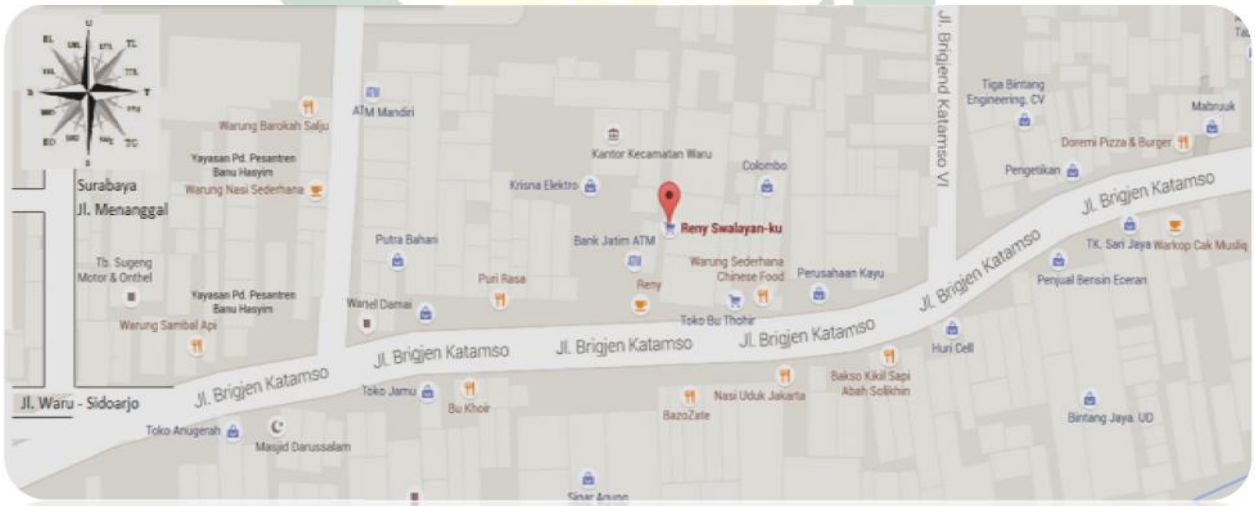
BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Tentang Perusahaan Reny Swalayan-Ku

1. Letak Geografis Perusahaan Reny Swalayan-ku

Perusahaan Reny Swalayan-ku terletak di Jalan Brigjen Katamso Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Jika dari arah barat melalui Jalan Waru Sidoarjo kemudian belok ke arah selatan kurang lebih 1 km, setelah itu belok ke arah kiri masuk Jalan Brigjen katamso sejauh kurang lebih ± 3km. Sedangkan dari arah timur atau dari Surabaya tinggal lurus ke arah selatan melalui Jalan Raya Menanggal menuju Jalan Raya Waru Sidoarjo ± 2 km, setelah itu belok ke arah kiri menuju Jalan Raya Brigjen Katamso ± 3 km menuju perusahaan Reny Swalayan-ku.[40]



2. Sejarah Reny swalayan-ku

Reny swalayan-ku merupakan bentuk perusahaan keluarga yang bergerak dibidang ritel. Perusahaan ini didirikan oleh ibu Reny Widya Astuti pada 14 maret

[40] Observasi Letak Geografis di Perusahaan Reny Swalayan-ku, Pada tanggal 20 Juny 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2001 yang beralamat di Jalan Brigjen Katamso, Waru-Sidoarjo. Merupakan anak cabang dari Reny Swalayan-Ku yang beralamat di Baratang-Surabaya dan sekarang sudah memiliki tiga cabang termasuk Reny swalayan-ku yang berada di Waru. Pada awal mula perusahaan ini hanyalah minimarket kecil yang bernama Reny express yang didirikan pada tahun 1989 oleh H. Kashimo selaku ayah dari Reny Widiya Astuti. Seiring berjalanya waktu, Reny express berevolusi menjadi Reny Swalayan-Ku dan mengembangkan sayapnya dengan membuka dua minimarket yang diberi nama Reny swalayan-ku, Reny swalayan-ku yang pertama beralamat di Jalan Bratang Gede No. 132-134, Surabaya Selatan dan Reny swalayan-ku di Jalan Brigjen Katamso, Waru-Sidoarjo.[41]

Menurut bapak H. Kashimo selaku ayah dari Ibu Reny Widya Astuti dan sekaligus pendiri utama gerai Reny Swalayan-ku. Beliau mengangkat nama Reny sebagai nama gerai swalayanya karena nama Reny sendiri merupakan anak pertama, menurut beliau arti pertama adalah satu dan unggul diantara yang lain.

> *"Saya terilhami oleh surat al ikhlas, dan Pasti semua muslim kenal dengan surah Al-Ikhlas. Surah yang menyatakan keEsaan Allah. Yang di awal surah, menyatakan bahwa Allah itu satu, dan diakhir hayat menyatakan Allah yang Maha Satu itu, tidak ada yang bisa menyamai. Dalam surah Al-Ikhlas menyatakan, bahwa Allah itu satu. Satu itu adalah Allah. Satu itu mutlak milik Allah. Di dalam diri manusia, terdapat zat Allah. Kemampuannya untuk berjalan, berlari, berpikir dan apa saja yang ada pada manusia karena adanya zat Allah di dalam dirinya. Namun karena zat Allah itu satu, yang jika dibagi / dikali kepada manusia hasilnya tetap manusia itu sendiri. Manusia tak menyadari dan memahami ada zat Allah di dirinya. Ada peran serta Allah dalam kehidupannya.*[42]

Menurut beliau juga mengatakan anak pertama dalam bahasa jawa memiliki karakter berani, patuh dengan peraturan dan ambisius, namun suka mencoba hal

[41] Wawancara dengan Ibu Reny Widiya Astuti Selaku Owner Reny Swalayn-ku, Pada tanggal 23 Juny 2015.
[42] Wawancara dengan Bapak H. Kashimo Selaku Pendiri Reny Swalayn-ku di Bratang-Surabaya, Pada tanggal 4 Agustus 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

baru. Kepribadian mandiri, suka dengan mengatur segala hal, yang sesuai dengan kehendaknya. Disisi lain juga memiliki cara pandang berbeda dan ide-ide yang masih fresh, dan tidak sulit dalam bersosialisasi dengan lingkungan sekitar. Karena didukung sifat ingin tahu, serta memiliki keinginan biasa harus tercapai. Itulah asal muasal penamaan gerai Reny Swalayan-Ku yang sampai sekarang sudah memiliki 3 cabang, dua diantaranya terletak di wilayah Bratang-Surabaya.[43]

Reny Swalyan-ku adalah perusahaan ritel yang menjual barang secara langsung ke konsumen untuk kepentingan pribadi, produk yang dijual di reny swalayan-ku meliputi berbagai macam kebutuhan rumah tangga, mulai dari makanan, minuman, sembako, peralatan dapur, alat-alat tulis dan banyak kebutuhan rumah tangga lainya, dengan penampilan luar toko yang unik dipenuhi dengan cat warna hijau sebagai simbol toko yang mampu menarik hati konsumen untuk datang serta membeli di reny swayalan-ku. Reny swalayan-ku tergolong minimarket yang cukup berpotensi dalam penjualan eceran, ini dikarenakan kelengkapan produk kebutuhan rumah tangga yang begitu beragam dan mempunyai slogan *Bral brol* (harga yang murah dan sering diadakan diskon) dengan slogan ini konsumen akan tertarik untuk berbelanja, dimana slogan ini akan menjadi ciri khas atau keunikan tersendiri dibandingkan perusahaan ritel yang lain. selain itu di tempat ini memiliki dua lantai, lantai bawah terdapat berbagai macam makanan, minuman, sembako dan di lantai atas terdapat berbagai macam peralatan dapur, macam-macam plastik serta alat-alat tulis. Di reny swalayan-ku memiliki tempat parkir yang luas dan terjamin keamananya serta dilengkapi dengan kereta dorong untuk memudahkan dalam berbelanja. Pada perkembanganya reny swalayan-ku sekarang mempunyai 25 karyawan dalam

[43] Wawancara dengan Bapak H. Kashimo Selaku Pendiri Reny Swalayn-ku di Bratang-Surabaya, Pada tanggal 4 Agustus 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membantu proses pemasaran produk yang meliputi staff administrasi, staff pembelian produk, kepala pramuniaga dan pramuniaga, sedangkan untuk omset rata-rata perbulanya mencapai 800-900 juta bahkan ketika menjelang hari raya atau sesudahnya, rata-rata omset di reny swalayan-ku bisa mencapai 1,5 M perbulan.

