

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Strategi Pemasaran Di Toko Sembako Are

Strategi yang diterapkan pada Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan menggunakan strategi pemasaran 7P yang meliputi tujuh variabel yaitu *product*, *price*, *promotion*, *place*, *people*, *process* dan *physical evidence*. Secara lebih rinci penerapan dari strategi pemasaran yang dijalankan pada Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dalam mempertahankan usaha dapat diuraikan sebagai berikut :

1) *Product* (**Produk**)

Produk yang disediakan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan antara lain, sembako, susu, obat-obatan, kosmetik, dan peralatan rumah tangga. Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan sangat menjaga kualitas dalam menjual sembako, susu, kosmetik, obat-obatan dan peralatan rumah tangga dengan *brand* serta mempunyai berbagai macam variasi. Produk sembako (Beras, gula, teh, minyak, bumbu-bumbu, dll), produk susu (SGM, *Dancow*, Prenagen, *Frisian Flag*, dll), produk kosmetik lipstik, bedak, parfum, dll dari *brand* (wardah, latulip, pixy, ponds, garnier, dll), obat-obatan (ultraflu, bodrex, paramex, dll) dan produk peralatan rumah tangga (ember, sapu, penggepel, panci, gelas, piring dll). Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan menjual produk yang dibutuhkan sehari-hari,

selain itu harga yang ditetapkan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan merupakan harga grosir dan ecer sehingga pembeli dapat menjual kembali atau menggunakan produk untuk kebutuhan pribadi.

Setiap produk dibagi secara terpisah antara lain :

- Obat-obatan, kosmetik dan susu menggunakan etalase berada di sebelah kiri dekat dengan kasir
 - Sembako berada disebelah kanan menggunakan rak,
 - Peralatan rumah tangga berada ditengah dengan menggunakan rak.
- Penataan produk dibagi sesuai dengan jenis produknya masing-masing sehingga lebih menarik, bersih dan rapi.

Contoh produk yang dijual di Toko Sembako Are adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1. Produk Sembako TOKO SEMBAKO ARE

Strategi produk yang diterapkan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dengan menyediakan barang yang cukup lengkap mengikuti perkembangan zaman jadi bisa setiap saat ada

produk baru dan bervariasi, hal ini dilakukan agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan. Keuntungan akan didapat oleh Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan semakin tinggi dengan adanya variasi produk yang lengkap. Produk-produk yang disediakan secara kontinue mengadakan pengembangan dari segi kualitas, variasi dan *brand*. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan *brand* serta menyediakan produk berkualitas yang baik untuk konsumen.

2) *Price* (**Harga**)

Proses penetapan harga jual harus memperhatikan berbagai aspek karena akan memberikan implikasi yang luas bagi pihak lain, seperti pembeli, pesaing, dan perusahaan itu sendiri. Penetapan harga yang dilakukan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dengan menghitung total modal untuk membeli produk sebesar Rp. 10.000.000, Setiap minggu, Laba bersih setiap bulan yang didapatkan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan sebesar Rp. 3.115.000, biaya gaji karyawan sebesar Rp. 500.000, sampai dengan Rp. 700.000, perbulan untuk 3 orang karyawan. Harga jual yang ditetapkan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan berdasarkan label harga yang tertera di setiap rak dan etalase. Pemberian potongan harga atau diskon yang ditetapkan bersifat fleksibel, dalam arti tidak berdasarkan standar, namun tergantung dari masing-masing *supplier* setiap produk.

Strategi harga yang diterapkan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan untuk setiap sembako, susu, peralatan rumah tangga, dll dengan harga yang relatif standar. sehingga Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dalam segi harga jika dibandingkan dengan swalayan lain baik Toko kelontong, indomart dan alfamart. Harga yang ditetapkan relatif standar karna memiliki perbandingan harga Rp.1000-3000 untuk tiap produknya. Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan menjual produk dibawah harga yang ditetapkan toko lain sehingga Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan mampu mempertahankan usahanya. Harga barang-barang pokok seperti sembako, peralatan rumah tangga yang laku terjual karna barang tersebut memiliki harga yang lebih rendah dan dibutuhkan konsumen setiap saat, tetapi untuk barang-barang seperti kosmetik dan susu yang memiliki harga jual yang tinggi sulit untuk terjual karna barang-barang tersebut tidak digunakan konsumen terus menerus.

3) **Promotion (Promosi)**

Promosi merupakan salah satu variabel strategi pemasaran yang digunakan untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang dijual oleh perusahaan. Harapan dari setiap perusahaan adalah bahwa dengan melakukan promosi yang terencana dengan baik maka tingkat penjualan dapat meningkat sesuai harapan perusahaan tersebut. Strategi promosi yang dilakukan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang

Kecamatan Pangkatan dengan alokasi dana sebesar Rp. 600.000 - 2.000.000,.

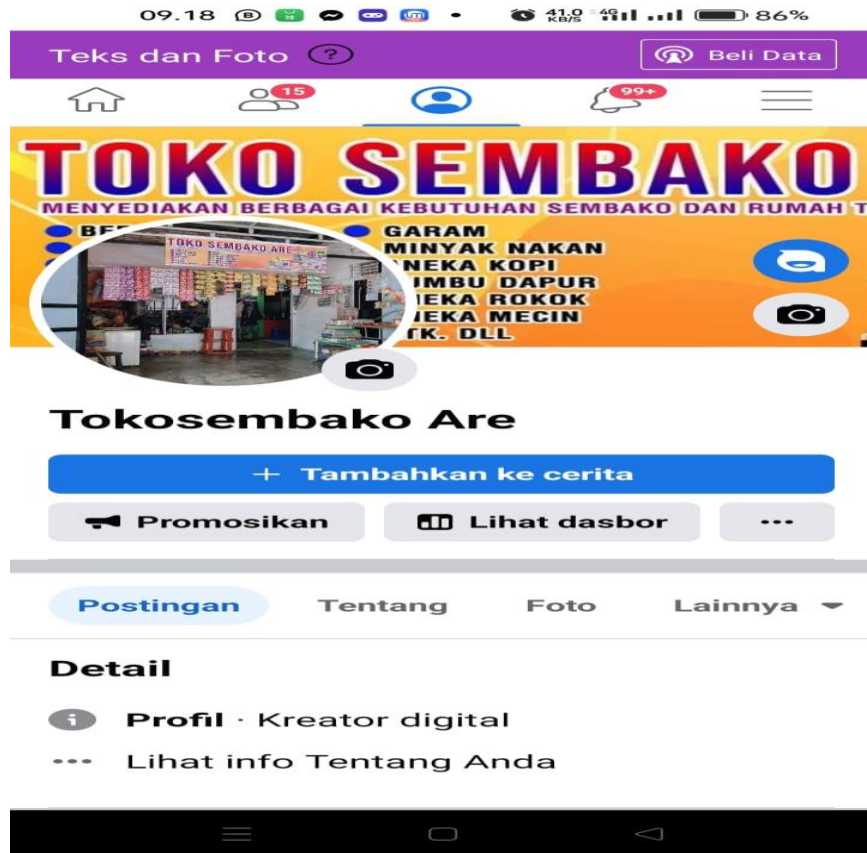
Adapun kegiatan promosi perusahaan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan adalah *face to face*, *benner*, dan brosur antara lain :

a) *Face to face* (secara langsung)

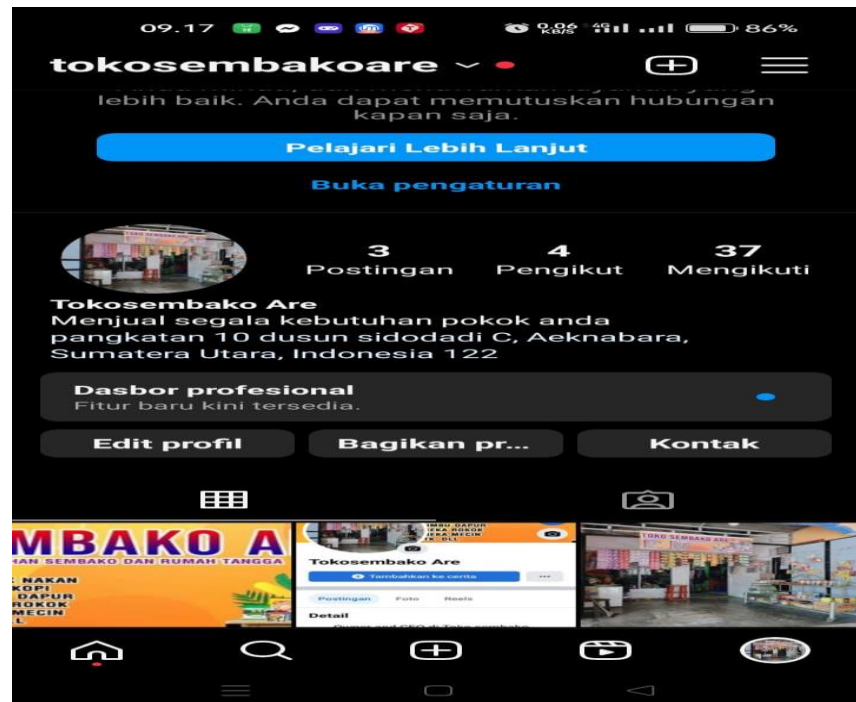
- Menyebar luaskan informasi kepada konsumen, misalnya informasi tentang produk yang disediakan, harga potongan, dan lain-lain.
- Memberikan pelayanan kepada pembeli, tenaga penjual berusaha membantu pembeli dalam mengatasi masalah yang berkaitan dengan produk yang disediakan dan harga yang ditetapkan oleh perusahaan.

