



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Diawal tahun 2017 Indonesia dihadapkan berbagai tantangan yang cukup berat, baik yang datang dari eksternal maupun lokal. Kondisi perekonomian global saat ini cenderung bias ke bawah, sebagai dampak pemulihan ekonomi global yang masih cenderung lambat dan tidak merata.

Ekonomi dunia yang semula diproyeksikan tumbuh 3,5 persen harus dikoreksi menjadi 3 persen yang lebih rendah dibanding tahun lalu 3,1 persen. Potensi bias ke bawah ini didorong oleh perkiraan pertumbuhan ekonomi AS yang tidak sekuat proyeksi sebelumnya, dan ekonomi Tiongkok masih mengalami perlambatan. (Sumber : <http://bisniskeuangan.kompas.com>)

Kenaikan suku bunga Bank Sentral Amerika Serikat (Fed Fund Rate) yang diperkirakan terjadi pada Desember 2016 turut menimbulkan ketidakpastian di pasar dan mempengaruhi perkembangan ekonomi global. Normalisasi kebijakan The Fed berpotensi memicu *capital outflows*, sehingga dapat menimbulkan tekanan pasar keuangan di kawasan, tak terkecuali Indonesia.

Sementara itu tantangan di Indonesia sendiri diwarnai dengan pertumbuhan ekonomi yang melambat, defisit fiskal yang diperkirakan masih akan besar, utang luar negeri mengalami kenaikan, serta pertumbuhan kredit yang masih rendah dengan diikuti risiko peningkatan kredit bermasalah (Non Performing Loan).

Berdasarkan laporan Indeks Daya Saing Global 2016-2017 dirilis World Economic Forum (WEF), menunjukkan daya saing Indonesia merosot dari peringkat 37 menjadi 41 dari 138 negara. Kondisi ini menunjukkan Indonesia harus lebih keras lagi untuk dapat bersaing dalam perekonomian dunia. Berkaca pada tantangan



tersebut BI mencanangkan bauran kebijakan yang mengutamakan stabilitas ekonomi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi.

Kebijakan BI senantiasa diarahkan untuk menciptakan kondisi makro ekonomi yang stabil, terutama pencapaian inflasi menuju sarana yang ditetapkan, dan menurunkan defisit transaksi berjalan.

Pada masa globalisasi seperti ini persaingan dalam berbagai macam industri atau perusahaan semakin kuat, daya saing yang besar seperti ini membuat perusahaan baik dibidang jasa maupun barang harus memikirkan langkah kedepan untuk perusahaannya agar dapat tetap melakukan kegiatan, tidak seperti perusahaan yang lain yang ketika mendapat persaingan lalu lebih memilih gulung tikar dan memilih pangsa pasar yang masih sedikit persaingannya.

Sejalan dengan perkembangan yang berlangsung di Indonesia saat ini dari tahun ke tahun proses pemenuhan akan kebutuhan hidup terutama yang menyangkut mengenai kebutuhan primer serta sekunder meningkat terus menerus. Hal ini menyebabkan manusia yang berperan sebagai konsumen menginginkan proses pembelian barang-barang kebutuhan sehari-hari agar tercipta lebih mudah, dimana pada saat ini kita semua mengenalnya sebagai sebuah tempat belanja yang mudah dan langsung.

Perkembangan dalam era globalisasi dan perdagangan menyebabkan terjadinya perubahan dalam segala aspek kehidupan masyarakat. Salah satu aspek tersebut adalah pasar. Secara fungsional, pasar merupakan titik simpul hubungan ekonomi masyarakat, yang terjadi akibat bertemunya produsen yang menjual produk dengan konsumen yang membutuhkan produk.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hal tersebut di atas mendorong pengusaha-pengusaha untuk menanamkan modalnya dibidang usaha retail serta memperluasnya. Dengan munculnya usaha-usaha retail baru tersebut tentu dapat mempengaruhi pangsa pasar yang sudah ada. Untuk itu maka perlu adanya peningkatan pelayanan terhadap konsumen serta pemulihan strategi pelayanan yang tepat agar para konsumen yang telah dikuasai dapat dipertahankan atau bisa meningkatkan konsumen yang sudah ada tersebut.

Sektor ritel di Indonesia terus mengalami pertumbuhan meski sempat terpengaruh perlambatan ekonomi nasional. Laporan Global Retail Development Index bahkan menunjukkan peringkat Indonesia melonjak ke posisi lima tahun ini dengan nilai penjualan mencapai US\$324 miliar. (sumber : <http://industri.bisnis.com>)

Posisi ini merupakan rangking tertinggi yang pernah diraih Indonesia sejak laporan Global Retail Development Index (GRDI) dirilis pertama kali pada 2001. Sebelumnya, Indonesia selalu berada di luar sepuluh besar. Meski demikian, jika dilihat dari nilai penjualan maka angkanya lebih rendah dibandingkan 2015 yang sebesar US\$326 miliar. (Sumber : <http://industri.bisnis.com>)

Industri ritel diprediksi terus meningkat tiap tahunnya dan dipandang sebagai industri yang menguntungkan untuk segala jenis usaha ritel seperti *Food Retailer* (Supermarket dan Convenience Store), *General Merchandise Retailer* (Department Store) dan *Nonstore Retailer* (E Commerce). Meningkatnya industri ritel di Indonesia disebabkan oleh; 1) Stuktur demografi Indonesia yang didominasi penduduk usia muda yang akan meningkatkan jumlah tenaga kerja produktif dengan *disposable income* dan kebutuhan yang juga makin tinggi. 2) Perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat Indonesia. 3) jumlah kelas berpendapatan menengah yang terus bertambah.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Seiring dengan perkembangan industri *retail*, persaingan antar industri *retail* dalam menarik pelanggan semakin ketat, agar tidak kalah bersaing maka *retailer* harus melakukan upaya upaya yang bertujuan untuk menciptakan keputusan pembelian

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2016:198) : “*In the evaluation stage, the consumers from preferences among the brands in the choice set and may also from an intention to buy the most preferred brand*”. Artinya keputusan pembelian merupakan proses konsumen membentuk preferensi di antara pilihan merek yang ada dan juga membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Keputusan pembelian ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti *sales promotion*, kualitas layanan yang akan diteliti dalam penelitian ini.