3. Struktur Organisasi dan Job Description

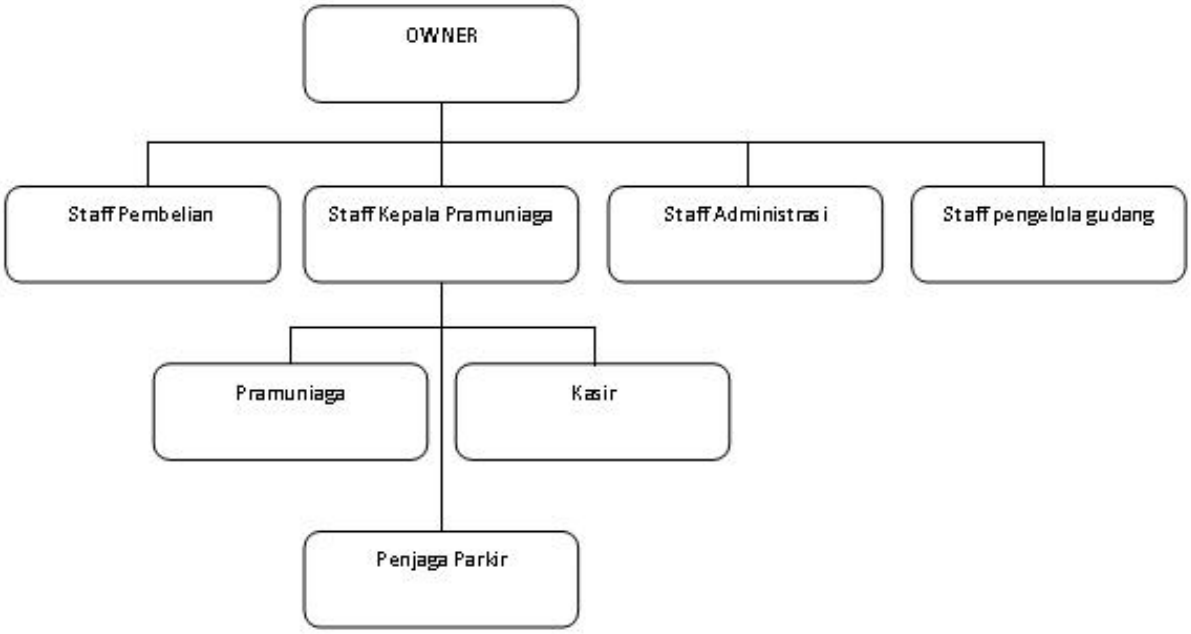
Owner Reny Swalayan-ku : Reny Widya Astuti

Staff Pembelian : Ibu Fatimah

Staff Kepala Pramuniaga : Ibu Shanty

Staff Administrasi : Luluk Mukhlisoh

Staff Pengelola Gudang : Bapak Agus Subagio



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a.) Owner

Tugas dan wewenang Ibu Reny Widya Astuti sebagai owner gerai minimarket Reny swalayn-ku adalah memanajemen dan membangun relasi dengan *suppliyer*, serta mengawasi, dan mengontrol bawahanya langsung mulai dari staff administrasi, staff pembelian produk, staff kepala pramuniaga dan staff gudang. Berikut ini adalah tugas dan wewenang owner :

1.) Pra operasional toko

Membantu dan mengkoordinasikan kedatangan barang hingga barang di *display*. Melakukan pengecekan seluruh peralatan toko. Melakukan training lapangan bagi seluruh Staff baru. Dan juga Membantu kelancaran persiapan sampai buka toko.

2.) Operasional toko

Brifing persiapan buka/tutup toko untuk memberikan motivasi dan evaluasi kerja karyawan (Staff), menyampaikan dan menegaskan kembali tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Bertanggung jawab terhadap kelancaran operasional toko dari buka sampai tutup. Mengontrol dan mengkoordinir staff toko untuk melakukan pengisian barang terhadap barang yang kosong di area display dan melakukan cek stok barang yang ada di gudang. Dan juga Maintenance seluruh stok barang setiap hari dan melakukan pengecekan stok barang baik manual maupun komputer. Melakukan pengorderan barang yang sudah kosong dan melakukan cek kembali barang-barang yang belum dikirim oleh Supplier.[44]

[44] Dokumentasi Struktur Organisasi Beserta Job Deskription, Pada tanggal 20 Juni 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b.) Staff pembelian

Mengatur penerimaan dan pembelian barang sesuai dengan *purchasing order* atau PO (baik harga, volume, kwalitas) dan menyelesaikan barang-barang bermasalah (pecah, rusak dan *expired date*) untuk dibuatkan berita acara *retur* ke *supplier* terkait. Menjaga kebersihan seluruh area kerja toko (gondola, *shelving* dan *floor display*). Melakukan pengecekan secara general baik kebersihan dan keamanan sebelum dan sesudah tutup toko. Melakukan Pelayanan dengan baik kepada seluruh pelanggan. Membuat laporan penjualan setiap hari dan laporan (*omzet, inventory, retour* dan laba rugi) setiap bulan. Membuat rencana promosi untuk *event* tertentu dalam menaikkan sales. Memberi catatan di *log book*, atas pekerjaan yang belum diselesaikan/ pesan penting kepada senior staff untuk esok/sore harinya. Dan mengontrol pengeluaran keuangan (supplier, biaya operasional).

c.) Staff Kepala Pramuniaga

Memberi arahan dan motivasi sebelum mulai bekerja, Mengontrol dan mengawasi kinerja pramuniaga dan juga mengecek *display* produk yang kosong dan mengecek produk *expired* yang ada di *display*.[45]

d.) Staff administrasi

Tugas dan wewenang staff administrasi adalah melaksanakan kegiatan pelayanan kantor, penyediaan fasilitas dan layanan administrasi perkantoran, sesuai ketentuan yang berlaku untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan. Sedangkan tanggung Jawab Utama dari staff administrasi di Reny

[45] Dokumentasi Struktur Organisasi Beserta Job Deskription, Pada tanggal 20 Juni 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

swalayan-ku ialah melaksanakan aktifitas penyiapan ruang kerja dan peralatan kantor untuk seluruh staff, untuk memastikan ketersediaan ruangan kerja dan peralatan kantor bagi setiap pekerja sesuai dengan jenis pekerjaan dan jabatan. Melaksanakan kegiatan surat-menyurat, dokumentasi dan pengarsipan, untuk memastikan dukungan administrasi bagi kelancaran kegiatan seluruh karyawan. Membuat rencana dan mengevaluasi kerja harian dan bulanan untuk memastikan tercapainya kualitas target kerja yang dipersyaratkan dan sebagai bahan informasi kepada atasan.

Membuat perkiraan biaya tahunan yang berkaitan dengan kegiatan office administration, sebagai rekomendasi pembuatan anggaran departemen General Affair. Melaksanankan akan adanya kebutuhan dan pengadaan alat tulis kantor, peralatan kantor, peralatan kebersihan dan keamanan kantor serta layanan photocopy dan penjilidan.[46]

e.) Staff Gudang

1) Mengcek PO (Purchase Order) dan Faktur
2) Cek penerimaan barang yang memenuhi kualitas, kuantitas, dan kadaluarsa
3) Memberi, menulis keterangan, tanggal terima, jumlah, harga (berdasarkan persetujuan manager) pada karton atau pembungkusan harga).
4) Mengatur jumlah barang yang akan dipajang atau disimpan di gudang.
5) Mengatur grouping dan penyusunan barang di gudang
6) Mengeluarkan barang ke took jika barang di took telah terjual
7) Mengamankan barang, menjaga kebersihan gudang
8) Membuka dan menutup gudang (memegang kunci gudang)[47]

[46] Dokumentasi Struktur Organisasi Beserta Job Deskription, Pada tanggal 20 Juni 2015.
[47] Dokumentasi Struktur Organisasi Beserta Job Deskription, Pada tanggal 20 Juni 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f.) Pramuniaga

Memajang barang dengan mendahulukan mengisi rak/display yang stoknya kosong sesuai dengan sistem FIFO (*First In First Out*) dan tanggal kadaluarsa (*expired date*) terutama untuk produk makanan, minuman dan sembako. Memajang sesuai dengan pengelompokkan barang (*grouping*) dan disesuaikan dengan ukuran, warna, besar *packing*/barang dan tidak menutupi barang yang ada didekatnya. Memajang barang sesuai dengan besarnya ruang pajang yang disiapkan dan dilakukan pengontrolam dengan teliti secara terus menerus untuk menghindari kehilangan (*srinkage*). Memasang label dan tiket penunjuk harga *tag* diletakan secara benar dan lengkap, bertepatan dengan penempatan pemajangan barang (kiri bawah barang). Memindahkan barang yang rusak dari *display* ke tempat yang telah ditentukan. Menjaga kebersihan dan kerapian atas barang dan tempat *display*. Memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan kepada *customer*, baik informasi secara langsung atau yang benar-benar membutuhkan. Monitor *stock* barang setiap hari, untuk memaksimumkan penjualan, dengan cara cek *stock* barang di *display* catat yang kosong laporkan kepada *Supervisor/Senior Staff* kemudian selalu memonitor *stock* barang, dan mengisi kembali jika didapatkan kekosongan pada *display*. Melakukan pengecekan dan penggantian tiket harga / *price tag* dan *signage*, atas informasi barang yang mengalami perubahan harga dan memastikan tiket harga sudah terpasang sesuai dengan penempatan barang. Melakukan kontrol atau penyisiran terhadap semua barang rusak atau bermasalah, serta mengembalikan semua barang-barang batal yang ditinggalkan oleh *customer* untuk dikembalikan ke tempat semula.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bertanggungg jawab penuh terhadap srinkage dan kehilangan barang. Dan bertanggungg jawab terhadap *senior staff/kepala toko/supervisor*.[48]

4. Aktifitas di Reny Swalayan-Ku

Kegiatan di Reny swalayan-ku ini merupakan bentuk serangkaian aktivitas yang dilakukan sehari-hari oleh manajemen perusahaan. Bentuk kegiatan sehari-harinya adalah membeli produk dari distributor serta menyetok barang di gudang, kegiatan ini dilakukan oleh staf pembelian yang nantinya produk ini akan dijual kembali kepada konsumen, selain itu kegiatannya menjual barang dan melayani konsumen yang ingin membeli produk di Reny swalayan-ku, aktifitas melayani konsumen ini dilakukan setiap hari, mulai dari pukul 07.00-21.30 WIB yang terbagi atas dua shift kerja yaitu shift pagi pukul 07.00-14.30, kemudian shift sore pada pukul 14.30-21.30WIB, pembagian shift kerja ini dilakukan setiap minggu sekali dan untuk hari liburnya hanya sehari mengikuti jadwal shift kerja.[49]

Para pramuniaga setiap harinya memakai seragam yang berwarna hijau, merah, kuning dan batik, dimana seragam hijau dipakai pada hari rabu dan minggu, seragam merah dipakai pada hari senin dan jum'at, untuk seragam kuning dipakai pada hari selasa dan sabtu kemudian seragam batiknya dipakai pada hari kamis. Seragam inilah yang menjadi ciri khas atau keunikan yang membedakan minimarket reny swalayan-ku dengan minimarket yang lain. Pada hari minggu sebelum melakukan kegiatan, ada aktivitas rutin yang harus diikuti oleh semua karyawan, yaitu melakukan senam pagi untuk merefresh badan agar fit dalam bekerja.[50]

