

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia bisnis ritel akan terus berkembang secara pesat dengan kebutuhan penduduk yang jumlahnya terus meningkat . salah satu bisnis ritel yang memberikan pelayanan yakni kebutuhan pokok dan harian adalah minimarket. Indomaret tetap konsisten dari tahun 2004 sampai saat ini menjadi minimarket (lokal) dikelola secara profesional dan memberikan arah kedepan yang baik.

Pada era Globalisasi ini , Persaingan retail di dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Pilihan berbelanja bagi konsumen sangatlah penting karena adanya ritel-ritel lain yang memberikan Services Excelent yang baik dan tidak lepas dari usaha manajemen toko dalam memberikan kepuasan kepada pelangganya. Khususnya dalam kegiatan pemasaran yaitu Kualitas Pelayanan , Promosi penjualan dan Citra merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT . Indomaret cabang Sadai Bengkong. Di Kota Batam bisnis retail seperti minimarket sudah sangat berkembang . hal ini dilihat dari kehadiran gerai tertentu seperti Indomaret dan Alfamart diberbagai wilayah tidak hanya di jalan utama tetapi di setiap jalan menuju pemukiman masyarakat kita akan melihat indomaret . tidak dapat terpikirkan Dinas perizinan terpadu satu pinta atau disebut juga PTSP di kota batam mencatat terdapat 194 gerai indomaret dan 167 gerai alfamart di seluruh area di kota Batam.(Batam.co.id, 2020)

Indomaret adalah ritel yang menyediakan kebutuhan pokok, kebutuhan sehari – hari masyarakat dengan outlet atau penjualan kurang dari 200 m². Dikelolah oleh PT Indomarco Prismatama yang awal pembukaan Indomaret berada di daerah Kalimantan dan toko pertama di buka di Jakarta Utara tepatnya di Ancol. Pada tahun 1997 perusahaan ini mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama kali di indonesia, setelah diuji dengan lebih 230 gerai Pt Indomarco Prismatama berhasil dalam bisnisnya. kemudian pada bulan Mei 2003 Indomaret mendapatkan penghargaan yakni “ Perusahaan Waralaba 2003” dari Presiden Megawati Soekarnoputri.

Banyak Perusahaan yang telah berkembang pesat salah satunya adalah minimarket. Minimarket merupakan sebuah pasar swalayan yang mempunyai satu atau dua alat mesin register yang disebut juga dengan mesin kasir. Indomaret adalah salah satu minimarket yang berkembang hingga saat ini. Indomaret juga mempunyai banyak cabang sampai ke pelosok daerah. (Gede Marendra 2018: 35)

Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dan menawarkan promosi penjualan yang terbaik memberikan kepuasan pelanggan terutama meningkatkan loyalitas pelanggan agar kedepannya membeli ulang kembali produk yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan. Di dalam teori – teori tertentu terdapat banyak variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam objek tertentu. Contoh Faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah terdapat variabel seperti Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan. (Leonardo & Purba, 2020 : 451)

Kualitas Pelayanan dapat dipahami dengan membuat perbandingan persepsi antara konsumen ataupun pelayanan yang diterima secara nyata dengan mengharapkan pelayanan yang diberikan dengan atribut-atribut pelayanan dari perusahaan. Jika harapan yang diharapkan melampaui pelanggan maka kualitas pelayanan dikatakan baik dan berkualitas (Atmaja, 2018 : 50)

Promosi mempunyai peran penting guna meningkatkan penjualan suatu perusahaan . hadirnya promosi di perusahaan supaya pelanggan membeli kembali produk dan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat setempat melalui promosi penjualan. Promosi Penjualan memiliki kaitan terhadap insentif jangka pendek guna untuk mendorong pembelian dan penjualan dari suatu produk dan jasa. Insentif ini berupa imbalan seperti pengembalian uang dalam bentuk diskon atau jaminan berupa sampel dari produk (Fernanda, 2019 : 8)

Sifat konsumen dalam memilih merek adalah pilihan utama membuat perusahaan melakukan inovasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan calon pembeli salah satunya adalah mengutamakan citra merek. Citra merek menurut (Lubis & Hidayat, 2017 : 15) merupakan pencitraan yang diserahkan konsumen pada produk ataupun jasa serta pemahaman serta kepercayaan akan merek yang digunakan.

