

## **BAB IV**

### **Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Toserba Ada Baru Salatiga**

Toserba Ada Baru adalah toko yang selalu menyediakan barang-barang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, sekaligus sebagai toko yang dikagumi konsumen. Toserba Ada Baru di Salatiga yang beralamat di Jalan Jenderal Sudirman no. 20 ini berdiri hampir dua puluh tiga tahun yang lalu, tepatnya pada tanggal 21 Juli 1984. Toserba ini didirikan oleh Bapak Arifin selaku pemimpin tunggal dengan luas bangunan + 2800 m dan luas tanah + 2800 m. Bangunan pada toserba ini dibagi menjadi dua lantai, yaitu lantai dasar yang digunakan untuk area penjualan barang kebutuhan sehari-hari, counter kosmetik, kafe, area bermain anak, dan counter-counter yang disewa dan lantai dua digunakan untuk area penjualan produk fashion.

Swalayan Ada Baru Salatiga memiliki sembilan departemen yang terdiri dari: departemen kosmetik, alat tulis, kebutuhan sehari-hari (swalayan), kafe, buah-buahan, daging kemasan, elektronik, fashion, dan mainan anak-anak. Swalayan Ada Baru beroperasi setiap hari dengan jam kerja mulai pukul 08.00 s.d. pukul 21.00 WIB. Pada hari besar dan hari libur nasional seperti Natal, Lebaran, Tahun Baru dan hari libur lainnya toserba ini tetap buka seperti biasa.

##### **4.1.2 Fasilitas di Swalayan Ada Baru Salatiga**

Swalayan Ada Baru Salatiga menyediakan berbagai macam fasilitas untuk memudahkan konsumen dalam berbelanja. Fasilitas yang disediakan oleh Swalayan ini adalah sebagai berikut :

- 10 unit tas belanja dan 40 unit keranjang dorong, tujuannya adalah untuk mempermudah konsumen dalam membawa barang belanjannya.
- Area parkir roda dua dan roda empat yang berada di dalam dan di luar Swalayan.

- Sebuah lift untuk mempermudah konsumen untuk naik dan turun dari lantai satu ke lantai dua,serta anak tangga yang disediakan untuk konsumen yang tidak terbiasa menggunakan lift.

#### **4.1.3 Gambaran Karyawan Toserba Ada Baru Salatiga**

Karyawan di Swalayan Ada Baru Salatiga ini dibagi menjadi tiga jenis,yaitu:

- Karyawan tetap  
Karyawan ini menjadi tanggung jawab dan di gaji oleh pihak Swalayan Ada Baru.Jumlah karyawan ini adalah sebanyak 80 orang yang terdiri dari 15 orang karyawan pria dan 65 orang karyawan wanita.
- Karyawan yang ditempatkan  
Swalayan Ada Baru menjual berbagai macam produk kosmetik dari berbagai perusahaan yang berbeda seperti Martha Tilaar,Mustika Ratu,dan Kimia Farma.Agar produk kosmetik tersebut dapat lebih diterima oleh konsumen,maka pihak Ada Baru membutuhkan karyawan yang tahu betul fungsi dari masing- masing alat kosmetik tersebut.Untuk itu,tiap perusahaan kosmetik menempatkan beberapa karyawannya agar bisa lebih membantu memberi penjelasan pada konsumen yang ingin membeli produk kosmetik tersebut.Karyawan ini berada di bawah tanggungjawab dan digaji oleh masing-masing perusahaan kosmetik tersebut.Keseluruhan karyawan ditempatkan ini berjumlah 20 orang.
- Karyawan Counter Sewa  
Karyawan ini bukan tanggungjawab dan tidak di gaji oleh pihak Swalayan Ada Baru.Jumlah karyawan ini adalah 15 orang.

Seluruh karyawan di Swalayan Ada Baru bekerja selama enam hari dan mendapat libur satu kali dalam seminggu secara bergiliran.Dalam sehari ada sekitar 15 karyawan yang libur.

Sistem kerja karyawan di Toserba Ada Baru Salatiga dibagi menjadi tiga shift,yaitu:

- Shift pertama,yaitu pagi – sore,mulai pukul 08.00 s.d. 12.30 WIB.
- Shift kedua,yaitu siang – malam,mulai pukul 16.30 s.d. 21.00 WIB.

