

EVALUASI *COMPETITIVE PRICE INDEX* DAN PROMOSI SUNLIGHT DI *MODERN TRADE* JABODETABEK

MUHAMMAD AZKA ABDULLAH



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
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 atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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 atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Evaluasi *Competitive Price Index* dan Promosi Sunlight di *Modern Trade* Jabodetabek” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2026

Muhammad Azka Abdullah
K1401221152



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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 atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

MUHAMMAD AZKA ABDULLAH. Evaluasi *Competitive Price Index* dan Promosi Sunlight di *Modern Trade* Jabodetabek. Dibimbing oleh FUAD WAHDAN MUHIBUDDIN.

Penurunan persepsi merek Sunlight terhadap Mama Lemon pada kategori *dishwash* menunjukkan gejala penurunan yang menetap, sehingga penelitian deskriptif ini mengevaluasi tipe dan intensitas promosi serta posisi harga kompetitif Sunlight lewat *store audit* pada sepuluh gerai *modern trade* Jabodetabek dalam dua gelombang pengamatan, memakai teori promosi penjualan, kerangka kesesuaian manfaat, serta *Standard* dan *Normalized Competitive Price Index* beserta selisih metrik. Hasil menunjukkan Mama Lemon secara konsisten mendiskon lebih dalam dibanding Sunlight pada seluruh klaster, dengan selisih terlebar pada klaster *price warrior* (3,32 poin persentase), kecuali pada LSI dan Naga. Konsistensi *Twinpack* tercatat tinggi (sembilan dari sepuluh gerai), namun hanya lima gerai menjaga stabilitas harganya. Proporsi zona merah berdasarkan *Standard CPI* sebesar 70 persen naik menjadi 85 persen setelah dihitung dengan *Normalized CPI*, yang menunjukkan bahwa indeks harga standar kurang mencerminkan posisi harga sebenarnya. Pada *Twinpack*, 63 persen observasi menunjukkan fungsi peredam tekanan harga, sedangkan 37 persen menunjukkan selisih metrik positif. Studi ini merekomendasikan Matriks Pengaturan Alokasi *Trade Spend* yang terdiferensiasi per klaster.

Kata kunci: *Competitive Price Index, modern trade, sales promotion theory, selisih metrik, trade spend*

ABSTRACT

MUHAMMAD AZKA ABDULLAH. Evaluation of *Competitive Price Index* and Promotion of Sunlight in Jabodetabek Modern Trade. Supervised by FUAD WAHDAN MUHIBUDDIN.

Sunlight's declining brand perception against Mama Lemon in the dishwash category shows signs of a persistent decline, prompting this descriptive study to evaluate the type and intensity of promotion and Sunlight's competitive price position through store audits across ten Jabodetabek modern trade outlets over two observation waves, using sales promotion theory, the benefit congruency framework, and *Standard* and *Normalized Competitive Price Index* along with metric gap. Results show Mama Lemon consistently discounts deeper than Sunlight across all clusters, with the widest gap in the price warrior cluster (3.32 percentage points), except at LSI and Naga. *Twinpack* consistency was high (nine of ten outlets), though only five outlets maintained price stability. The red zone proportion based on *Standard CPI*, 70 percent, rose to 85 percent under *Normalized CPI*, indicating that the standard price index does not fully reflect the actual price position. For *Twinpack*, 63 percent of observations showed a price-buffering function, while 37 percent showed a positive metric gap. This study recommends a cluster-differentiated *Trade Spend Allocation Matrix*.

Keywords: *Competitive Price Index, metric gap, modern trade, sales promotion theory, trade spend*



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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 atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

EVALUASI *COMPETITIVE PRICE INDEX* DAN PROMOSI SUNLIGHT DI *MODERN TRADE* JABODETABEK

MUHAMMAD AZKA ABDULLAH

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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 atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc.
2. Ir. Retnaningsih, M.Si.



Judul Skripsi : Evaluasi *Competitive Price Index* dan Promosi Sunlight di
Modern Trade Jabodetabek

Nama : Muhammad Azka Abdullah

NIM : K1401221152

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Fuad Wahdan Muhibuddin, S.Pi., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian:
24 Juli 2026

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juli 2025 hingga Juli 2026 ini ialah "Evaluasi *Competitive Price Index* dan Promosi Sunlight di *Modern Trade Jabodetabek*".

Penyelesaian skripsi ini tentu tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Hastaman dan Ibu Dedeh Dahliawati, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang tiada henti, baik secara moral maupun material, selama penulis menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Fuad Wahdan Muhibuddin, S.Pi., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi sekaligus Pembimbing *Capstone*, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi maupun proyek *capstone* penulis.
3. Ibu Ir. Retnaningsih, M.Si. selaku Dosen Penggerak Akademik, yang telah membimbing penulis sepanjang masa perkuliahan di Sekolah Bisnis IPB.
4. Ibu Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc. dan Ibu Ir. Retnaningsih, M.Si. selaku Dosen Penguji pada ujian skripsi, yang telah memberikan koreksi, masukan, dan arahan yang sangat berharga demi penyempurnaan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M. selaku Dosen Pembimbing Seminar, yang telah memberikan arahan dan masukan pada tahap awal penyusunan proposal penelitian ini.
6. Bapak Dr. Suhendi, S.P., M.M. selaku Dosen Pembimbing Kuliah Kerja Nyata (KKN), yang telah memberikan bimbingan selama penulis menjalani program pengabdian masyarakat.
7. Tim *Category Operations & Planning (COP)* Divisi *Home Care* PT Unilever Indonesia, Tbk., yaitu Mbak Cecil, Mbak Rayi, Mas Freddy, dan Mbak Medika, yang telah menjadi mentor bagi penulis selama masa magang serta membantu memperdalam pemahaman penulis mengenai dinamika *trade marketing*, manajemen kategori, dan praktik *store audit* di lapangan, yang menjadi salah satu inspirasi dan landasan kontekstual bagi penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan staf Sekolah Bisnis IPB, atas ilmu, bimbingan, dan pelayanan yang diberikan selama masa studi sehingga mendukung kelancaran proses pembelajaran penulis.
9. Teman-teman seperjuangan skripsi satu bimbingan, yaitu Rakha, Fadhli, Layla, Gita, Rani, Amarylis, Rafli, Gilang, dan Rabbani, yang senantiasa menjadi teman berdiskusi, bertukar pikiran, serta saling memberikan dukungan dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.