[48] Dokumentasi Struktur Organisasi Beserta Job Deskription, Pada tanggal 20 Juni 2015.
[49] Wawancara dengan Evita Sari Selaku Pramuniaga Reny Swalayan-ku, Pada tanggal 20 Juni 2015.
[50] Observasi di Gerai Reny Swalayan-ku, Jalan Brigjen Katamso, Kec.Waru, Kab. Sidoarjo, Pada 21 Juni 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Penyajian Data

Perusahaan ritel Reny Swalayan-ku ini merupakan perusahaan ritel yang baru muncul, yaitu pada tahun 2001 dapat dikatakan usia perusahaan ini masih muda, dan rentan akan kegagalan atau gulung tikar mengingat pesaing yang begitu banyak. Dalam hal ini ditengah-tengah persaingan bisnis yang begitu ketat dan kompetitif serta dalam rangka meningkatkan daya saing dan beli konsumen maka perusahaan Reny swalayan-ku dapat menentukan strategi bauran pemasaran ritel yang tepat dan benar, yaitu dengan menerapkan strategi bauran pemasaran ritel yang kompetitif dimulai dengan melakukan analisis terhadap pesaing usaha.[51]

Menurut Ibu Reny Widya Astuti selaku owner. Perusahaan secara terus-menerus membandingkan nilai dan kepuasan pelanggan dengan nilai yang diberikan oleh produk, harga, pelayanan, fasilitas fisik atau suasana dalam toko, lokasi, dan promosinya terhadap pesaingnya.[52] Untuk menjaga kelangsungan hidup serta kemajuan dan keunggulan dalam bisnis ritel yang semakin kompetitif, maka perusahaan Reny swalayan-ku terus berupaya menerapkan strategi berupa program bauran penjualan ritel yang diharapkan memunculkan minat beli konsumen. Adapun strategi bauran pemasaran ritel yang dijalankan oleh Reny swalayan-ku adalah sebagai berikut :

1.) Produk Reny Swalayan-Ku

Berbagai macam produk maupun barang yang dijual di Reny Swalayan-ku. Produk yang dijual di reny swalayan-ku adalah segala macam kebutuhan rumah tangga mulai dari makanan ringan siap saji, minuman dalam kemasan, alat-alat tulis, sembako dan semua produk yang menjadi kebutuhan rumah tangga ada di

[51] Wawancara Dengan Ibu Fatimah Selaku Staf Pembalian Reny Swalayan-ku, Pada Tanggal 20 Juny 2015
[52] Wawancara Dengan Ibu Reny Widya Astuti Selaku Owner Reny Swalayan-ku, Pada Tanggal 20 Juny 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Reny Swalayan-ku.[53] hal ini dibuktikan dari hasil dialog antara penulis dengan responden yaitu ibu Fatimah selaku staf pembelian

> "*Produk apa saja yang dijual di gerai Reny Swalayan-ku? yaaaa ini kliatanya semua muacam-macam produknya, tidak ada batasan mengenai produk, selama produk itu lakunya bagus yaaa kita jual, kalau barangnya masih baru gitu kita makek sistem kerjanya titipan atau konsiyasi, mana yang laku yaa itu yang kita bayar kalau ndak laku yaa kita kembalikan dan itu kita jalankan satu bulan*"

Jadi tidak ada batasan untuk produk yang dijual, jumlahnya tidak terbatas selagi barang tersebut laku di pasaran pihak manajemen reny swalayan-ku akan tetap menjual kepada konsumen, hal ini dikarenakan pihak manajemen Reny swalayan-ku terus melakukan analisis dan observasi terhadap produk-produk baru yang laku dipasaran sehingga apa yang dibutuhkan konsumen dapat terpenuhi, produk pokok sendiri yang dijual ialah segala macam sembako jadi produk yang lain seperti makanan dan lain-lain hanyala pelengkap.[54]

Hal inilah yang menjadi keunggulan atau keunikan Reny swalayan-ku dengan perusahaan ritel lainya, dimana kelengkapan produk menjadi dasar utama dalam penjualan produk, seperti contoh misalnya, di Reny swalayan-ku menjual bahan dapur seperti bawang merah dan bawang putih, di perusahaan sekitar seperti bentar, alfamart, alfamidi dan indomart tidak menjual bahan-bahan dapur. Di perusahaan Reny swalayan-ku juga menjalin kerjasama dengan home industri dengan cara menjualkan produk home industri di gerai Reny swalayan-ku atau disebut dengan produk konsinyasi atau produk titipan. Untuk produk titipan atau konsinyasi, pihak manajemen memberi waktu satu bulan untuk mengetahui seberapa besar penjualan yang telah laku, jika dalam masa satu bulan produk tersebut banyak konsumen yang membeli, maka pihak home industri tersebut akan

[53] Observasi di Gerai Reny Swalayan-ku Jalan Brigjen Katamso, Kec.Waru, Kab. Sidoarjo, Pada tanggal 20 Juny 2015.
[54] Wawancara Dengan Ibu Fatimah Selaku Staf Pembalian Reny Swalayan-ku, Pada Tanggal 20 Juny 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyuplai produk di gerai Reny swalayan-ku, begitupun sebaliknya jika produk tersebut tidak laku atau kurang berpotensi maka pihak manajemen akan menghentikan kerja sama tersebut. [55]

Produk yang dijual di Reny swalayan-ku memiliki kriteria standart operasional prosedur dalam penjualan produk, diantaranya adalah produk yang akan dijual harus mendapatkan izin dari pemerintahan atau badan obat-obatan dan makanan (BPOM) dan juga mendapatkan lisensi halal dari pemerintah, serta kemasan yang kedap udara dengan disertai tanggal kadaluarsa *expired*. Untuk produk yang akan habis atau satu bulan sebelum tanggal *expired*, maka staff gudang akan mengembalikan produk tersebut pada *supplyer*, kemudian produk tersebut akan diganti dengan produk baru.[56]

2.) Harga Produk Reny Swalayan-ku

Harga sangat berhubungan dengan nilai dasar dari persepsi konsumen berdasarkan dari keseluruhan unsur bauran ritel dalam menciptakan suatu gambaran dan pengalaman bertransaksi. Tingkat harga pada suatu toko dapat mempengaruhi cara berpikir konsumen terhadap unsur-unsur lain dari bauran ritel. Menurut Ibu Fatimah selaku staff pembelian produk.

> *"Bagaimana cara penetapan harga produk yang akan dijual? Kita mengambil margin itu setiap item beda-beda, dari apa susu bubuk, minuman langsung minum itu pengambilan marginya beda-beda, sekitar sepull limm eee dua sampai sepulu persen dari harga awal, kalau konsiyasi (titipan) kita ngambil tinggi harganya sekitar dua puluh sampai tiga puluh persen. Mengenai strategi harga, kita mengikuti harga yang umum, dari supliyer mana atau perusahaan yang ngasih barang kekita, de'e ngasih harga berapa kita mengambil margi sendiri-sendirikan, dan kitapun yaa harus mensurvei harga ke toko-toko yang ada disekitar kita juga untuk mengetahui harga, jika harga kita terlalu tinggi gtu kan orang pasti larinya kesana (toko lain), dan kalaupun harga kita rendah orang pasti lari kesini semuakan nah itu tujuanya untuk survei.*

[55] Wawancara dengan Ibu Fatimah Selaku Staff Pembelian di Reny Swalayan-ku, Pada tanggal 21 Juny 2015
[56] Wawancara dengan Bapak Agus Subagio Selaku Staff Gudang di Reny Swalayan-ku, Pada tanggal 21 Juny 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Strategi harga yang ditetapkan oleh Reny swalayan-ku adalah menetapkan harga produk melalui survei harga di gerai minimarket-minimarket yang ada di sekeliling perusahaan Reny swalayan-ku, setelah hasil survei didapat, pihak manajemen mengkalkulasi harga produk, dimana harga tersebut mengambil untung kurang lebih 2-10% dari harga beli produk dari distributor dan setiap item produk berbeda-beda harganya, dimana harga tersebut sedikit lebih murah dibandingkan harga produk digerai-gerai minimarket yang ada disekeliling perusahaan atau menetapkan harga sedikit dibawah harga pasar atau menyesuaikan harga dengan gerai minimarket-minimarket disekelilingnya. Strategi ini dilakukan agar konsumen tertarik dengan harga produk yang ditawarkan oleh reny swalayan-ku karena harga produk yang di jual sedikit lebih murah dibandingkan perusahaan ritel lainya.[57]

Untuk harga barang titipan atau *konsinyasi*, harga produk dijual 20-30% dari harga awal tergantung dari masing-masing item, hal itu dilakukan karena barang titipan mempunyai resiko yang cukup besar, dengan kata lain produk ini masih belum banyak diketahui oleh konsumen, jika produk tersebut dalam satu bulan penjualanya terus meningkat, maka pihak manajemen akan meneruskan kerja sama dengan *supplyer*. Selain itu pihak manajemen Reny swalayan-ku juga menerapkan harga promo atau diskon dimana promo ini agar konsumen tertarik untuk membeli, dan juga ini dilakukan jika pihak suplier memberi diskon untuk pembelian produk dengan volume besar dan bertujuan untuk meningkatkan daya beli konsumen.[58]

[57] Wawancara dengan Bapak Yoko Selaku Staff Pembelian di Reny Swalayan-ku, Pada tanggal 23 Juny 2015
[58] Wawancara dengan Ibu Luluk Selaku Staff Administrasi di Reny Swalayan-ku, Pada tanggal 23 Juny 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3.) Pelayanan *Customer* Reny Swalayan-Ku

