuhan pokok dengan harga yang terjangkau menjadikannya pilihan utama bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Namun disisi lain, konsumen saat ini tidak hanya mencari toko yang menjual produk kebutuhan pokok, tetapi juga variasi produk yang ditawarkan toko cukup beragam. Maka dari itu, meskipun membuka usaha sembako adalah hal yang tepat, akan tetapi membuka usaha sembako bukanlah mudah. Perencanaan yang baik sangat diperlukan supaya bisnis sembako berjalan dengan lancar. Toko Sembako harus bisa memberikan banyak pilihan produk bagi konsumen dengan varian yang beragam. Hal ini sejalan yang dikatakan dalam blog.4sgm.com (2024) yang berjudul "*Increasing Product Variety: Tips and Techniques for Store Owners*" bahwa variasi produk memiliki manfaat yang luas untuk penjualan baik di lanskap ritel fisik maupun digital. Akan tetapi, keseimbangan yang hati-hati harus dicapai untuk memastikan konsumen tidak menemukan diri mereka tersesat di antara lautan pilihan. Keberhasilannya terletak pada keseimbangan yang tepat antara variasi yang cukup untuk

memenuhi beragam kebutuhan konsumen dan inventaris yang dikuratori yang melayani audiens yang ditargetkan.

Terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari meningkatkan variasi produk pada Toko Sembako. Pertama, salah satu faktor penentu minat beli konsumen di Toko Sembako adalah variasi produk yang ditawarkan. Konsumen cenderung memilih Toko Sembako yang menyediakan berbagai macam produk dengan merek dan kualitas yang berbeda-beda. Toko Sembako dengan variasi produk yang banyak akan lebih menarik minat konsumen karena mereka dapat menemukan dan memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera mereka di satu tempat. Kedua, variasi produk juga dapat membantu toko untuk meningkatkan daya saingnya di tengah persaingan Toko Sembako yang semakin ketat. Toko dengan variasi produk yang banyak akan lebih unggul dibandingkan dengan toko yang hanya menawarkan produk yang terbatas. Ketiga, semakin banyak produk yang di jual, semakin besar keuntungan yang dapat diperoleh toko.

Manfaat-manfaat tersebut didukung oleh sebuah artikel berita, yaitu blog.4sgm.com (2024) yang berjudul "*Increasing Product Variety: Tips and Techniques for Store Owners*". Di mana artikel ini juga mengatakan bahwa menurut para ahli, penjualan ritel di seluruh dunia diproyeksikan tumbuh mengejutkan 5% dari tahun-ke-tahun, melebihi $ 27,33 triliun yang mencengangkan. Dengan adanya variasi produk yang tersedia hampir tidak terbatas memberi konsumen kenyamanan dan fleksibilitas untuk menemukan apa yang mereka inginkan, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan minat beli dan penjualan.

Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung merupakan salah satu Toko Sembako yang beroperasi di lingkungan perkotaan yang padat penduduk. Saat ini Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan adanya berbagai Toko Sembako lainnya di sekitar wilayahnya. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan di desaputat.gunungkidulkab.go.id (2020) bahwa "Bisnis retail seperti Toko Sembako memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi. Untuk membuka Toko Sembako tidak diperlukan keahlian khusus. Karena semua orang bisa membuka toko maka jumlah toko semakin banyak. Sementara jumlah konsumen tidak mengalami perubahan yang terlalu signifikan. Akibatnya pemilik toko saling berkompetisi untuk mendapatkan pelanggan". Dengan adanya persaingan ini, maka Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung harus lebih berupaya dalam mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif dan efektif untuk meningkatkan pangsa pasar. Dalam upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar, penting bagi Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.

