

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pemerintah Indonesia dalam upaya meningkatkan kesejahteraan dan pembangunan desa telah mengumumkan program yang bertujuan untuk memperkuat kemandirian ekonomi. Salah satu program yang diluncurkan pemerintah ialah pembentukan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). BUMDes adalah lembaga yang dibentuk oleh pemerintah desa untuk mengelola potensi sumber daya alam, manusia, dan fasilitas yang ada di desa guna meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat setempat. Keberadaan BUMDes diharapkan mampu meningkatkan kegiatan ekonomi di tingkat desa melalui pengelolaan usaha berdasarkan pada potensial lokal. Salah satu BUMDes yang telah berjalan ialah BUMDes Mapan Mart yang ada di Desa Karang Sari, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen. BUMDes Mapan Mart ini berada di kompleks balai Desa Karang Sari bergerak di bidang ritel yang menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat sekaligus menjadi wadah bagi masyarakat untuk memasarkan produk UMKM mereka.

BUMDes Mapan Mart merupakan program pemerintah Desa Karang Sari sebagai wujud upaya dalam meningkatkan kesejahteraan dan memperkuat kemandirian ekonomi di Desa Karang Sari. Adanya BUMDes Mapan Mart membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan ekonominya mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga pelayanan jasa yang disediakan oleh BUMDes. BUMDes Mapan Mart berfokus pada bidang ritel dengan menjual

berbagai macam barang seperti kebutuhan sehari-hari atau sembako, perlengkapan sekolah, peralatan dapur serta kebutuhan yang lainnya. Selain produk, BUMDes juga menyediakan layanan jasa antara lain, layanan BRI link untuk pembayaran tagihan BPJS, PDAM, tarik tunai, ataupun pembayaran yang lainnya. BUMDes Mapan Mart hadir ditengah-tengah masyarakat Desa Karang Sari dengan memberikan pelayanan yang terbaik, harga yang lebih terjangkau, lokasi yang strategis, mengenalkan hasil produk lokal, serta hasil keuntungan dari BUMDes Mapan Mart dapat digunakan untuk membangun desa menjadi lebih maju.

Sejak mulai beroperasi pada 20 Desember 2017, BUMDes Mapan Mart telah mencatat perkembangan signifikan, khususnya dalam hal pendapatan usaha. Pada tahun 2023, omzet usaha dari toko ritel mencapai Rp6,83 miliar dengan keuntungan bersih sebesar Rp277,2 juta, yang menunjukkan kinerja usaha yang cukup baik sebelum memasuki tahun berikutnya. Hingga tahun 2024, total omzet kumulatif dari berbagai unit usaha yang dikelola, terutama minimarket Mapan Mart sebagai penyumbang utama, disusul oleh layanan perbankan, penyewaan tenda, dan sektor perkebunan telah mendekati angka Rp7 miliar. Pada tahun 2024 saja, pendapatan usaha tercatat sekitar Rp1,07 miliar dengan laba bersih sebesar Rp76 juta setelah dikurangi biaya operasional dan penyusutan senilai Rp994 juta. Keuntungan tersebut kemudian dialokasikan secara proporsional, yaitu 21% disalurkan untuk Pendapatan Asli Desa (PADes), 50% untuk pengembangan usaha, 17% untuk kelembagaan, 10% untuk kegiatan sosial, dan 2% sebagai bentuk apresiasi

kepada internal pengelola. Capaian ini menunjukkan bahwa BUMDes Mapan Mart tidak hanya menjadi pusat aktivitas ekonomi desa, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan dan kesejahteraan masyarakat Desa Karang Sari.

Selain dari sisi penjualan, tingkat kunjungan konsumen juga menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan BUMDes. Berdasarkan data sementara dari hasil wawancara dan pengamatan, Mapan Mart dikunjungi rata-rata oleh puluhan konsumen setiap hari, khususnya pada jam-jam sibuk seperti pagi hari sebelum aktivitas sekolah dan sore hari setelah jam kerja. Kunjungan meningkat pada akhir pekan dan hari pasar. Namun demikian, dalam beberapa bulan terakhir, terdapat kecenderungan fluktuasi jumlah kunjungan yang disinyalir akibat persaingan dari toko ritel modern.

Secara geografis, letak Mapan Mart yang strategis juga diperkuat dengan keberadaan beberapa lembaga pendidikan di sekitarnya. Terdapat beberapa sekolah diantaranya, SMK N 1 Kebumen, SMA N 2 Kebmen, SMK Taman Karya juga terdapat beberapa pondok pesantren, salah satunya yaitu Pondok Pesantren Al Istiqomah yang berjarak 300 meter dari lokasi BUMDes. Hal ini berimplikasi pada komposisi konsumen yang cukup beragam, mulai dari siswa, santri, hingga masyarakat umum. Selain itu, sebagian besar konsumen, sekitar 60 - 70% merupakan warga asli Desa Karang Sari, sedangkan sisanya berasal dari desa tetangga yang tertarik karena lokasi toko yang mudah dijangkau dan produk yang relatif terjangkau.