Pelayanan merupakan kegiatan yang sangat peting dalam meningkatkan daya beli konsumen serta dalam mempertahankan pelanggan yang potensial. Pihak manajemen Reny swalayan-ku mempunyai cara tersendiri dalam menarik konsumenya, dimana waktu pelayanan konsumen dilakukan pada pukul 07.00 yaitu ketika gerai Reny swalayan-ku dibuka sampai pukul 21.30 wib. Persiapan sebelum melayani konsumen, semua pramuniaga diwajibkan memakai jilbab dan juga setiap pagi melakukan *briefing* serta berdoa yang dipimpin oleh kepala pramuniaga setelah itu membersihkan lantai dan membersihkan produk-produk yang berdebu, mempersiapkan atau merapikan produk-produk yang belum rapi.[59]

Setiap ada konsumen yang datang di gerai Reny swalayan-ku, keramah-tamahan pramuniaga akan menyambut konsumen, dimana setiap pramuniaga akan mengantarkan konsumen dan melayani konsumen selama dalam memilih produk yang diinginkan oleh konsumen, ini merupakan strategi pelayanan untuk meningkatkan minat beli konsumen serta meraih pelanggan yang potensial agar konsumen puas setelah membeli produk di gerai Reny swalayan-ku. Dengan dilengkapi kereta dorong yang memudahkan setiap konsumen yang berbelanja di gerai Reny swalayan-ku maka konsumen tidak kerepotan atau keberatan jika ingin membeli produk dengan jumlah banyak, di area luar gerai juga dilengkapi dengan tempat parkir yang cukup luas, dimana setiap kendaraan akan dijaga oleh petugas parkir serta tempat parkir ini tidak dikenakan biaya penuh kepada konsumen, dengan kata lain jika konsumen ingin memberi uang parkir dipersilahkan, jikalau tidak memberi juga tidak dipermasalahkan.[60]

[59] Wawancara dengan Ibu Shanty Selaku Staff Kepala Pramuniaga di Reny Swalayan-ku, Pada tanggal 23 Juny 2015

[60] Observasi di Gerai Reny Swalayan-ku, Jalan Brigjen Katamso, Kec.Waru, Kab. Sidoarjo, Pada tanggal 25 Juny 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pihak manajemen Reny swalayan-ku juga memberikan pelayanan konsumen dalam bentuk *Delivery Order* yaitu pemesanan barang atau produk yang akan diantarkan ketempat konsumen, pemesanan *Delivery Order* ini bisa dilakukan pada hari senin s/d hari jum'at, mulai pukul 09.00-13.00 akan tetapi pada hari jum'at pelayananya dibuka mulai pukul 09.00-11.00, dimana pemesanan ini bisa dilakukan oleh konsumen dengan langsung datang ke gerai Reny swalayan-ku ke staff pembelian atau pramuniaga atau bisa dilakukan melalui via telepon Reny swalayan-ku dan untuk pengiriman barang dilakukan pada senin s/d sabtu pukul 08.30 s/d 15.00 WIB. Pelayanan juga memberikan kritik ataupun saran kepada para *customer* atau konsumen yang ingin mengungkapkan keluh kesalnya atas ketidakpuasan dalam pembelian, diantaranya adalah konsumen bisa langsung memberikan kritik atau saran kepada pihak manajemen Reny swalayan-ku melalui pramuniaga, menerima *return* barang yang sudah *expired* kemudian menggantinya dengan barang baru dan lain sebagainya.[61]

4.) Fasilitas fisik (suasana dalam toko/*atmosphere*) Gerai Reny Swalayan-ku

Fasilitas fisik ini merupakan faktor penentu dalam keberhasilan Reny swalayan-ku karena fasilitas fisik gerai minimarket dapat mendominasi pangsa pasar seiring dengan persaingan perusahaan ritel yang sangat kompetitif, fasilitas fisik di Reny swalayan-ku dalam penataan produk maupun barang-barangnya tertata dengan rapi dan bersih, penempatan produk-produk yang ditata disesuaikan dan dikelompokkan antara makanan, minuman, sembako, dan lain sebagainya sehingga memudahkan konsumen dalam memilih produk yang diinginkan, Fasilitas fisik di Reny swalayan-ku ini meliputi Desain eksterior (luar toko) dan interior (dalam ruangan).

[61] Wawancara dengan Fatimah Selaku Staff Pembelian di Reny Swalayan-ku, Pada tanggal 25 Juny 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Desain eksterior

Desain ekdterior ini merupakan tampilan luar dari gerai Reny swalayan-ku. Tampilan luar gerai Reny Swalayan-ku yang besar dan menarik ini akan menarik minat konsumen untuk berbelanja, hal ini terlihat pada penempatan pintu masuk yang cukup lebar sehingga konsumen dengan mudah keluar masuk untuk membeli, serta dilengkapi fasilitas parkir didepan gerai, dilengkapi dengan lampu penerangan disaat malam tiba, pada bagian luar toko juga terlihat lampu dilangit-langit atap depan gerai yang cukup bersar, dan terdapat media promosi spanduk yang terpasang di depan gerai dan juga papan reklame yang cukup tinggi yang terpasang di depan gerai yang terlihat ketika kendaraan berlalu lalang dijalanan sehingga konsumen dapat dengan mudah mengetahui gerai Reny swalayan-ku.[62] Desain eksterior Reny Swalayan-ku dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 1: Tampilan luar gerai Reny Swalayan-ku

[62] Observasi di Gerai Reny Swalayan-ku Jalan Brigjen Katamso, Kec.Waru, Kab. Sidoarjo, Pada tanggal 20 Juny 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Desain interior

Desain interior Reny swalayan-ku ini meliputi ketinggian langit-langit yang cukup tinggi, yaitu kurang lebih 15meter dari bawah keatas, sehingga dalam ruangan tampak begitu luas dan tidak pengap, di dalam ruangan terdapat dua lantai yang membagi penempatan produk maupun barang, diantaranya adalah di lantai bawah terdapat berbagai macam kebutuhan seperti sembako, aneka kue, makanan, minuman serta berbagai macam kebutuhan rumah tangga, kemudian di lantai atas terdapat berbagai macam kebutuhan yang terbuat dari plastik, alat tulis, macam-macam boneka dan berbagai macam peralatan dapur.[63]

Selain itu juga penempatan dan penataan lampu di langit-langit gerai cukup banyak yang tertata rapi sehingga penerangan dalam ruangan cukup terang dimana hal ini memudahkan konsumen dalam memilih produk atau barang yang diinginkan, dilengkapi warna cat hijau pada pondasi dalam gerai yang menjadi warna khas gerai Reny swalayan-ku, dan temperatur dalam ruangan yang cukup dingin karena dilengkapi dengan kipas angin yang terdapat di sudut-sudut ruangan. Selain itu Penataan barang yang rapi serta terdapat space atau jarak yang memudahkan konsumen berjalan-jalan di dalam toko untuk memilih barang-barang yang diinginkan.[64] Dengan desain interior yang cukup kompleks ini dapat dipastikan konsumen akan betah berada di dalam ruangan ketika membeli produk, hal ini akan mempengaruhi cara berfikir konsumen dalam menentukan tempat belanja selain dalam memilih produk yang diinginkan. Desain interior Reny Swalayan-ku dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

[63] Observasi di Gerai Reny Swalayan-ku, Jalan Brigjen Katamso, Kec.Waru, Kab. Sidoarjo, Pada tanggal 20 Juny 2015

[64] Observasi di Gerai Reny Swalayan-ku, Jalan Brigjen Katamso, Kec.Waru, Kab. Sidoarjo, Pada tanggal 20 Juny 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 2: Tampilan dalam gerai Reny Swalayan-ku.

5.) Promosi Reny Swalayan-Ku

Menurut Ibu Fatimah selaku staff pembelian. Promosi merupakan aktivitas kegiatan dari pihak manajemen Reny swalayan-ku yang mempengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku konsumen terhadap suatu produk dengan skala penawaranya dalam meningkatkan daya beli konsumen. Strategi yang dijalankan oleh Reny swalayan-ku adalah memberikan diskon harga produk kepada *cutomer* yang membeli produk dalam jumlah besar, melakukan kegiatan bazar produk dengan murah atau disertai diskon yang dilakukan di depan gerai lebih tepatnya di samping jalan raya pada hari senin s/d sabtu pada pukul 15.00 s/d maghib, hal ini dilakukan karena promosi dengan metode bazar tidak memerlukan biaya dan juga bazar dilakukan di depan gerai karena keterbatasan karyawan untuk melakukan promosi. Selain itu strategi promosi di Reny swalayan-ku juga menggunakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

metode iklan yaitu menggunakan spanduk-spanduk yang disebar di sekitar jalan Waru-Sidoarjo juga cukup efektif dan efisien dalam menarik hati konsumen.[65]

6.) Lokasi Perusahaan Reny Swalayan-ku

Lokasi gerai Reny swalayan-ku terletak di samping jalan raya. Setiap harinya banyak dilalui kendaraan yang beralamatkan di Jl. Brigjen Katamso Kota Waru-Kabupaten Sidoarjo, dimana lokasi ini merupakan pusat yang strategis yaitu di pusat keramaian kota ini dapat dibuktikan dengan banyaknya industri-industri dan perumahan di sekeliling gerai Reny swalayan-ku dan juga tidak sedikit perusahaan ritel yang sejenis seperti alfamart, indomart, bentar dan alfamidi yang berdiri di daerah sekitar jalan Brigjen Katamso. Selain itu juga lokasi gerai Reny swalayan-ku berada di pinggir jalan, dimana setiap kendaraan yang melintas akan dengan mudah melihat dan berbelanja di Reny swalayan-ku.[66]

Penempatan lokasi ini dulunya merupakan tanah kosong yang dijual oleh pemiliknya, kemudian dibeli oleh bapak H. Kashimo selaku ayah dari ibu Reny Widya Astuti, karena melihat tempat itu cukup strategis di tengah keramaian kota dan disamping jalan raya maka dibangunlah sebuah minimarket Reny swalayan-ku. Perusahaan reny swalayan-ku ini juga sudah memiliki izin dari pemerintah sesuai dengan undang-undang no.5 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, pada bab satu ketentuan umum no.5 yaitu Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik

[65] Wawancara dengan Ibu Fatimah Selaku Staff Pembelian di Reny Swalayan-ku, Pada tanggal 27 Juny 2015.
[66] Observasi Lokasi Gerai Reny Swalayan-Ku di Jalan Brigjen Katamso, Kec. Waru, Kab. Sidoarjo, Pada tanggal 20 Juny 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.[67]

C. Pembahasan Hasil Penelitian (analisa data)

Pada bagian pembahasan ini, peneliti akan memaparkan hasil temuan yang didapat dari hasil dokumentasi, wawancara dan observasi di Reny swalayan-ku kemudian menganalisa hasil temuan dengan teori-teori strategi bauran pemasaran ritel yang berdasarkan rumusan masalah pada bab pertama yaitu Bagaimana Strategi Bauran Pemasaran yang dijalankan oleh pihak manajemen Reny Swalayan-ku di Sidoarjo dan Bauran pemasaran ritel (*Retailing Mix*) yang meliputi keragaman Produk (*Produk Assortment* atau *merchandise*), Layanan, *Atmosfer took,* harga, promosi dan lokasi toko berpengaruh dalam meningkatkan daya saing perusahaan ritel serta meningkatkan daya beli konsumen di Reny swalayan-ku.

