

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bisnis industri ritel adalah salah satu industri yang berpengaruh besar terhadap perkembangan perekonomian di Indonesia, berdasarkan *Global Retail Development Index* (GRDI) 2021 yang dirilis oleh lembaga konsultan A.T Kearney, pasar ritel Indonesia termasuk di dalam 10 negara dengan indeks pasar ritel terbesar.

Perhitungan GRDI ini berdasarkan empat variabel yaitu risiko (*country risk*) seberapa stabil kondisi keamanan suatu negara, daya tarik pasar (*market attractiveness*) seberapa besar daya tarik guna memicu keputusan pembelian konsumen pada suatu negara,. Kejenuhan pemasaran (*market saturation*) kondisi dimana permintaan suatu barang sudah mencapai puncak , sehingga sulit dalam menghasilkan lebih banyak permintaan lagi, serta tekanan (*time pressure*) yang dihasilkan oleh ekonomi global dan persaingan yang kuat. Berikut merupakan diagram yang menyatakan 10 negara dengan pasar indeks terbesar.

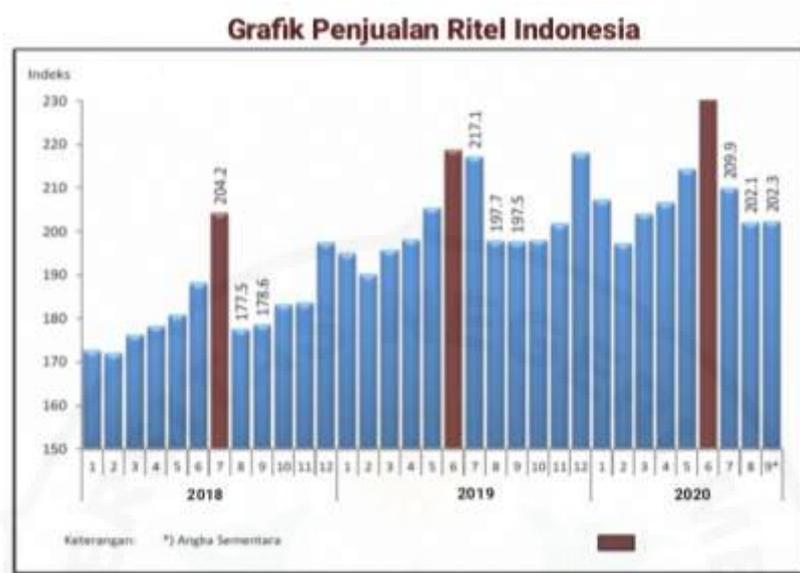


Sumber : Kearny,2021

Gambar 1.1 Sepuluh Negara Dengan Total GRDI Terbesar

Indonesia berhasil menduduki peringkat ke-empat dengan angka penjualan ritel nasional yang mencapai 407 miliar dollar AS atau setara dengan Rp. 6.044 triliun dan total nilai GRDI sebesar 53,0. Angka ini cukup membangkan mengingat meski masih dalam kondisi pandemic Indonesia berhasil naik satu peringkat bila dibandingkan dengan posisi pada GRDI tahun 2019.

Sedangkan A. Roy Mandev, selaku Ketua Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) menyatakan bahwa penjualan ritel Indonesia pada tahun 2018-2020 mengalami peningkatan yang signifikan serta membantu Indonesia dalam mencapai posisi 10 besar negara dengan GRDI terbesar (Kontan.co.id,2021).



Gambar 1.2 Grafik Penjualan Ritel di Indonesia (2018-2020)