Dilansir dari berita Harian Haluan (2023) yang berjudul "5 Alasan Masyarakat Lebih Suka Belanja di Minimarket daripada Warung Biasa", bahwa bagi sebagian orang, berbelanja di minimarket memiliki kepuasan tersendiri daripada di warung tradisional. Salah satu faktor penentu yang membuat minimarket menjadi pilihan masyarakat adalah kelengkapan atau variasi produknya. Tidak bisa dipungkiri bila minimarket memiliki katalog dan produk yang jauh lebih lengkap daripada warung tradisional. Berbagai produk

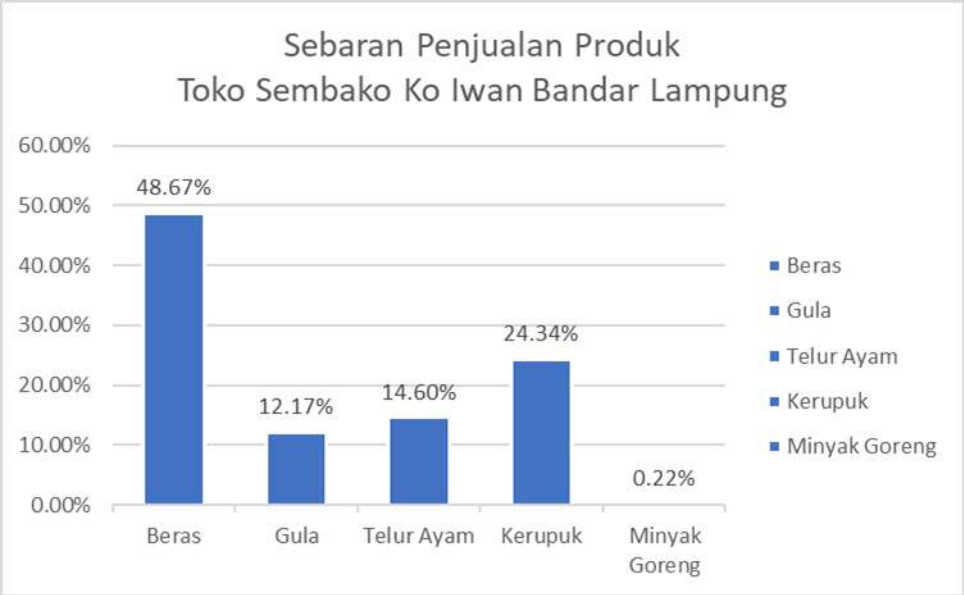
kebutuhan hidup sehari-hari semua tersedia di minimarket. Sedangkan, terkadang di warung biasa mungkin produknya tidak sebanyak di minimarket. Sehingga, ketika ada orang yang berbelanja di warung biasa untuk membeli sesuatu namun produknya tidak ada, mereka akan segera beralih ke minimarket.

Hal ini menunjukkan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen adalah variasi produk yang ditawarkan oleh suatu toko. Variasi produk mengacu pada keberagaman produk, ketersediaan produk, dan macam-macam merek atau kualitas yang tersedia yang ditawarkan oleh suatu toko. Semakin banyak variasi produk yang ditawarkan, semakin besar peluang bagi konsumen untuk menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan preferensinya. Selain itu, variasi produk juga dapat memberikan kesan bahwa toko tersebut menyediakan pilihan yang lebih lengkap dan beragam bagi konsumen.

Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung menjual sembako berupa beras, gula, minyak goreng, telur ayam, dan kerupuk. Adapun persentase sebaran produk yang dijual di Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung yang disajikan dalam bentuk diagram sebagai berikut.

Gambar 1. 1

Sebaran Penjualan Produk Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung



Sumber : Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung

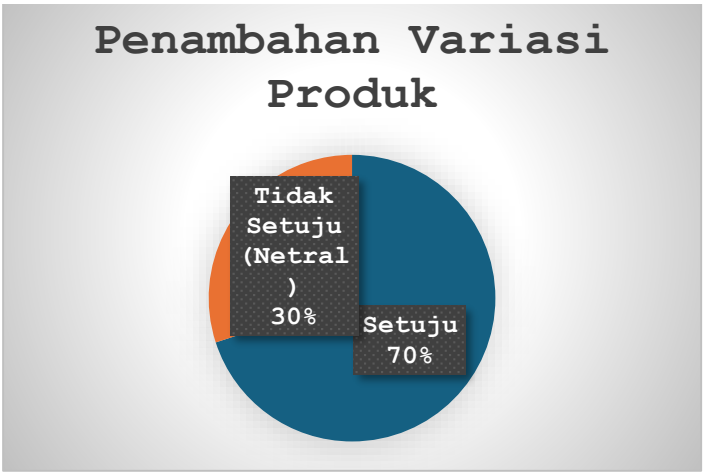
Gambar 1.1 menunjukkan persentase sebaran penjualan produk pada Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung. Dari diagram tersebut terlihat bahwa beberapa produk memiliki persentase penjualan yang lebih tinggi daripada yang lain. Beras memiliki persentase penjualan sebesar 48,67%. Kerupuk memiliki persentase sebesar 24,34%, telur ayam memiliki persentase sebesar 14,60%, gula memiliki persentase sebesar 12,17%, dan minyak goreng memiliki persentase sebesar 0,22%. Persentase penjualan beras cukup signifikan dan mencakup hampir setengah dari total penjualan. Gula, telur ayam, dan kerupuk juga memiliki persentase penjualan yang cukup tinggi.