Hasil penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif yang menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam (*in dept interview*) dan menggunakan data sekunder melalui dokumentasi perusahaan reny swalayan-ku. Keterbatasan pada penelitian ini meliputi subyektifitas yang ada pada peneliti. Penelitian ini sangat tergantung kepada interpretasi peneliti tentang makna yang tersirat dalam wawancara sehingga kecenderungan untuk bias masih tetap ada. Untuk mengurangi bias maka dilakukan proses trangulasi, yaitu triangulasi data dan metode. Triangulasi data dilakukan dengan cara *cross check* sumber data dengan fakta dari informan yang berbeda dan dari hasil penelitian yang lainya. Sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan cara menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data, yaitu metode wawancara mendalam dan observasi.

[67] Wawancara dengan Ibu Widya Astuti selaku Owner Reny swalayan-ku, Pada tanggal 25 Juny 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari wawancara, dokumentasi dan observasi tersebut peneliti mengemukakan hasil dari strategi bauran pemasaran ritel di Reny swalayan-ku. Strategi bauran pemasaran ritel ini merupakan rencana yang menjabarkan eskpektasi perusahaan Reny swalayan-ku akan dampak dari berbagai aktifitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar tertentu. Setiap perusahaan memiliki startegi yang mantap dan matang untuk tetap menang dan dapat menguasai pasar, serta dapat memperkokoh kedudukanya dalam pasar. Tujuan dari strategi tersebut adalah untuk mendapatkan apa yang ingin dicapai dan apa yang telah direncanakan.

Berikut ini adalah hasil dari wawancara dan observasi di Reny swalayan-ku yang meliputi produk, harga, pelayanan, fasilitas fisik, lokasi dan promosi, hasil dari temuan unsur bauran pemasaran ritel ini nantinya akan menjadi tolak ukur dalam meningkatkan daya saing perusahaan reny swalayan-ku dengan perusahaan ritel lainya dan juga dapat meningkatkan daya beli konsumen di reny swlayan-ku. Berikut ini adalah variabel-variabel dalam strategi bauran pemasaran ritel reny swlayan-ku :

1.) Produk

Strategi bauran pemasaran ritel yang pertama adalah produk, Produk-produk yang dijual di Reny Swalayan-ku disebut juga dengan *merchandise,* dimana produk ini merupakan bentuk penawaran perusahaan Reny Swalayan-ku untuk mencapai tujuan melalui pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen, produk yang dimaksud yaitu segala macam kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan sehari-hari. Untuk produk pokok sendiri yang dijual adalah segala macam sembako, sedangkan untuk produk makanan, segala bentuk minuman, alat-alat tulis, dan berbagai macam peralatan dapur, intinya semua produk yang menjadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebutuhan rumah tangga ada di Reny Swalayan-ku itu merupakan produk pelengkap.

Menurut Ibu Fatimah selaku staf pembelian, "Tidak ada batasan untuk produk yang dijual, jumlahnya tidak terbatas selagi barang tersebut laku di pasaran pihak manajemen reny swalayan-ku akan tetap menjual kepada konsumen, hal ini dikarenakan pihak manajemen Reny Swalayan-ku terus melakukan analisis dan observasi terhadap produk-produk baru yang laku dipasaran sehingga apa yang dibutuhkan konsumen dapat terpenuhi, hal inilah yang menjadi keunggulan atau keunikan Reny swalayan-ku dengan perusahaan ritel lainya".[68] Di perusahaan Reny Swalayan-ku juga menjalin kerjasama dengan home industri dengan cara menjualkan produk home industri di gerai Reny swalayan-ku atau disebut dengan produk konsinyasi atau produk titipan, dengan produk ini diharapkan mampu menarik minat beli konsumen akan produk baru.

Mengenai produk titipan ini, pihak manajemen memberi waktu satu bulan untuk mengetahui seberapa besar penjualan yang telah laku, jika dalam masa satu bulan produk tersebut banyak konsumen yang membeli, maka pihak home industri tersebut akan menyuplai produk di gerai Reny swalayan-ku, begitupun sebaliknya jika produk tersebut tidak laku atau kurang berpotensi maka pihak manajemen akan menghentikan kerja sama tersebut. Produk yang dijual di reny swalayan-ku memiliki kriteria standart operasional prosedur dalam penjualan produk, diantaranya adalah produk yang akan dijual harus mendapatkan izin dari pemerintahan atau badan obat-obatan dan makanan (BPOM) dan juga mendapatkan lisensi halal dari pemerintah, serta kemasan yang kedap udara dengan disertai tanggal kadaluarsa *expired*. Untuk produk yang akan habis atau

[68] Wawancara dengan Ibu Fatimah Selaku Staff Pembelian Produk di Reny Swalayan-ku, Pada tanggal 25 Juny 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

satu bulan sebelum tanggal *expired*, maka staff gudang akan mengembalikan produk tersebut pada *supplyer,* kemudian produk tersebut akan diganti dengan produk baru.[69]

Dari pernyataan di atas bahwa strategi untuk produk-produk yang pasarkan di Reny swalayan-ku sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh beberapa tokoh mengenai produk yang dipasarkan dalam perusahaan ritel. Menurut Menurut Hendri Ma'ruf, Produk-produk yang dijual dalam perusahaan ritel disebut dengan *merchandise,* adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel.[70]

Pernyataan serupa mengenai strategi bauran pemasaran ritel dalam kaitanya produk yang dijual di reny swalayan-ku. Menurut Cristina Widhiya utami bahwa konsumen akan memberikan kesan yang baik terhadap suatu toko apabila toko tersebut dapat menyediakan barang yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Oleh karena itu, peritel harus tanggap terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Faktor-faktor yang mempertimbangkan oleh suatu toko atau *department store* dalam memilih produk yang dijualnya yaitu *variety, width or breath, depth, consistensy,* dan *balance.*

f. *Variety*

Beragam jenis produk atau barang yang dijual di Reny swalayan-ku dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu toko atau *Department store* yang dinginkan.

[69] Wawancara dengan Bapak Agus Subagio Selaku Staff Gudang di Reny Swalayan-ku, Pada tanggal 21 Juny 2015

[70] Hendri Ma'ruf, 2005, *Pemasaran Ritel*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal. 135.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g. *Width or breath*

Tersedianya produk-produk pelengkap dari produk utama yang ditawarkan. Hal ini telah dibuktikan oleh Reny swalayan-ku, produk pokok di Reny swalyan-ku adalah segala jenis sembako, selain itu juga terdapat produk-produk pelengkap seperti produk alat-alat tulis, kebutuhan dapur serta alat-alat dapur, berbagai macam jenis plastik, beraneka macam boneka dan banyak lainya.

h. *Depth*

Merupakan macam dan jenis karakteristik dari suatu produk, dengan kata lain tersedianya merk produk pokok akan tetapi juga menyediakan berbagai merk produk yang lain. pihak manajemen Reny swalayan-ku terus-menerus melakukan analisis dan observasi terhahadap barang atau produk-produk baru, serta menampung aspirasi *custumer* atau konsumen yang menginginkan barang yang diminta. Apapun produk yang diminta konsumen pihak manajemen Reny swalayan-ku akan semaksimal mungkin memberikannya dengan menyesuaikan *standart operasional prosedure* (SOP) produk yang telah ditetapkan perusahaan.

i. *Consistensy*

Produk yang sudah sesuai dengan keinginan konsumen pihak manajemen Reny swalayan-ku akan tetap menjaga keberadaanya dengan menjaga kelengkapan, kualitas, dan harga dari produk yang dijual.

j. *Balance*

Produk yang dijual di Reny swalayan-ku berkaitan erat dengan usaha untuk menyesuaikan jenis dan macam-macam produk yang dijual dengan pasar sasaranya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Produk yang dipasarkan Reny swalayan-ku juga sangat memperhatikan nilai kehalalan suatu produk, bermutu, bermanfaat, dan berhubungan dengan kebutuhan kehidupan manusia, dimana produk yang dijual juga mempunya logo *halal* dari pemerintah dan badan pengawas obat-obatan dan makanan (BPOM). Dalam al-Qur'an dijelaskan bahwa :

"Artinya: *Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi* (*QS. Surat Al Muthaffifiin (1-3)*".[71]

Uraian diatas jelas mengatakan bahwa hukum menjual produk cacat dan disembunyikan adalah haram. Artinya produk meliputi barang dan jasa yang ditawarkan pada calon pembeli haruslah yang berkualitas sesuai dengan yang dijanjikan. Persyaratan mutlak yang juga harus ada dalam sebuah produk adalah harus memenuhi kriteria halal.