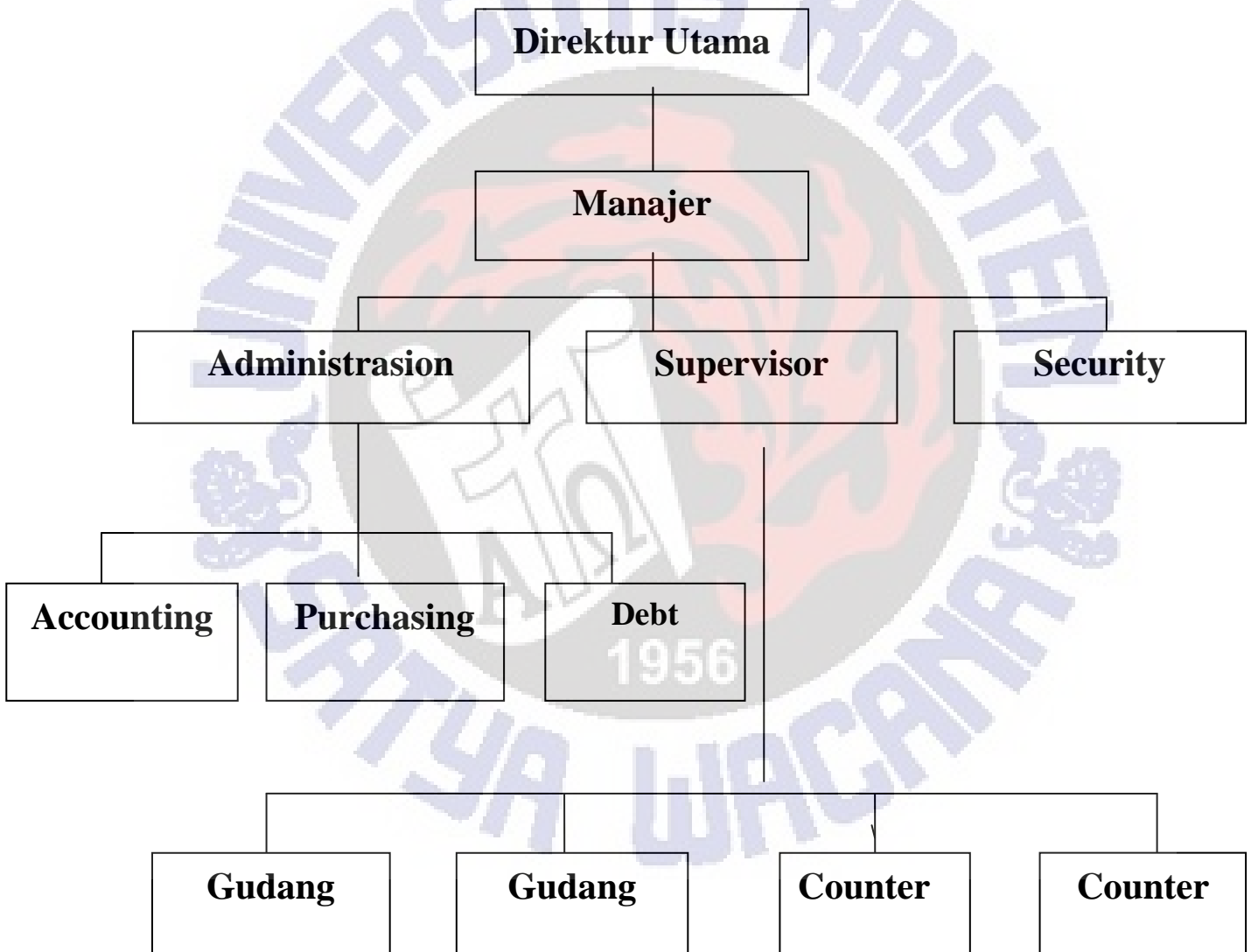
- Shift ketiga,yaitu pagi dan malam:

\* Pagi : pukul 08.00–12.30 WIB.

\* Malam : pukul 16.30 – 21.00 WIB.

#### 4.1.4 Struktur Organisasi Swalayan Toserba Ada Baru

Salatiga



#### 4.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Pembagian tugas, wewenang dan tanggungjawab dari masing-masing bagian yang ada di dalam struktur Ada Baru adalah sebagai berikut:

1. Direktur Utama
  - Pemilik perusahaan
  - Mengawasi perkembangan dan pertumbuhan perusahaan
  - Menyetujui dan mengesahkan segala laporan dari bawahan
2. Manajer
  - Mengurus perjanjian kontrak
  - Memberlakukan adanya diskon
  - Berhubungan dengan pihak luar, misalnya kantor pajak
  - Menyetor uang ke bank
3. Administrasion
  - Mencatat pemesanan barang
  - Mencatat persediaan gudang
  - Mencatat mutasi barang dari gudang ke counter
  - Mencatat hutang
4. Supervisor
  - Mengawasi karyawan bagian counter dan bagian gudang
  - Mengadakan promosi-promosi
  - Memberikan perintah mutasi barang dari gudang ke counter
  - Melakukan order pembelian barang
5. Security
  - Menjaga keamanan dan ketertiban di Ada Baru
  - Mengantar manajer pada saat menyetor uang ke bank
6. Accounting
  - Mencatat jurnal penjualan harian dan jurnal kasir
  - Menerima kas atas penjualan yang terjadi dalam 1 hari
7. Purchasing
  - Input data barang ke komputer
  - Melakukan order pembelian barang