b) Melalui Medsos

Menyebar luaskan informasi tentang adanya Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan yang menyediakan berbagai macam produk lengkap, kualitas baik dan harga yang sesuai dengan harga pasaran pada umumnya, dengan memasang iklan di Facebook dan Instagram guna memperkenalkan Toko Sembako Are agar lebih terlihat dan lebih mengenal produk apa saja dan harga berapa semua produk yang menjadi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Adapun jenis promosi yang dilakukan oleh penulis, seperti yang ada pada gambar berikut ini :



Gambar 4.3. IG TOKO SEMBAKO ARE



Gambar 4.2. Facebook Toko Sembako Are

c) Brosur

Promosi yang dilakukan oleh perusahaan juga bisa menggunakan brosur, membagikannya saat menghadiri eventevent tertentu, membagikan di jalan depan toko atau diletakan dipusat informasi yang banyak orang. Brosur ini tentunya akan memberikan banyak informasi mengenai produk yang disediakan oleh perusahaan, dengan memberikan brosur yang menarik maka orang akan senang membacanya dan membeli produk di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan.

Kegiatan promosi yang dilakukan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan mengikuti distributor masing-masing produk, jika produk tersebut sedang ada diskon Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan juga memberikan diskon untuk produk tersebut. Jadi, Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan saat mengadakan promo atau diskon bersifat fleksibel karna menyesuaikan dari distributor produk baik dari kosmetik, susu, sembako, peralatan rumah tangga, dll.



Gambar 4.4. Brosur Toko Sembako Are

4) *Place (Tempat)*

Salah satu variabel dari strategi pemasaran adalah saluran distribusi yang berkaitan dengan kelancaran produk. Pengaruh strategi saluran distribusi begitu besar, sehingga memerlukan banyak pertimbangan. Jika salah dalam mengambil keputusan maka akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Dengan adanya saluran yang baik akan memberikan konsekuensi produk. Sistem distribusi yang dilakukan yaitu melalui perantara pedagang dan pengecer. Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan menggunakan perantara pedagang dan pengecer :

- a) Pedagang adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual barang-barang kepada pengecer dan pedagang lain. Disini pemilik Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan menyalurkan barangnya kepada pedagang atau pembeli barang dalam jumlah partai untuk dijual kembali. Pedagang tersebut kebanyakan berasal dari daerah terdekat desa Kampung Padang.
- b) Pengecer, pemilik Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan bukan hanya menjual barangnya kepada pedagang akan tetapi juga menjual barang secara eceran atau barang tersebut dijual kepada pembeli yang akan memakai barang secara langsung. Sedangkan untuk masalah harga tidak sama antara harga partai yang dijual kembali dengan harga eceran.

Pertimbangan selain saluran distribusi dalam strategi *place* yang digunakan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dalam proses penjualan selain antara lain : Menggunakan luas bangunan untuk kantor dengan ukuran 7 x 3, bagian gudang dibelakang toko dengan ukuran 220 m² dan terdapatnya gudang yang berada diluar toko dengan ukuran 225 m². Hal ini merupakan strategi pemasaran dari segi tempat yang diterapkan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dalam mempertahankan usaha.

Strategi tempat yang diterapkan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan sudah cukup bagus, dekat dengan pemukiman warga dan dekat dengan jalan raya membuat konsumen lebih mudah untuk mengunjungi Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan. Sama dengan Toko lain seperti : Toko kelontong, indomart dan alfamart Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan juga memiliki tempat yang strategis, nyaman dan aman.



Gambar 4.5. Toko Sembako Are

5) *People (Orang)*

Orang merupakan salah satu unsur dari strategi pemasaran, setiap orang merupakan *part-time marketer* yang tindakan dan perilakunya memiliki dampak langsung dan output yang diterima oleh konsumen. Oleh sebab itu, setiap perusahaan harus secara jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam interaksinya dengan konsumen. Hasil temuan dari kebijakan orang yaitu salah satu upaya yang dilakukan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan adanya strategi orang (*people*) dalam memilih karyawan dengan melakukan seleksi/*interview*.

Syarat menjadi karyawan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan antara lain :

- a. Melakukan wawancara/*interview*
- b. Pelatihan yang diberikan berupa penataan barang, pelayanan kasir dan operasional kerja.
- c. Pelatihan dilakukan selama 3 bulan sebelum menjadi karyawan tetap.

Strategi *people* di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan selain menentukan syarat menjadi karyawan, selanjutnya dengan memberikan motivasi guna meningkatkan semangat kerja karyawan yang diberikan oleh pemilik setiap hari jum'at melakukan *brifing*.

Tenaga kerja yang dibutuhkan :

- (1) Tenaga kerja bagian kasir

- (2) Tenaga pengecekan barang
- (3) Tenaga kerja bagian gudang

Strategi *people* yang diterapkan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan tidak menerapkan sistem seleksi karyawan dan tenaga kerja masing-masing bidang,

TOKO SEMBAKO ARE	
No <u>14</u>	KWITANSI PEMBAYARAN
Tanggal: <u>10 Juli 2023</u>	
Terima dari: <u>Jiffia Jannah</u>	No: <u>14</u> Tanggal: <u>10 Juli 2023</u>
	Terima Dari: <u>Jiffia Jannah</u>
	Terbilang: <u>Dua Ratus Dua Puluh Tiga</u>
Jumlah: <u>223.000,-</u>	Untuk Pembayaran: <u>Beras 10 Kg, Telur 1 Papan, Minyak Makan 2 Liter dan Gula Pasir 1 Kg</u>
Untuk Pembayaran: <u>Sembako</u>	Rp. 223.000,-
	Tanda Tangan Penerima
	Tanda Tangan Penyctor

GAMBAR 4.6. Kwitansi Toko Sembako Are

6) *Process* (Proses)

Strategi *process* mempunyai dampak jangka panjang pada efisiensi, fleksibilitas, biaya yang dikeluarkan, serta kualitas produk yang dikembangkan. Strategi *process* berhubungan dengan tata letak ruang, alur pelayanan dengan konsumen, dan alur penjualan produk. Tata letak yang baik menentukan tingkat efisiensi segala aspek dalam sebuah kegiatan penjualan yang bermanfaat bagi citra perusahaan.

Penerapan strategi *process*, Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan sudah menerapkannya dengan baik. Dapat dilihat pada proses tata letak ruangan antara lain :

- sembako berada disebelah kanan ruangan
- peralatan rumah tangga berada dibagian tengah belakang ruangan

- kosmetik, obat-obatan dan susu berada disebelah kiri dekat dengan kasir
- terdapatnya tempat duduk didepan toko untuk menunggu

Selain alur tata letak ruangan strategi process juga mencakup tentang alur penjualan produk di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan antara lain :

- *Supplier* memasok barang ke Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan
- Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan menjumlah barang yang diterima dari supplier dan menghitung jumlah barangnya
- Jumlah barang dibagi menjadi dua untuk di tata didalam toko dan untuk persediaan digudang.

Pengeluaran yang terjadi di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dalam *process* penjualan sudah dianggarkan dana sebesar Rp 200.000 perbulan untuk mengantisipasi membeli keperluan peralatan jika sewaktu-waktu terjadi kerusakan. Dengan adanya anggaran dana tersebut Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan tidak perlu khawatir atau bingung jika terjadi kerusakan peralatan.

