

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Sejarah Berdirinya NUsantara Mart

Sejarah berdirinya NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung terinspirasi dari PKPNU (Pendidikan Kader Penggerak Nahdhatul Ulama) dari *mukharib* (penggerak) bertemu dengan sesama peserta PKPNU dari Ponorogo, yang mana *mukharib* dari ponorogo tersebut adalah pelaku bisnis *retail* (grosir), *mukharib* tersebut mempunyai beberapa macam usaha yang diperuntukkan untuk NU, kalau di Ponorogo nama usaha untuk NU tersebut adalah “Bintang Swalayan”. Akhirnya pada waktu itu sepakat untuk melihat Bintang Mart yang ada di Ponorogo tentang tata kelola, sahamnya, pembagian deviden dan semua yang berkaitan tentang Bintang Swalayan.

Peninjauan langsung yang sekaligus melihat aktivitas pada Bintang Swalayan ada 9 orang yang telah ditunjuk. Setelah 9 orang tersebut yang disebut tim 12 melihat aktivitas yang ada disana dan bermusyawarah sehingga disepakati untuk membuat swalayan dari lembaga ekonomi NU dan berdirilah NUsantara Mart. Demi menjawab tantangan ekonomi Jama'ah NUsantara Mart kini hadir ditengah-tengah masyarakat Jawa Timur, dengan semangat *Nahdhatul Tujjar* atau kebangkitan ekonomi disisi bidang *retail* dalam bentuk mini maerket ini murni berakal dari

kemandirian Jama'ah demi terwujudnya kesejahteraan ekonomi jami'yah dan Jama'ah.

NUantara Mart bukanlah bisnis waralaba atau *franchise* melainkan bentuk ijtihad dalam menggerakkan potensi ekonomi Jama'ah, usaha ekonomi ini lahir dari sebagai tindak lanjut dari sembilan tugas pokok kader pada pendidikan kader penggerak NU (PKPNU) di Jawa Timur, selain menyediakan berbagai macam kebutuhan rumah tangga merk pabrikan mini market ini juga menjadi bagian dari pemasaran dan penjualan berbagai produk para Jama'ah disamping itu berdirinya NUantara Mart juga bagian dari perkembangan jiwa *entrepreneur* para kader NU yang berbeda dengan mini market pada umumnya.

Kelembagaan badan hukum NUantara Mart adalah berbentuk CV atau PT yang semuanya tersentral pada organisasi PWNU Jawa Timur sebagai *holding company* dibawah komando tim instruktur wilayah PKPNU Jawa Timur. Pendirian NUantara Mart hanya boleh didirikan kelembagaan NU bersama Jama'ah berbasis ranting atau desa MWC kecamatan beserta pengurus cabang atau tingkat kabupaten. Manajemen permodalan NUantara Mart dengan menerbitkan saham terbuka sebanyak 5000 jumlah saham dibagikan dan terdistribusi ke masyarakat sebanyak 4.960 lembar saham dengan harga yang ditentukan pihak manajemen kepada seluruh Jama'ah, warga NU dapat melakukan pembelian sesuai kemampuan termasuk pembelian atas nama jamiyah.

Pembelian saham dalam setiap 1000 pemegang saham akan diwakili seorang pengampu yang ditunjuk untuk mewakili dalam rapat umum pemegang saham (RUPS). Seluruh pemegang saham juga dapat mengakses seluruh informasi pergerakan saham yang ada. Dalam proses pendirian NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung akan dilakukan pendampingan langsung oleh tim instruktur wilayah PKPNU Jawa Timur dengan melibatkan para pakar ekonom, selain itu pendampingan juga akan dilakukan pada tingkat manajemen, SOP, sistem kasir hingga K3LH, pendampingan juga dilakukan dalam bentuk pelatihan SDM kepada para pegawai.

Kini NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung telah hadir di MWC Rejotangan Kabupaten Tulungagung yang telah melakukan diresmikan pada tanggal 06 September 2017 oleh PWNU Jawa timur dengan 50% manajemen profesional dan 50% manajemen iman dan taqwa, mini market ini akan menjadi embrio dan telah disiapkan berdirinya NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung di berbagai MWC NU Tulungagung.

2. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi yang dimiliki oleh NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung antara lain sebagai berikut.

Tabel 4.1

Struktur organisasi NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung

NO	NAMA	JABATAN
1.	Zaenal Mualifin SH.I	MWC NU Rejotangan
2.	Miftachul Huda	MWC NU Rejotangan
3.	Ali Akdar S.E	LP NU Rejotangan
4.	Mukhlis Prasetya S.Pd	Pengawas
5.	Alif Saiqurrohman S.Pd.I	Pengawas
6.	Ahmad Khoidor Arifin S.Pd	Pengawas
7.	Abdulloh Nasih Ulwan	Supervisor
8.	Nita Wulandari	Karyawan dan Admin
9.	Nafida Hidayatun Nikmah	Karyawan (Pramuniaga)
10.	Deni Fatmawati	Karyawan (Pramuniaga)
11.	M. Rizal Uwais Al Qorni	Karyawan dan Gudang

3. Lokasi NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung

Lokasi NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung terletak di jalan raya Panjerejo Rejotangan RT. 1 RW. 1, Tenggur, Rejotangan Kabupaten Tulungagung. Fakta berdirinya NUsantara Mart adalah penafian terhadap persepsi bahwa warga NU sulit diajak maju dan mandiri dalam bidang ekonomi. Selain itu alasan lain yang mendasari pendirian NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung berada di desa Tenggur seperti yang disampaikan oleh bapak Miftachul Huda selaku pembimbing dan pendiri NUsantara Mart adalah sebagai berikut:

“Lokasi mini market NUsantara Mart berada di desa tenggur adalah karena MWC NU Rejotangan menaungi 16 ranting di desa dan pilihan lokasi jatuh pada desa Tenggur dikarenakan lokasi desanya berada ditengah-tengah dari kecamatan Rejotangan. Secara letak NUsantara Mart sangat strategis karena merupakan mini market yang dapat dijangkau

dari beberapa arah dan sekaligus letaknya yang berada di tepi jalan raya serta berdasarkan hasil survey sebelum berdirinya NUsantara Mart. Serta lokasi ini menentukan berhasil tidaknya penjualan, apabila lokasinya nanti berada misal pada desa terbarat dari kecamatan Rejotangan nantinya jaamah atau konsumen yang dari timur akan enggan untuk membeli pada NUsantara Mart.¹

Dari hasil wawancara tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa lokasi sangat dipertimbangkan dalam sebuah pendirian tempat usaha, karena pendirian lokasi akan berpengaruh pada minat pembelian konsumen serta profit yang akan didapatkan oleh pihak NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

4. Visi dan Misi NUsantara Mart

a. Visi

Unggul dalam dan profesional dalam pengelolaan yang Islami serta berorientasi kepada pemenuhan kebutuhan jama'ah dan jam'iyah Nahdlatul Ulama demi mengedepankan kepentingan jama'ah Nahdliyin.

b. Misi

- 1) Membangun kemandirian jama'ah dan jam'iyah Nahdlatul Ulama, jika secara ekonomi yang kuat, maka pendapat, pemikiran dan ideologinya akan kuat.
- 2) NUsantara Mart diorientasikan untuk pemberdayaan, warga NU didorong untuk menjadi produsen sehingga tercipta sistem membeli dan menjual untuk NU.

¹ Wawancara dengan Pembimbing NUsantara Mart, Tanggal 13 Maret 2019 pukul 09.30 WIB

a. Motto Perusahaan

Belanja mudah, murah dan barokah.

