

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern, sektor ritel fisik, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), menghadapi tantangan ganda akibat perubahan perilaku konsumen pasca pandemi COVID-19 serta percepatan transformasi digital dalam aktivitas perdagangan. Konsumen kini semakin mengutamakan kenyamanan, efisiensi, dan keamanan dalam berbelanja, sehingga ekspektasi terhadap pengalaman belanja di toko fisik turut mengalami perubahan. Kondisi ini menempatkan toko ritel skala kecil dan menengah pada posisi yang semakin kompetitif, karena mereka tidak hanya bersaing dengan sesama toko fisik, tetapi juga dengan standar layanan dan ketersediaan produk yang semakin tinggi.

Dalam konteks tersebut, keberlangsungan toko fisik UMKM sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam mengelola faktor-faktor internal yang dapat dikendalikan secara langsung, seperti ketersediaan produk, kualitas pelayanan, dan pemilihan lokasi usaha yang strategis (Al Qusaeri et al., 2024). Ketiga faktor ini menjadi krusial karena berperan sebagai daya tarik utama yang memengaruhi keputusan konsumen untuk tetap berkunjung dan berbelanja secara langsung. Tanpa pengelolaan yang optimal terhadap aspek-aspek tersebut, toko fisik berisiko kehilangan relevansinya di tengah dinamika perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin menuntut efisiensi dan kemudahan.

Di tingkat nasional, sektor ritel menunjukkan daya tahan yang kuat meskipun menghadapi tekanan akibat disrupsi digital dan dampak pandemi COVID-19. Sektor ini masih memberi kontribusi besar terhadap PDB, yang menunjukkan peran pentingnya dalam menopang distribusi barang konsumsi di Indonesia (Aripin & Febrianto, 2022). Sebagai provinsi dengan ekonomi terbesar kedua, Jawa Timur menjadi acuan penting untuk mengamati perkembangan pasar ritel nasional. Perdagangan ritel di wilayah ini didominasi oleh banyaknya usaha kecil hingga menengah yang tersebar di berbagai kota nonmetropolitan. Namun demikian, toko fisik di daerah ini menghadapi tantangan serius akibat pergeseran preferensi konsumen terhadap kemudahan belanja daring serta menurunnya trafik pengunjung secara langsung. Maka, diperlukan kajian mendalam untuk memetakan ulang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja secara langsung, agar toko fisik dapat tetap bersaing (Ambarwati et al., 2024).

Kabupaten Pacitan di Jawa Timur adalah salah satu daerah yang banyak didominasi oleh sektor informal dan pelaku UMKM. Jenis usaha tersebut mencakup warung makan, jasa pertukangan, kerajinan, bengkel, serta perdagangan kecil. Keberadaan usaha ini berperan penting dalam menggerakkan perekonomian lokal, terutama karena perkembangan industri besar di wilayah tersebut masih terbatas. Salah satu bidang UMKM yang cukup berkembang adalah usaha ritel. Sektor ini berfungsi memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat sekaligus menghubungkan produsen

lokal dengan konsumen. Oleh karena itu, perkembangan usaha ritel di Pacitan penting untuk dikaji lebih lanjut.

Industri ritel di Pacitan sebagian besar masih didominasi oleh toko-toko tradisional milik keluarga yang telah lama ada. Toko-toko ini umumnya melayani pelanggan dari lingkungan sekitar dan mengandalkan hubungan sosial yang dekat dengan konsumen. Namun dalam beberapa tahun terakhir, mulai muncul persaingan baru dari minimarket modern yang masuk ke wilayah kecamatan. Ini mendorong ritel lokal untuk lebih inovatif agar tetap diminati konsumen. Salah satu contoh toko ritel lokal yang menarik untuk dikaji adalah Toko Dua Bersaudara, yang telah beroperasi lebih dari sepuluh tahun. Berbagai kalangan, mulai dari rumah tangga hingga pelaku usaha kecil, menjadikan toko ini sebagai tempat berbelanja utama di wilayahnya.

Bagi ritel lokal, kelengkapan produk menjadi faktor utama yang menentukan ketertarikan konsumen untuk berkunjung secara langsung. Konsumen umumnya mempertimbangkan toko yang menawarkan produk beragam sesuai kebutuhan, sekaligus memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi maupun mengakses lokasi toko (Kuncoro & Azizah, 2024). Apabila barang yang dibutuhkan tidak ada, mereka cenderung memilih tempat lain yang dinilai lebih sesuai dengan kebutuhannya. Dengan demikian, ketersediaan produk menjadi salah satu pertimbangan awal sebelum konsumen menentukan pilihan untuk mengunjungi sebuah toko.

