

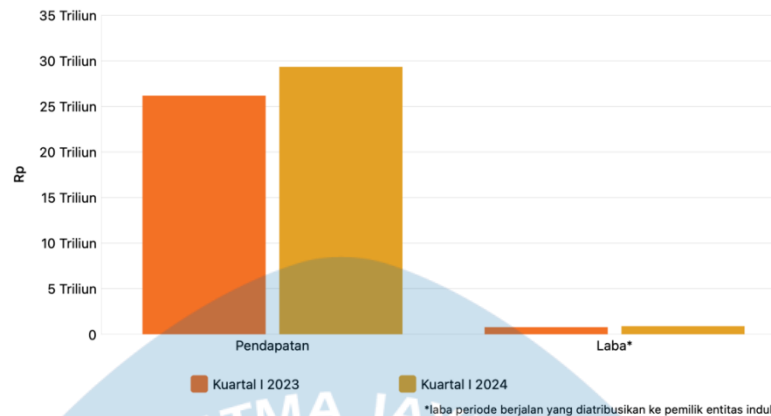
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri ritel yang terus berkembang menggeser peran pasar tradisional di perkotaan. Hal tersebut terjadi karena adanya perubahan perilaku masyarakat dan preferensi dalam berbelanja. Dimana pasar modern dinilai mampu memberi kenyamanan dan kemudahan bagi masyarakat. Memberikan solusi praktis dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang beragam. Toko ritel modern dalam kategori kebutuhan harian di Indonesia dipimpin oleh Alfamart. Dimana gerainya tersebar luas di seluruh wilayah Indonesia.

Menurut proyeksi dan rencana pengembangan Alfamart yang dirilis pada laporan tahunan 2022, pada tahun 2023 Alfamart diperkirakan akan memiliki total 18.500 gerai di seluruh Indonesia (Alfamart, 2022). Hal ini menunjukkan adanya pertumbuhan jaringan gerai sebesar sekitar 15% dibandingkan tahun 2022.



Gambar 1.1 Periode *Franchising* Gerai Alfamart

Sumber: databoks.katadata.co.id

Berdasarkan sumber dari website resmi <https://databoks.katadata.co.id>, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT), perusahaan yang mengelola Alfamart, mencatatkan keuntungan sebesar Rp890,31 miliar dalam kuartal pertama tahun 2024. Angka ini menunjukkan pertumbuhan sebesar 14,75% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya. Sementara itu, pendapatan AMRT meningkat 12,07% (yoy) menjadi Rp29,32 triliun. Peningkatan ini didorong oleh penjualan makanan yang naik 13,83% menjadi Rp21,32 triliun, dan penjualan produk lainnya yang juga tumbuh 7,61% menjadi Rp8 triliun. Meskipun demikian, beban pokok AMRT pada kuartal pertama 2024 juga mengalami kenaikan sebesar 12,04% (yoy) menjadi Rp22,93 triliun. Beban penjualan dan distribusi meningkat 12,85% menjadi Rp5,02 triliun, sementara beban umum dan administrasi naik 1,66% menjadi Rp485,36 miliar. Beban lainnya juga mengalami kenaikan sebesar 17,87% menjadi Rp23,80 miliar. Hingga Maret 2024, total nilai aset AMRT mencapai Rp40,47 triliun, menunjukkan pertumbuhan sebesar 15,18% dibanding akhir tahun sebelumnya.

Selain itu, berdasarkan rencana strategis Alfamart, pada tahun 2023 perusahaan ini juga akan terus berinvestasi dalam pengembangan infrastruktur logistik dan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional (Alfamart, 2022). Hal ini bertujuan untuk memperkuat kemampuan rantai pasokan dan menjamin ketersediaan produk di seluruh gerai. Dari sisi keuangan, Alfamart menargetkan pendapatan bersih mencapai Rp 75 triliun pada tahun 2023, naik sekitar 13% dibandingkan tahun 2022 (Alfamart, 2022). Peningkatan pendapatan ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan laba bersih perusahaan. Dalam hal sumber daya manusia, Alfamart diproyeksikan akan memiliki lebih dari 120.000 karyawan pada tahun 2023 untuk mendukung ekspansi jaringan gerainya (Alfamart, 2022). Perusahaan akan terus berinvestasi dalam pengembangan kompetensi karyawan melalui berbagai program pelatihan.