Dalam konteks loyalitas pelanggan terdapat kata loyal yang mempunyai makna Setia atau loyalitas merupakan sebagai tanda kesetiaan pelanggan. Kesetiaan timbul dari diri pelanggan tanpa adanya paksaan atau disebut dari kesadaran sendiri.(Warnadi & Aris Triyono, 2019 : 33). Di dalam strategi marketing terdapat

salah satu konsep yang sangat penting dan menjadi suatu sasaran yaitu loyalitas merek yang dimana pelanggan/konsumen loyal akan merek yang digunakan. Karena pada hakikatnya mempertahankan loyalitas terhadap merek yang dikonsumsi menjadi hal penting bagi kelangsungan perusahaan. (Lubis & Hidayat, 2017 : 9). Loyalitas bisa didapat dengan cara menumbuhkan kepercayaan pelanggan .

Di Indonesia terdapat perusahaan ritel berupa minimarket yang didominasi oleh kedua pihak yakni Indomaret dan Alfamart, keberadaan keduanya ini semakin merajalela karena minimarket tampak dimana-mana serta terus menguasai pangsa pasar terutama dalam perdagangan ritel modern. Indomaret adalah jaringan dari ritel waralaba yang menyediakan kebutuhan – kebutuhan pokok konsumen. Indomaret merupakan salah satu dari yang lain cabang dari perusahaan Salim Group (www.kompas.com)

Awal mulanya Indomaret berawal dari pemikiran untuk mempermudah masyarakat dalam penyediaan kebutuhan pokok sehari – hari karyawan dan didirikanlah nama indomaret pada tahun 1988. Kemudian perusahaann ingin mendalami dan mencari tahu berbagai kebutuhan serta perilaku konsumen dalam melakukan kegiatan berbelanja . untuk mencapai tersebut karyawan di toko indomaret ditugaskan untuk meneliti dan mengamati masyarakat. Kesimpulan yang didapat dari penelitian tersebut adalah masyarakat cenderung memilih dan berbelanja di gerai yang modern. (www.indomaret.com) .

Tabel 1. 1 Jumlah Gerai Indomaret

No	Tahun	Jumlah Gerai Indomaret
1	2015	12.195 Gerai
2	2016	14.033 Gerai
3	2017	15.335 Gerai
4	2018	16.366 Gerai
5	2019	17.600 Gerai
6	2020	17.681 Gerai

Sumber : (www.Lokaldata.id, Olahan data penulis 2021)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas terdapat 3 gerai minimarket ritel yang terbaik menurut katadata. Jumlah gerai minimarket di bulan januari 2018 Indomaret mencapai 15226 , kemudian disusul dengan alfmart 13490 dan terakhir alfamidi gerai hanya berjumlah 1419. Dan di bulan juni 2018 indomaret berjumlah 15526 , kemudian disusul alfmart 13552 dan terakhir alfamidi dengan jumlah 1478. Di dapat kesimpulannya bahwa indomaret dan alfmart adalah perusahaan ritel yang dapat kita jumpa di daerah daerah tertentu serta dikenal masyarakat luas terutama di Indonesia.

Target Pasar toko indomaret yaitu semua kalangan masyarakat di indonesia. Strategi pemasaran dalam mencapai suatu target pasar dengan cara melakukan kegiatan promosi yang dilakukan secara rutin dengan berbagai metode sesuai jenis produk yang ditawarkan. Salah strategi promosi yang masih digunakan yaitu Harga heboh merupakan promosi mingguan yang memberikan harga sangat murah , Super hemat yang dilakukan dua mingguan dengan mempromosikan prodik harga hemat dan Promosi Bulan ini merupakan promosi yang dilakukan dengan menerapkan

promo bulanan dan memberikan hadiah langsung ataupun potongan harga. (www.indomaret.com, 2021)

Terdapat survei awal yang telah dilakukan peneliti di daerah bengkong dan sekitarnya tepatnya tanggal 1 november 2021 sampai kepada 5 november 2021, mendapatkan data pelanggan yang berkunjung di bulan oktober yakni 735 pelanggan per minggu (rata – rata perhari didapat sebanyak 105 pelanggan) dengan hasil yang didapat ini , penulis mengamsumsikan sebulan terdapat 3.150 pelanggan. Dengan demikian besarnya populasi di dalam penelitian ini adalah sebanyak 3.150 pelanggan /bulan.