Desa Karang Sari memiliki bisnis ritel tidak hanya BUMDes Mapan Mart, tetapi juga terdapat ritel yang lainnya maupun ritel tradisional. Tingkat persaingan yang semakin ketat membuat konsumen memiliki kemampuan tawar-menawar yang besar terkait kualitas produk, variasi pilihan, lokasi toko, kenyamanan, serta layanan yang memberikan nilai tambah. Namun demikian, konsumen juga cenderung mempertimbangkan faktor harga yang lebih terjangkau, waktu efisien, upaya yang lebih mudah, serta risiko yang rendah dalam pengambilan keputusan pembelian.

Fenomena tersebut menjadi alasan pentingnya penelitian ini untuk mengkaji lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan memahami secara spesifik pengaruh dari lokasi, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian sehingga diharapkan BUMDes Mapan Mart dapat merumuskan strategi yang lebih tepat dalam meningkatkan loyalitas konsumen dan menghadapi persaingan pasar secara berkelanjutan.

Keputusan pembelian ialah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih konsumen pada pembelian (Nur Indahsari & Roni, 2022). Berdasarkan definisi tersebut, keputusan pembelian dalam bisnis ritel merupakan proses dimana konsumen memilih salah satu dari berbagai alternatif solusi yang sudah dipertimbangkan lalu diwujudkan melalui tindakan yang nyata. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja di sebuah toko ritel. Beberapa diantaranya meliputi kelengkapan produk, variasi produk, kebersihan, keamanan, harga, kualitas, kenyamanan, lokasi, dan lain-

lain. Berikut ini hasil observasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada BUMDes Mapan Mart.

**Tabel I- 1**  
**Hasil Observasi**

NO	Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	Responden yang memilih	Prosentase
1.	Lokasi	13	40,6%
2.	Keragaman Produk	9	28,1 %
3.	Kualitas pelayanan	7	21,9 %
4.	Harga	2	6,3 %
5.	Lainnya	2	3,1 %
	<b>Jumlah</b>	32	100%

*Sumber: Hasil observasi pada konsumen BUMDes Mapan Mart 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa alasan utama responden melakukan keputusan pembelian di BUMDes Mapan Mart karena faktor lokasi yang strategis atau dekat. Hal ini terlihat dari prosentase sebesar 40,6%, sedangkan keragaman produk sebesar 28,1%, kualitas pelayanan sebesar 21,9 %, harga sebesar 6,3%, dan sisanya memilih faktor lainnya sebesar 3,1 %.

Memilih lokasi yang strategis dan mudah dijangkau menjadi salah satu faktor yang dapat menarik konsumen. BUMDes Mapan Mart terletak di perempatan jalan serta berada satu area dengan balai desa merupakan lokasi yang tepat untuk bisnis. Lokasi BUMDes Mapan Mart yang strategis dan mudah dijangkau menjadi alternatif para konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Selain itu, faktor lain yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di BUMDes Mapan Mart ialah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik menjadi salah satu alasan konsumen melakukan keputusan pembelian. Konsumen melakukan keputusan pembelian

disuatu toko karena alasan pelayanan yang diberikan oleh para karyawan terhadap konsumen itu baik sehingga memberikan pengalaman positif. Kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan konsumen. Artinya, layanan bisa disebut berkualitas jika memenuhi sebagian besar harapan para konsumen

Kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan konsumen. Artinya, layanan bisa disebut berkualitas jika memenuhi sebagian besar harapan para konsumen (Sisdiyantoro et al., 2024). BUMDes Mapan Mart dengan kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan sehingga mendorong keberhasilan bisnis ritel. Karyawan BUMDes Mapan Mart memiliki standar kualitas pelayanan dari karyawannya, seperti berpenampilan rapi, tanggap dan kompeten dalam melayani konsumen.

Selain lokasi dan kualitas pelayanan, keragaman produk atau kelengkapan produk juga mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian di BUMDes Mapan Mart. Keragaman produk menjadi salah satu alasan konsumen melakukan keputusan pembelian karena memberikan kepuasan dan mempermudah konsumen dalam menentukan pilihan. Konsumen lebih cenderung memilih berbelanja di toko yang menawarkan produk lengkap sehingga kebutuhan dan harapan mereka terpenuhi ketika berbelanja. Produk yang disediakan di BUMDes Mapan Mart terdiri dari berbagai bentuk model, ukuran, serta jumlah sehingga memberikan lebih banyak pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Beberapa unsur diatas merupakan merupakan hal penting yang dilakukan untuk menghadapi dinamika persaingan yang kompetitif. Adapun upaya untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih layanan atau produk dari BUMDes Mapan Mart. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan daya tarik konusmen. Selain itu, kualitas pelayanan yang prima mampu memberikan pengalaman positif bagi konsumen sehingga membangun loyalitas terhadap produk ataupun layanan yang ditawarkan. Keragaman produk juga menjadi daya tarik untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis pengaruh lokasi, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen sehingga BUMDes Mapan Mart mampu mengoptimalkan strategi pengelolaan dan meningkatkan daya saing.