Selain adanya alur tata letak produk, alur penjualan, dan pengeluaran pembelian, Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan juga mendapat beberapa komplain yang diberikan konsumen

kepada Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan, komplain tersebut akan ditangani oleh karyawan antara lain :

- barang dalam kondisi rusak
- keramahan karyawan
- kembalian uang yang lebih atau kurang

Adapun kendala yang dihadapi Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan salah satunya dalam proses penyetokkan barang yang dibatasi dari *supplier* karena barang susah didapat (stok kosong) barang tersebut berupa minuman. Kendala tersebut mengakibatkan proses jual beli terhambat dan tidak dapat memenuhi keinginan pembeli. Strategi proses yang diterapkan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan sama dengan yang diterapkan di alfamart, indomart dan Toko kelontong baik dari segi alur penjualan, tata letak produk.

7) ***Physical Evidence* (Bukti Fisik)**

Strategi *physical evidence*/lingkungan fisik berhubungan dengan suasana, lokasi usaha dan lingkungan sekitar perusahaan. Sebuah usaha yang memiliki lingkungan fisik yang baik mencerminkan bagaimana sebuah perusahaan menjaga dan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen.

Lingkungan fisik yang diberikan kepada konsumen sudah cukup baik. Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan telah memberikan kemudahan kepada konsumen yang membeli dan memilih

produk langsung di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dengan menyediakan produk beserta nama dan harga produk. Tampilan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan juga tertata dengan rapi dan menarik dengan warna putih sehingga toko terlihat bersih dan cerah. Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan terdapat 3 kipas angin berada di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan. Karyawan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan menjaga kebersihan tempat agar menghindari kerusakan pada produk-produk yang dijual serta menambah kenyamanan konsumen saat melakukan transaksi pembelian produk.

Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan menyediakan toilet yang dapat digunakan untuk konsumen Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan ketika sedang melakukan pembelian. Dalam mengontrol keamanan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan juga memasang cctv untuk melihat kegiatan pembelian atau jika terjadi kejadian yang tidak diinginkan.

Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan mendidik karyawan ramah agar konsumen merasa nyaman dan sebagai salah satu untuk strategi untuk menarik konsumen membeli produk di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan.

Strategi *physical evidence* yang sudah diterapkan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dengan sangat baik dan

berdasarkan tanggapan konsumen strategi *physical evidence* sudah diterapkan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dengan baik, terlihat bahwa belum adanya keselarasan antara Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dan konsumen Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan.

Dengan penataan produk yang rapi dengan nama dan harga produk, memudahkan konsumen dalam memilih dan mengetahui informasi produk yang tersedia di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan. Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan juga memberikan lahan parkir yang memadai bagi konsumen, dikarenakan letak Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan yang berada di depan jalan raya dekat dengan permukiman warga.

Strategi bukti fisik yang diterapkan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan yang berbeda dengan toko lain yaitu Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan menyediakan mushola, parkir yang luas, terdapatnya kipas angin.

4.2. Analisis Kualitas Pelayanan Di Toko Sembako Are

Konsep Pertama yang ditemukan adalah kualitas pelayanan di Toko Sembako Are yang ditunjukkan dari peraturan-peraturan yang mengatur berbagai tindakan yang dilakukan oleh pegawai pada saat bekerja di Toko Sembako Are

seperti mengatur tentang sarana prasarana, penampilan, pelayanan yang dilakukan, dan lain sebagainya.

Toko Sembako Are memberikan kualitas pelayanan pegawai yang digunakan sebagai dasar hukum bila terjadi penyimpangan, mengarahkan pegawai untuk sama-sama disiplin dalam bekerja dan sebagai pedoman dalam melaksanakan pekerjaan rutin.

4.3. Analisis Permasalahan Hambatan dan Solusi Pemasaran Di Toko Sembako Are

Hambatan yang terjadi adalah berkenaan dengan kualitas pelayanan yang diterapkan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan, untuk mengetahui kualitas pelayanan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan saat ini, peneliti menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan publik yang dikemukakan oleh Zeithaml dkk dalam Hardiansyah, yaitu *Tangible* (Berwujud), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiviness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Emphaty* (Empati).

1. Dimensi *Tangible* (Berwujud)

Dimensi *Tangible* (berwujud) merupakan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personal, dan media komunikasi dalam pelayanan. Jika dimensi ini dirasakan oleh konsumen sebagai pengguna layanan sudah baik maka konsumen akan menilai baik dan merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan pegawai pelayanan TOKO SEMBAKO ARE Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan namun sebaliknya jika dimensi ini

dirasakan oleh konsumen buruk, maka konsumen akan menilai buruk dan tidak akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan pegawai.

Untuk mengukur dimensi *Tangible* dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dalam mempertahankan usaha dapat diukur melalui indikator sebagai berikut :

- a. Penampilan pegawai dalam melayani pengguna layanan. Penampilan karyawan sangat mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan. Berkaitan dengan penampilan karyawan, di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan karyawan sudah berpenampilan rapi. Penampilan itu sangat berpengaruh besar dalam proses pelayanan karena penampilan merupakan salah satu unsur yang nanti mendukung untuk memberikan pelayanan, sikap dan penampilan karyawan merupakan kesan pertama bagi konsumen yang datang. Jika penampilan karyawan tidak menarik, maka konsumen juga tidak akan tertarik dengan kualitas karyawan pelayanan tersebut.
- b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan Kenyamanan tempat dalam proses pelayanan sangat penting bagi konsumen. Selain itu tempat pelayanan juga sangat mempengaruhi kualitas pelayanan. Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan sebagai penyedia layanan harus memberikan kenyamanan tempat bagi konsumen yang datang, dari menyediakan tempat yang cukup dan penataan barang yang rapi agar konsumen tidak merasakan sempit di

dalam ruangan, kemudian menyediakan tempat duduk untuk menunggu. Selain tempat duduk, kipas angin juga dibutuhkan untuk kenyamanan konsumen. Jika hari sudah mulai siang, maka biasanya di dalam ruangan akan menjadi lebih panas apalagi banyak orang yang mengantri untuk mendapatkan pelayanan.

- c. Kemudahan dalam proses pelayanan
Kemudahan dalam proses pelayanan sangat dibutuhkan bagi konsumen agar proses pelayanan lebih cepat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan sudah menerapkan kemudahan bagi konsumen yang ingin menyelesaikan keperluannya di bagian pelayanan. Kemudahan dalam proses pelayanan ini sangat diperlukan agar konsumen tidak merasa kesulitan dan kebingungan dalam melakukan proses pembelian di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan.
- d. Kedisiplinan pegawai dalam melakukan proses pelayanan.
Disiplin kerja sangat dibutuhkan oleh setiap karyawan dalam melaksanakan pelayanan. Disiplin menjadi persyaratan bagi pembentukan sikap, perilaku, dan tata kehidupan yang akan membentuk kepribadian karyawan yang penuh tanggung jawab dalam bekerja, dengan begitu akan menciptakan suasana kerja yang kondusif dan mendukung usaha pencapaian tujuan. Apalagi dalam proses pelayanan, karyawan harus disiplin dalam segi waktu maupun disiplin kerja, khususnya dalam mengerjakan keperluan pelayanan. Karyawan harus mementingkan

keperluan konsumen di atas kepentingan pribadinya karena pekerjaan karyawan dalam pelayanan merupakan pekerjaan yang mengedepankan kepentingan umum, dengan kata lain kepentingan konsumen harus diprioritaskan oleh karyawan.

2. Dimensi *Reliability* (Kehandalan)

Dimensi *Reliability* (Kehandalan) merupakan kemampuan unit pelayanan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Dimensi *Reliability* ini juga merupakan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan pelayanan secara tepat waktu dan konsisten. Kehandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sesuai dengan prosedur kerja, standar pelayanan dan waktu yang telah dijanjikan. Pemenuhan pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu, kecakapan dalam memberikan layanan serta kecakapan dalam menanggapi keluhan jika ada keluhan yang masuk dari pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat.

Untuk mengukur dimensi *Reliability* dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkalan dapat diukur melalui indikator sebagai berikut :

- a. Kecermatan pegawai dalam melayani pengguna layanan. Kecermatan atau ketelitian karyawan dalam melayani konsumen sangat penting bagi proses pelayanan.
- b. Memiliki Standar Pelayanan yang jelas Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkalan memiliki Standar pelayanan

yang jelas dan terlihat seperti pelayanan yang diterapkan perusahaan sejenis.

- c. Kemampuan Pegawai dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan. Kemampuan karyawan menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan merupakan modal yang sangat penting dalam menunjang kualitas pelayanan.
- d. Keahlian pegawai dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan. Selain kemampuan, keahlian dalam menggunakan alat bantu juga perlu dimiliki oleh karyawan dalam melayani masyarakat.