Tabel 1. 2 Pengunjung Toko Indomaret Cabang Sadai Bengkong

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	April 2021	12.105 orang
2	Mei 2021	13.470 orang
3	Juni 2021	12.479 orang
4	Juli 2021	11.095 orang
5	Agustus 2021	9.388 orang
6	September 2021	10.006 orang

Sumber : (Hasil pengumpulan data , 2021)

Dalam memberikan loyalitas pelanggan serta citra merek yang baik dimata konsumen terdapat hambatan berupa keluhan – keluhan pelanggan yang terjadi saat ini. Masih terdapat keluhan mulai dari *customer services* yang kurang baik . aplikasi KlikIndomaret yang bermasalah serta Layanan *customercare* yang tidak memberikan solusi yang baik kepada pelanggan.

Di dalam dunia bisnis , perusahaan harus memiliki visi dan misi agar mencapai tujuan yang dibangun Salah satu contoh dapat kita pahami yaitu tujuan Perusahaan

adalah mendapatkan keuntungan . hal yang harus dipertimbangkan oleh suatu Perusahaan adalah bagaimana mendapatkan profit dari hasil kerja dari Perusahaan tersebut. mendapatkan profit adalah yaitu mengerjakan sesuatu harus segera diselesaikan. contoh kegiatan yang dilaksanakan oleh sebuah Perusahaan bisnis salah satunya adalah Kegiatan Pemasaran dan mengelolah Sumber daya manusia dan mengelolah keuangan dalam perusahaan tersebut Perusahaan harus menciptakan hal berupa inovasi terbaru dan menciptakan Citra yang baik kepada pelanggan. untuk saat ini sangat diutamakan dalam perusahaan karena menyangkut citra perusahaan atau baik buruknya persepsi pelanggan terhadap perusahaan.

Tabel 1. 3 Penghargaan Merek Minimarket

Penghargaan Merek Tahun 2020		
No	Brand	TBI
1	Indomaret	39,8%
2	Alfamart	49,3%
Penghargaan Merek Tahun 2019		
No	Brand	TBI
1	Indomaret	39,1%
2	Alfamart	49,0%
Penghargaan Merek Tahun 2018		
No	Brand	TBI
1	Indomaret	41,7%
2	Alfamart	52,9%
Penghargaan Merek Tahun 2017		
No	Brand	TBI
1	Indomaret	45,2%
2	Alfamart	47,9%

Sumber : (www.topbrand-award.com,olahan data Penulis 2021)

Dari tabel di atas Tabel 1.2 dapat dilihat ranking top brand yang dimana indomaret menempati urutan kedua di indonesia. Pada tahun 2017 merek yang paling baik didapat oleh alfamart dengan skor 47,9 % dan indomaret mendapatkan skor

45,2 % yang dimana 2017 dimenangkan oleh alfarmart . tahun 2018 , 2019 dan seterusnya alfarmart mendapat peringkat pertama dari penghargaan merek minimarket dan indomaret tidak mendapatkan peringkat teratas dari penghargaan tersebut .

kesimpulan singkat yang didapat adalah Semakin kuatnya inovasi alfarmart membuat indomaret jatuh dari rangking nya . indomaret harus selalu memberikan gonjatan inovasi serta memberikan pelayanan terbaik. oleh karena itu indomaret harus meningkatkan pelayanan yang berkualitas .

Tabel 1. 4 Pedapatan dan Laba Indomaret

Tahun dan Kuartal	Pendapatan	Laba
Kuartal III - 2013	25661 Triliun	270 Juta
Kuartal III - 2014	41168 Triliun	710 Juta
Kuartal III - 2015	35879 Triliun	346 Juta
Kuartal III - 2016	59174 Triliun	1190 Triliun
Kuartal III - 2017	47013 Triliun	60,7 Milyar

Sumber : (www.bareksa.com, olahan data peneliti 2021)

Pada tabel 1.3 diatas laporan keuangan Indomaret pada kuartal III 2017 mengalami pencapaian sebesar Rp 47 triliun dan pada tahun sebelumnya sekitar Rp59,1 triliun . kemudian dalam perhitungan laba nya Indomaret mengalami penurunan laba hingga 95% menjadi Rp.60 miliar dari sebelumnya Kuartal III 2016 adalah Rp1,1 triliun jika dilihat sisi pendapatan hanya turun 20% menjadi Rp47 triliun dari angka sebelumnya Rp.59 triliun.