Meskipun persentase penjualannya cukup tinggi, tapi saat penulis melakukan observasi di Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung, penulis menemukan bahwa produk yang di jual Toko Sembako ini membutuhkan waktu

untuk di beli konsumen. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara pra penelitian kepada 10 orang konsumen yang berbelanja di Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung untuk mencari tahu alasan mereka berbelanja ke Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung dan bagaimana pendapat mereka tentang Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung. Dari hasil wawancara pra penelitian tersebut, penulis mendapatkan bahwa alasan mereka berbelanja ke Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung adalah karena produk yang ditawarkan oleh Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung merupakan produk yang berkualitas. Adapun pendapat mereka tentang Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung adalah menurut mereka Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung perlu menambahkan lagi produk yang dijual.

Gambar 1. 2

Penambahan Variasi Produk



Sumber: Data Pra Penelitian

Seperti yang bisa dilihat pada **Gambar 1.2** tentang penambahan variasi produk, penulis menemukan bahwa sebanyak 7 dari 10 konsumen

menginginkan adanya penambahan variasi produk pada Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung. Mereka ingin agar lebih banyak lagi pilihan yang tersedia di Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung, seperti merek beras yang diperbanyak, kelengkapan produknya dilengkapi lagi, dan lain sebagainya. Karena mereka ingin agar semua kebutuhannya dapat terpenuhi cukup dari satu tempat, sehingga mereka tidak perlu lagi ke toko-toko lain untuk mencari dan memenuhi kebutuhan mereka.

Menurut data dari Badan Pangan Nasional (Bapanas), pada 27 Februari 2024, harga beras premium naik 1,77% menjadi Rp16.660 per kilogram (kg), sedangkan beras medium naik 0,14% menjadi Rp14.320 per kg. Perubahan harga ini mencerminkan dinamika pasar pangan yang perlu diperhatikan oleh pelaku ekonomi dan konsumen (Radarpena, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan harga sembako, khususnya beras yang saat ini harganya melambung tinggi dapat membuat konsumen tidak sanggup untuk membeli beras apalagi beras yang berkualitas premium.

Adapun Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung hanya menjual beras merek Raja Udang yang berkualitas premium. Sedangkan, bagi konsumen saat ini yang terpenting adalah tetap bisa makan nasi. Kurangnya variasi produk di Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung mungkin akan berdampak negatif pada minat beli konsumen. Konsumen yang tidak menemukan produk atau merek produk yang mereka inginkan di toko ini kemungkinan besar akan pergi ke Toko Sembako lain yang menawarkan variasi produk yang lebih banyak. Hal ini dapat menyebabkan penurunan penjualan dan keuntungan bagi Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis

tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai topik **"Pengaruh Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung Bandar Lampung".**

B. Rumusan Masalah

Dari pokok permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah variasi produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini hanya dibatasi pada batasan variabel variasi produk dan minat beli konsumen Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh variasi produk terhadap minat beli konsumen pada Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Bagi keilmuan

a. Penelitian ini diharapkan sebagai bahan acuan bagi penelitian selanjutnya mengenai keputusan strategi variasi produk pada bisnis ritel skala kecil dan menengah.
b. Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi bagi pengembangan studi pemasaran ritel, khususnya UMKM.

2. Bagi Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung
   a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan evaluasi dan masukan strategis bagi pemilik Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung mengenai kelengkapan variasi produk.
   b. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan lain bagi pelaku bisnis ritel dalam menyusun strategi produk untuk meningkatkan minat beli konsumen.