

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis perlengkapan pramuka telah menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat, didorong oleh meningkatnya minat masyarakat terhadap gerakan pramuka. Berdasarkan data dari laman Pramuka DIY, pada tahun 2020, gerakan pramuka di Indonesia telah mencapai 25 juta anggota. Yang pada akhirnya mendorong permintaan akan perlengkapan pramuka yang berkualitas.

Peningkatan jumlah anggota pramuka yang signifikan ini, telah memberikan dorongan kuat bagi pertumbuhan bisnis perlengkapan pramuka. Salah satu pelaku bisnis yang menggeluti sektor ini adalah Toko Saung Pramuka. Toko ini telah menjadi sorotan di kalangan penggiat pramuka berkat kemampuannya menyediakan beragam perlengkapan pramuka dengan pilihan produk yang lengkap dan bervariasi. Dengan mengedepankan harga yang bersaing, layanan berkualitas, serta lokasi yang strategis, Toko Saung Pramuka memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan perlengkapan pramuka, tidak hanya bagi anggota pramuka tetapi juga bagi masyarakat umum.

Dalam operasionalnya, Toko Saung Pramuka tidak hanya berfokus pada kuantitas produk, tetapi juga pada penentuan harga, kualitas layanan, dan lokasi. Yang bertujuan agar menarik lebih banyak konsumen. Toko Saung Pramuka memberikan perhatian khusus terhadap kualitas produknya, dengan menyediakan perlengkapan yang tahan lama, aman, dan sesuai standar kebutuhan pramuka.

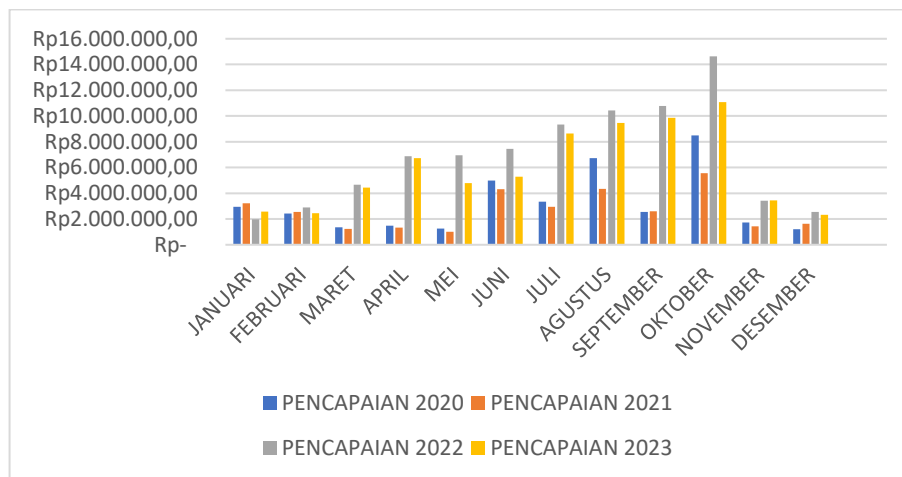
Selain itu, kebijakan harga yang kompetitif di Toko Saung Pramuka juga menjadi daya tarik bagi konsumen. Dengan menyelaraskan harga, kualitas layanan, dan produk, toko ini mampu memberikan nilai tambah yang signifikan bagi para pelanggan. Hal ini mendukung visi dan misi bisnisnya untuk memberikan pelayanan terbaik, memajukan gerakan pramuka, dan memperkuat posisinya di pasar perlengkapan pramuka yang semakin kompetitif. Kehadiran Toko Saung Pramuka diharapkan dapat terus meningkatkan perkembangan bisnis perlengkapan pramuka, memberikan kontribusi positif terhadap gerakan pramuka, dan memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat dalam mendukung aktivitas pramuka.

Pertimbangan lokasi adalah salah satu aspek krusial yang harus diperhatikan oleh Toko Saung Pramuka. Lokasi strategis tidak hanya memengaruhi jumlah pelanggan yang datang, tetapi juga aksesibilitas produk dan potensi pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Beberapa faktor penting dalam pemilihan lokasi meliputi aksesibilitas, kedekatan dengan sekolah atau tempat pendidikan, kepadatan populasi, persaingan dengan pesaing sejenis, dan lingkungan sekitar.