b. Deskripsi Narasumber

Semua narasumber dalam penelitian ini tidak merasa keberatan untuk diwawancarai guna mendapatkan jawaban dalam tujuan penelitian, adapun narasumber penelitian ini adalah:

a. Bapak Miftachul Huda

Bapak Huda yang beralamat di Dusun Pakesaji Desa Tugu Kecamatan Rejotangan merupakan salah satu pembimbing dalam NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung beliau merupakan seseorang yang biasa dimintai nasehat ketika dalam NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung terjadi suatu masalah serta bertugas mengarahkan dan mengevaluasi setiap kegiatan NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

b. Bapak Abdulloh Nasih Ulwan S.Psi

Bapak Ulwan yang beralamat di Desa Sumberingin Kecamatan Ngunut merupakan seorang Supervisor, beliau bertugas untuk mengatur kinerja karyawan, menyampaikan kebijakan yang disampaikan atasan, menegakkan aturan serta bertanggung jawab atas hasil dari kinerja karyawan NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

c. Muhammad Rizal Uwais

Rizal adalah seorang karyawan yang beralamat di Kecamatan Kalidawir, ia menjabat sebagai seorang karyawan (Pramuniaga) serta sebagai petugas gudang sejak awal pendirian NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung sampai saat ini.

d. Nafida Hidayatun Ni'mah

Nafida adalah seorang karyawan yang beralamat di Desa Aryojeding Kecamatan Rejotangan, ia menjabat sebagai seorang karyawan (Pramuniaga) sejak awal pendirian NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung sampai saat ini.

e. Deni Fatmawati

Deni adalah seorang karyawan yang beralamat di Desa Tenggur Kecamatan Rejotangan, ia menjabat sebagai seorang karyawan (Pramuniaga) sejak awal pendirian NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung sampai saat ini.

f. Ibu Minarti

Ibu Minarti adalah seorang ibu rumah tangga yang menjadi konsumen dan beralamat di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan, ia merupakan konsumen yang memiliki member card pada NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

g. Anik Faridatus Solikhah

Ibu Anik seorang ibu rumah tangga yang menjadi konsumen dan beralamat di Desa Tanen Kecamatan Rejotangan, ia merupakan

konsumen yang sering berbelanja pada NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung meskipun tanpa memiliki member card.

h. Rif'atul Arofah

Rif'atul adalah seorang mahasiswa yang menjadi konsumen dan beralamat di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan, ia merupakan konsumen yang sering berbelanja pada NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

B. Paparan Hasil Penelitian

Dalam paparan data akan memberikan gambaran dari pengumpulan data di lapangan yang akan membahas mengenai analisis implementasi strategi operasional dan pemasaran Rejotangan Kabupaten Tulungagung ditinjau dari ekonomi Islam. Dalam memperoleh data tersebut penulis melakukan wawancara dengan memberikan sejumlah pertanyaan terkait dengan permasalahan yang ada.

1. Implementasi Strategi Operasional Dilakukan oleh NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung

a. Kualitas

Kualitas merupakan hal yang sangat penting yang harus dijaga oleh perusahaan karena kualitas akan berdampak pada pembelian konsumen tentunya dalam perusahaan mempunyai pertimbangan tertentu dalam menentukan kualitas, sehingga hal ini menimbulkan pertanyaan: Apa saja yang harus dipertimbangkan oleh NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung dalam menjaga kualitas yang berkaitan dengan pelayanan dan produk

dari segi umum dan Islam dan apakah Sudah diterapkan ?. Dan pertanyaan ini dijawab oleh bapak Ulwan :

“Kalau pelayanan itu ada senyum sapa salam itu, terus pelayanannya jadi didalam toko itu, ini mbak kita ada jam adzan itu, terus setelah adzan kita putar murottal Al-Qur’an kalau dari segi pelayanan, kalau produnya itu yang dipertimbangkan itu kualitas, jad secara umum masyarakat yang dibutuhkan apa, nah itu kita teliti dulu,dia ada seperti yang awal tadi ada label MUInya atau enggak, kemudian produk yang home industry yaitu yang bikin itu siapa, alamatnya mana, produksinya bagaimana begitu.”²

Pernyataan ini didukung dengan jawaban dari Deni (karyawan NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung):

“ Ya sudah mbak untuk menerapkannya, seperti dengan lebih mengutamakan kualitas produk mbak mulai dari segi rasa, merk mbak dan kemudian apa yang menjadi kebutuhan konsumen mbak terus memberikan pelayanan yang sesuai dengan SOP toko ini mbak dan memberikan keramahan ketika ada konsumen yang membeli barang mbak, jadi ya itu tadi kayak e dah cukup sih mbak”.³

Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bawa hal yang menjadi pertimbangan dalam kualitas baik dari segi pelayanan yaitu dengan menggunakan senyum, sapa, salam dengan ramah kepada para konsumennya, sedangkan dari segi produk dengan mengutamakan kemasan produk, merk produk serta rasa dari produk jika produk tersebut berasal dari makanan.