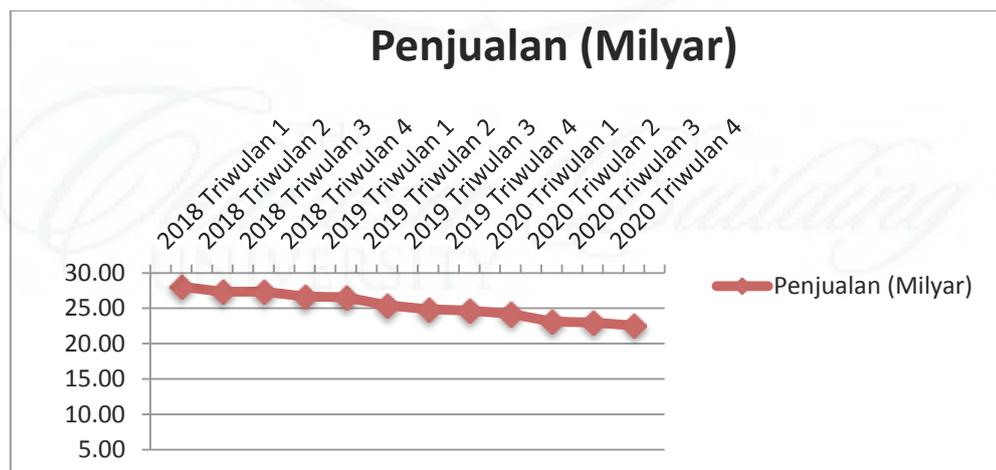
Sumber : (Kontan.co.id,2021).

Dalam hal ini, peningkatan bisnis ritel memicu terjadinya persaingan diantara para pebisnis, mereka dituntut untuk mampu menciptakan strategi yang memahami kondisi konsumen, dimana pemahaman yang mendalam mengenai konsumen ini memungkinkan pemasar mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga pebisnis dapat dikatakan mampu bersaing bahkan berhasil unggul dari pebisnis lainnya. Salah satu indikator untuk mengukur keberhasilan pebisnis dalam usaha menurut Porter (Setyawati,2018) adalah volume penjualan, yang dapat dilihat melalui tingkat keputusan pembelian yang tinggi pada usaha tersebut.

Perkulakan modern (wholesale) merupakan salah satu pasar ritel modern yang sudah mampu berdiri dalam memahami kebutuhan konsumen, hingga menggantikan peranan pasar eceran tradisional di Indonesia. Salah satunya adalah Lotte Mart Wholesale yang merupakan perusahaan Korea Selatan pertama

melakukan penetrasi pasar dalam industri wholesale dan ritel di Indonesia. Lotte Mart Wholesale juga termasuk dalam jaringan hypermarket dengan bentuk khusus yaitu wholesale berskala internasional yang terdapat di beberapa kota besar Indonesia, salah satunya adalah Medan yang beralamat di Jl. Gatot Subroto No. KM 7, RW.8, Lalang, Kec. Medan Sunggal.

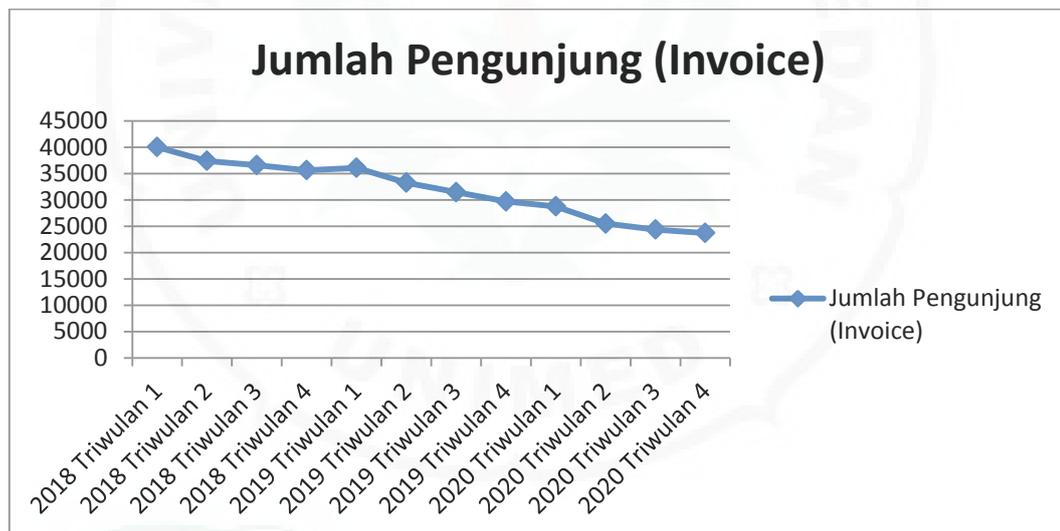
Lotte Mart Wholesale Medan mempunyai target pasar berupa pedagang maupun konsumen yang membeli untuk operasional usaha serta membeli untuk konsumsi pribadi. Meskipun sudah memiliki pangsa pasar tersendiri, Lotte Mart Wholesale Medan tetap dituntut untuk mampu mempertahankan pelanggan. Saat keadaan ritel Indonesia di tingkat internasional dan nasional mengalami peningkatan, idealnya Lottemart Wholesale Medan juga merasakan hal yang sama. Namun, berdasarkan sumber data yang diperoleh dari Lotte Mart Wholesale Medan, perusahaan ini mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir yang dapat dilihat pada gambar 1.3 berikut:



Gambar 1.3 Penjualan Lotte Mart Wholesale Medan 2018-2020

Sumber : Data diolah. 2021

Berdasarkan gambar 1.3 penjualan Lotte Mart Wholesale Medan tahun 2018-2020 mengalami penurunan. Selama triwulan pertama 2018 penjualan yang dapat dicapai Lotte Mart Wholesale Medan sebesar 28,061 Milyar, hingga akhir tahun 2020 penjualan Lotte Mart Wholesale Medan hanya mencapai 22,561 Milyar. Kondisi ini dapat diartikan bahwa perkembangan penjualan pada Lotte Mart Wholesale Medan mengalami penurunan. Salah satu faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan ini adalah penurunan pengunjung pada Lotte Mart Wholesale Medan, yang dapat dilihat pada gambar 1.4 berikut:



Gambar 1.4 Jumlah Pengunjung LottemartWholesale Medan 2018-2020

Sumber : Data diolah, 2021

Jumlah pengunjung Lotte Mart Wholesale Medan adalah jumlah pengunjung yang dihitung berdasarkan invoice yang merupakan faktur atau bukti yang diberikan kepada pembeli saat proses jual-beli. Dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung mengalami penurunan mulai dari tahun 2018 triwulan pertama sebanyak 40.056 invoice dan mengalami penurunan signifikan hingga triwulan ke-empat 2020 sebanyak 23.717 invoice.

Hal ini berbanding terbalik dengan keadaan ritel Indonesia di kancah internasional menurut Kearny yang berada diposisi 4 dari 35 negara maju dan berkembang diseluruh dunia dengan skor 53,0 dan keadaan nasional yang mengalami peningkatan sesuai dengan proyeksi Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo). Berdasarkan fenomena ini terjadi kesenjangan antara keadaan ritel Indonesia Global dan Nasional yang mengalami kemajuan dengan Lotte Mart Wholesale Medan yang mengalami penurunan dari aspek jumlah pengunjung dan jumlah penjualan.

Penurunan penjualan dan penurunan pengunjung pada tahun 2018 – 2019 dipicu oleh tingkat keputusan pembelian konsumen pada Lotte Mart Wholesale Medan yang menurun pula. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Sara et al., 2018) pada konsumen Alfamart Sengeti 3, dimana peneliti mengidentifikasi adanya korelasi antara penurunan jumlah pengunjung terhadap penurunan keputusan pembelian. Hal ini mengakibatkan tingkat penjualan Alfamart Sengeti 3 juga mengalami penurunan. Terdapat korelasi dari jumlah pengunjung, keputusan pembelian konsumen, hingga jumlah penjualan dari Alfamart Sengeti 3. Hal yang sama juga terjadi pada Lotte Mart Wholesale Medan, sehingga fenomena penurunan tingkat penjualan, dan penurunan jumlah pengunjung ini menjadi masalah yang menarik untuk diteliti.

Penurunan pada awal tahun 2020 dipicu oleh salah satu faktor, yaitu pandemic Covid-19 yang mengharuskan pembatasan aktivitas secara menyeluruh ditambah lagi keadaan perekonomian yang mengalami penurunan sehingga hal ini berdampak pada daya beli masyarakat yang menurun. Hal ini menjadi salah satu

alasan mengapa penurunan penjualan dan pengunjung Lottemart Wholesale Medan dapat terjadi. Meskipun sebenarnya keadaan ritel Indonesia naik satu peringkat dari tahun sebelumnya yaitu 2019 berdasarkan GRDI.