Tabel 1.1. Data Penjualan Tahun 2020 s/d 2023

BULAN	PENCAPAIAN			
	2020	2021	2022	2023
JANUARI	Rp 2.960.000,00	Rp 3.214.000,00	Rp 1.986.000,00	Rp 2.580.000,00
FEBRUARI	Rp 2.430.000,00	Rp 2.540.000,00	Rp 2.890.000,00	Rp 2.454.000,00
MARET	Rp 1.367.000,00	Rp 1.225.000,00	Rp 4.667.000,00	Rp 4.438.000,00
APRIL	Rp 1.484.000,00	Rp 1.324.000,00	Rp 6.884.000,00	Rp 6.734.000,00
MEI	Rp 1.250.000,00	Rp 1.020.000,00	Rp 6.945.000,00	Rp 4.786.000,00
JUNI	Rp 4.990.000,00	Rp 4.320.000,00	Rp 7.456.000,00	Rp 5.282.000,00
JULI	Rp 3.350.000,00	Rp 2.940.000,00	Rp 9.346.000,00	Rp 8.650.000,00
AGUSTUS	Rp 6.725.000,00	Rp 4.344.000,00	Rp 10.435.000,00	Rp 9.456.000,00
SEPTEMBER	Rp 2.548.000,00	Rp 2.612.000,00	Rp 10.768.000,00	Rp 9.872.000,00
OKTOBER	Rp 8.500.000,00	Rp 5.550.000,00	Rp 14.645.000,00	Rp 11.082.000,00
NOVEMBER	Rp 1.720.000,00	Rp 1.434.000,00	Rp 3.422.000,00	Rp 3.458.000,00
DESEMBER	Rp 1.220.000,00	Rp 1.630.000,00	Rp 2.543.000,00	Rp 2.320.000,00
TOTAL	Rp 38.544.000,00	Rp 32.153.000,00	Rp 81.987.000,00	Rp 71.112.000,00

Sumber: Toko Saung Pramuka (2024), hasil penjualan tidak dipublikasikan



Gambar 1.1. Diagram Penjualan Tahun 2020 s/d 2023

Sumber: Toko Saung Pramuka (2024), hasil penjualan tidak dipublikasikan

Guna memperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Toko Saung Pramuka dan sebagai upaya untuk melakukan perbaikan di masa yang akan datang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Saung Pramuka Banten.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi permasalahan yang muncul sebagai berikut:

1. Harga produk di Toko Saung Pramuka sering mengalami perubahan yang tidak konsisten.
2. Penetapan harga produk di Toko Saung Pramuka tidak selalu jelas dan transparan, yang dapat menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen.
3. Layanan yang diberikan oleh Toko Saung Pramuka masih belum memenuhi standar optimal yang diharapkan oleh konsumen.
4. Toko Saung Pramuka terkadang mengabaikan kebutuhan dan keluhan pelanggan, yang berdampak negatif pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.
5. Lokasi Toko Saung Pramuka terletak jauh dari jalan utama, yang dapat mengurangi visibilitas dan aksesibilitas bagi pelanggan.
6. Toko Saung Pramuka berada pada jarak sekitar 1 kilometer dari kawasan pendidikan, yang mungkin mempengaruhi kemudahan akses bagi pelajar dan penggiat pramuka.
7. Setiap konsumen memiliki preferensi yang berbeda. Oleh karena itu, mungkin ada variasi dalam pengaruh harga, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di kalangan konsumen Toko Saung Pramuka.
8. Kondisi lingkungan sekitar Toko Saung Pramuka, seperti keterbatasan akses, keamanan, kebersihan, dan keamanan parkir, dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap tempat tersebut dan memengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung atau berbelanja.

1.3. Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah di Toko Saung Pramuka menunjukkan bahwa terdapat beberapa permasalahan yang perlu ditangani. Untuk mencegah penyebaran topik penelitian yang terlalu luas, penulis memutuskan untuk membatasi masalah agar lebih terperinci dan jelas, sehingga pemecahan masalah dapat lebih terarah. Penelitian ini difokuskan pada produk topi boni, tongkat toya, dan kacu pramuka penegak.

Penelitian ini dilakukan di Kp. Maja Cicinta RT 001 RW 001, Desa Maja, Kecamatan Maja, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah secara simultan harga, kualitas layanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Saung Pramuka?
2. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Saung Pramuka?
3. Apakah secara parsial kualitas layanan berpengaruh signifikan keputusan pembelian pada Toko Saung Pramuka?
4. Apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan keputusan pembelian pada Toko Saung Pramuka?

1.5. Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah secara simultan harga, kualitas layanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Saung Pramuka.
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Saung Pramuka.
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Saung Pramuka.
4. Untuk mengetahui apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Saung Pramuka.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menentukan harga bagi suatu produk dan mendapat solusi bagaimana efisiennya dalam melakukan layanan yang berkualitas bagi konsumen.

2. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen strategi serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan harga dan layanan terhadap keputusan pembelian.
3. Sebagai bahan acuan untuk penelitian lebih lanjut dan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau bahan masukan tambahan pengetahuan dan pemahaman mengenai strategi.
4. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya di bidang manajemen strategi.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.