10. Sahabat saya selama 9 tahun, Azrielle, Farid, Nesya, Yazid, dan Aufa, yang sudah menjadi dukungan moral (*moral support*) selama ini dengan bermain dan juga jalan-jalan ke berbagai kota beberapa tahun ke belakang.
11. Seluruh teman-teman seperjuangan di IPB, khususnya dari penyelenggara acara (*event organizer*) ABEST, TEDxIPB, 180DC IPB, panitia Addventures 9.0, Pusat Prestasi SB IPB, DPR, Thanasha, dan teman-teman lorong 2 asrama C3, serta seluruh mahasiswa Sekolah Bisnis IPB angkatan 59, atas kebersamaan, pengalaman, dukungan, dan motivasi yang diberikan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh teman yang hadir dalam berbagai fase kehidupan, mulai dari SD, SMP, hingga SMA, serta Perunggu, Hindia, Deankt, Frank Ocean, Daniel Caesar, dan Coffee Companion yang menemani proses penyusunan skripsi ini, yang telah memberikan semangat dan menemani penulis selama perjalanan penyusunan skripsi ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2026

Muhammad Azka Abdullah



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	6
1.6 Batasan Penelitian	7
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Teori Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion Theory</i>)	9
2.2 Kerangka Kesesuaian Manfaat (<i>Benefit Congruency Framework</i>): Promosi Moneter dan Nonmoneter sebagai Indikator Perilaku Kompetitif	9
2.3 Manajemen Ritel, Ekosistem Modern Trade, dan Rantai Pasok	10
2.4 Karakteristik Low Involvement Product dan Perilaku Promosi Moneter Versus Nonmoneter	10
2.5 Arsitektur Harga, Competitive Price Index, dan Selisih Metrik pada Format Bundling	11
2.6 Promosi Penjualan, Bias Kognitif, dan Jebakan Perang Harga	12
2.7 Ekuitas Merek dan Keputusan Konsumen	12
2.8 Kerangka Pemikiran	13
METODE	15
3.1 Objek dan Waktu Penelitian	15
3.2 Pendekatan dan Alur Penelitian	16
3.3 Jenis dan Sumber Data	17
3.4 Teknik Pengumpulan dan Validasi Data	18
3.5 Metode Analisis Data dan Operasionalisasi Indikator	19
3.6 Variabel Penelitian dan Matriks Operasionalisasi	21
HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Gambaran Umum <i>Dishwash</i>	23
4.2 Analisis Tipe dan Intensitas Promosi	27
4.3 Analisis Posisi Harga Relatif	29
4.4 Analisis Komparatif Lintas Klaster dan Implikasi Manajerial	31
SIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Simpulan	35
5.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN	40
RIWAYAT HIDUP	41



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Klasterisasi Gerai Modern Trade Berdasarkan Intensitas Promosi dan Posisi CPI	15
Tabel 2 Klasifikasi Zona Competitive Price Index	20
Tabel 3 Operasionalisasi Variabel Penelitian	21
Tabel 4 Matriks Keterkaitan Rumusan Masalah, Data, Sumber, dan Metode Analisis	21
Tabel 5 Data Rekap Store Audit	24
Tabel 6 Rata-rata Besaran Diskon Sunlight dan Mama Lemon per Klaster	27
Tabel 7 Ringkasan Intensitas dan Konsistensi Promosi per Gerai	28
Tabel 8 Standard CPI Kemasan Tunggal Sunlight 635 ml terhadap Mama Lemon 680 ml	29
Tabel 9 Perbandingan Standard CPI dan Normalized CPI Kemasan Tunggal	29
Tabel 10 Normalized CPI Twinpack dan Selisih Metrik per Gerai	30
Tabel 11 Simulasi Solusi Penyesuaian Harga Twinpack untuk Menetralkan Selisih Metrik Positif	31
Tabel 12 Rata-rata Standard CPI dan Normalized CPI Kemasan Tunggal per Klaster	31
Tabel 13 Matriks Hubungan Distorsi CPI dan Intensitas Promosi per Klaster	32
Tabel 14 Simulasi Realokasi Trade Spend per Klaster Gerai	33
Tabel 15 Matriks Pengaturan Alokasi Trade Spend	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tren <i>Top Brand Index</i> Sabun Pencuci Piring Cair Periode 2015–2026	2
Gambar 2 Peta sebaran sepuluh gerai <i>modern trade</i> di Jabodetabek berdasarkan tiga klaster konsumen	7
Gambar 3 Kerangka Pemikiran Penelitian	14
Gambar 4 Kerangka Alur Penelitian	17
Gambar 5 Sunlight 635, Sunlight Twinpack, dan Mama Lemon 680	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Rekapitulasi Kapasitas Rak Fisik (Jumlah <i>Facing</i>)	40
Lampiran 2 Rekapitulasi <i>Share of Shelf</i> Gerai (%)	40
Lampiran 3 Bukti foto <i>store audit</i>	41



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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 atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.