

BAB III

PRAKTEK PEMBERIAN BONUS DI PASAR KECAMATAN KRIAN

A. Letak Geografis Kecamatan Krian

Kecamatan Krian merupakan salah satu Kecamatan di antara 18 Kecamatan dalam wilayah Kabupaten Sidoarjo, dengan monografi sebagai berikut :

- | | |
|-------------------|------------------------------------|
| - Luas wilayah | : 3.008,977 Ha. Yang terdiri atas, |
| Tanah sawah | : 1.881,723 Ha. |
| Tanah kering | : 1.27,254 Ha. |
| - Jumlah Desa | : 22 Desa |
| - Jumlah penduduk | : 65.503 jiwa, yang terdiri dari, |
| Usia anak-anak | : 18.386 Jiwa. |
| Usia Dewasa | : 47.117 Jiwa. |

Dari luas daerah dan jumlah penduduk tersebut terdapat beberapa Agama yang jumlah dan prosentasenya terdapat pada tabel berikut.

TABEL. I

NOMOR	NAMA AGAMA	JUMLAH JIWA	PROSENTASE
1	Islam	62.134	97,36 %
2	Kristen Protestan	489	0,77 %
3	Kristen Katolik	772	1,21 %
4	Hindu	9	0,01 %
5	Budha	223	0,35 %
6	Lain-lain	194	0,30 %

Dari daftar tabel tersebut dapatlah kita ketahui bahwasannya diwilayah Kecamatan Krian masyarakatnya mayoritas beragama Islam. (Hasil wawancara dengan Bapak Sek. Wil. Cam. Krian).

Adapun Kecamatan Krian diapit oleh beberapa Kecamatan, diantaranya termasuk wilayah Kabupaten Sidoarjo dan satu Kecamatan termasuk Wilayah Kabupaten Gresik, dengan batas-batas sebagai berikut :

Timur	:	Kecamatan Taman dan Sukodono
Utara	:	Kecamatan Driyorejo Grésik.
Barat	:	Kecamatan Balongbendo.
Selatan	:	Kecamatan Wonoayu dan Prambon

Sarana pendidikan di Kecamatan Krian juga sudah memadai karena dari tingkatan Taman kanak-kanak sampai perguruan tinggi sudah tersedia, dengan jumlah sbb :

T.K	:	25 buah.
SDN	:	36 buah
M.I	:	13 buah.
S M P	:	13 buah (3 buah SMP Negeri, lainnya swasta)
M.Ts.	:	2 buah (masing-masing Negeri dan swasta - satu buah).
S M A	:	10 buah (1 SMA Negeri lainnya swasta).
Aliyah	:	1 buah
P. Tinggi	:	1 buah. (swasta dengan nama Universitas Islam Sidoarjo/ UNTSIDA).

Kecamatan Krian merupakan wilayah Kabupaten Sidoarjo bagian barat yang didalamnya terdapat 22 desa, yang terdiri atas 20 pimpinan Kepala desa dan 2 pimpinan kelurahan. Ini menunjukkan bahwasannya daerah Kecamatan Krian mayoritas daerah pedesaan. Adapun jumlah mata pencaharian dan prosentasenya dapat kita lihat dalam tabel berikut.

TABEL. II

NOMOR	JENIS PEKERJAAN	JUMLAH JTWA	PROSENTASE
1	Pegawai Negeri	3.243	2,88 %
2	Petani	20.531	18,23 %
3	Pedagang	7.782	6,91 %
4	Wiraswasta	14.021	12,45 %
5	lain-lain	67.043	59,53 %

Sumber : Wawancara dengan Sek. Wil. Cam. Krian, 12-2-92

Dari daftar tabel tersebut diatas dapatlah kita lihat bahwasannya dikecamatan Krian masih banyak para pengangguran, pegawai kasaran dan petani , hal ini akan ber pengaruh pada daya beli pada pasar yang bersangkutan.

Pasar Krian merupakan pasar yang terbesar diwiliyah tingkat Kecamatan se-Kabupaten Sidoarjo, dengan ukuran tanah seluas : 21.000 M2, diatas bangunan seluas : 10.000 M2. yang ditangani oleh pegawai sebanyak 32 orang

yang ditugaskan dari daerah Tingkat II Kabupaten Sidoarjo, ditambah juga pihak swasta atas kebijaksanaan ketua pasar yang honornya berasal dari iuran wajib para pedagang.