3. Dimensi *Responsiveness* (Ketanggapan)

Dimensi *Responsiveness* (Ketanggapan) yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan pelayanan dengan cepat sesuai jangka waktu yang telah dijanjikan. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini berkaitan dengan akal dan cara berfikir karyawan yang ditunjukkan pada konsumen.

Untuk mengukur dimensi *Responsiveness* dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkajene dapat diukur melalui indikator sebagai berikut :

- a. Merespon setiap pengguna layanan yang ingin mendapatkan pelayanan. Karyawan wajib merespon konsumen yang datang. Konsumen akan merasa dihargai oleh karyawan ketika karyawan dapat memberikan respon yang baik. Merespon konsumen dapat

menimbulkan efek positif bagi kualitas pelayanan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan. Karyawan merespon dan tanggap dengan para konsumen yang ingin mendapatkan pelayanan ini dibuktikan ketika konsumen yang sudah selesai

- b. Pegawai melakukan pelayanan dengan cepat Konsumen akan merasa senang ketika karyawan melakukan proses pelayanan dengan cepat dan tepat. Tepat dapat diartikan pegawai memberikan layanan sesuai dengan keperluan konsumen.
- c. Pegawai melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat Waktu yang tepat untuk menyelesaikan pekerjaan dalam suatu proses pelayanan merupakan hal yang penting, karena dengan menyelesaikan dengan tepat waktu maka tidak akan membuat konsumen menjadi menunggu.
- d. Semua keluhan pelanggan direspon oleh pegawai Keluhan akan terjadi jika karyawan tidak melaksanakan proses pelayanan dengan baik. Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan sebagai penyedia layanan menyediakan sarana untuk menyampaikan keluhan jika ada pengguna layanan yang mempunyai keluhan terkait proses pelayanan.

4. Dimensi *Assurance* (Jaminan)

Dimensi *assurance* (Jaminan) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, resiko, dan keraguraguan. Jaminan adalah upaya

perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi warganya terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan dapat mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal.

Untuk mengukur dimensi *assurance* dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dapat diukur melalui indikator sebagai berikut :

- a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan Karyawan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan saat itu juga apabila bisa diselesaikan karyawan mengusahakan tepat waktu.
- b. Pemilik memberikan jaminan biaya dalam pelayanan Dalam mengurus keperluan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan, tidak mengeluarkan biaya untuk mengurusnya, hanya menunjukkan bukti struk pembelian. Jenis pelayanannya yaitu komplain tentang kemasan produk yang rusak, struk yang salah dan penataan produk yang beberapa konsumen tidak mengetahui.

5. Dimensi *Emphaty* (Empati)

Dimensi *emphaty* (Empati) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pengguna layanan. Empati adalah perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap konsumen dengan menempatkan dirinya pada situasi sebagai konsumen.

Untuk mengukur dimensi *emphaty* (Empati) dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dapat diukur melalui indikator sebagai berikut :

- a. Mendahulukan Kepentingan pengguna layanan Konsumen dalam proses pelayanan merupakan prioritas dalam pelayanan. Apapun keperluan konsumen terkait pelayanan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan harus pendapat prioritas utama dan harus sesuai dengan apa yang diperlukan oleh konsumen.
- b. Petugas melayani dengan ramah dan sopan santun Keramahan karyawan sangat diperlukan dalam proses pelayanan. Jika karyawan ramah maka akan memberikan penilaian yang baik dari konsumen, karena pada dasarnya semua orang akan menyukai tempat pelayanan yang didalamnya banyak terdapat orang yang ramah.
- c. Pegawai melayani dengan tidak diskriminatif (Membeda-bedakan) Dalam proses pelayanan, tidak hanya keramahan dan sikap sopan santun, tetapi sikap tidak membeda-bedakan juga sangat perlu untuk diterapkan. Sikap tidak membeda-bedakan maksudnya, ketika melayani karyawan tidak mendahulukan konsumen yang sudah kenal saja misalnya keluarga atau teman dekat.
- d. Pegawai melayani dan menghargai setiap pengguna layanan Sikap menghargai dalam melayani juga hampir sama dengan sikap sopan santun. Sikap menghargai dapat dilakukan dengan menyapa serta tersenyum dengan konsumen, menanyakan keperluan konsumen,

memberikan penjelasan yang baik berkaitan dengan keperluan konsumen, dan berusaha agar kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Sikap ini harus dimiliki oleh karyawan. Peneliti juga mengamati bahwa karyawan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkajene sudah semua memiliki sikap menghargai kepada konsumen.

4.4. Laporan Keuangan Toko Sembako Are

Adapun laporan keuangan dari Toko Sembako Are, berdasarkan perhitungannya sebagai berikut :

Tabel 4.1

Laporan Keuangan Tahun 2021

Bulan	Jumlah
Januari	Rp. 2.000.000
Februari	Rp. 2.700.000
Maret	Rp. 3.000.000
April	Rp. 2.800.000
Mei	Rp. 3.300.000
Juni	Rp. 3.000.000
Juli	Rp. 2.800.000
Agustus	Rp. 3.000.000
September	Rp. 3.500.000
Oktober	Rp. 3.700.000
November	Rp. 3.000.000
Desember	Rp. 3.200.000
Total	Rp. 36.000.000

Sumber : Toko Sembako Are

Tabel 4.2

Laporan Keuangan Tahun 2022

Bulan	Jumlah
Januari	Rp. 3.000.000
Februari	Rp. 3.500.000
Maret	Rp. 4.000.000
April	Rp. 4.200.000
Mei	Rp. 4.800.000
Juni	Rp. 5.000.000
Juli	Rp. 5.300.000
Agustus	Rp. 4.800.000
September	Rp. 5.000.000
Oktober	Rp. 5.200.000
November	Rp. 5.000.000
Desember	Rp. 5.500.000
Total	Rp. 55.300.000

Sumber : Toko Sembako Are

4.5. Pembahasan

Berdasarkan analisis data yang sudah didapatkan peneliti tentang strategi pemasaran dan kualitas pelayanan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dalam mempertahankan usaha. Terlihat dari strategi pemasaran ada tujuh variabel yang meliputi *price*, *product*, *promotion*, *place*, *people*, *physical evidence*, *process* dan kualitas pelayanan ada lima variabel yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

Adapun penjelasan mengenai strategi pemasaran dan kualitas pelayanan tersebut adalah sebagai berikut :

4.5.1. Strategi Pemasaran Toko Sembako Are

a. Strategi *Product* (Produk)

Produk merupakan sesuatu baik berupa barang maupun jasa, yang ditawarkan ke konsumen agar diperhatikan, dan dibeli oleh konsumen. Tujuan menawarkan produk ke pasar adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Sesuai dengan definisi diatas, produk dapat dikelompokkan menjadi 2 jenis, Produk yang berupa benda fisik atau benda berwujud dan Produk yang tidak berwujud. 2 jenis produk yang ada di dalam Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan antara lain :

- 1) Produk yang berupa benda fisik atau benda berwujud di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan bervariasi, berkualitas dan melihat dari desain produk antara lain berupa sembako, kosmetik, obat-obatan, peralatan rumah tangga

dan susu yang dibeli atau pengiriman dari supplier masing-masing produk.

- 2) Produk yang tidak berwujud di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan berupa pelayanan yang diberikan karyawan kepada konsumen.

b. Strategi *Price* (Harga)

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dan nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk tertentu. Menurut Kotler dan Amstrong (2018:278) ada empat indikator yang mencerminkan harga yaitu : keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat. Disini peneliti mengambil dua unsur harga, yaitu : kesesuaian harga dan potongan harga. 2 indikator harga yang diterapkan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan antara lain :

- Kesesuaian harga

Kesesuaian harga yang diterapkan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dengan melihat label harga disetiap luar kemasan atau terdapat disetiap rak tempat produk. Beberapa produk juga dijadikan sebagai tester agar konsumen dapat melihat kegunaan masing-masing produk.

- Potongan harga

Pemberian potongan harga atau diskon di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan bersifat fleksibel, dalam arti tidak berdasarkan standar, namun tergantung dari masing-masing supplier setiap produk.

c. Strategi *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan yang dilakukan secara langsung baik dari mulut ke mulut ataupun melalui media massa baik itu internet, koran, majalah, brosur, benner, dll. Dengan tujuan untuk menarik konsumen dan memberitahukan bahwa perusahaan tersebut menjual barang dengan kualitas yang baik serta memberikan potongan harga sewaktu-waktu. Menurut Hurriyati (2015:59) Secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugastugas khususnya. Beberapa tugas khusus itu sering disebut bauran promosi (*promotion mix*) yaitu: *personal selling*, *mass selling*, promosi penjualan, *public relation*.