Berdasarkan terjadinya fenomena dalam uraian latar belakang diatas , dan Perusahaan Industri manufaktur di indonesia. Maka didapatlah judul penelitian

yaitu “ **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI PENJUALAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDOMARET CABANG SADAI BENGKONG**”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari pembahasan melalui pembahasan diatas ditemukanlah berupa defenisi permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Citra merek Indomaret sudah dikenal dikalangan masyarakat namun terdapat perusahaan pesaing yang memberikan inovasi dan memberikan penawaran menarik dalam layanan jasa yang sejenis.
2. Kurang jelasnya informasi yang diberikan pada konteks promosi sehingga membingungkan pelanggan
3. Customercare tidak memberikan solusi dan tidak menanggapi permasalahan yang tepat kepada pelanggan
4. Refund uang dari klikindomaret belum masuk ke rekening pelanggan.
5. Pelayanan yang mengecewakan sehingga tidak sesuai sehingga merugikan pelanggan di indomaret.

1.3 Batasan masalah

Dalam penelitian , peneliti hanya memfokuskan kepada area Toko Indomaret cabang sadai bengkong sebagai sarana penelitian selain itu tidak termasuk kedalam penelitian. Untuk mempersempit pembahasan serta fokus mengenai masalah supaya tidak menyimpang dari topik yang ingin dibahas maka dari itu batasan masalah dari penelitian ini hanya memperoleh 3 (tiga) yaitu Kualitas Layanan , Promosi penjualan dan Citra Merek sebagai variabel dependen dalam penelitian

serta satu variabel berupa Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependen pada Pelanggan Indomaret cabang Sadai Bengkong

1. Variabel yang akan diteliti adalah Kualitas Produk (X1) , Promosi Penjualan (X2), Citra Merek (X3) dan Loyalitas Pelanggan (Y)
2. Penelitian ini dilakukan kepada masyarakat Pelanggan Indomaret cabang Sadai Bengkong

1.4 Rumusan Masalah

Di dalam rumusan masalah di ambil dari batasan masalah yang telah persiapan beberapa rumusan masalah yang diketahui dalam pembahasan diatas yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Indomaret cabang Sadai Bengkong ?
2. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Indomaret cabang Sadai Bengkong?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas Indomaret cabang Sadai Bengkong?
4. Apakah kualitas pelayanan, promosi penjualan dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Indomaret cabang Sadai Bengkong?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari konteks yang telah dibahas tujuan ini bermaksud untuk menguji dari rumusan masalah yang didapat berupa simpulan dari tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Indomaret cabang Sadai Bengkong di Kota Batam
Untuk mengetahui apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Indomaret cabang Sadai Bengkong
2. untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Indomaret cabang Sadai Bengkong
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan , promosi penjualan dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Indomaret cabang Sadai Bengkong

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari hasil yang telah diurai dalam tujuan penelitian diatas penulis dapat mengkaji manfaat dari penelitian berikut adalah:

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Adanya manfaat teoritis ini supaya memberikan sumbangan ilmu berupa bahan referensi dalam menyusun karya ilmiah di perusahaan
2. Dari penelitian ini dapat dijadikan teori dasar serta membuktikan teori loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh Kualitas Layanan , Promosi Penjualan dan Citra Merek pada Indomaret cabang Sadai Bengkong.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Dalam penelitian ini semoga mendapatkan hasil berupa bukti empiris dari pengaruh Kualitas Pelayanan , Promosi serta Citra merek terhadap loyalitas pelanggan
2. Dari penelitian ini semoga bisa memberi sumbangan berupa ilmu pengetahuan serta menambah wawasan luas bagi pembaca dan berguna bagi semua bidang dunia kerja. Memberikan sumbangan berupa fenomena perusahaan dalam memperbaiki kualitas pelayanan dan faktor – faktor tertentu
3. Hasil penelitian ini dibuat untuk memberikan wawasan sumber informasi serta referensi bagi masyarakat luas , Universitas putera batam dan pembaca mengenai pentingnya Kualitas Pelayanan , Promosi Penjualan dan Citra merek terhadap Loyalitas Pelanggan..