Selain ketersediaan produk, kualitas pelayanan juga memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang baik. Pelayanan

yang ramah, cepat, dan informatif dapat meningkatkan kepuasan konsumen serta mendorong keinginan untuk kembali berkunjung. Ginting et al. (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berperan dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen, terutama melalui interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Namun, masih terdapat toko ritel lokal yang belum menerapkan kedua aspek tersebut secara konsisten, sehingga peningkatan kualitas produk dan pelayanan masih dapat menjadi peluang untuk memperkuat daya saing usaha.

Salah satu faktor yang membentuk preferensi konsumen pada ritel lokal adalah lokasi bisnis. Aksesibilitas, visibilitas, dan kenyamanan lokasi menjadi faktor yang sering kali dipertimbangkan konsumen sebelum memutuskan untuk berkunjung (Rumajar et al., 2022). Dalam Theory of Planned Behavior (TPB), keputusan berkunjung ke toko dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Ketersediaan produk dan kualitas layanan dapat membentuk sikap positif konsumen, sedangkan lokasi yang strategis dapat meningkatkan persepsi kemudahan akses (perceived behavioral control). Ketiga elemen tersebut secara bersama memengaruhi niat serta keputusan konsumen untuk melakukan kunjungan. Dalam konteks Toko Dua Bersaudara di Pacitan, integrasi ketiga variabel menjadi strategi penting untuk mempertahankan sekaligus menarik pelanggan di tengah persaingan ritel yang terus berkembang. Hal ini sejalan dengan Murtiningsih (2023) yang menegaskan bahwa kualitas dan persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada ritel modern di kawasan perkotaan atau sektor F&B yang berada di lokasi strategis. Rumajar et al. (2022) mengkaji pengaruh lokasi dan atmosfer toko terhadap keputusan pembelian, sedangkan Murtiningsih (2023) meneliti peran word of mouth, harga, dan kualitas produk pada pembelian minuman kopi. Penelitian-penelitian tersebut umumnya membahas faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen secara parsial, seperti lokasi, kualitas layanan, maupun atribut produk. Belum banyak penelitian yang mengintegrasikan tiga variabel utama yaitu ketersediaan produk, kualitas layanan, dan lokasi bisnis dalam satu model struktural yang diterapkan pada konteks toko ritel kecil di wilayah non-metropolitan seperti Pacitan. Padahal, karakteristik konsumen di daerah tersebut memiliki pola perilaku dan preferensi yang berbeda, menuntut pendekatan yang lebih kontekstual. Kesenjangan inilah yang menjadi alasan dilakukannya penelitian ini untuk menyajikan pemahaman yang lebih menyeluruh dan sesuai dengan kondisi pasar ritel lokal.

Penelitian ini menjadikan Toko Dua Bersaudara sebagai objek penelitian, yaitu toko ritel skala kecil yang berlokasi di pusat Kabupaten Pacitan dan bergerak di bidang penjualan kebutuhan pokok sehari-hari. Sebagai usaha ritel tradisional milik keluarga, toko ini tetap beroperasi secara aktif di tengah perubahan struktur pasar dan meningkatnya persaingan antar pelaku usaha. Basis pelanggan yang didominasi masyarakat sekitar menjadikan Toko Dua Bersaudara sebagai konteks empiris yang tepat untuk menganalisis pengaruh ketersediaan produk,

kualitas layanan, dan lokasi bisnis terhadap keputusan konsumen berkunjung. Selain itu, kondisi lokal seperti jangkauan geografis yang terbatas, tingkat digitalisasi yang belum merata, serta pola belanja konsumen nonmetropolitan yang mengutamakan kedekatan dan kebutuhan harian menjadikan objek ini relevan untuk diteliti. Melalui konteks tersebut, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih kontekstual mengenai perilaku konsumen ritel lokal dalam menghadapi persaingan yang semakin kompleks

Berdasarkan berbagai dinamika yang telah diuraikan dalam latar belakang mulai dari disrupsi digital, tantangan yang dihadapi ritel lokal, hingga kesenjangan dalam kajian akademik penelitian ini disusun dengan judul: **"Pengaruh Ketersediaan Produk, Layanan, dan Lokasi Bisnis terhadap Keputusan Berkunjung di Toko Dua Bersaudara."** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris bagaimana ketiga variabel tersebut memengaruhi keputusan konsumen untuk berkunjung ke toko ritel lokal, khususnya di wilayah Kabupaten Pacitan. Dengan pendekatan kuantitatif dan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM), studi ini diharapkan memberikan gambaran menyeluruh mengenai kekuatan dan arah hubungan antar variabel. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi landasan praktis bagi pelaku usaha dalam merumuskan strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih berbasis data serta relevan dengan konteks lokal.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini disusun untuk menggambarkan fokus analisis terhadap

hubungan kausal antar variabel dalam penelitian ini. Beberapa rumusan masalah yang penulis susun adalah sebagai berikut:

1. Apakah ketersediaan produk berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Toko Dua Bersaudara, Kabupaten Pacitan?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Toko Dua Bersaudara, Kabupaten Pacitan?
3. Apakah lokasi bisnis berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Toko Dua Bersaudara, Kabupaten Pacitan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman empiris dan mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam berkunjung ke toko ritel lokal. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh ketersediaan produk terhadap keputusan berkunjung konsumen di Toko Dua Bersaudara, Kabupaten Pacitan.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan berkunjung konsumen di Toko Dua Bersaudara, Kabupaten Pacitan.
3. Untuk menganalisis pengaruh lokasi bisnis terhadap keputusan berkunjung konsumen di Toko Dua Bersaudara, Kabupaten Pacitan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari sisi teoretis, studi ini berupaya memperluas pemahaman akademik tentang keputusan berkunjung konsumen dalam konteks ritel lokal, melalui kontribusi sebagai berikut:

- a. Memperkaya kajian perilaku konsumen dan manajemen pemasaran dalam konteks toko ritel lokal yang masih minim dieksplorasi dalam literatur akademik.
- b. Mengintegrasikan ketersediaan produk, kualitas layanan, dan lokasi bisnis dalam satu model penelitian kuantitatif yang komprehensif dan terpadu.
- c. Menjadi jembatan konseptual antara teori dan fenomena empiris yang terjadi di sektor ritel kecil dan menengah, khususnya pada bisnis lokal.
- d. Menyajikan kontribusi metodologis melalui penggunaan Structural Equation Modeling (SEM) untuk menganalisis perilaku konsumen secara simultan dan holistik.
- e. Membuka ruang eksplorasi lanjutan dalam pengujian model perilaku konsumen berbasis konteks mikro seperti ritel lokal, pedesaan, atau komunitas spesifik.
- f. Mendorong pengembangan pendekatan teoretis yang lebih kontekstual dan relevan dengan dinamika pasar nyata di luar pusat-pusat ritel modern.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga memiliki implikasi praktis yang relevan bagi pengelolaan toko ritel lokal, khususnya dalam konteks Toko Dua Bersaudara, sebagaimana dijelaskan dalam poin-poin berikut:

- a. Menyediakan dasar pengambilan keputusan manajerial terkait pengelolaan stok barang, peningkatan kualitas layanan karyawan, dan evaluasi efektivitas lokasi toko.
- b. Membantu pelaku usaha lokal untuk mengidentifikasi variabel dominan yang paling memengaruhi keputusan konsumen dalam berkunjung.
- c. Mengarahkan intervensi strategis secara lebih fokus pada aspek yang paling berdampak terhadap perilaku pelanggan.
- d. Menjadi referensi bagi pemerintah daerah atau instansi terkait dalam menyusun kebijakan pemberdayaan UMKM di sektor ritel berbasis kebutuhan riil pasar.
- e. Mendorong terciptanya lingkungan ritel yang lebih responsif dan konsumen-sentris, sehingga pengalaman berbelanja menjadi lebih nyaman dan efisien.

- f. Memberikan kontribusi terhadap penguatan ekosistem usaha lokal yang lebih sehat, berdaya saing, dan berkelanjutan.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis dalam lima bab utama yang saling berkaitan satu sama lain. Setiap bab dirancang untuk membangun argumen ilmiah secara runtut dari latar belakang masalah hingga kesimpulan dan saran. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah yang mendasari pentingnya penelitian, perumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, serta sistematika penulisan skripsi secara keseluruhan.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan landasan teori yang relevan dengan variabel-variabel penelitian, yaitu ketersediaan produk, layanan, lokasi bisnis, dan keputusan berkunjung. Selain itu, dibahas pula penelitian-penelitian terdahulu yang mendukung, rumusan hipotesis yang akan diuji, serta kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antar variabel dalam penelitian.

3. Bab III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan secara rinci jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan, sumber data, populasi dan teknik penentuan sampel, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, serta metode analisis

data yang digunakan dalam penelitian, yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM).

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil penelitian berdasarkan data yang telah diolah, disertai interpretasi dan analisis mendalam terhadap temuan yang diperoleh. Pembahasan dilakukan dengan mengaitkan hasil empiris dengan teori dan penelitian sebelumnya, serta menjelaskan implikasi dari hubungan antar variabel yang ditemukan.

5. Bab V Penutup

Bab terakhir memuat kesimpulan yang menjawab rumusan masalah berdasarkan hasil penelitian, serta saran-saran yang diberikan baik untuk pengembangan keilmuan maupun aplikasi praktis bagi toko yang menjadi objek penelitian maupun pelaku usaha serupa.