Berikut ini bentuk-bentuk promosi yang diterapkan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan antara lain :

1) *Personal selling*

Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan melakukan kegiatan promosi dengan bertemu secara

langsung dengan konsumen berupa pengenalan tentang produk apa saja yang dijual dan menawarkan dengan harga murah atau mendapat diskon sebagai bentuk promosi.

2) *Mass selling*

Kegiatan promosi dengan mass selling Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan menggunakan benner untuk mempromosikan produk yang dijual dan *benner* terpasang didepan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan.

3) Promosi Penjualan

Bentuk promosi yang diterapkan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dengan promosi secara langsung atau bertemu dengan konsumen, menggunakan media cetak benner dan brosur yang berupa potongan harga masing-masing produk.

4) *Public relation*

Promosi di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dengan adanya hubungan masyarakat atau promosi yang dilakukan di masyarakat sekitar di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan. Hasil penelitian tentang strategi promosi di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dengan menggunakan benner yang terpasang didepan toko, *face to face* (secara

langsung) melalui hubungan masyarakat dan brosur yang dibagikan kepada konsumen Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan.

d. Strategi *Place* (Tempat)

Strategi *place* merupakan suatu perusahaan melakukan kegiatan bisnis dengan meneliti tempat yang akan dijadikan sebagai lokasi untuk membuka usaha. Tempat memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan untuk memastikan keberadaan produknya bertujuan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat. Lokasi yang strategis, menyenangkan dan membuat nyaman konsumen. Menurut Kasmir (2016:195) fungsi saluran distribusi antara lain fungsi transaksi, fungsi logistik dan fungsi fasilitas.

Berikut ini merupakan fungsi saluran distribusi yang diterapkan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan antara lain :

- 1) Fungsi transaksi Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan menerapkan fungsi transaksi yang berupa tempat yang digunakan untuk memperkenalkan produk apa saja yang dijual di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dengan memilih tempat yang strategis dekat dengan jalan raya dan dekat dengan pemukiman warga sehingga

mempermudah proses pengenalan produk yang dijual di toko tersebut.

- 2) Fungsi logistik Fungsi logistik yang diterapkan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan yang berupa tempat penyimpanan dan melindungi barang dengan terdapatnya sebuah gudang yang berada didalam dan diluar Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan.
- 3) Fungsi fasilitas Fungsi fasilitas yang diterapkan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan yang berupa saluran distribusi atau penyaluran barang lewat perantara sehingga sampai ketangan konsumen.

e. Strategi *People* (Orang)

Menurut Zeithaml (Priansa : 2017:37) bahwa *People* merupakan orang yang memberikan persepsi kepada konsumen lain tentang kualitas jasa yang pernah dibelinya dari perusahaan. Hal tersebut berpengaruh terhadap proses pembelian jasa yang bersangkutan. Orang dalam hal ini dibagi menjadi 2 yaitu : *service personal* dan *customer*. Strategi *people* yang diterapkan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan berdasarkan teori Menurut Zeithaml yaitu berupa *service personal* dan *customer* sebagai berikut :

1) *Service personal*

Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dalam menerapkan strategi *people* dengan merespon

jika terjadi kesalahan berkaitan dengan produk yang salah atau yang rusak akan diganti oleh karyawan dengan kondisi yang bagus atau baik.

2) *Customers*

Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan menerapkan strategi *people* dengan memberikan kualitas yang sebaik mungkin, kualitas pelayanan yang diberikan dengan memperbaiki jika terjadi kesalahan dan merespon komplain konsumen dengan menjelaskan secara baik. Hasil penelitian tentang strategi *people* di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan berdasarkan tanggapan konsumen sudah baik atau bagus, terlihat bahwa belum adanya keselarasan antara Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dan konsumen Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan. Perencanaan SDM dilakukan untuk mempersiapkan karyawan berkompeten yang disesuaikan dengan pembagian kerja di sebuah perusahaan. Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan melakukan pembagian kerja karyawan sesuai dengan kompetensi yang dimiliki. Adapun bidang yang terdapat di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan yaitu, bidang kasir, pembukuan, pramuniaga, pembelian, penjualan dan tukang parkir.

3) Strategi *Process* (Proses)

Process merupakan kegiatan perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya, mulai dari konsumen tersebut memilih, membeli hingga akhirnya mereka mendapatkan layanan jasa tersebut. Proses penyampaian jasa dilaksanakan secara cepat, rapi, dan tidak terdapat kesalahan, konsumen akan merasa puas dan mempunyai penilaian yang baik untuk perusahaan.

Menurut Nitisusastro (2017:142) beberapa kegiatan atau langkah-langkah yang perlu diperhatikan dalam strategi proses, ada 4 antara lain meliputi : Urutan kegiatan dalam deliveri pelayanan, banyaknya langkah yang ditempuh, kebijakan proses baku atau fleksibel dan kebijakan dalam pelayanan oleh pegawai atau mesin. Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan hanya menerapkan 3 langkah dalam strategi proses sebagai berikut :

1) Banyak langkah yang ditempuh

Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dalam melakukan proses penjualan langkah yang ditempuh antara lain : penyetokkan barang yang dibeli dari supplier, setelah barang datang dibagi menjadi 2 bagian untuk ditata didalam rak atau etalase dan sebagian lagi untuk penyetokkan digudang, langkah yang terakhir barang yang ditata di etalase atau rak secara rapi sehingga konsumen tidak

bingung saat mencari sebuah produk. Penataan produk secara rapi akan memudahkan konsumen saat mencari atau ingin membeli produk tersebut.

2) Kebijakan proses baku atau fleksibel

Sistem kebijakan proses baku atau proses penyetokkan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan bersifat fleksibel tergantung barang apa saja yang habis dan penyetokkan beberapa produk yang dibatasi oleh supplier masing-masing produk.

3) Kebijakan dalam pelayanan oleh pegawai atau mesin

Kebijakan pelayanan yang dilakukan karyawan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dengan menerapkan jika terjadi kesalahan pada struk pembelian konsumen harus membawa struk yang salah dan membawa produk yang telah dibawa, selain struk yang salah juga terdapat kesalahan jika kemasan produk yang rusak akan diganti dengan melihat stok yang tersedia, produk yang sudah dibeli dapat dikembalikan jika konsumen sudah membuat kesepakatan dengan karyawan sehingga dapat mempertimbangkan boleh tidaknya barang tersebut dikembalikan ke toko.

4) Strategi *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Physical evidence merupakan lingkungan dimana suatu perusahaan memberikan layanannya dan lokasi dimana perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen. Salah satunya sarana fisik yang merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan untuk membeli dan menggunakan barang maupun jasa. Ada tiga cara dalam mengelola bukti fisik yang strategis (Nugroho dan Japariato, 2017), yaitu : *An attention-creating medium*, *As a message-creating medium* dan *An effect-creating medium*.

Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan hanya menerapkan 1 cara dalam mengelola bukti fisik yang strategis yaitu *An effect-creating medium*. Strategi bukti fisik dengan cara *An effect-creating medium* yang diterapkan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dengan memakai yang rapih yang karyawan gunakan.

4.5.2. Kualitas Pelayanan Toko Sembako Are

Kualitas pelayanan adalah sebuah kegiatan yang dilakukan suatu perusahaan untuk mempertahankan usaha dan memberikan kepuasan konsumen khususnya dari segi pelayanan. Pelayanan perusahaan berupa setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Menurut Zeithaml dkk

1990 dalam Hardiyansyah (2017:46-47) Pelayanan yang berkualitas dapat dinilai dari dimensi-dimensi Pelayanan sebagai berikut :

Dimensi *Tangibel*, dimensi ini merupakan kemampuan suatu penyedia layanan dalam menunjukkan eksistensinya pada konsumen. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa yang meliputi fasilitas fisik tempat pelayanan tersebut, teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan) serta penampilan karyawan dalam melayani konsumen. Secara singkat dapat diartikan sebagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personil. Pada penelitian ini, dimensi tangibel ditentukan oleh indikator-indikator yaitu penampilan saat melaksanakan tugas pelayanan, kenyamanan tempat melakukan pelayanan, kemudahan dalam proses pelayanan, kedisiplinan pegawai dalam melakukan pelayanan, kemudahan akses konsumen dalam permohonan pelayanan, dan penggunaan alat bantu dalam pelayanan. Namun pada pelaksanaannya masih terdapat indikator yang belum berjalan sesuai harapan masyarakat seperti kenyamanan tempat dalam melakukan pelayanan contohnya kurang adanya pendingin ruangan atau AC yang ketika siang hari serta ruangan penuh dengan konsumen yang mengantri maka suasana akan menjadi panas.