² Wawancara dengan Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung, Tanggal 12 Maret 2019. Pukul. 09.00 WIB

³ Wawancara dengan Deni Fatmawati (Karyawati NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 13.00

Dari kualitas yang telah dipertimbangkan tersebut tentunya muncul pertanyaan: Bagaimana upaya yang dilakukan oleh NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung, dalam memenuhi harapan pelanggan utamanya dalam kualitas pelayanan dan produk apakah sudah terpenuhi dan dalam bentuk apa ?. Dan dijawab oleh bapak Ulwan

“Upayanya yang dilakukan ya anu dalam memenuhi harapan ya kita terus meningkatkan iniprofesionalitas kerja mbak, jadi setiap ada permintaan dari pelanggan itu pasti kita penuhi, permintaan pelanggan yang sesuai dengan apa yang harus kita jual disini, kalau misalkan ada yang mintak opo iku sing macem-macem yo enggaklah koyok misal alcohol kan yo gak mungkin dan gak mungkinlah paling enek seng tekok gitu.”⁴

Kemudian jawaban ini didukung dengan jawaban dari ibu Minarti (konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung).

“Sudah ya kayak e mbak dari segi pelayanan, namun tak kiro (saya kira) perlu ditambahne (ditambahkan) macem-macem produk yang masih kurang mbak, karena saya pas kesana ada beberapa produk yang masih kurang o mbak”⁵

Sehingga dapat disimpulkan upaya yang dilakukan oleh NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung dalam memenuhi harapan pelanggan utamanya dalam kualitas pelayanan dan produk apakah sudah terpenuhi dan dalam bentuk peningkatan profesionalitas kerja dalam segi pelayanan serta dengan memenuhi

⁴ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart), Tanggal 12 Maret 2019

⁵ Wawancara dengan Minarti (Konsumen NUsantara Mart), Tanggal 12 Maret 2019

permintaan pelanggan yang sesuai dengan kriteria produk dan menambahkan produk yang masih kurang.

Setelah terpenuhinya harapan pelanggan tentunya ada kendala yang dialami dalam kualitas sehingga menimbulkan pertanyaan: Apa kendala yang dialami pihak NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung, dalam menjaga kualitas pelayanan produknya ? Dan hal ini dijawab oleh bapak Ulwan:

“Kendalanya ini biasanya kalau ada kiriman barang yang sudah expired tapi masih dikirimkan sama suplayer itu, terus kedua kalau barang yang home industry itu ada beberapa barang yang bungkusnya itu tidak rapi dan nggak rapet jadi kadang ada yang udah kebuka kadang ada yang mlempep gitu.”⁶

Pernyataan tentang kendala dari menjaga kualitas dan produk didukung dengan jawaban dari Rizal (Karyawan sekaligus bagian gudang):

“Kendalanya ya anu mbak dalam menjaga kualitas produk ini kebanyakan didukung dari bungkus yang kurang rapi kalo produk buatan rumahan atau yang produksi sendiri itu mbak”.⁷

Kendala yang dialami dalam menjaga kualitas produk NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung, menurut hasil penelitian adalah faktor kemasan produk dan penempelan label yang kurang rapi hal ini sebagian terdapat pada produk *home industry*.

⁶ Wawancara dengan (Supervisor NUsantara Mart), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul, 09.05 WIB

⁷ Wawancara dengan Muhammad Rizal Uwais (Karyawan sekaligus bagian Gudang NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 14.00 WIB

Namun disini juga menimbulkan pertanyaan terhadap penanganan kendala yaitu: Strategi apa yang dikembangkan oleh NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung, dalam menjaga kualitas baik dari segi pelayanan dan produk ?. Dijawab oleh bapak Ulwan

*“Ya kita seleksi barang yang masuk itu, kita seleksi, kita teliti, expirednya kemudian kemasannya, kemudian itu rasanya juga karena itu nanti pasti ada taester dari produk-produk home industri dari suplayer itu produk-produk nanti ada taesternya.”*⁸