Berdasarkan hasil observasi, BUMDes Mapan Mart memiliki beberapa dalam keunggulan dalam kelengkapan produk. Beragam jenis, model, variasi ukuran, serta harga tersedia. Keragaman produk yang ditawarkan menjadikan BUMDes Mapan Mart sebagai pilihan konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sehingga toko ini selalu ramai pembeli. Selain itu, kelengkapan produk BUMDes Mapan Mart secara rutin memperbarui barang dagangannya dan memastikan stok selalu tersedia.

Penelitian tentang keputusan pembelian telah banyak dilakukan, salah satunya oleh Indahsari dan Roni (2022) yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap

keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian tentang keputusan pembelian juga dilakukan oleh Yolandia, S. (2022) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembeli. Penelitian ini menunjukkan bahwa keragaman produk, lokasi dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian tentang keputusan pembelian juga dilakukan oleh Fibrasari (2022) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi, keragaman produk dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Beberapa tahun terakhir, pemerintah aktif melakukan pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai strategi untuk memperkuat ekonomi desa. Salah satu jenis usaha yang banyak dikembangkan oleh BUMDes ialah toko *modern*, seperti Mapan Mart Karang Sari yang bertujuan menyediakan kebutuhan masyarakat dengan harga terjangkau dan layanan berkualitas. Namun, dengan semakin ketatnya persaingan dari minimarket serta toko ritel *modern* lainnya, BUMDes menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan daya tarik dan loyalitas pelanggan.

Era *modern* seperti sekarang ini, minimarket atau swalayan telah menjadi pilihan utama bagi konsumen diberbagai daerah, termasuk di desa –

desa. Keberadaan minimarket di desa tidak hanya memberikan kemudahan akses bagi konsumen, tetapi juga mempengaruhi pola berbelanja dan keputusan pembelian mereka. Masyarakat desa yang sebelumnya bergantung pada toko tradisional kini beralih ke minimarket karena berbagai faktor, diantaranya seperti lokasi yang dekat, kualitas pelayanan yang lebih baik, serta keragaman produk yang ditawarkan.

Fenomena yang muncul menunjukkan bahwa banyak konsumen di desa cenderung beralih ke toko ritel modern atau memilih berbelanja di pusat kota karena melihat toko-toko tersebut lebih lengkap, memiliki lokasi yang strategis dan menawarkan layanan yang baik. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran keberadaan usaha BUMDes belum sepenuhnya mampu memenuhi ekspektasi masyarakat. Sebaliknya, keputusan konsumen dalam berbelanja dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti lokasi yang mudah diakses, kualitas layanan yang baik dan keberagaman produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Jika salah satu faktor tersebut tidak terpenuhi, konsumen cenderung berpindah ke tempat belanja lain yang pada akhirnya dapat mengancam keberlangsungan usaha BUMDes.

Namun, meskipun banyak penelitian telah dilakukan mengenai keputusan pembelian pada minimarket di perkotaan, masih terdapat kekurangan dalam pemahaman tentang bagaimana faktor – faktor tersebut beroperasi di konteks desa. Karakteristik konsumen, budaya lokal, dan kebiasaan belanja di desa berbeda dibandingkan dengan di perkotaan. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana lokasi, kualitas pelayanan,

dan keragaman produk mempengaruhi keputusan pembelian di minimarket desa.

Fenomena ini menjadi penting untuk diteliti, mengingat BUMDes tidak hanya berfungsi sebagai bisnis, tetapi juga sebagai pendorong pembangunan desa. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk menganalisis pengaruh faktor lokasi, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen khususnya di BUMDes Mapan Mart Karang Sari guna menyusun strategi yang tepat dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Meskipun keberadaan BUMDes Mapan Mart telah memberikan dampak positif bagi masyarakat, masih terdapat beberapa permasalahan yang perlu diperhatikan. Faktor lokasi yang strategis ternyata belum sepenuhnya menjadi pertimbangan utama konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, sehingga efektivitasnya sebagai daya tarik perlu dipertanyakan. Di sisi lain, kualitas pelayanan yang diberikan belum selalu konsisten, padahal pelayanan yang kurang maksimal berpotensi menurunkan keputusan pembelian konsumen. Keragaman produk yang tersedia memang cukup beragam, namun masih kalah dibandingkan ritel modern yang menawarkan variasi lebih luas dan promosi menarik. Selain itu, semakin ketatnya persaingan dengan minimarket modern seperti Indomaret dan Alfamart di sekitar desa menjadi tantangan besar bagi BUMDes Mapan Mart. Kondisi ini menunjukkan perlunya analisis lebih mendalam mengenai pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian agar

