

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kemajuan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan hal tersebut banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak dalam bidang perdagangan eceran (retail). Perkembangan retail atau pasar eceran yang begitu pesat, berdampak pada tingginya persaingan memperebutkan pangsa pasar pada dunia usaha saat ini. Perusahaan yang ingin berhasil dalam persaingan pada saat ini harus memiliki strategi yang dapat memahami perilaku konsumen. Perusahaan yang baik adalah yang memahami betul siapa pelanggannya dan bagaimana mereka berperilaku. Pemahaman mengenai siapa pelanggannya akan menuntun para pengusaha kepada keberhasilan memenangkan persaingan dunia usaha yang telah melampaui batas negara.

Pedagang eceran (retail) merupakan perdagangan yang sangat strategis di Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja setelah sektor pertanian. Jenis perdagangan retail terbagi dua, yakni retail tradisional yang secara langsung diwakili oleh pedagang kecil atau kelontong yang berada di pasar tradisional maupun di perumahan dan retail modern yang diwakili oleh supermarket dan minimarket seperti, Indomaret, Alfamart dan minimarket yang mengusung nama lokal.

Dengan jumlah penduduk Indonesia pada pertengahan tahun 2014 sekitar 252,20 jiwa, pasar eceran atau pasar retail di Indonesia merupakan peluang pasar yang besar. Tren pertumbuhan ekonomi yang bergantung pada sektor konsumsi rumah tangga terjadi kenaikan pada tahun-tahun 2012 (54,56%), 2013 (55,82%), dan 2014 (56,07%). Pertumbuhan konsumsi rumah tangga pada 2011

sebesar 4,7%, 2012 sebesar 5,28%, 2013 sebesar 5,28%, dan pada 2014 sebesar 5,14% (finansial.bisnis.com). Belanja tersebut mencakup seluruh kebutuhan rumah tangga, mulai dari kebutuhan sehari-hari seperti gula, sabun mandi, pakaian, hingga kebutuhan barang tahan lama seperti kulkas, emas dan mobil.

Minimarket menawarkan konsep wisata belanja yang tidak jauh dari rumah. Minimarket sekarang dilengkapi dengan sejumlah fasilitas, seperti mesin anjungan tunai bank swasta maupun BUMN, penarikan uang tunai, dan pembayaran menggunakan kartu debit, bahkan beberapa minimarket dilengkapi dengan permainan anak-anak, serta beberapa promosi atau penawaran keuntungan lainnya yang ditawarkan. Bagi beberapa kalangan masyarakat belanja di minimarket dapat meningkatkan prestise (pengaruh). Mulai dari kemudahan, kebersihan, kenyamanan serta berbagai fasilitas tersebut dapat memalingkan masyarakat yang biasa berbelanja di pasar tradisional maupun warung untuk berbelanja di minimarket.

PT. Indomarco Prismatama (Indomaret group) merupakan perusahaan retail nasional dan jaring retail waralaba terbesar di Indonesia. Indomaret group memiliki 7 sektor bisnis yaitu: Retail, Grocery, IT Consultant, Food and Beverages, Shopping Plaza, Bakery dan Japanese Restaurant. Secara garis besar Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 m<sup>2</sup>. Pertumbuhan bisnis Indomaret Group sangatlah cepat. Tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia, setelah Indomaret teruji dengan lebih dari 230 gerai. Pada Mei 2003 Indomaret meraih penghargaan "Perusahaan Waralaba 2003" dari Presiden Megawati Soekarnoputri. Jumlah gerai hingga tahun 2015 adalah 11.400 gerai dengan rincian 60% gerai adalah milik sendiri dan sisanya waralaba milik masyarakat.

Mitra usaha waralaba Indomaret meliputi: koperasi, badan usaha dan perorangan. Gerai Indomaret akan terus bertambah dan berkembang setiap harinya dan saat ini Indomaret Group telah memiliki 24 cabang yang tersebar diberbagai kota di seluruh wilayah Indonesia. Indomaret mudah ditemukan di daerah perumahan, gedung perkantoran dan fasilitas umum karena penempatan lokasi gerai didasarkan pada motto "mudah dan hemat". Lebih dari 4.000 jenis produk makanan dan non-makanan tersedia untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehari-hari.

Untuk mencapai visi dari Indomaret group yaitu menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan retail waralaba yang unggul dalam persaingan global, dibutuhkan tenaga profesional muda yang memiliki jiwa kepemimpinan yang tinggi serta technical skill yang baik yang nantinya akan dipersiapkan untuk menjadi future leader Indomaret Group.