Barang atau produk yang diperjual belikan juga tidak mengandung unsur *gharar* (tidak jelas). dimana produk yang mengandung unsur *gharar* akan menimbulkan potensi terjadinya penipuan dan ketidak adilan terhadap salah satu pihak. Nabi Muhammad SAW melarang kita untuk melakukna transaksi terhadap suatu produk yang mengandung unsur *gharar,* sebagaimana hadisnya,

[71] Al-Qur'an, *Al-Mutaffifin*: 1-3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Rasullallah melarang jual beli gharar (yang tidak jelas produknya)". (HR. Muslim dari Abu Hurairah).[72]

Jadi dapat disimpulkan bahwa produk dalam strategi bauran pemasaran ritel sangat menentukan keberhasilan perusahaan Reny swalayan-ku, dimana konsumen akan memberikan kesan yang baik terhadap suatu toko apabila toko tersebut dapat menyediakan barang yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Oleh karena itu, kelengkapan produk yang disajikan oleh perusahaan Reni Swalayan-ku merupakan nilai dasar dari strategi bauran pemasaran ritel sehingga dapat meningkatkan daya beli konsumen.

2.) Harga

Setelah mengetahui produk yang akan dipasarkan, maka selanjutnya memaksimalkan strategi bauran pemasaran harga atau *price*, dimana harga pada suatu toko dapat mempengaruhi cara berpikir konsumen terhadap unsur-unsur lain dari bauran ritel. *Price* yang dimaksud Reny Swalayan-ku adalah menetapkan harga produk melalui survei harga di gerai minimarket-minimarket yang ada di sekeliling perusahaan, seperti alfamart, indomart, bentar dan alfamidi. Setelah hasil survei didapat, pihak manajemen mengkalkulasi harga produk di minimarket lain dan harga beli dari distributor, dimana harga tersebut mengambil untung kurang lebih 2-10% dari harga beli produk dari distributor dan setiap item produk berbeda-beda harganya, dimana harga tersebut sedikit lebih murah dibandingkan harga produk digerai-gerai minimarket yang ada disekeliling perusahaan atau menetapkan harga sedikit dibawah harga pasar atau menyesuaikan harga dengan

[72] Abdullah Amrin, 2007, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, Grasindo, Jakarta, hal. 59-60.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gerai minimarket-minimarket disekelilingnya supaya konsumen tertarik untuk membeli produk di reny swalayan-ku.[73]

Sedangkan harga produk atau barang *konsinyasi* (titipan), harga produk dijual 20-30% dari harga awal, tergantung dari masing-masing item, hal itu dilakukan karena barang titipan mempunyai resiko yang cukup besar, dengan kata lain produk *konsinyasi* masih belum banyak diketahui oleh konsumen jadi diperlukan promosi yang intensif agar produk titipan dapat diketahui oleh konsumen, jika produk tersebut dalam satu bulan penjualanya terus meningkat, maka pihak manajemen akan meneruskan kerja sama dengan *supplier*. Selain itu pihak manajemen reny swalayan-ku juga menerapkan harga diskon, hal ini dilakukan jika pihak *supplier* memberi diskon untuk pembelian produk dengan volume besar dan bertujuan untuk meningkatkan daya beli konsumen.[74]

Menurut Christina Whidya Utami, Harga sangat berhubungan dengan nilai dasar dari persepsi konsumen berdasarkan dari keseluruhan unsur bauran ritel dalam menciptakan suatu gambaran dan pengalaman bertransaksi. Tingkat harga pada suatu toko dapat mempengaruhi cara berpikir konsumen terhadap unsur-unsur lain dari bauran ritel. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam menetapkan harga pasar adalah pasar sasaran, persaingan, biaya produk yang akan dijual, aturan harga dalam bauran ritel, karakteristik barang dagangan, dan pertimbangn-pertimbangan hukum. Dalam menetapkan harga, terdapat tiga macam strategi harga yang pada umumnya digunakan sebagai dasar oleh para peritel:

a.) Penetapan harga dibawah harga pasar

[73] Wawancara dengan Bapak Yoko Selaku Staff Pembelian di Reny Swalayan-ku, Pada tanggal 23 Juny 2015
[74] Wawancara dengan Ibu Luluk Selaku Staff Administrasi di Reny Swalayan-ku, Pada tanggal 23 Juny 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal ini pada umumnya dilakukan oleh para peritel yang mempunyai biaya operasionalnya lebih rendah dan volume yang lebih tinggi.

b.) Penetapan harga sesuai dengan harga pasar

Umumnya dilakukan oleh peritel untuk memperlancar pasarnya dengan menawarkan kepada konsumen mengenai kualitas produk yang baik, harga yang cukup, dan pelayanan yang baik.

c.) Penetapan harga diatas harga pasar (*pricing above the market*)

Biasanya dijalankan oleh toko yang sudah mempunyai reputasi yang baik atau sudah terkenal. Konsumen akan tetap membeli meskipun harganya diatas harga pasar dan ini merupakan keuntungan bagi penjual.

Dari teori yang dikemukakan oleh Christina Widya Utami. Hal ini sesuai dengan strategi harga produk yang dijalankan oleh pihak manajemen Reny Swalayan-ku ialah menetapkan harga produk sesuai dengan harga pasar (*pricing at the market*) ini dilakukan oleh reny swalayan-ku untuk memperlancar pasarnya dengan menawarkan kepada konsumen mengenai kualitas produk yang baik, harga yang cukup, bermutu dan pelayanan yang baik.

Dalam Islam menentukan harga, perusahaan haruslah mengutamakan nilai-nilai keadilan. Jika kualitas produknya bagus, harganya tentu bisa tinggi. Sebaliknya, jika seseorang telah mengetahui keburukan yang ada dibalik produk yang ditawarkan, harganya pun harus disesuaikan dengan kondisi produk tersebut.[75]

Menentukan harga tidak boleh menggunakan cara-cara yang merugikan pebisnis lainnya. Islam tentu memperbolehkan pedagang untuk mengambil

[75] Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, 2006, *Syariah Marketing*, hal 177

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keuntungan. Karena hakekat dari berdagang adalah untuk mencari keuntungan. Namun, untuk mengambil keuntungan tersebut janganlah berlebih-lebihan. Karena, jika harga yang ditetapkan adalah harga wajar, maka pedagang tersebut pasti akan unggul dalam kuantitas. Dengan kata lain, mendapat banyak keuntungan dari banyaknya jumlah barang yang terjual, dan tampak nyatalah keberkahan rizkinya. Dalam proses penentuan harga, Islam juga memandang bahwa harga haruslah disesuaikan dengan kondisi barang yang dijual.

Jadi harga sangat menentukan pola berpikir masyarakat dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhanya dan juga sesuai dengan ekonominya. Dengan menetapkan harga sedikit lebih murah dibandingkan perusahaan ritel lainya, maka perusahaan reny swalayan-ku dapat meningkatkan daya saingnya dan meningkatkan daya beli konsumen agar dapat meraih pelanggan yang potensial.[76]

3.) Pelayanan

Strategi bauran pemasaran yang ketiga yaitu pelayanan. Pelayanan menjadi salah satu tolak ukur atas keberhasilan dalam memeberikan atas kepuasan bagi konsumen, melalui kualitas pelayanan seorang konsumen dapat memberikan penilaian secara obyektif dalam usaha menciptakan kepuasan konsumen. maka dari itu sebuah perusahaan akan maju serta dapat meningkatkan daya beli dan bisa bersaing adalah dengan menerapkan pelayanan yang efektif. Reny Swalayan-ku mempunyai cara tersendiri dalam menarik konsumenya yaitu semua pramuniaga diwajibkan memakai jilbab dalam melayanani konsumenya melalui keramah-tamahan, berpenampilan yang unik dengan memakai seragam,

[76] Christina Whidya Utami, *Manajemen Barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel,* hal 20.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bersikap sopan santun kepada konsumen yang datang membeli di Reny Swlayan-Ku, agar konsumen merasa puas setelah membeli produk di reny swalayan-ku, waktu pelayanan konsumen ini dilakukan pada pukul 07.00, pada waktu inilah gerai Reny swalayan-ku dibuka sampai pukul 21.30 wib. Persiapan sebelum melayani konsumen, semua pramuniaga melakukan *briefing* dan berdoa sebelum bekerja yang dipimpin oleh kepala pramuniaga setelah itu membersihkan lantai, membersihkan produk-produk yang berdebu, mempersiapkan dan merapikan produk-produk yang belum rapi.[77]

Selain itu pramuniaga akan mengantarkan konsumen dan melayani konsumen selama dalam memilih produk yang diinginkan oleh konsumen, ini merupakan strategi pelayanan untuk meningkatkan minat beli konsumen serta meraih pelanggan yang potensial agar konsumen puas setelah membeli produk di gerai Reny swalayan-ku. Dengan dilengkapi kereta dorong yang memudahkan setiap konsumen yang berbelanja di gerai Reny swalayan-ku maka konsumen tidak kerepotan atau keberatan jika ingin membeli produk dengan jumlah banyak, di area luar gerai juga dilengkapi dengan tempat parkir yang cukup luas, dimana setiap kendaraan akan dijaga oleh petugas parkir serta tempat parkir ini tidak dikenakan biaya penuh kepada konsumen, dengan kata lain jika konsumen ingin memberi uang parkir dipersilahkan, jikalau tidak memberi juga tidak dipermasalahkan.[78]

Pihak manajemen Reny swalayan-ku juga memberikan pelayanan konsumen dalam bentuk *Delivery Order* yaitu pemesanan barang atau produk yang akan diantarkan ketempat konsumen, pemesanan *Delivery Order* ini bisa dilakukan

[77] Wawancara dengan Ibu Shanty Selaku Staff Kepala Pramuniaga di Reny Swalayan-ku, Pada tanggal 23 Juny 2015