Kenyamanan tempat pelayanan sangat mempengaruhi proses pelayanan. Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan harus lebih memperhatikan kenyamanan untuk konsumen karena

jika konsumen sudah merasa nyaman dengan yang sudah disediakan maka akan berpengaruh baik bagi perusahaan, tetapi sebaliknya jika konsumen masih merasa belum nyaman maka akan berpengaruh buruk bagi Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan.

Dimensi yang kedua adalah dimensi *Reliability* (Kehandalan). Dimensi ini merupakan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya. Kehandalan karyawan dalam memberikan pelayanan sangat membantu konsumen dalam menerima pelayanan dengan cepat dan mudah. Kehandalan dapat dilihat dari kecermatan dalam melayani, kemampuan dan keahlian karyawan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan. Kehandalan merupakan kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

Pada penelitian ini, dimensi *reability* ditentukan oleh indikator-indikator yaitu kecermatan karyawan dalam melayani konsumen, Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan memiliki standar yang jelas atau tidak, kemampuan karyawan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan, keahlian karyawan dalam proses pelayanan. Namun pada pelaksanaannya masih terdapat indikator yang belum berjalan sesuai harapan konsumen seperti keahlian karyawan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan karena karyawan yang ada di penataan barang bukan dari seksi pelayanan, namun dari seksi lain yang ada di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan.

Dalam pelaksanaan pelayanan, konsumen yang akan menilai bagaimana kinerja dan kemampuan karyawan dalam melaksanakan proses pelayanan. Keahlian karyawan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan sangat diperlukan karena keahlian karyawan ini yang akan menjadi penentu keberhasilan pelayanan. Kemampuan karyawan dalam menggunakan alat bantu di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan masih belum semuanya menguasai ditunjukkan dengan sedikitnya tenaga ahli yang mampu menggunakan alat bantu pelayanan seperti komputer dan perangkatnya.

Selanjutnya dimensi yang ketiga adalah Dimensi *Responsiviness* (Ketanggapan). Dimensi ini merupakan kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang berkaitan dengan keperluan pelayanan dengan jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Secara singkat dapat diartikan sebagai kemauan untuk membantu konsumen dengan baik dan cepat. Pelayanan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan sudah menerapkan dimensi *Responsiviness* beserta indikatornya. Penilaian kualitas yang sudah berjalan sesuai harapan konsumen dalam dimensi ini antara lain merespon setiap konsumen yang ingin mendapatkan pelayanan, karyawan melakukan pelayanan dengan cepat, karyawan melakukan pelayanan dengan tepat, karyawan memberikan pelayanan dengan cermat, karyawan melakukan pelayanan dengan waktu

yang tepat, dan semua keluhan konsumen direspon oleh karyawan. Daya tanggap adalah kesediaan karyawan untuk membantu konsumen dan menyelenggarakan pelayanan secara tepat waktu. Daya tanggap berkaitan dengan ketanggapan karyawan yang akan meningkatkan kenyamanan konsumen, ini sebagai salah satu pendorong keberhasilan pelayanan, daya tanggap pelaksanaan pelayanan akan mempengaruhi hasil kinerja sebab jika pelaksanaan pelayanan didasari oleh sikap, keinginan dan komitmen untuk melaksanakan pelayanan dengan baik, maka akan tercipta peningkatan kualitas pelayanan yang semakin baik.

Selanjutnya dimensi yang keempat adalah Dimensi *Assurance* (Ketanggapan). Dimensi ini merupakan jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen kepada Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan. Terdiri dari komponen komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun. Secara singkat dapat diartikan sebagai pengetahuan dan keramah tamahan karyawan dan kemampuan karyawan untuk dapat dipercaya dan diyakini. Jaminan yang diberikan karyawan berkaitan dengan kemampuan karyawan yang memberikan rasa kepercayaan yang tinggi kepada konsumen, sifat dipercaya yang dimiliki para karyawan. Jika konsumen sudah diberikan jaminan terkait pelayanan, maka akan menumbuhkan kepercayaan konsumen kepada karyawan.

Dimensi yang terakhir yaitu Dimensi *Emphaty* (Empati). Dimensi ini memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana karyawan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Secara singkat dapat diartikan sebagai usaha untuk mengetahui dan mengerti kebutuhan konsumen secara individual.

Pelayanan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkalan sudah menerapkan dimensi *Emphaty* beserta indikatornya. Penilaian kualitas yang sudah berjalan sesuai harapan konsumen dalam dimensi ini antara lain mendahulukan kepentingan konsumen, karyawan melayani dengan sopan santun, karyawan melayani dengan tidak diskriminatif, dan karyawan melayani serta menghargai setiap konsumen. Namun pada pelaksanaannya masih terdapat indikator yang belum berjalan sesuai harapan konsumen seperti karyawan pelayanan belum melayani dengan sikap ramah. Masih ada beberapa karyawan yang belum memberikan senyuman dan sapaan kepada konsumen yang akan melakukan proses pelayanan. Masih dirasakan oleh konsumen yang mendapatkan ketidakramahan karyawan. Konsumen tidak akan merasa puas jika karyawan tidak memberikan keramahan kepada konsumen yang akan melakukan proses pelayanan.

4.5.3. Hambatan dan Solusi Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan di Toko Sembako Are

1. Faktor penghambat Hasil Penjualan Toko Sembako Are Dalam Meningkatkan Penjualan

Kualitas Pelayanan sangatlah penting bagi perusahaan dalam menunjang berhasilnya hasil penjualan Toko Sembako Are, meliputi: produk, harga, promosi, dan tempat. Dengan adanya strategi tersebut bisa mempengaruhi penjualan perusahaan dan omset perusahaan terus mengalami peningkatan.

1. Produk

Produk merupakan suatu bagian terpenting dalam sebuah usaha. Dengan adanya produk dalam pemasaran dapat meningkatkan penjualan. Produk yang dihasilkan oleh Toko Sembako Are adalah macam-macam sembako, susu, kosmetik dan peralatan rumah tangga, pada strategi produk adalah ketika produk barang mengalami kerusakan dan kurang disukai konsumen. Hal tersebut bisa mempengaruhi proses penjualan.

2. Harga

Harga merupakan suatu penentu bagi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh konsumen. Dalam menentukan harga harus mempertimbangkan berbagai kemungkinan yang terjadi. Hambatan dalam menentukan harga produk dapat mempengaruhi tingkat penjualan.

Hambatan yang dialami Toko Sembako Are dalam menentukan harga yaitu harga yang diberikan terlalu mahal kurang diterima oleh konsumen dan apabila harga yang diberikan terlalu rendah sangat diragukan oleh konsumen. Karena jika barang yang dijual terlalu murah konsumen beranggapan bahwa barang tersebut memiliki kualitas yang rendah.

3. Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan perusahaan dalam memasarkan produk agar dapat diketahui oleh konsumen. Promosi tidak akan berjalan dengan baik apabila terjadi hambatan yang dapat menghambat konsumen untuk mengetahui produk yang akan dijual. Karena Toko Sembako Are melakukan promosi dengan berbagai cara.

Hambatan yang dialami Toko Sembako Are ketika *broadcast* produk tidak sampai ke konsumen dan terjadi problem pada saat promosi.

4. Tempat

Tempat merupakan lokasi berbagai kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk membuat produk dan menjual produknya. Dalam pemilihan tempat harus mempertimbangkan situasi dan kondisi yang ada disekitar.

Hambatan yang dialami Toko Sembako Are dalam menentukan lokasi adalah ketika barang yang dijual semakin banyak dan luas

toko yang kurang memadai serta masih sedikit masyarakat yang mengetahui lokasi Toko Sembako Are. Karena Toko Sembako Are dalam memasarkan produknya tidak hanya secara *online* tetapi juga secara *offline*.

2. Faktor Untuk Mengatasi Hambatan Kualitas Penjualan Toko Sembako Are Dalam Meningkatkan Penjualan

Dengan adanya hambatan Toko Sembako Are pasti memiliki solusi sebagai faktor pendukung agar kualitas pelayanan, maka strategi yang dijalankan tetap berjalan dengan baik dan penjualan tetap meningkat.

1) Produk

Dalam menghadapi hambatan yang terjadi pada strategi pemasaran produk ketika barang yang dijual mengalami kesalahan dan kurang diminati oleh konsumen Toko Sembako Are memiliki cara untuk mengatasinya dengan memberikan sebuah promo dan bonus.