Dengan luas bangunan 196 m<sup>2</sup>, Indomaret Bunder Asri Gresik beralamat di Jl. Bunder Asri yang letaknya sangat strategis di sebelah Pintu Masuk Perumahan Bunder Asri dan dekat dengan Rumah Sakit Ibnu Sina Gresik.

Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang. Promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau pelanggan yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk pelanggan, segala kegiatan itu bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan menarik minat pelanggan dalam mengambil keputusan membeli di perusahaan tersebut.

Kegiatan promosi dalam perusahaan merupakan bagian terpenting disamping variabel lainnya seperti produk, harga, dan saluran distribusi. Suatu produk tidak akan berguna jika tidak disampaikan kepada pelanggan, Oleh karena itu, promosi merupakan bentuk komunikasi awal antara perusahaan dan

pelanggan serta sebagai salah satu media untuk memperkenalkan produk kepada pelanggan agar mengetahui akan keberadaan produk perusahaan tersebut.

Tujuan promosi secara sederhana menurut Kuncoro (2010:134) terbagi menjadi tiga jenis yaitu :

1. Memberikan informasi pelanggan tentang produk atau fitur baru.
2. Mengingatkan pelanggan tentang merek perusahaan.
3. Mempengaruhi pelanggan untuk membeli.

Pada dasarnya, tujuan promosi mengandung tiga unsur yakni memberikan informasi, mempengaruhi dan menjadi hal penting bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumen dan bertahan hidup baik saat produk baru mulai diperkenalkan, dipasarkan hingga produk sudah dikenal masyarakat.

Aktivitas penyampaian informasi manfaat dari sebuah produk atau jasa yang tersedia bagi pelanggan yang ditargetkan. Termasuk didalamnya : iklan, penjualan Personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat. (Kotler dan Armstrong, 2010).

Tebus Murah adalah salah satu cara promosi terbaru yang di ekspose oleh Indomaret, yang merupakan salah satu bentuk promosi dengan mekanisme membayar barang dengan nominal kecil atau suka – suka pelanggan setelah melakukan pembelian dengan nominal tertentu terlebih dahulu yang bertujuan untuk membentuk image murah terhadap konsumen dan meningkatkan sales yang masuk kepada perusahaan.

Promosi Tebus Murah di Indomaret memiliki 2 mekanisme :

- a. Mekanisme pertama, membayar angsuran/ tagihan/ tiket transportasi/ pelayanan jasa lainnya di minimarket tersebut dan menyatukan produk yang ditentukan “Tebus Murah” dalam satu transaksi. Biasanya, produk Tebus Murah disini adalah private label.

- b. Mekanisme kedua, membeli produk barang dengan nilai transaksi minimal Rp. 50.000 ribu dengan mencantumkan produk sponsor di dalamnya ataupun tidak, lalu membeli produk “Tebus Murah” dalam satu transaksi/struk. Mekanisme ini berbeda setiap wilayah pasar Indomaret.

Potongan harga (diskon) adalah pengurangan langsung terhadap harga atas pembelian selama satu periode tertentu. Potongan harga merupakan bagian yang penting serta berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan. Pemberian potongan harga kepada pelanggan maupun pada saat pembelian dalam skala yang lebih besar sedikit banyak akan dapat menambah bahkan mempertahankan minat pelanggan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan.

Contoh dari promosi potongan harga di Indomaret seperti :

- a. Tiap beli 1 pcs produk A mendapatkan diskon langsung sebesar Rp 5.000,-.
- b. Tiap beli 2 atau 3 pcs produk B mendapatkan diskon langsung sebesar Rp 7.500,-.

Ketersediaan barang atau safety stock adalah perlindungan terhadap ketidak pastian permintaan maupun pasokan. Perusahaan biasanya menyimpan lebih banyak dari yang dibutuhkan selama satu periode tertentu supaya kebutuhan yang lebih banyak bisa dipenuhi tanpa harus menunggu. Selain itu, tujuan dari safety stock adalah untuk melindungi atau menjaga kemungkinan terjadinya kehabisan stock (stock out).

Persediaan berperan penting bagi perusahaan. Menurut Martani (2012:45) persediaan merupakan salah satu yang penting bagi suatu entitas baik bagi perusahaan retail.

Mengenai ketersediaan barang di Indomaret yaitu adanya stock yang mencukupi ketika promosi berlangsung (ready stock).