Sejumlah 32 pegawai tersebut dalam tugasnya dibagi atas tiga bagian yakni:

- Juru pungut : 10 orang
- Juru kebersihan: 10 orang
- Juru Keamanan : 12 orang (Hasil wawancara dengan Bapak Sarbini, Kepala pasar Krian, 13-2-1992)

Hasil wawancara berikutnya, bahwa pedagang dipasar Kecamatan Krian terdapat tiga golongan pedagang dengan data sebagai berikut :

1. Pedagang klas tinggi.

Balam kelas ini antara Toko dengan rumah pedagang dijadikan satu (bersusun), yang atas sebagai perumahan sedang yang bawah sebagai tempat untuk berjualan beli (berdagang). Modal yang ditargetkan minimal Rp 250.000.000,- sehingga terlihat lengkap semua kebutuhan sehari-hari. Di pasar kecamatan Krian terdapat 333 penghuni termasuk juga kios, tetapi yang aktif hanya 200 penghuni, lainnya jatuh bangun. Dari jumlah tersebut diatas, milik orang Islam dengan non Islam didapat perbandingan 2 : 3

2. Pedagang klas menengah.

Pedagang klas menengah kategori pedagang kios dan bangunan los, dengan modal dibawah kelas tinggi dan minimal Rp 1.000.000,- sebagai modalnya.

Dalam stan los ini terlihat agak ramai, karena jaraknya yang dekat antara satu dengan yang lain sehingga terlihat pembeli yang berjejer-jejer, serta suara antara penjual dan pembeli yang saling kedengaran.

Dipasar Krian pedagang klas menengah sebanyak 900 penghuni, tetapi yang aktif hanya 800 penghuni dan semuanya beragama Islam.

3. Pedagang klas Rendah

Jumlah pedagang klas rendah dipasar Krian hanya ± 500 penghuni, yang kesemuanya dinamakan juga pedagang tidak tetap (musiman), karena selain tidak dapat dipastikan mereka berjualan, tempatnya juga selalu berpindah-pindah yakni selalu mencairi tempat-tempat yang ramai, siapa yang datangnya lebih awal maka akan dapat tempat yang lumayan.

Hal ini menyebabkan para pegawai pasar khususnya bagian juru pungut mengalami kesulitan diwaktu menarik karcis, lantaran tempatnya yang berpindah pindah. (Wawancara dengan Bapak Sarbini, Kepala pasar Krian, tanggal 14-2-1992).

B. Tujuan Pemberian Bonus dipasar Krian

Pemasaran barang bukanlah suatu masalah yang kecil dalam suatu perusahaan, mengingat hal tersebut untuk merealisir penjualan. Berkaitan dengan pemasaran dan peningkatan penjualan, perlu diadakan usaha-usaha yang bersifat khusus yakni pemberian bonus atau hadiah yang menarik pakan salah satu sarana promosi.

Promosi adalah arus informasi atau bujukan yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengarahkan para konsumen agar dapat mewujudkan pertukaran dalam pemasaran.

Berdasarkan pengalaman untuk mempengaruhi konsumen ada beberapa faktor pelaksanaan yang penting yaitu :

1. Ciri-ciri produk dan tahapnya dalam baur kehidupan masyarakat.
 2. Kebiasaan pembelian dari para konsumen
 3. Pandangan dari para sales dan distributor.
 4. Strategi promosi dari para saingan
 5. Tersedianya dana promosi

Pemberian bonus dalam perdagangan merupakan hal yang penting, sebab konsumen akan merasa semangat dengan diberikannya tersebut, walaupun sedikit akan terjalin keakraban antara pemberi dengan yang diberi. Jadi produsen harus menyediakan anggaran khusus sebagai bonus, hal tersebut menunjukkan antara produsen dengan konsumen terjalin adanya saling kerja sama dalam rangka mencari titik keberhasilan dagang.

Konsumen pun merasa dirinya diperhatikan oleh produsen, apabila dalam jual belinya disertakan hadiah (bonus) yang sesuai dengan kemampuan jual belinya, apalagi bila konsumen diundang untuk hadir disuatu tempat rekreasi atau hotel disana diajak untuk makan-makan bersama yang dilanjutkan untuk menarikkan bonus dengan jalan undian berhadiah. (Wawancara dengan Bapak M. Ghufron, Karyawan PT. Unilever, Surabaya).