Hal inilah yang menjadi perhatian khusus bagi Lotte Mart Wholesale Medan, yaitu untuk dapat kembali memikat hati konsumennya yang diharapkan mampu menciptakan keputusan pembelian yang tinggi. Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian dapat dipengaruhi oleh ransangan perusahaan, salah satunya adalah promosi penjualan. (Prasetio & Rismawati, 2018) menyatakan promosi penjualan merupakan faktor penentu keberhasilan program pemasaran atau strategi pemasaran yang akan meyakinkan konsumen dalam membeli produk. Semakin baik promosi penjualan yang disajikan perusahaan, maka konsumen akan semakin tertarik dalam melakukan keputusan pembelian terhadap barang yang di promosikan.

Banyak bentuk promosi penjualan yang di sajikan oleh Lotte Mart Wholesale Medan mulai dari memberikan sampel produk secara gratis, penawaran pembelian dana tunai (rabat) yaitu memberikan potongan harga untuk pembelian produk tertentu atau pada jumlah produk tertentu, memberikan premi yaitu bentuk promosi barang-barang yang ditawarkan pada biaya relative rendah atau gratis sebagai insentif untuk membeli produk tertentu, garansi produk, penurunan harga yaitu dikson langsung dari harga resmi untuk setiap pembelian sepanjang periode waktu yang di tentukan, serta melakukan promosi silang yaitu berupa menggunakan satu merk untuk mengiklankan merk lainnya yang tidak bersaing.

Promosi penjualan juga tetap dijalankan pada masa pandemi, perusahaan ini melakukan pemasaran secara online melalui beberapa aplikasi seperti iLotte, LottemartMall, WhatsApp Chat, Instagram, membagikan info promosi atau periklanan secara online yang dapat mudah diakses oleh pelanggan pada www.lotte.co.id yang akan terus memberikan update setiap harinya, mulai dari melakukan promosi penjualan dalam jangka waktu tertentu, misalnya perminggu, perbulan hingga promosi yang ditawarkan saat memperingat hari-hari besar tertentu, hingga penjualan melalui aplikasi ojek online, Sehingga layanan belanja ini dapat dimanfaatkan masyarakat.

Dengan melihat penurunan pengunjung dan penjualan yang terjadi pada Lotte Mart Wholesale Medan, promosi penjualan yang disajikan diperkirakan kurang menarik sehingga berdampak pada keputusan pembelian yang mengalami penurunan. Menurut (Murwatingsih, 2017) promosi penjualan berfungsi untuk merangsang konsumen untuk melakukan pembelian, sehingga promosi yang efektif seharusnya mampu meningkatkan penjualan perusahaan, namun hal ini berbeda dengan data penjualan Lotte Mart Wholesale Medan yang mengalami penurunan. Hal ini didukung oleh penelitian Alesia Sitepu & Hermani DS (2021) menunjukkan bahwa pengaruh promosi penjualan pada keputusan pembelian berlandaskan temuan kajian ialah positif serta signifikan.

Selain strategi dalam promosi penjualan yang dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen, Kualitas pelayanan yang baik juga menjadi salah satu hal yang akan diperhatikan konsumen dalam memilih tempat berbelanja. Lotte Mart Wholesale Medan sendiri sangat berperan penting dalam memberikan

kualitas pelayanan yang baik, karena menjadi salah satu bagian dari rantai distribusi yang menyalurkan barang-barang untuk keperluan usaha ataupun konsumsi akhir.

Dalam penyaluran barang-barang tersebut diperlukan jasa pelengkap yaitu layanan-layanan tambahan seperti memberikan jaminan garansi, penukaran, serta pembatalan pembelian produk. Hal ini dikarenakan Lotte Mart berdiri dengan menggunakan desain usaha Makro *cash & carry*, yaitu menjadi mitra yang memberikan pelayanan terhadap berbagai pihak yang menjalankan usaha terutama unit usaha HORECA (*hotel, restaurant, and catering*) yang ada di kota Medan, sistem pelayanan ini memiliki pelanggan database, yang akan di follow up.