Cara itu merupakan faktor pendukung Toko Sembako Are agar barang yang sudah di jual tetap bisa terjual dan konsumen berminat untuk membelinya. Sehingga proses penjualan tetap berjalan dengan baik dan dapat meningkatkan penjualan.

2) Harga

Dalam mengatasi hambatan yang terjadi pada strategi pemasaran harga ketika harga yang ditetapkan terlalu mahal dan konsumen

enggan untuk membeli produk tersebut Toko Sembako Are memiliki strategi dengan menurunkan setengah harga produk yang dipasarkan. Hal tersebut dilakukan agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan oleh Toko Sembako Are.

Strategi ini digunakan untuk mendukung ataupun mengatasi hambatan yang terjadi, sehingga proses penjualan terus dapat berjalan.

3) Promosi

Dalam mengatasi hambatan strategi pemasaran promosi yang dialami Toko Sembako Are ketika broadcast produk tidak sampai ke konsumen dan terjadi problem pada saat promosi. Untuk mengatasi hambatan tersebut Toko Sembako Are mengadakan evaluasi dan pembenahan problem yang terjadi pada saat *broadcast*.

Hal ini dilakukan untuk mendukung strategi promosi agar dapat berjalan dengan baik dan diterima oleh masyarakat.

4) Tempat

Dalam mengatasi hambatan strategi pemasaran tempat adalah ketika barang yang diproduksi semakin banyak dan luas toko yang kurang memadai serta masih sedikit masyarakat yang mengetahui lokasi Toko Sembako Are. Karena Toko Sembako

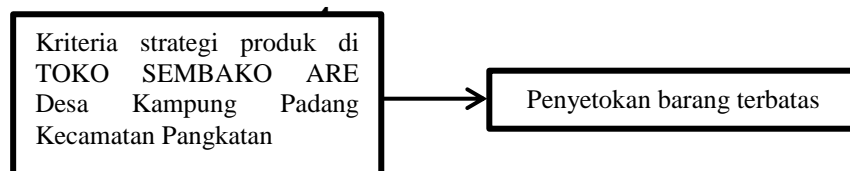
Are dalam memasrakan produknya tidak hanya secara *online* tetapi juga *offline*.

Untuk mengatasi hambatan tersebut Toko Sembako Are berencana memperluas lokasi penjualan dan terus menggalakkan penjualan secara *online*. Hal tersebut dilakukan untuk mendukung proses penjualan pada Toko Sembako Are.

b. Hasil Laporan Kewirausahaan

1) Strategi Produk

Hasil temuan penulisan tentang strategi produk di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan, penulis juga menemukan adanya strategi proses dalam penyediaan produk dengan menggunakan teknik tertentu sehingga dapat menimbulkan kesan produk yang baik, bersih dan rapi. Dari data diatas produk yang disediakan pemilik Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan hampir memenuhi bagian penting dalam strategi pemasaran yaitu strategi produk. Lebih jelasnya akan digambarkan pada bagan sebagai berikut :

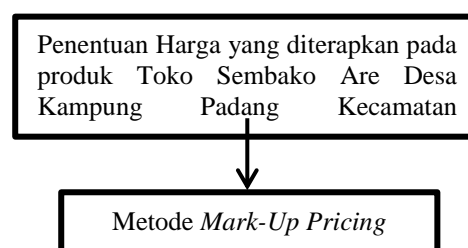


Gambar 4.7. Strategi Produk di Toko Sembako Are

Sumber : Data dari pemilik dan karyawan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan

2) Strategi Harga

Hasil laporan kewirausahaan tentang strategi harga di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan, Penentuan harga pada Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan tidak jauh beda dengan penentuan-penentuan harga pada umumnya, yaitu dengan menjumlah seluruh biaya dari biaya dasar sampai ke biaya operasionalnya. Dari biaya-biaya tersebut kemudian dijumlahkan untuk menentukan harga yang dapat menghasilkan laba yang maksimal. Didalam penentuan harga Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan menggunakan metode *mark-up*. Metode *mark-up* pricing merupakan penentuan harga berdasarkan biaya keseluruhan yang telah dikeluarkan dengan *mark-up* tertentu sebagai keuntungan. Pada dasarnya penentuan harga dan strategi yang dilakukan oleh Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan sudah cukup baik.



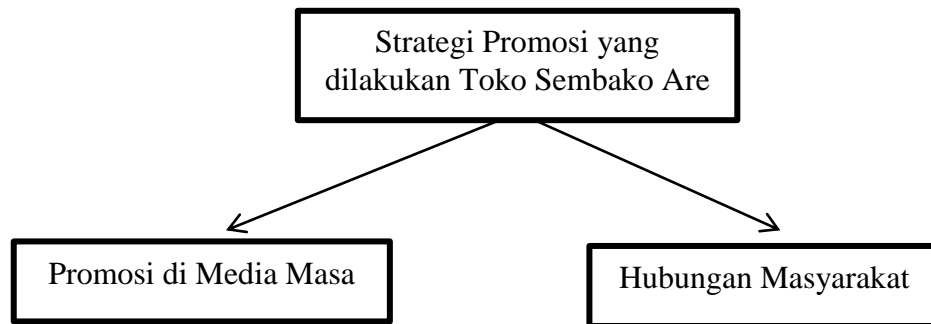
Gambar 4.8. Strategi Harga Produk di Toko Sembako Are

Sumber : Data dari pemilik dan karyawan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan

3) Strategi Promosi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap penjualan. Kondisi ini mengidentifikasikan bahwa

promosi yang semakin menarik dan sering ditayangkan akan meningkatkan volume penjualan.

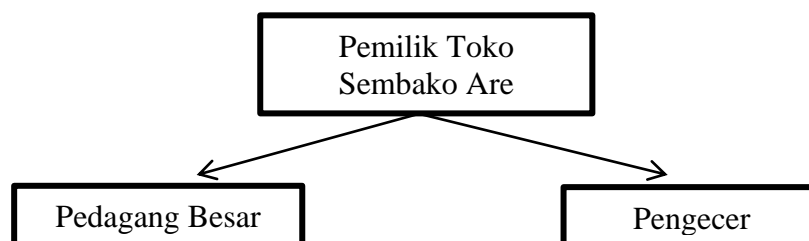


Gambar 4.9. Strategi Promosi Produk di Toko Sembako Are

Sumber : Data dari pemilik dan karyawan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan

4) Strategi Tempat

Hasil laporan kewirausahaan tentang strategi *place* Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan yaitu penyaluran produk yang disediakan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan kepada konsumen yang dibeli melalui supplier kemudian pedagang besar dan pengecer.



Gambar 4.10. Strategi Tempat di Toko Sembako Are

Sumber : Data dari pemilik dan karyawan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan

5) Strategi Orang

Hasil laporan kewirausahaan strategi Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan sudah menerapkannya dengan

baik. Dapat dilihat pada proses penjualan. Alur penjualan dari tata letak ruangan dan tata letak produk Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan teratur sehingga penjualan lancar. Pembagian lokasi produk terpisah antara membuat sembako, kosmetik, obat-obatan, susu dan peralatan rumah tangga. Pembagian lokasi produk diharapkan mampu meningkatkan efisiensi waktu pembelian dan fleksibilitas ruang gerak dalam proses penataan produk. Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan, menerapkan alur tata letak ruangan dan tata letak produk untuk menjaga kualitas produk.

6) Strategi Proses

Hasil penulisan strategi proses yang dilakukan karyawan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan dengan menerapkan jika terjadi kesalahan pada struk pembelian konsumen harus membawa struk yang salah dan membawa produk yang telah dibawa, selain struk yang salah juga terdapat kesalahan jika kemasan produk yang rusak akan diganti dengan melihat stok yang tersedia, produk yang sudah dibeli dapat dikembalikan jika konsumen sudah membuat kesepakatan dengan karyawan sehingga dapat mempertimbangkan boleh tidaknya barang tersebut dikembalikan ke toko.