Pemberian Bonus dikecamatan Krian bermacam-macam cara dan bentuknya dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan. Memang aspek ini merupakan hal yang sangat penting dalam manajemen pemasaran, karena dengan pemberian tersebut akan diharapkan terjalinnya hubungan kegiatan penjualan yang berkesinambungan, sehingga kehidupan perusahaan dapat terjamin. (Wawancara dengan Bapak Qomarudin Sales dari Pt. WINGS Surabaya)

Sasaran dari pemberian bonus adalah masyarakat atau konsumen, melaluibagai macam promosi yang mereka lakukan tujuannya agar masyarakat dapat tertarik, sehingga mau menerima ide atau mengakui kegunaan barang yang ditawarkan yang berakhir dengan bersedia untuk melakukukan pembelian (Wawancara dengan Bapak Nur Cholis, karyawan PT. VIVA Surabaya).

Dari berbagai uraian tersebut diatas penulis dapat memaparkan bahwa tujuan dari pemberian bonus atau

hadiah khususnya di pasar Kecamatan Krian adalah :

1. Memperkenalkan perusahaan atau pabrik kepada masyarakat
 2. Memperkenalkan ide/jasa dan barang produk tertentu ke pada masyarakat.
 3. menarik langganan baru.
 4. memperkokoh atau mengikat langganan lama.
 5. mengingatkan langganan akan perusahaan atau produk tertentu.
 6. memperluas pasaran dalam program penjualan.
 7. mencegah beredarnya barang tiruan.

Namun keberhasilan dari program tersebut masih relatif, berdasarkan pengalaman, untuk mempengaruhi konsumen ada beberapa faktor pelaksanaan yang penting sebagaimana diuraikan dalam halaman yang sudah lewat.

C. Macam-macam Bonus dan cara pelaksanannya.

Pengeluaran untuk barang-barang promosi makin besar dari tahun ketahun, ini sudah tentu agar secepatnya dapat menarik konsumen sebanyak-banyaknya, dengan kata lain bagaimana produsen dapat memanfaatkan pengeluaran tersebut demi keuntungan perusahaan dan bagaimana agar memperoleh hasil yang lebih baik.

Para pemasok barang-barang untuk pemberian bonus sudah hafal dengan permintaan akan sesuatu yang lain.

Alatnya : pena, jam, lencana, dompet, dan gantungan kunci

ci, ini sudah dianggap usang oleh karenanya diinginkan sesuatu yang berbeda.

Permintaan seringkali salah sasaran, karena dengan banyaknya selera bagi konsumen maka sesuatu yang baru bisa menjadi penting atau juga barang yang umum dipakai menjadi bahan pokok, hal ini utamanya bagi konsumen yang sudah tenggelam dalam masalah bonus atau hadiah. (Julian Cummins, halaman: 24).

Dari praktik yang terjadi dipasar Krim, sesuai dengan uraian tersebut diatas memang banyak macam dan caranya dalam pemberian bonus (hadiah), diantaranya:

Dari produksi sabun detergent wings, dan sabun mandi giv pemberian bonusnya adalah apabila toko yang bersangkutan dapat berbelanja dan menghabiskan masing masing minimal 75 karton (1 karton = 6 dusin) dalam jangka waktu yang ditentukan, maka akan diberikannya Radio tape dan apabila dalam jangka waktu yang telah ditentukan ternyata tidak dapat menghabiskannya, maka akan diberikannya bonus yang lain, misalnya : calculator dsb. Sementara dari So Klin pemberian bonusnya cara langsung kepada konsumen, misalnya : dalam pembelian 1 Kg So Klin akan mendapatkan 1 gelas indah.

Selain cara tersebut Produksi Wings juga memberikan bonus atau hadiah dengan cara berlomba menghias toko (pemajangan) dengan cara menghias toko-toko ter-

sebut, dan menampakkan semua hasil produksi dari WINGS dengan macam-macam tatanan dan hiasan yang indah, pada suatu saat akan didatangi oleh petugas dari perusahaan untuk menilainya dan apabila lomba tersebut dapat dimenangkan akan mendapatkan bonus(hadiah) Misalnya : Sepeda Mini BMX dan sebagainya. (Wawancara dengan Babak Sutikno, pemilik toko/agen dipasar Krian).

Cara pemberian Bonus dari PT. Unilever Indonesia kebanyakan berupa barang yang sejenis. Misalnya : Apabila pemilik toko mau membeli 100 buah sabun Lux, maka akan diberikannya 1 buah sabun Lux sebagai bonusnya dan apabila pemilik toko membeli sebanyak 200 buah maka akan mendapatkan 2 buah secara cuma-cuma, begitu se terusnya. Cara tersebut berlaku juga untuk hasil produksi Sun silk, Rinso, Pepsodent, Lifeboy dan sebagainya.