Menurut Tjiptono (2015:387), promosi adalah salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Betapapun kualitasnya sebuah produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya atau tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka maka mereka tidak akan tertarik membelinya.

Salah satu bentuk promosi yaitu *Sales Promotion*. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:481), *Sales Promotion* merupakan berbagai kumpulan alat-alat insentif, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu

Selain melakukan promosi penjualan para *retailer* juga harus meningkatkan kualitas layanan agar dapat menciptakan kesan yang baik di hati pelanggan dan menciptakan kenyamanan saat berbelanja. Seringkali pelayanan yang diberikan kurang berkualitas sehingga dapat mempengaruhi keinginan pelanggan untuk berbelanja di *retail* tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Kotler dan Keller (2012:131), kualitas pelayanan merupakan totalitas dan bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi.

Salah satu *retail* Supermarket yang beroperasi di Indonesia adalah Super Indo. Sejak tahun 1997, Super Indo tumbuh dan berkembang bersama masyarakat Indonesia. Kini, Super Indo telah memiliki 136 gerai yang tersebar di 18 kota besar di Indonesia dan didukung lebih dari 7.000 karyawan terlatih. Super Indo menyediakan beragam produk kebutuhan sehari-hari dengan kualitas yang dapat diandalkan, lengkap, harga hemat, dan lokasi toko yang mudah dijangkau. Kesegaran dan kualitas produk selalu dijaga melalui pilihan sumber yang baik dan penanganan dengan standar prosedur operasional yang selalu dipantau. (Sumber : [www.superindo.co.id](http://www.superindo.co.id))

Adapun faktor faktor yang membuat penulis tertarik memilih Super Indo Sunter sebagai bahan penulisan seperti dari segi pelayanannya, pelayanan di Super Indo Sunter masih kurang baik. Hal ini dikarenakan ada beberapa pramuniaga yang kurang mengetahui letak display suatu produk, pelayanan kasir yang lama, jumlah kasir sedikit dan pengetahuan kasir yang kurang mengenai penggunaan mesin kasir. Sebagai contoh, bila ada salah penginputan data, kasir tersebut akan memanggil orang yang lebih ahli masalah lainnya orang yang lebih ahli tersebut hanya ada beberapa orang saja, itu yang membuat konsumen menunggu lebih lama lagi hanya karena kesalahan kasir.

Selain pelayanan yang kurang baik, dilihat dari segi promosi penjualan Super Indo, produk yang sedang di promosikan memiliki jumlah yang terbatas dan kualitas produk yang di promosikan terkadang kurang baik seperti tanggal *expired* yang sudah dekat, kualitas sayuran dan buah yang kurang segar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hal-hal seperti *Sales Promotion* dan Kualitas Layanan tentunya menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan apakah ia akan berbelanja di Super Indo Sunter atau beralih ke supermarket lainnya.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah penulis kemukakan diatas maka penulis tertarik membuat skripsi dengan judul "**Pengaruh *Sales Promotion* dan Kualitas layanan terhadap Keputusan pembelian di Super Indo Sunter Jakarta Utara**".

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat di kemukakan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *Sales Promotion* yang dilakukan oleh Super Indo cabang sunter Jakarta Utara?
2. Bagaimana kualitas layanan yang diberikan oleh Super Indo cabang sunter Jakarta Utara ?
3. Apakah *Sales Promotion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Super Indo cabang sunter Jakarta Utara ?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Super Indo cabang sunter Jakarta Utara ?

## C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi diatas, maka penulis akan membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas menjadi :

1. Apakah *Sales Promotion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Super Indo cabang sunter Jakarta Utara ?



2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Super Indo cabang sunter Jakarta Utara ?

#### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diperkecil ruang lingkupnya menjadi batasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

"Apakah *Sales Promotion* dan Kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian di Super Indo Sunter Jakarta Utara"

#### E. Batasan Penelitian

Agar penelitian dapat dilakukan dengan lebih terfokus, maka penulis membuat batasan penelitian sebagai berikut :

1. Objek penelitian adalah Super Indo Sunter Jakarta Utara
2. Subjek penelitian adalah konsumen yang pernah berbelanja di Super Indo Jakarta Utara
3. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah teknik pengumpulan kuisioner.

#### F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Sales Promotion* terhadap keputusan pembelian di Super Indo cabang sunter Jakarta Utara
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di Super Indo Jakarta Utara.



## G. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap hasil penelitian ilmiah dalam bentuk skripsi ini dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut :

### 1. Bagi perusahaan (Super Indo)

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh Super Indo Sunter Jakarta Utara sebagai salah satu bentuk pertimbangan yang digunakan dalam memaksimalkan kualitas layanan dan *Sales Promotion*. Diharapkan juga penelitian ini dapat menjadi gambaran dari hasil kerja Super Indo Sunter Jakarta Utara terhadap keputusan pembelian.

### 2. Bagi kalangan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan untuk menambah wawasan serta pengetahuan mengenai pengaruh Promosi dan Kualitas layanan terhadap keputusan Pembelian, khususnya dalam bisnis *retail*. Serta peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi para peneliti lain yang berkeinginan untuk melakukan penelitian lebih lanjut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.