## 8. Debt

- Menerima dan meneliti jumlah tagihan
- Menerima jumlah tagihan yang sudah jatuh tempo

## 9. Gudang

- Menerima dan mengecek barang sesuai dengan faktur pengiriman dan order
- Melaksanakan mutasi barang dari gudang ke counter
- Memberikan label pada barang yang terdiri dari kode dan harga barang

## 10. Pramuniaga bagian Counter

- Melayani pelanggan
- Mengawasi penjualan barang
- Mengatur tata letak barang
- Menjaga kebersihan counter
- Mencatat penjualan pada nota penjualan

## 4.2. Hasil Pembahasan

### 4.2.1 Strategi Produk

Dalam strategi produk perusahaan melakukan sebagai berikut:

#### a.) Kualitas Produk

Kualitas produk yang dijual perusahaan sudah memenuhi syarat standar nasional Indonesia. Untuk menjaga kualitas produk, perusahaan memberi perhatian khusus untuk produk yang dihasilkan. Produk yang dihasilkan ini diperiksa dengan ketat dan bertingkat di setiap proses produksi. Perusahaan menganggap bahwa menjaga kualitas sangatlah penting, karena itu merupakan kunci kepercayaan konsumen terhadap produk yang dibelinya.

#### b.) Merek Produk

Produk ini mempunyai ciri pada air yang tidak berasa. Perusahaan memberikan merek pada produknya dengan tujuan agar dapat menciptakan pasar.

#### c.) Kemasan Produk

Pengemasan dilakukan untuk menjaga keamanan produk pada saat penyimpanan di gudang maupun pada saat pengiriman. Dengan ada bermacam-macam ukuran

tersebut perusahaan mengharapkan agar masyarakat dapat memilih ukuran mana yang dibutuhkan. Apabila untuk ukuran memiliki kemasan kurang begitu bagus, itu terlihat seringnya terjadi kebocoran.

#### d.) Pelayanan

Pelayanan yang diberikan kepada calon pembeli antara lain:

- 1.) Pemberian hak untuk menawarkan atau penawaran produk.
- 2.) Pemberian hak atas komplain sepanjang produk merupakan kesalahan perusahaan.
- 3.) Memberi kesempatan melakukan penelitian kualitas produk.
- 4.) Memberi pelayanan informasi produk.

#### 4.2.2 Strategi Harga

Tujuan penetapan harga bagi perusahaan adalah :

- 1.) Terjadi keuntungan
- 2.) Harga dapat bersaing
- 3.) Harga dapat diterima oleh pembeli atau konsumen.

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan ditujukan oleh masyarakat menengah ke bawah. Adapun yang membedakan harga adalah kemasan yang digunakan. Biaya produksi meliputi :

- 1.) Harga bahan baku
- 2.) Harga bahan pembantu
- 3.) Proses akhir
- 4.) Kemasan
- 5.) Tenaga kerja

Dalam penetapan harga memerlukan pertimbangan kualitas, produk, promosi dan distribusi. Pertimbangannya adalah adanya kualitas yang baik, sebenarnya dapat mendongkrak harga menjadi setara dengan produk yang lainnya. Merek menjadi salah satu pertimbangan, karena menjadikan perusahaan memiliki konsekuensi untuk mempromosikan merek produk tersebut dan menjaga kestabilan kualitas dari produk yang dihasilkan perusahaan.

### 4.2.3 Strategi Promosi

Promosi merupakan suatu hal penting bagi suatu perusahaan agar produknya dapat dikenal oleh masyarakat atau konsumen. Dan promosi ini merupakan salah bagian dari kegiatan pemasaran suatu perusahaan. Berkaitan dengan itu, maka perusahaan Swalayan Ada Baru melakukan suatu promosi dengan tujuan untuk menyebarkan informasi tentang kehadiran, ketersediaan produk, ciri-ciri serta manfaat yang diperoleh oleh calon pembeli. Perusahaan menggunakan promosi dengan cara personal selling. Yang dimaksud dengan personal selling adalah Perusahaan menurunkan salesman atau salesgirl dan menawarkan secara pribadi. Perusahaan juga menawarkan ke toko-toko kecil untuk memasukkan barang dengan cara ada yang konsinyasi ataupun dengan pembayaran kontan (cash). Perusahaan kurang memperhatikan variabel promosi, karena pimpinan belum mendapatkan jenis promosi yang tepat bagi produk dalam kemasan. Dalam melakukan promosi perlu mempertimbangkan produk, harga, dan distribusi.