Contoh ketersediaan barang di Indomaret seperti :

- a. Barang yang mencukupi ketika promosi berlangsung, tidak terlalu banyak dan juga tidak terlalu sedikit.
- b. Barang yang tersedia dalam kondisi baik atau tidak cacat ketika promosi berlangsung.
- c. Barang yang lengkap dan bervariasi.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Pelayanan merupakan segala bentuk kegiatan/aktifitas yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan.

Menurut Lewis dan Booms (dalam Tjiptono,2012:157) kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung.

Kualitas pelayanan di Indomaret yaitu sikap karyawan ketika dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Contoh kualitas pelayanan di Indomaret seperti :

- a. Pelayanan yang ramah (terdapat senyum, sapa dan salam).
- b. Keakuratan dan ketelitian dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
- c. Kecepatan kasir dalam melayani pembayaran.

Di dalam dunia perdagangan, kepuasan pelanggan merupakan salah satu factor penting yang akan menentukan kesuksesan usaha perdagangan seseorang. Kepuasan pelanggan yang dimaksud adalah kemudahan yang

ditawarkan produsen kepada pelanggan. Kemudahan–kemudahan yang mungkin ditawarkan oleh produsen, kemudahan dalam bertransaksi, kemudahan dalam berkomunikasi produsen. Faktor lain yang juga akan mempengaruhi distribusi adalah bagaimana memperkenalkan kepada pelanggan. Semakin menarik memperkenalkan produknya, maka produsen semakin mudah mengambil cara strategi dalam pasar.

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan dipenuhi suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik.

Pada prinsipnya setiap perusahaan tatkala menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan pelanggan. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumenn, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Demikianlah sebagaimana yang disampaikan oleh banyak pakar ekonomi yang memberikan definisi mengenai kepuasan pelanggan.

Robert W. Lucas berpendapat bahwa : *“Satisfaction is a big factor for many customers in remaining loyal. In your own organization, your effort could be a deciding factor in customer ratings for the quality of service rendered”*. (Kepuasan

merupakan faktor utama bagi banyak pelanggan untuk tetap setia. Dalam organisasi anda sendiri, usaha anda bisa menjadi faktor penentu dalam peringkat pelanggan untuk kualitas layanan yang diberikan) (New York: McGraw-Hill Companies, Inc. 2012),p.363.

Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini yaitu promosi tebus murah berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, potongan harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, ketersediaan barang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dan promosi tebus murah, potongan harga, ketersediaan barang, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Dari keempat variabel tersebut manakah yang paling banyak berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Bunder Asri Gresik ?

Berdasarkan data tersebut maka akan menarik untuk diteliti lebih lanjut mengenai kepuasan pelanggan Indomaret Bunder Asri Gresik. Dari sinilah peneliti mengajukan judul **“Pengaruh Promosi Tebus Murah, Potongan Harga, Ketersediaan Barang, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Bunder Asri Gresik”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Menganalisa apakah promosi tebus murah berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Bunder Asri Gresik?
2. Menganalisa apakah potongan harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Bunder ASri Gresik?
3. Menganalisa apakah ketersediaan barang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Bunder Asri Gresik?
4. Menganalisa apakah kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Bunder Asri Gresik?

5. Menganalisa apakah promosi tebus murah, potongan harga, ketersediaan barang dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Bunder Asri Gresik ?
6. Menganalisa variabel apakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Indomaret Bunder Asri Gresik?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial promosi tebus murah terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Bunder Asri Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial potongan harga terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Bunder Asri Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial ketersediaan barang terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Bunder Asri Gresik.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Bunder Asri Gresik.
5. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan promosi tebus murah, potongan harga, ketersediaan barang dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Bunder Asri Gresik.
6. Untuk mengetahui variabel bebas manakah yang paling berpengaruh secara signifikan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari melakukan penelitian ini antara lain :

1. Aspek Akademis

Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengambil topik yang sama dan menambah hazanah perbendaharaan penelitian di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya.

## 2. Aspek Pengembangan ilmu dan Pengetahuan

Untuk pengembangan teori yang diharapkan hasil penelitian ini dapat mengembangkan teori pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh promosi tebus murah, potongan harga, ketersediaan barang, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

## 3. Aspek Praktis

Dapat memberikan masukan-masukan serta informasi kepada pihak PT. Indomarco Prismatama Cabang Gresik khususnya Indomaret Bunder Asri Gresik. Informasi tersebut berupa gambaran tentang manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Bunder Asri Gresik. Semoga dengan informasi ini dapat membantu untuk melakukan evaluasi dalam menetapkan strategi yang tepat.