[78] Observasi di Gerai Reny Swalayan-ku, Jalan Brigjen Katamso, Kec.Waru, Kab. Sidoarjo, Pada tanggal 25 Juny 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada hari senin s/d hari jum'at, mulai pukul 09.00-13.00 akan tetapi pada hari jum'at pelayananya dibuka mulai pukul 09.00-11.00, dimana pemesanan ini bisa dilakukan oleh konsumen dengan langsung datang ke gerai Reny swalayan-ku ke staff pembelian atau pramuniaga atau bisa dilakukan melalui via telepon Reny swalayan-ku dan untuk pengiriman barang dilakukan pada senin s/d sabtu pukul 08.30 s/d 15.00 WIB. Pelayanan juga memberikan kritik ataupun saran kepada para *customer* atau konsumen yang ingin mengungkapkan keluh kesalnya atas ketidakpuasan dalam pembelian, diantaranya adalah konsumen bisa langsung memberikan kritik atau saran kepada pihak manajemen Reny swalayan-ku melalui pramuniaga, menerima *return* barang yang sudah *expired* kemudian menggantinya dengan barang baru dan lain sebagainya.[79]

Menurut Christina *Widya* Utami. Pelayanan merupakan suatu keinginan konsumen untuk dilayani, dan pelayanan tersebut tentunya berhubungan dengan penjualan produk yang akan dibeli oleh konsumen. Pelayanan didefinisikan sebagai aktivitas, manfaat, kepuasan dari suatu yang ditawarkan dalam penjualan. Para pengusaha ritel harus dapat menyesuaikan jenis layanan yang ditawarkan dengan unsur-unsur lainya dalam bauran ritel. Adapun jenis-jenis pelayanan dalam bauran ritel:

f) Waktu pelayanan toko (jam operasional toko)
g) Pengiriman barang
h) Penanganan terhadap keluhan dari konsumen
i) Penerimaan pesanan melalui telepon dan pos
j) Penyediaan fasilitas parkir.

[79] Wawancara dengan Fatimah Selaku Staff Pembelian di Reny Swalayan-ku, Pada tanggal 25 Juny 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berbagai jenis pelayanan yang ditawarkan di atas dapat membedakan pelayanan toko yang satu dengan yang lain, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin lengkap dan memuaskan pelayanan yang diberikan oleh *Department store,* maka semakin besar keinginan konsumen akan tertarik untuk memilih berbelanja *Department store* yang bersangkutan.[80]

Menurut Dune, Lusch, dan Griffith dalam bukunya Bob Foster mengemukakan bahwa pelayanan yang berkualitas tinggi dapat menggunakan program *relationship retailing* yang di dalamnya termasuk desain untuk menarik, memlihara, dan meningkatkan *customer relationship*. Pelayanan kepada konsumen dilakukan perusahaan ritel untuk memberikan: kemudahan kepada konsumen potensial dalam berbelanja, kemudahan pelaksanaan transaksi pada saat konsumen berusaha melakukan pembelian, kepuasan pelanggan terhadap jasa atau barang setelah transaksi dengan cara:

d) *Pre transction service*

pelayanan yang disediakan untuk pelanggan sebelum masuk ke dalam transaksi penjualan yaitu *information aids* (bantuan informasi) dan *convenience hours* (saat yang menyenangkan)

e) *Transaction service*

pelayanan yang disediakan selama penjualan, seperti *credit, lay way, gift wrapping and packaging/*pembungkusan hadiah, *cheking chasing, personal shopping,* aktivitas perakitan bermacam-macam baranng untuk langganan, adanya barang, *personal selling, sales transaction.*

f) *Past transaction service*

[80] Christina Whidya Utami, 2012, *Ruang Lingkup, Paradigma Pengelolaan, dan Peluang Bisnis Ritel,* Salemba Empat, Jakarta, hal. 86-90.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelayanan yang disediakan setelah penjualan dilkakukan seperti *complain handling* (penangann keluhan), *merchandise return* (pengembalian barang), *servicing and repair* (pelayanan dan perbaikan) dan *delivery* (pengiriman barang).

Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan pelayanan konsumen adalah karakteristik toko, persaingan, jenis barang, citra/image, harga serta biaya pelayanan.[81]

Semua pesan dalam pelayanan yang mengikuti ajaran Islam akan menyebarkan moral yang baik, seperti pramuniaga dengan perilaku dan pakaian yang pantas serta memakai jilbab, yang mengasumsikan pesan tersebut berperan sebagai kontribusi positif untuk keluarga dan masyarakat secara keseluruhan, melawan kebiasaan wanita sebagai objek hasrat seksual. Pelayanan secara islami akan mendapat benefit dengan meningkatkan dan memahami nilai-nilai Syar'i. Dengan demikian, calon pembeli muslim akan merasakan keterkaitan secara emosional. Calon pembeli non-muslim pun mungkin akan merasa lebih yakin dengan produk tersebut karena adanya nilai universal yang baik dan berlaku umum yang dapat ditunjukkan Islam sebagai agama yang rahmatan lil alamin. Jadi dengan pelayanan yang maksimal, perusahaan Reny Swalayan-ku akan mampu meningkatkan daya belinya melalui kepuasan pelayanan konsumen.

4.) Fasilitas fisik

Fasilitas fisik ini merupakan faktor penentu dalam keberhasilan Reny swalayan-ku karena fasilitas fisik gerai minimarket dapat mendominasi pangsa pasar seiring dengan persaingan perusahaan ritel yang sangat kompetitif, selain itu suasana atau atmosfer

[81] Bob Foster, 2008, *Manajemen Ritel, Alfabeta, Bandung*, hal. 53-54.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam gerai berperan penting mengikat pembeli, membuat nyaman mereka dalam memilih barang belanjaan, dan mengingatkan mereka produk apa yang perlu dimiliki baik untuk keperluan keperluan pribadi maupun keperluan rumah tangga. fasilitas fisik Reny swalayan-ku yang dimaksud adalah penataan produk maupun barang-barangnya tertata dengan rapi dan bersih, penempatan produk-produk yang ditata disesuaikan dan dikelompokkan antara makanan, minuman, sembako, dan lain sebagainya sehingga memudahkan konsumen dalam memilih produk yang diinginkan, Fasilitas fisik di Reny swalayan-ku ini meliputi Desain eksterior (luar toko) dan interior (dalam ruangan).

a.) Desain luar (*eksterior*) Reny Swalayan-ku

Merupakan penampilan luar dari gerai Reny swalayan-ku yang besar dan menarik, dimana penempatan pintu masuk yang cukup lebar sehingga konsumen dengan mudah keluar masuk untuk membeli, serta dilengkapi fasilitas parkir didepan gerai. Dan penerangan disaat malam tiba pada bagian luar toko juga terlihat lampu dilangit-langit atap depan gerai yang cukup bersar, dan penempatan papan reklame yang cukup strategis yaitu didepan gerai yang terlihat ketika kendaraan berlalu lalang dijalanan sehingga konsumen dapat dengan mudah mengetahui gerai Reny swalayan-ku.[82]

b.) Desain Dalam (*interior*) Reny Swalayan-ku

Desain interior Reny swalayan-ku ini meliputi ketinggian langit-langit yang cukup tinggi, yaitu kurang lebih 15meter dari bawah keatas, sehingga dalam ruangan tampak begitu luas dan tidak pengap, di dalam ruangan terdapat dua lantai yang membagi penempatan produk maupun barang, diantaranya adalah di lantai bawah terdapat berbagai macam kebutuhan seperti sembako, aneka kue, makanan, minuman serta berbagai macam kebutuhan rumah tangga, kemudian

[82] Observasi di Gerai Reny Swalayan-ku Jalan Brigjen Katamso Waru-Sidoarjo, Pada tanggal 25 Juny 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

di lantai atas terdapat berbagai macam kebutuhan yang terbuat dari plastik, alat tulis, macam-macam boneka dan berbagai macam peralatan dapur.

Selain itu juga penempatan dan penataan lampu di langit-langit gerai cukup banyak yang tertata rapi sehingga penerangan dalam ruangan cukup terang dimana hal ini memudahkan konsumen dalam memilih produk atau barang yang diinginkan, dilengkapi warna cat hijau pada pondasi dalam gerai yang menjadi warna khas gerai Reny swalayan-ku, dan temperatur dalam ruangan yang cukup dingin karena dilengkapi dengan kipas angin yang terdapat di sudut-sudut ruangan. Selain itu Penataan barang yang rapi serta terdapat space atau jarak yang memudahkan konsumen berjalan-jalan di dalam toko untuk memilih barang-barang yang diinginkan.[83]

Menurut Kotler dalam bukunya Bob Foster mengemukakan suasana (*atmospere*) setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan untuk berputar-putar di dalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan yang berbeda-beda baik itu kotor, menarik, megah, dan suram. Suatu toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaranya dan dapat menarik konsumen untuk membeli di toko tersebut.[84]

Fasilitas fisik ini merupakan faktor penentu dalam mendominasi pangsa pasar yang diinginkan oleh perusahaan, karena penguasaan pasar dapat dicapai apabila perusahaan mendapatkan kedudukan yang baik sehingga dapat menciptakan citra perusahaan bagi para konsumenya. Secara spesifik, beberapa elemen penting yang dapat lebih menonjolkan citra dari suatu toko yaitu berupa arsitektur yang baik, desain interior dan interior yang menarik, sumber daya manusia yang memadai, penyediaan barang yang

[83] Observasi di Gerai Reny Swalayan-ku, Jalan Brigjen Katamso, Kec.Waru, Kab. Sidoarjo, Pada tanggal 26 Juny 2015
[84] Bob Foster, *Manajemen Ritel*, hal. 61.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

baik, lambang dan logo, penetapan lokasi toko dan nama toko yang dapat menarik perhatian. Fasilitas fisik dibagi menjadi dua bagian yaitu:

(1.) Tata letak toko

Penataan toko yang dirancang dan dibuat setelan lokasi yang dipilih. Yang bertujuan untuk memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam berbelanja.