7) Strategi Bukti Fisik

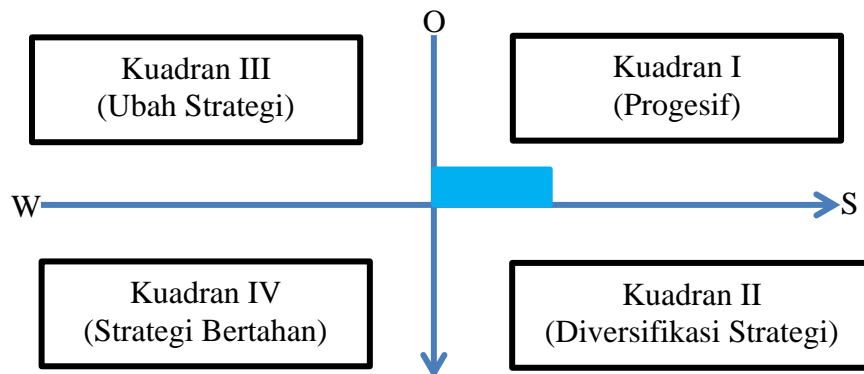
Hasil penelitian tentang strategi Bukti fisik yang diterapkan di Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan cukup baik

dengan penampilan toko yang rapi dan bersih, fasilitas yang memadai berupa (toilet, parkir luas, kipas angin), kedisiplinan karyawan dalam hal kerapian memakai baju dan ketetapan waktu kerja, peralatan transaksi yang lengkap untuk proses pembelian.

4.6. Hasil Analisis SWOT

Hasil yang didapat setelah melakukan analisis SWOT adalah kondisi atau situasi pada Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan sekarang digambarkan dalam kuadran SWOT dan usulan alternatif strategi yang mungkin menjadi pertimbangan kedepannya oleh pemilik Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan. Hasil tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

4.6.1. Kwadran SWOT



Gambar 4.11. Hasil Kwadran SWOT Toko Sembakao Are

Sumber : Data dari pemilik dan karyawan Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan

Posisi bisnis penjualan pada Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan berada pada kuadran 1 yang berarti pada situasi ini Toko Sembako Are berada dalam situasi yang progresif atau

situasi yang sangat menguntungkan yang dimana Toko Sembako Are memiliki peluang dan kekuatan yang baik. Hal ini harus didukung oleh perkembangan dan peningkatan strategi dalam pertumbuhan bisnis, dengan penjabaran inisial sebagai berikut :

S = Strengths (Kekuatan)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani.

W = Weakness (Kelemahan)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan.

O = Opportunities (Peluang)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.

T = Threats (Ancaman)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.

4.6.2. Matriks SWOT

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan telah didapatkan alternatif usulan terkait strategi penjualan bagi Toko Sembako Are Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan yang dapat diterapkan kedalam

bisnis usaha. Berikut ini merupakan usulan alternative bagi Toko Sembako Are :

a. Strategi S-O

Strategi SO (Strengths-Opportunities) Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan. Jika perusahaan memiliki banyak kelemahan, berarti perusahaan harus mengatasi kelemahan itu agar menjadi kuat.

1. Meningkatkan Kualitas Pelayanan dengan promo produk atau diskon pada produk.

Toko Sembako Are akan lebih dikenal dengan memainkan psikologis pelanggan dikarenakan promo produk atau diskon yang akan membuat pelanggan menjadi tertarik dengan potongan harga yang terkesan harga menjadi lebih murah yang sebenarnya harga tersebut tidak mempengaruhi harga asli dari produk yang dijual.

2. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan

Selain pelayanan yang ramah, menjalin hubungan dengan pelanggan juga agent atau sales produk melalui komunikasi yang baik dan perkenalan seseorang juga dapat membangun hubungan antara penjual dan pembeli menjadi lebih dekat. Membangun kepercayaan, kenyamanan, kedekatan yang seolah olah tidak ada sekat diantara penjual dan pembeli maupun sales

dan agen yang akan merasa lebih nyaman dan berada di lingkungan yang tidak asing.

3. Meningkatkan penjualan produk kebutuhan pokok

Kebutuhan pokok adalah kebutuhan yang dibutuhkan oleh manusia. Toko Sembako Are menjual berbagai keperluan sembako atau biasa disebut sembilan bahan pokok yang diantaranya adalah beras, telur, gula, gas elpiji, dan lain sebagainya. Dengan penjualan sembako ini, diharapkan Toko Sembako Are dapat meningkatkan bisnisnya dikarenakan usaha ini menjual berbagai kebutuhan utama.

4. Variasi produk dengan kualitas yang baik harus terus ditingkatkan penjualannya.

Produk yang memiliki variasi yang banyak dan kualitas yang baik juga perlu ditingkatkan penjualannya dikarenakan keinginan atau kebutuhan pembeli yang bermacam-macam yang membuat perusahaan mengeluarkan banyak inovasi produk yang memenuhi setiap keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

b. Strategi W-O

Strategi W-O adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan dalam organisasi. Dalam hal ini, perlu dirancang strategi turn around yaitu strategi mengubah haluan.

1. Membuat sistem manajemen yang terstruktur

Sistem manajemen yang baik dan terstruktur seperti penulisan pemasukan dan pengeluaran data barang dan lain sebagainya akan sangat membantu dalam menjalankan bisnis, kelancaran dalam berjalannya suatu usaha dan meningkatkan penjualan. Sangat sulit dipungkiri bahwa bisnis yang baik selalu memiliki manajemen yang baik.

2. Meningkatkan branding pada media sosial

Agar penjualan terus naik, ada baiknya Toko Sembako Are masuk kedalam *market place* dan sosial media yang ada, agar penjualan dapat berlangsung secara *online* maupun *offline* serta Toko Sembako Are dapat meningkatkan penjualan dan mempunyai banyak pelanggan.

3. Meningkatkan penjualan produk agar meminimalkan kadaluwarsa produk yang dijual.

Produk yang telah masuk masa kadaluwarsa akan membuat keuntungan menurun bahkan lebih parahnya akan menyebabkan kerugian. Oleh karena itu, untuk produk yang nantinya akan expired atau kadaluwarsa perlu diadakannya promo atau diskon produk yang nantinya akan kadaluwarsa dengan mempertimbangkan harga pokok penjualan. Namun, dalam hal ini, Toko Sembako Are bekerja sama dengan sales dan agen dan membuat kesepakatan jika barang yang dijual *expired* dapat dikembalikan dan ditukar dengan barang baru.

c. Strategi S-T

1. Menjaga kualitas produk yang dijual
2. Menjaga kualitas bisnis pada penjualan dapat dilakukan dengan cara menjaga kualitas produk.
3. Mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan maupun mitra toko.
4. Hubungan penjual dan pembeli serta agen atau sales harus dibangun dengan baik agar terikat dengan rasa nyaman pembeli agar menjadikan pembeli menjadi pelanggan.
5. Meningkatkan penjualan dan menjaga kestabilan harga.
6. Penjualan akan meningkat apabila sejalan dengan pengembangan pasar yang dilakukan oleh Toko Sembako Are hal ini akan berbanding lurus dengan pemasaran yang meningkat maka nilai penjualan juga meningkat.
7. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan mengutamakan kepuasan pelanggan.
8. Kualitas pelayanan sangat penting bagi pelanggan dikarenakan adanya pengalaman dalam berbelanja.

d. Strategi W-T

1. Meningkatkan penjualan menggunakan *e-commerce*.
E-Commerce merupakan media jual beli yang dilakukan secara *online* dan dapat mengembangkan sebuah usaha. Toko Sembako Are merupakan UMKM yang menjual berbagai kebutuhan

pokok yang belum menggunakan *e-commerce* dan *market place*. Oleh karena itu Toko Sembako Are dapat memulai menggunakan *market place* dan *e-commerce* untuk mendongkrak penjualan.

2. Melakukan promosi agar meningkatkan *value* dan *branding*
Promosi dapat meningkatkan *value* dan *branding* Toko Sembako Are dengan memanfaatkan tanggapan dari berbagai pelanggan yang mempunyai pengaruh besar. *Alternative* strategi ini sudah banyak dilakukan oleh pebisnis lain untuk meningkatkan penjualan dan *value* serta *branding* walaupun dari mulut ke mulut saja.
3. Penataan gudang dan penempatan produk terutama yang dapat customer ambil secara rapi dan teratur
Penataan barang yang nyaman menjadi salah satu pilihan pembeli memilih tempat untuk membeli kebutuhan sehari-hari. Toko Sembako Are harus mempersiapkan tempat atau penataan ketika pembeli atau pelanggan datang bersamaan atau dalam kata lain pembeli membeli kebutuhan dalam waktu yang sama. Selain itu, Toko Sembako Are perlu mengadakan pengadaan rak-rak untuk menata produk produk yang dapat diambil sendiri oleh pembeli maupun pelanggan.
4. Merekrut karyawan yang dapat membantu efektivitas toko dalam berjualan

Sumber Daya Manusia atau biasa disebut SDM dari Toko Sembako Are hanya dari pemilik nya langsung yaitu Sodara Are S Miranda memiliki 3 karyawan untuk membantu. Memuaskan dan pelayanan pada Toko Sembako Are menjadi lebih cepat dan efektif.