

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era teknologi saat ini, dunia bisnis sangat terpengaruh, terutama karena kemajuan teknologi telah mengubah cara bisnis beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan dan mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perubahan di pasar global (Laudon & Traver, 2021).

Persaingan bisnis yang begitu tinggi membuat perusahaan terus berlomba untuk mempertahankan dan memenangkan persaingan pasar serta memperluas eksistensinya. bidang industri yang sejenis akan selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas mereka demi untuk meraih dan merebut pasar yang sama (Kotler & Keller, 2016).

Industri Ritel di Indonesia menjadi usaha ekonomi berskala besar. di sisi lain juga terjadi pergeseran gaya hidup dari tradisional menjadi modern, sehingga menciptakan perubahan pola belanja konsumen, hal ini juga menjadi persaingan antar para pelaku usaha ritel, konsumen sudah mulai cerdas dan selektif dalam masalah harga, kenyamanan, kebersihan, kualitas barang dan lain sebagainya mendorong perusahaan untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif untuk menarik konsumen dan melakukan perubahan sesuai tren yang ada agar dapat bersaing serta lebih unggul dari pesaing nya (Sunyoto, 2013).

PT. Indomarco Prismatama adalah perusahaan swasta nasional pengelolaan jaringan minimarket atau lebih dikenal dengan Indomaret. Indomaret dengan akta notaris No. 207 dan SIUP No. 789/0902/PB/XII/88. Awal terbentuk nya perusahaan ini dimulai dari sebuah indomaret yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari yang pertama kali dibuka pada tahun 1988. Toko pertama yang menggunakan nama “Indomart” dibuka di Ancol, Jakarta Utara, dan dikelola oleh PT Indomarco Prismatama. Pada awalnya, tujuan pendirian Indomaret adalah untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari bagi karyawan.

PT. Indomarco Prismatama mulai memperkenalkan sistem kemitraan kepemilikan dan pengelolaan gerai dengan cara waralaba dan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia. Pada tahun 2003, sistem waralaba Indomaret telah terbukti keberhasilannya dengan diperoleh penghargaan dari presiden Republik Indonesia saat itu yaitu Presiden Megawati Soekarno Putri sebagai Perusahaan Waralaba Nasional 2003 hingga September 2010. Segmen pasar yang menjadi sasaran Indomaret adalah konsumen dari semua kalangan masyarakat sehingga penempatan lokasi gerai-gerai Indomaret dapat dengan mudah ditemukan dimana saja seperti Perumahan, Gedung, Perkantoran dan Fasilitas Umum. Penempatan lokasi gerai yang strategis yang sesuai dengan motto Indomaret yaitu “Mudah dan Hemat”, ditujukan untuk memudahkan Indomaret melayani sasaran demografisnya yakni keluarga (Indomaret. Co.id, 2023).

Kecerdasan dan kecermatan pedagang dalam mengelola strategi akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam penjualan barang dagangan. Bukan hanya keuntungan yang perlu diperhatikan, tetapi juga kepuasan pelanggan sebagai tolak ukur tercapainya peningkatan kinerja dan etika dalam jual beli. Tanpa strategi upaya yang dilakukan bisa menjadi tidak terarah dan tidak menghasilkan hasil sesuai perencanaan. Dengan evaluasi strategi yang baik, strategi akan menjadi alat yang dapat diandalkan untuk memanfaatkan peluang dan mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Pertumbuhan Indomaret di Kota Bengkulu semakin masif pada dekade 2016-an. Jaringan minimarket ini terus memperluas cakupannya dan menjadi yang terbesar di Kota Bengkulu yang dimana berada di berbagai lokasi strategis. Dalam beberapa tahun terakhir, Indomaret di Kota Bengkulu juga telah mengadopsi berbagai teknologi baru untuk meningkatkan pelayanan, seperti pembayaran digital, aplikasi mobile, system logistic yang terintegrasi dan lain sebagainya (Sugiharto, 2020).

Indomaret Bengkulu merupakan salah satu toko ritel terkemuka di Bengkulu, yang menawarkan berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari kepada konsumen, seperti kebanyakan bisnis ritel, Indomaret Bengkulu juga menghadapi persaingan yang ketat dari pesaingnya, Untuk tetap bersaing dan

mempertahankan pangsa pasar, Indomaret Bengkalis perlu memikirkan strategi pemasaran yang efektif, termasuk promosi penjualan. Meskipun informasi spesifik mengenai pembukaan cabang Indomaret di Bengkalis tidak disebutkan secara eksplisit dalam sumber yang ada, Indomaret telah berkembang pesat di berbagai daerah di Indonesia, termasuk Bengkalis, dengan banyak gerai yang menyediakan berbagai produk kebutuhan sehari-hari (Kotler & Armstrong, 2018).