(2.) Desain toko

Desain toko yang dimaksud dibagi menjadi dua bagian:

(a.) Desain eksterior

Merupakan pnampilan luar dari sebuah toko yang harus menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Faktor-faktornya meliputi: penempatan pintu masuk, penerangan pada bagian luar toko, penetapan papan reklame serta pengaturan jendela dan dinding.[85]

(b.) Desain interior

Desain interor ini meliputi ketinggian langit-langit, penerangan dalam toko, warna, dan temperatur dalam ruangan.[86]

Jadi dapat disimpulkan bahwa fasilitas fisik ini menggambarkan *moment of truth*, yaitu situasi langsung yang dirasakan konsumen pada saat berbelanja, dengan penataan *display* produk Reny Swalayan-ku yang tertata rapi, suasana dalam toko yang bersih dan nyaman akan menyentuh emosi konsumen dan memberi pengalaman berbelanja.

Kebersihan, kesucian, dan keindahan merupakan sesuatu yang disukai oleh Allah SWT. Jika kita melakukan sesuatu yang disukai oleh Allah SWT, tentu mendapatkan nilai di hadapan-Nya, yakni berpahala. Dengan kata lain, Kotor, jorok, sampah berserakan, lingkungan yang semrawut dan tidak indah itu tidak

[85] Christina Whidya Utami, *Ruang Lingkup, Paradigma Pengelolaan, Dan Peluang Bisnis Ritel*, hal 88.
[86] Christina Whidya Utami, *Ruang Lingkup, Paradigma Pengelolaan, Dan Peluang Bisnis Ritel*, hal 89.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disukai oleh Allah SWT. Sebagai hamba yang taat, tentu kita terdorong untuk melakukan hal-hal yang disukai oleh Allah SWT. Dalam hadis yang kedua dinyatakan bahwa kebersihan merupakan sebagian dari iman. Maksudnya adalah, keimanan seseorang akan menjadi lengkap kalau dia dapat menjaga kebersihan. Dengan kata lain, orang yang tidak dapat menjaga kebersihan berarti keimanannya masih belum sempurna. Secara tidak langsung hadis ini menegaskan bahwa kebersihan bagi umat Islam merupakan sesuatu yang sangat penting untuk diterapkan.

Selain itu pnempilan luar desain gerai Reny Swalayan-ku yang baik akan menarik banyak konsumen untuk datang, desain toko merupakan strategi penting untuk menciptakan suasana yang akan membuat pelanggan merasa betah berada dalam suatu gerai sehinga dapat meningkatkan daya beli konsumen di gerai Reny Swalayan-ku.

5.) Lokasi

Strategi bauran pemasaran ritel yang kelima adalah lokasi, Adapun faktor-faktor lokasi yang harus dipertimbangkan, yaitu kestrategisan, apakah daerah tersebut dapat dijadikan pusat bisnis atau bukan dan bagaimana arus lalu lintasnya. Arus lalu lintasnya mempengaruhi penempatan lokasi toko ritel karena dapat menarik konsumen untuk mengunjungi toko tersebut, bahkan berbelanja. Lokasi perusahaan Reny Swalayan-ku yang dimaksud adalah Lokasi gerai Reny swalayan-ku terletak di samping jalan raya yang setiap harinya banyak kendaraan berlalu lalang yang beralamatkan di Jl. Brigjen Katamso Kota Waru-Kabupaten Sidoarjo, dimana lokasi ini merupakan pusat yang strategis, ini dapat dibuktikan dengan banyaknya industri-industri dan perumahan di sekeliling gerai Reny swalayan-ku dan juga tidak sedikit perusahaan ritel yang sejenis seperti alfamart,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

indomart, bentar dan alfamidi di daerah yang sama. Perusahaan reny swalayan-ku ini juga sudah memiliki izin dari pemerintah dalam mendirikan bisnis ritel sesuai dengan undang-undang no.5 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.[87]

Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Kotler dalam bukunya Bob Foster, menyatakan bahwa perusahaan ritel dapat menempatkan tokoh lokasinya sebagai berikut:

e) Daerah pusat bisnis merupakan daerah kota yang sejak dulu paling padat arus lalu lintasnya disebut pusat kota.

f) Pusat perbelanjaan regional, merupakan mal-mal besar daerah pinggiran yang terdiri dari 4 sampai lebih dari 10 toko dan menarik pengunjung dengan jarak 5 sampai 10 mil.

g) Pusat perbelanjaan lingkungan, ini merupakan mal-mal yang lebih kecil dari satu toko utama dan 20 sampai 40 toko kecil.

Jalur perbelanjaan, merupakan suatu kelompok toko toko yang melayani kebutuhan normal suatu lingkungan seperti makanan dan minuman, peralatan logam, cucian dan bensin.[88]

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi Reny swalayan-ku merupakan bagian dari tiga kelompok yang dikemukakan oleh Kotler, yaitu daerah pusat bisnis, pusat perbelanjaan regional, dan *free standing* (*isolated store*), dengan kata lain penempatan lokasi perusahaan reny Swalayan-ku merupakan tempat yang cukup strategis untuk perusahaan ritel, dengan lokasi yang strategis ini maka perusahaan Reny Swalayan-ku akan dengan mudah

[87] Undang-undang nomor 5 tahun 1999, *Tentang larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat,* Komisi pengawas persaingan usaha RI, hal 3-5.
[88]Bob Foster, *Manajemen Ritel, Alfabeta*, hal. 52-53.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

meraih tujuan yang ingin dicapai serta dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

6.) Promosi

Strategi bauran pemasaran yang terakhir yaitu promosi. Promosi merupakan salah satu unsur yang paling penting dalam pemasaran atau dengan kata lain suatu produk betapapun bermanfaatnya akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui kemanfaatanya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen. usaha promosi yang dilakukan oleh perusahaan dimaksudkan untuk pemberitahuan kepada individu atau organisasi sehingga dapat mencapai seluruh segmen sasaran tentang tersedianya suatu barang untuk melakukan pembelian, apabila proses promosi dilakukan dengan sempurna (tepat sasaran) maka akan memberi pengaruh berarti terhadap keputusan pembelian.

Bentuk dari promosi Reny swalayan-ku ialah mempengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku konsumen terhadap suatu produk dengan skala penawaranya dalam meningkatkan daya beli konsumen. Strategi yang dijalankan oleh Reny swalayan-ku yaitu dengan memberikan potongan harga produk kepada *cutomer* yang membeli produk dalam jumlah besar, melakukan kegiatan bazar produk murah atau disertai *discount* yang dilakukan di depan gerai lebih tepatnya di samping jalan raya pada hari senin s/d sabtu pada pukul 15.00 s/d maghrib, pada waktu ini banyak kendaraan yang berlalu lalang karena bertepatan dengan pulang kerja. dengan metode bazar ini cukup efektif untuk menarik konsumen, dimana secara otomatis konsumen akan tertarik untuk membeli produk atau barang yang diinginkan karena harga produk yang relatif murah apalagi disertai *dicount.* Promosi dengan metode bazar di depan gerai sendiri tidak memerlukan biaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang besar dengan memaksimalkan SDM yang dimiliki. Selain itu strategi promosi di Reny swalayan-ku juga menggunakan metode iklan yaitu menggunakan spanduk-spanduk yang disebar di sekitar jalan Waru-Sidoarjo juga cukup efektif dan efisien dalam menarik hati konsumen.[89]

Menurut Berman dan Evan dalam bukunya Christina Widya Utami Promosi adalah kegiatan yang mempengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku konsumen terhadap suatu toko ritel dengan skala penawaranya. Kegiatan promosi ini dibagi dalam beberapa tipe, diantaranya: *point of purchase*, kontes, kupon, program belanja, undian, contoh gratis, demonstrasi, pembelian hadiah, yang diadakan pada peristiwa khusus. Kegiatan ini digunakan untuk memberitahu, membujuk dan mengingatkan konsumen agar mau membeli produk yang mau dijual dari keuntungan dan manfaat yang diperolehnya. Ada tiga macam promosi yang sering digunakan oleh peritel, yaitu:

a.) Iklan

Segala bentuk presentasi nonpersonal dan promosi dari barang-barang serta pelayanan oleh sebuah sponsor tertentu yang dapat dilakukan melalui berbagai media seperti televisi, radio, majalah, surat kabar, katalog, dan media lainya. Iklan dari perusahaan Reny Swalayan-ku yang dimaksud disini adalah menggunakan banner atau spanduk yang dipasang di sekitar jalan Brigjen Katamso Waru, Sidoarjo, dimana dalam iklan tersebut menginformasikan produk-produk yang dijual dan *discount* harga.

b.) Penjual langsung

Bentuk presentasi lisan dalam percakapan dengan satu atau beberapa orang calon pembeli dengan tujuan untuk mencapai kesepakatan pembelian.

[89] Wawancara dengan Ibu Fatimah Selaku Staff Pembelian di Reny Swalayan-ku, Pada tanggal 27 Juny 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

90

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

potensi unsur penipuan dan kecurangan dalam melakukan promosi. Promosi yang tidak sesuai dengan kualitas atau kompetensi, contohnya promosi yang menampilkan imajinasi yang terlalu tinggi bagi konsumennya, adalah termasuk dalam praktik penipuan dan kebohongan. Untuk itu promosi yang semacam tersebut sangat dilarang dalam Islam.

Dari pernyataan diatas bahwa kegiatan mempromosikan barang yang diperjual belikan di Reny Swalayan-ku dapat menentukan tingkat persepsi konsumen dalam memilih produk yang diinginkan jadi melalui promosi yang maksimal akan dapat meningkatkan daya beli konsumen yang kemudian dapat meningkatkan daya saing perusahaan Reny Swalayan-ku dengan perusahaan ritel yang lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id