Dari hasil analisis penelitian kecenderungan perusahaan Swalayan Ada Baru melakukan promosi berdasarkan pada 4 hal yaitu :

- 1.) Advertensi yaitu : produk yang dipromosikan dengan memperlihatkan foto-foto produk dan pemberian brosur dan katalog serta kartu nama dari pemilik perusahaan kepada pembeli dan calon pembeli potensial.
- 2.) Promosi lewat pameran yaitu : pameran dagang diadakan dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen secara lebih nyata tentang produk yang dihasilkan perusahaan.
- 3.) Publisitas, yaitu: lewat hubungan masyarakat. Misalnya melalui konsumen yang pernah membeli kemudian memberikan informasi kepada orang lain.
- 4.) Penjualan personal, yaitu : dimana perusahaan memberikan penyajian lesan dalam suatu pembicaraan dengan satu atau beberapa pembeli potensial dengan tujuan untuk menciptakan penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, proses promosi yang sering digunakan adalah pameran dagang dan pemberian brosur dan katalog. Cara ini dilakukan karena perusahaan Swalayan Ada Baru merasa cukup mampu untuk

memenuhi target dari perusahaan dan dapat berpengaruh langsung terhadap penjualan.

#### **4.2.4 Strategi Saluran Distribusi**

Di dalam kegiatan pemasaran upaya untuk menyampaikan barang atau jasa dari produsen ke konsumen tidak lepas dari kegiatan distribusi. Saluran distribusi atau saluran pemasaran yang efektif akan membantu keseluruhan kegiatan pemasaran yang efisien dan sukses. Dalam menyalurkan produknya Swalayan Ada Baru tidak menggunakan grosir atau pedagang eceran tapi pelanggan atau pembeli langsung pada perusahaan untuk membeli yang kemudian langsung diantar pada konsumennya. Pengelolaan distribusi juga mencakup pemilihan pola saluran distribusi. Pola saluran distribusi yang dipakai oleh Swalayan Ada Baru adalah pola saluran distribusi tidak langsung yaitu perusahaan sebagai produsen menjual produk ke toko, kemudian dijual kepada konsumen. Transportasi atau alat angkut yang digunakan oleh perusahaan Swalayan Ada Baru adalah dengan menggunakan truk. Perusahaan mengirimkan barang sampai ke toko. Kelancaran penyampaian produk kepada pembeli dengan tepat waktu, merupakan tujuan pemilihan alat pengangkutan yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan. Saluran distribusi merupakan salah satu hal yang dianggap penting oleh perusahaan. Karena dengan adanya saluran distribusi yang baik, maka dapat menjamin produk yang dihasilkan oleh perusahaan akan dapat sampai ke tangan pembeli atau pelanggan tepat pada waktunya dan dalam keadaan yang utuh atau sesuai dengan yang diinginkan oleh pembeli atau pelanggan. Dalam pengertian seperti di atas, perusahaan mesti membuat keputusan untuk saluran distribusi apa yang akan digunakan dalam menyampaikan barang atau jasa pada konsumen. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan Swalayan Ada Baru adalah saluran distribusi yang pendek dan sederhana.

Hal ini dikarenakan perusahaan mempunyai pemikiran bahwa dengan saluran distribusi yang pendek maka biaya yang dibutuhkan untuk mengirimkan produknya hingga ke tangan konsumen akan menjadi lebih murah. Selain itu juga karena perusahaan ingin agar produk yang dihasilkan akan lebih cepat sampai ke tangan konsumen dan keutuhannya akan dapat lebih terjaga. Tetapi meski perusahaan mempunyai saluran distribusi yang demikian, sebenarnya perusahaan tidak berurusan dengan



konsumen akhir, melainkan hanya berurusan dengan importir. Untuk kegiatan memperlancar penyaluran produk dari produsen kepada konsumen, maka kegiatan distribusi berfungsi merupakan komponen yang penting untuk dilakukan. Kegiatan distribusi berfungsi membuat produk dapat tersedia bagi konsumen atau pembeli. Kelancaran penyampaian produk kepada pembeli dengan tepat waktu dan efisien, merupakan tujuan pemilihan alat pengangkutan yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan. Kelancaran penyampaian produk kepada pembeli dengan tepat waktu dan efisien, merupakan tujuan pemilihan alat pengangkutan yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan.