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian. Keputusan pembelian tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan (Kotler & Armstrong, 2016).

Dalam dunia bisnis diskon merupakan alat yang efektif untuk menciptakan *win-win solution* dengan pelanggan yang merasa senang karena bisa hemat, sementara penjual mendapatkan keuntungan dari peningkatan volume penjualan. Namun diskon perlu diatur dengan hati-hati, jika terlalu sering dan terlalu besar bisa mengurangi margin keuntungan penjualan dan membuat pelanggan hanya membeli saat ada promo, oleh karena itu diskon harus diberikan dengan syarat dan ketentuan seperti minimal pembelian, pembatas waktu atau produk tertentu yang berlaku. Dengan memahami pengaruh pemberian Diskon terhadap keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen di Indomaret Bengkalis, perusahaan dapat meningkatkan efektivitas promosi mereka, meningkatkan loyalitas konsumen, dan pada akhirnya, mencapai pertumbuhan penjualan yang lebih baik (Sutisna, 2003).

Diskon merupakan sebuah kata yang sering terdengar dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam bisnis perdagangan maupun permainan sering digunakan untuk mencapai sebuah tujuan. Diskon salah satu upaya dalam menarik minat beli dari konsumen bagi konsumen, diskon adalah upaya pemotongan dari harga secara langsung terhadap suatu produk yang ditawarkan penjual kepada konsumen.

Dengan melakukan analisis ini, Indomaret Bengkalis dapat mengevaluasi efektivitas pemberian diskon penjualan yang telah dilakukan dan menentukan

apakah pemberian diskon tersebut berdampak positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil analisis ini dapat membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan terkait alokasi sumber daya, pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih masyarakat Kecamatan Bengkalis sebagai objek penelitian dengan mempertimbangkan beberapa alasan yang relevan yaitu Pertama, tingginya minat berbelanja masyarakat Bengkalis di Indomaret, hal ini menjadikan daerah ini sebagai lokasi yang tepat untuk memahami bagaimana perspektif masyarakat Bengkalis terhadap diskon yang diberikan oleh Indomaret. Kedua, karakteristik masyarakat Kecamatan Bengkalis yang beragam memberikan gambaran mengenai pola perilaku konsumen. Dengan melibatkan masyarakat Kecamatan Bengkalis, penelitian ini akan mencakup berbagai faktor yang mempengaruhi respon dan keputusan pembelian konsumen terhadap diskon seperti usia, pekerjaan, dan tingkat pendidikan. Ketiga, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi para pelaku usaha di Bengkalis.

Maka berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui **“Analisis Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret (Studi Kasus pada Masyarakat Kecamatan Bengkalis)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden terhadap penerapan pemberian diskon di Indomaret ?
2. Bagaimana tanggapan responden terhadap keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret?
3. Bagaimana pengaruh pemberian diskon terhadap keputusan Pembelian konsumen di Indomaret?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Untuk menganalisis tanggapan responden terhadap penerapan pemberian diskon di Indomaret
2. Untuk menganalisis tanggapan responden terhadap keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret
3. Untuk menganalisis pengaruh pemberian diskon terhadap keputusan Pembelian konsumen di Indomaret

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah memiliki manfaat yang luas, baik secara praktis maupun akademis. Bagi Indomaret, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merancang strategi promosi yang lebih efektif, seperti menentukan jenis diskon yang paling menarik minat konsumen dan mengoptimalkan pengeluaran untuk kampanye pemasaran.

Di sisi akademis, penelitian ini memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu pemasaran, khususnya dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, temuan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pelaku bisnis ritel lainnya dalam menyusun strategi diskon yang tepat untuk meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk menghasilkan tugas akhir yang sistematis dan tersusun rapi maka diperlukan sistematika penulisan laporan. Adapun sistematika penulisan proposal diantaranya sebagai berikut :

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini terdapat uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini terdapat uraian mengenai penelitian terdahulu dan teori-teori yang relevan dengan pokok pembahasan dalam penelitian proposal ini, khususnya yang berkaitan dengan Analisis pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli konsumen di Indomaret Bengkalis

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan secara khusus mengenai tata cara penulisan yang dilakukan meliputi lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis data dan jenis penelitian.

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan hasil dan pembahasan. Hasil penelitian tugas akhir berisikan data yang mencakup antara lain : untuk mengetahui analisis pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli konsumen di Indomaret Bengkalis.

BAB 5: PENUTUP

Bab ini merupakan terakhir, dimana akan dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, kemudian penulis juga akan memberikan saran-saran yang mungkin dapat membangun dan bermanfaat.