Selain pelayanan dalam bentuk distribusi, LottemartWholesale Medan melayani berbelanja secara online dan dapat melakukan pick up at store yang waktu pengambilan barangnya bisa ditentukan sendiri oleh pelanggan, menyediakan pusat bantuan *pelanggan care* secara online yang dapat mudah diakses seluruh konsumen, serta memberikan beberapa fasilitas pendukung berupa lokasi parkir yang luas dan free wifi pada kantin sebagai tempat beristirahat sejenak setelah berbelanja, tersedia banyak kasir dengan sistem pembayaran tunai maupun non-tunai, LottemartWholesale juga melakukan gerakan peduli lingkungan dengan tidak menggunakan kantong plastik namun mengganti dengan box yang telah disediakan, dan fasilitas lainnya untuk meningkatkan kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

Menurut Kotler dan Amstong (2001:13) konsumen yang menerima kualitas pelayanan yang baik dan terpuaskan tidak akan berganti pada produk atau

jasa, dan mereka akan memberi tahu yang lain tentang pengalaman baik mereka terhadap produk maupun jasa tersebut. Inilah yang menjadi salah satu sorotan pada Lotte Mart Wholesale Medan, dimana diperkirakan kualitas pelayanan yang disajikan kurang memikat dan memberi kepuasan pada konsumen, sehingga berdampak pada tingkat keputusan pembelian yang berkurang pula.

Hal ini dibuktikan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Drs. Agus Hermani, MM pada Hypermart Paragon Semarang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana kualitas pelayanan yang disajikan Hypermart Paragon Semarang cukup baik dan memuaskan konsumen sehingga keputusan pembelian konsumen juga mengalami peningkatan. Namun sebaliknya yang terjadi pada Lotte Mart Wholesale Medan yang mengalami penurunan jumlah pengunjung, maka kondisi ini dapat diperkirakan bahwa kualitas pelayanan yang disajikan kurang memikat konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian konsumen Konsumen Pada Lottemart Wholesale Medan”**

1.2. Identifikasi Masalah

1. Tingkat penjualan perusahaan yang mengalami penurunan akibat penurunan jumlah pengunjung pada Lottemart Wholesale Medan, hal ini akan mempengaruhi tujuan utama perusahaan yaitu memperoleh laba.

2. Promosi penjualan pada Lotte Mart Wholesale Medan mengalami penurunan, hal ini berdampak pada keputusan pembelian konsumen yang juga mengalami penurunan.
3. Tingkat kualitas pelayanan pada Lotte Mart Wholesale yang belum memberikan kepuasan pada konsumen, hal ini berdampak terhadap keputusan pembelian konsumen yang juga mengalami penurunan.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka permasalahan penelitian ini dibatasi pada bagaimana pengaruh penurunan promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah:

1. Apakah ada pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada Lotte Mart Wholesale Medan?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Lotte Mart Wholesale Medan?
3. Apakah promosi penjualan dan kualitas pelayanan berpengaruh pada keputusan pembelian pada Lotte Mart Wholesale Medan?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan dapat menjelaskan pengaruh promosi penjualan

dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Lotte Mart Wholesale.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti, Memperluas pemahaman khususnya dibidang Manajemen pemasaran mengenai masalah pengaruh promosi seta kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kosumen, serta mengaplikasikan teori-teori yang di dapat pada masa perkuliahan.
- b. Bagi Perusahaan (LottemartWholesale Medan), Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi LottemartWholesale Medan dalam mengambil kebijakan terkait dengan peningkatan strategi marketing hingga kualitas pelayanan guna mencapai tujuan utama perusahaan yaitu memperoleh laba.
- c. Bagi Universitas Negeri Medan, Tersedianya referensi bagi penelitian lebih lanjut untuk permasalahan yang sama atau pengembangan pemecahan masalah serta referensi pada perpustakaan UNIMED.
- d. Bagi Pihak Lain, Dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pihak lain dengan mengadakan penelitian sejenis di masa yang akan datang.