BUMDes Mapan Mart dapat merumuskan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan ritel modern.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Poduk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen BUMDes Mapan Mart)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Tingkat keputusan pembelian yang dilakukan konsumen pada BUMDes Mapan Mart terbukti tinggi. Hal ini disebabkan oleh faktor lokasi yang strategis berada dipusat keramaian serta dekat dengan pemukiman warga sehingga mudah dijangkau. Kualitas pelayanan pada BUMDes Mapan Mart juga cukup baik. Karyawan pada BUMDes Mapan Mart secara tanggap dan kompeten dalam melayani konsumen sehingga memberikan kepuasan dan loyalitas terhadap konsumen. Selain itu, konsumen juga tertarik karena memiliki keragaman produk atau kelengkapan produk yang ada pada BUMDes Mapan Mart. Mulai dari berbagai jenis produk, variasi harga, ukuran , serta merek tersedia di toko ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang muncul dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian. Sebagai rincian dari rumusan masalah, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada BUMDes Mapan Mart di Karang Sari, Kebumen?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada BUMDes Mapan Mart di Karang Sari, Kebumen?
3. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada BUMDes Mapan Mart di Karang Sari, Kebumen?
4. Apakah lokasi, kualitas pelayanan, dan keragaman produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada BUMDes Mapan Mart di Karang Sari, Kebumen?

### **1.3. Batasan Masalah**

Batasan masalah berfungsi untuk menghindari penyimpangan ataupun pelebaran pokok permasalahan agar penelitian lebih terarah serta memudahkan dalam pembahasan sehingga tercapai tujuan dari penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Penelitian ini ditujukan kepada para konsumen yang sudah membeli di BUMDes Mapan Mart dengan jumlah minimal satu kali.
2. Responden dengan usia minimal 17 tahun.
3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan sikap konsumen yang memutuskan untuk membeli barang atau jasa yang dibutuhkannya. Indikator-indikator pada penelitian ini antara lain (Sonia Yolanda, 2022) :

- a) Sesuai kebutuhan
- b) Mempunyai manfaat

- c) Ketepatan dalam membeli produk
- d) Pembelian berulang.

#### 4. Lokasi

Lokasi yang strategis diartikan sebagai letak yang dapat dijangkau oleh konsumen dan memberikan berbagai kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya (Nurlia, 2021) . Indikator-indikator pada penelitian ini antara lain (Amalia & Maskur, 2023) :

- a) Lokasi yang mudah dijangkau
- b) Ketersediaan lahan parkir
- c) Tempat yang cukup
- d) Lingkungan sekitar yang nyaman

#### 5. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Averina & Widagda, 2021). Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan pada penelitian ini antara lain ( Fndy Tjiptono, 2016:284) :

- a. Reliabilitas (reliability)
- b. Daya Tanggap (Responsiveness)
- c. Jaminan (Assurance)
- d. Empati (Empathy)
- e. Bukti Fisik (Tangible)

#### 6. Keragaman produk

Menurut Kotler dan Keller (2012:25) mengemukakan bahwa keragaman produk adalah tersedianya semua jenis produk mulai dari banyaknya jumlah, kesesuaian dengan selera dan keinginan serta ketersediaan produk yang ditawarkan untuk dimiliki oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Indikator indikator pada penelitian ini antara lain (Sonia Yolandia, 2022) :

- a) Variasi merek produk
- b) Variasi kelengkapan produk
- c) Variasi ukuran produk
- d) Kualitas produk

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen BUMDes Mapan Mart di Karang Sari, Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen BUMDes Mapan Mart di Karang Sari, Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen BUMDes Mapan Mart di Karang Sari, Kebumen.
4. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen BUMDes Mapan Mart di Karang Sari, Kebumen.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

#### a. Bagi peneliti

Penelitian ini adalah kesempatan yang sangat bermanfaat untuk menambah pengetahuan, pengalaman sebagai media untuk belajar memecahkan masalah dengan mengaplikasikan teori-teori yang dipelajari di bangku kuliah.

#### b. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan referensi, bahan pertimbangan serta sebagai tambahan pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya dalam keputusan pembelian bagi para peneliti di masa yang akan datang.

### **1.5.2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan gambaran mengenai keputusan pembelian konsumen dan sebagai hasil pertimbangan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada BUMDes Mapan Mart.