Dari PT. Unilever juga terdapat cara pemberian bonus langsung, misalnya : Dalam membeli sebuah Pepsodent berukuran besar akan mendapatkan bonus langsung berupa 1 gelas mungil indah, dalam setiap pembelian 1 lembar Sun Silk akan mendapatkan sebuah bolpoin yang indah dsb.

Dalam prakteknya dipasar Kecamatan Krian apabila hadiah yang tersedia ternyata habis, maka pemilik toko diberikan ganti berupa uang yang seimbang, peristiwa

tersebut khususnya dari produksi PT Unilever Indonesia.
(wawancara dengan Bapak H. Tarwihan, pemilik toko Krian)

Lain halnya dari PT. Miwon, dalam hal pemberian bonus perusahaan ini membuat cara sebagai berikut: Apa bila pemilik toko membeli bumbu masak miwon sebanyak 25 sak (25 Kg) yang terbungkus masing-masing 50 gram, maka akan mendapatkan satu kupon undian berhadiah, begitulah seterusnya. Pada hari-hari yang akan datang ada undangan yang disebarluaskan kepada pemilik-pemilik kupon tersebut dan disuruh menghadirinya misalnya : di Kebun raya Purwodadi, Malang di hotel Garden Palaca dsb disana diadakan makan-makan bersama serta ucapan terima kasih dari papak pimpinan perusahaan dan terakhir diadakan penarikan undian Bonus berhadiah, jika mendapatkan banyak kupon maka kesempatan untuk meraih hadiah juga besar. Adapun hadiah-hadiah yang tersedia di antaranya : Sepeda Motor, Sepeda biasa dengan merek Phoenix, sepeda mini BMX dan sebagainya.

Selain cara Bonus undian seperti tersebut diatas PT Miwon juga mengadakan Lomba hias toko seperti halnya PT Wings, adapun hadiah yang tersedia yaitu Tape recorder, calculator dsb. hasil produksinya yang lain termasuk Bumbu masak Royco, pemberian hadiahnya dengan memberikan 1 buah jam dinding pada setiap pembelian yang

menghabiskan uang Rp 2000.000,- (Wawancara dengan Bapak H. Nuroddin Pemilik Toko).

Dari produksi sasa dan ajinomoto pelaksanaan pem berian bonus sama, yaitu setiap pembelian sasa atau aji nomoto segala ukuran yang menghabiskan uang sebanyak Rp 10.000,- akan memperoleh satu kupon undian, apabila ha-bis Rp 20.000,- maka akan memperoleh 2 kupon begitu seterusnya. Pada suatu saat para pemegang kupon akan diberi kan undangan untuk datang ke perusahaan yang bersangku-tan dan disana diadakan penarikan bonus undian yang be-rupa Tape dex Karaoke, Jam dinding, Calkulator dsb. dari produksi ini tidak menggunakan promosi berupa menghias toko (Wawancara dengan Bapak Sutik, pemilik toko)

Dari hasil wawancara dengan beberapa pemilik to-ko/agen dipasar Kecamatan Krian, maka penulis dapat me-nyimpulkan bahwa pemberian bonus dipasar Krian terdapat tiga macam diantaranya:

1. Bonus langsung
2. Bonus tak langsung
3. Bonus undian

Dari sekian banyak macam-macam bonus, cara pelak-naannya adalah berperiode dan sebagian besar dengan pro-gram tri bulan yaitu mulai Februari sampai bulan April, Bulan Mei sampai dengan bulan Juli dan bulan Agustus sam-pai bulan Oktober.

Selain bulan-bulan tersebut tidak diadakan pemberian bo bonus karena tutup buku , dan program tiga bulan tersebut kadang-kadang sistem pemberiannya ganti pada tiga bulan berikutnya, kecuali dari PT Miwon cara pelaksanaannya berlangsung dan diadakan pada suatu saat.

Dari ketentuan pemberian bonus diatas, kadang-kadang tidak dapat sampai pada konsumen atau pemilik toko, kejadian-kejadian semacam itu akhirnya ditanyakan kepada sales yang bersangkutan ternyata berbagai alasan yg mereka lakukan misalnya : persediaan habis, masa berlakunya sudah habis dsb. akhirnya saling menuduh antara pelanggan dengan pemilik toko dan antara pemilik toko dengan sales.