Sebagai salah satu perusahaan retail terbesar yang ada di Indonesia, alfamart menyediakan berbagai kebutuhan pokok sehari-hari yang sangat dibutuhkan oleh segala lapisan masyarakat. Dari ibu rumah tangga yang mencari bahan makanan atau mencari peralatan rumah tangga, lalu pada pelajar yang mencari *snack* dan memerlukan alat tulis, hingga pada tiap golongan masyarakat yang membeli barang sesuai dengan kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan yang mendesak. Alfamart mengadopsi salah satu strategi dalam bauran pemasaran, yang juga dikenal sebagai strategi 4P, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi (Adawiyah & Othman, 2022). Produk merujuk pada segala sesuatu yang tersedia di pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Harga merupakan nilai yang ditukar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari produk atau jasa tersebut. Promosi mencakup berbagai tindakan untuk menyampaikan informasi, mendorong minat, mempengaruhi keputusan, dan memfasilitasi distribusi produk serta layanan kepada calon konsumen, yang diharapkan akan membeli produk tersebut (Budiman & Steven, 2021).

Dalam konteks ritel modern seperti Alfamart, kinerja logistik yang baik menjadi semakin penting karena konsumen saat ini memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap ketersediaan produk, kecepatan pengiriman, dan penanganan keluhan yang efektif. Jika toko ritel gagal memenuhi ekspektasi ini, maka dapat berdampak negatif pada citra toko, kepuasan, dan loyalitas konsumen. Penelitian terbaru oleh Jiang et al. (2021) menunjukkan bahwa kinerja logistik yang buruk, seperti keterlambatan pengiriman, kehabisan stok, dan penanganan keluhan yang tidak memuaskan, dapat menurunkan citra toko di mata konsumen. Konsumen cenderung menganggap kinerja logistik yang buruk dengan kualitas toko yang rendah. Selain itu, Lam et al. (2022) menemukan bahwa kinerja logistik yang buruk juga dapat menurunkan kepuasan konsumen. Konsumen yang mengalami masalah dengan kinerja logistik toko, seperti produk yang tidak tersedia atau pengiriman yang terlambat, cenderung merasa kecewa dan tidak puas dengan pengalaman berbelanja mereka. Lebih lanjut, penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa penurunan citra toko dan kepuasan konsumen akibat kinerja logistik yang buruk dapat berdampak pada loyalitas konsumen. Konsumen yang tidak puas dan memiliki persepsi negatif terhadap toko

cenderung akan beralih ke toko lain dan mengurangi frekuensi kunjungan mereka.

Di sisi lain, kinerja logistik yang baik tidak hanya berdampak pada citra toko, kepuasan, dan loyalitas konsumen, tetapi juga dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi Alfamart. Toko ritel yang mampu mengelola kinerja logistiknya dengan baik cenderung memiliki keunggulan dalam hal ketersediaan produk, kecepatan pengiriman, dan penanganan keluhan yang efektif. Hal ini dapat membedakan Alfamart dari pesaing dan memberikan nilai tambah bagi konsumen. Oleh karena itu, pengelolaan kinerja logistik yang efektif menjadi sangat penting bagi Alfamart untuk mempertahankan citra toko yang positif, meningkatkan kepuasan konsumen, mendorong loyalitas konsumen, dan menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang.

Menurut studi yang dilakukan oleh Rao et al. (2021), toko ritel yang mampu mengelola kinerja logistiknya dengan baik cenderung memiliki keunggulan dalam hal ketersediaan produk, kecepatan pengiriman, dan penanganan keluhan yang efektif. Hal ini dapat membedakan Alfamart dari pesaing dan memberikan nilai tambah bagi konsumen. Rao et al. (2021) juga menemukan bahwa kinerja logistik yang unggul dapat mendorong konsumen untuk bersedia membayar harga yang lebih tinggi. Konsumen yang puas dengan kinerja logistik toko cenderung menganggap bahwa mereka mendapatkan nilai yang setimpal dengan harga yang dibayarkan.

Selain itu, kinerja logistik yang baik tidak hanya berdampak pada citra toko, kepuasan, dan loyalitas konsumen, tetapi juga dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi Alfamart. Toko ritel yang mampu mengelola kinerja logistiknya dengan baik cenderung memiliki keunggulan dalam hal ketersediaan produk, kecepatan pengiriman, dan penanganan keluhan yang efektif. Hal ini dapat membedakan Alfamart dari pesaing dan memberikan nilai tambah bagi konsumen. Kinerja logistik yang unggul dapat mendorong konsumen untuk bersedia membayar harga yang lebih tinggi. Konsumen yang puas dengan kinerja logistik toko cenderung menganggap bahwa mereka mendapatkan nilai yang setimpal dengan harga yang dibayarkan. Oleh karena itu, investasi Alfamart dalam meningkatkan kinerja logistik dapat memberikan manfaat ganda, yaitu meningkatkan citra toko, kepuasan, dan loyalitas konsumen, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang. Dengan demikian, pengelolaan kinerja logistik yang efektif menjadi sangat penting bagi Alfamart untuk mempertahankan posisinya di pasar ritel modern dan terus meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen.

Dalam era persaingan ritel yang semakin ketat, kinerja logistik yang efektif dan efisien menjadi faktor kunci bagi keberhasilan bisnis ritel modern seperti Alfamart. Kinerja logistik yang baik dapat memberikan dampak positif terhadap citra toko, kepuasan, dan loyalitas konsumen. Beberapa penelitian terbaru telah mengkaji hubungan antara kinerja logistik dengan variabel-variabel tersebut. Penelitian terbaru oleh Jiang et al. (2021) dan Lam et al. (2022) menunjukkan bahwa kinerja logistik yang baik dapat mendorong loyalitas

konsumen. Konsumen yang puas dengan kinerja logistik toko cenderung akan kembali berbelanja dan merekomendasikan toko tersebut kepada orang lain.

Mengacu pada jurnal yang digunakan sebagai acuan pada penelitian ini yaitu terdapat kelemahan pada tingkat teoritis yaitu mengenai pengembangan dan pengukuran konsep kinerja logistic dan pada tingkat metodologis pada validitas eksternal yaitu kurangnya dalam memaksimalkan metode penelitian serta teknik pengumpulan data yang kurang. Pada hasil jurnal acuan yaitu kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas mereka terhadap toko. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa citra toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Memang benar, “kualitas layanan” sering dievaluasi sebagai sumber diferensiasi yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Mengenai pengaruh kinerja logistik terhadap kepuasan konsumen, faktor “ketersediaan produk” ditemukan menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kurangnya kinerja logistik, dalam konteks ritel, berdampak negatif terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya, ketika konsumen mendapatkan jumlah yang tepat pada waktu yang tepat, hal ini dapat berdampak positif terhadap kepuasannya.

1.2 Rumusan Masalah

Alfamart, sebagai salah satu jaringan ritel terbesar di Indonesia, memiliki ribuan gerai yang tersebar di seluruh negeri. Oleh karena itu, manajemen logistik yang efektif dan efisien menjadi krusial dalam memastikan bahwa produk-produk tersedia dengan baik di setiap gerai. Kinerja logistik

yang buruk dapat mengakibatkan kekurangan stok, pengiriman yang terlambat, atau bahkan kualitas produk yang menurun, yang semuanya dapat merusak citra toko di mata konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan oleh peneliti dengan tujuan memperoleh data untuk mengetahui dampak kinerja logistik terhadap citra toko, kepuasan dan loyalitas konsumen indomaret. Peneliti memilih variabel yang lebih bervariasi dan obyek yang berbeda untuk mengatasi kelemahan penelitian sebelumnya yang terbatas dalam variasi variabel dan obyeknya. Dalam konteks yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan dari rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk melakukan penyelidikan terhadap:

1. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Alfamart?
2. Apakah citra toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Alfamart?
3. Apakah kinerja logistik berpengaruh terhadap citra toko Alfamart?
4. Apakah kinerja logistik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Alfamart?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpanan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Ada beberapa masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada masalah kinerja logistik yang dapat mempengaruhi citra toko, kepuasan, dan kesediaan konsumen alfamart
2. Penelitian ini merupakan replikasi dan modifikasi dari El Moussaoui et al, (2023) yang judulnya *“Impact Of Logistics Performance on the Store Image, Consumer Satisfaction and Loyalty: a quantitative case study*

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengkonfirmasi bahwa kepuasan konsumen mempengaruhi terhadap loyalitas konsumen Alfamart
2. Untuk mengkonfirmasi bahwa citra toko mempengaruhi kepuasan konsumen Alfamart
3. Untuk mengkonfirmasi bahwa kinerja logistik mempengaruhi terhadap citra toko Alfamart

4. Untuk mengkonfirmasi bahwa kinerja logistik mempengaruhi kepuasan konsumen Alfamart

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai dampak kinerja logistik terhadap citra toko, kepuasan dan loyalitas konsumen Indomaret ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

2. Diharapkan dapat membantu untuk lebih memahami tentang dampak kinerja logistik terhadap citra toko, kepuasan dan loyalitas konsumen alfamart serta untuk memperkaya pengetahuan dalam bidang minat pembelian konsumen.
3. untuk meningkatkan pengetahuan, memperluas pemahaman, dan melatih keterampilan dalam melakukan riset ilmiah serta menyusun temuan riset dalam bentuk tulisan.

1.5.2 Manfaat Praktis

2. Bagi Perusahaan Industri Retail
Diharapkan penelitian ini dapat menjadi kontribusi yang berharga bagi industri retail dalam menanggapi perilaku konsumen, terutama dalam pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen.

3. Bagi Konsumen

Diharapkan dapat memberikan panduan atau referensi bagi konsumen dalam berbelanja di retail.