Strategi yang dilakukan pihak Nusantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung dalam menjaga kualitas pelayanan dan produk adalah dengan memperhatikan dari segi produknya dengan memperhatikan kemasan, tanggal kadaluarsa serta memperhatikan rasa dari setiap produk *home industry* yang dijual.

b. Desain Tata Letak atau *Layout*

Desain tata letak merupakan upaya penataan produk yang berfungsi untuk memberikan ruang yang tepat untuk tampilan produk, jenis produk dan bagaimana produk agar dapat menarik perhatian konsumen. Dalam hal ini timbulah pertanyaan: Apa jenis desain tata letak yang digunakan oleh NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung dan apa alasannya ?. Dijawab oleh bapak Ulwan

“ Nah ini jadi kalau dalam ilmu diapa namanya dianu didalam keilmuan apa ya bahasanya, didalam keilmuan itu, untuk menata

⁸ Wawancara dengan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul. 09.07 WIB

toko seperti ini ada namanya ilmu ergonomi mbak, jadi kita yang pertama mengacu disitu, tapi untuk jenis desainnya ini kita samakan dengan mini market yang lain contohnya seperti alfamart, indomart itu kita samakan dengan itu pesaing-pesaing kita.”

Jenis desain tata letak yang digunakan oleh NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung adalah sama dengan desain tata letak pada swalayan lainnya atau para pesaing-pesaingnya namun berbeda dari desain tata letak dari toko kelontong.

Dalam menentukan desain tata letak apa yang harus menjadi pertimbangan dalam penentuan desain tata letak?. Dan dijawab oleh bapak Ulwan:

“Pertimbangannya ini adalah tidak mempengaruhi kinerja karyawan namun mempengaruhi konsumen, jadi kita tata sesuai dengan bidangnya, sesuai dengan kelompoknya ada yang barang non-food ada yang barang food gitu, jadi kalok misalkan kita tata gak rapi misal non food makanan dicampur bukan makanan itu nanti yo nggak mungkin mbak, sangat tidak mungkin kecuali ditoko-toko kelontong itu.”⁹

Pertimbangan NUsantara Mart dalam menentukan desain tata letak adalah pengelompokan berdasarkan jenis dari produk dan tidak mencampur semua produk yang ada. Dan apakah desain tata letak yang diterapkan NUsantara Mart sesuai dengan harapan Konsumen dari segi ruangan berbelanja dan lainnya?. Dijawab oleh Anik (Konsumen NUsantara Mart):

“Ya tak kira sudah mbak, dengan seperti ini mbak, menyediakan tokonya ber AC, Kemudian menata barang sesuai dengan

⁹ Wawancara dengan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul. 09.07 WIB

kelompok barang sing (yang) dibutuhkan mbak malehno penak nek mileh (jadi mudah memilih). ”¹⁰

Pernyataan ini didukung oleh jawaban dari Rif’atul
(Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung):

“Sudah kok e mbak, barangnya sudah berkelompok sesuai dengan jenis kelompoknya o mbak, misalnya minyak goreng dengan minyak goreng mbak namun dengan merk yang berbeda – beda mbak nggak cuma sak (satu) merk saja. ”¹¹

Desain tata letak NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung sudah sesuai dengan harapan konsumen dengan mengelompokkan produk dalam satu kelompok. Tentunya desain tata letak akan menghasilkan manfaat tersendiri bagi NUsantara Mart, adapun manfaat desain tata letak menurut bapak Ulwan sebagai berikut:

“Manfaatnya untuk konsumen lebih mudah memilih, misal barang food dengan food non-food dengan non-food, misalnya ada konsumen mau membeli perlengkapan mandi itu ya, jadi langsung nuju satu lorong ada pasta gigi, sabun, sikat, sampo semuanya ada disitu jadi memudahkan konsumen, kalau desain tata letak yang salah pelanggan akan sulit mencari kebutuhan yang iya penuhi, misalnya mau nyari pengharum ruangan, nanti misal diletakkan didekat minyak goreng, masak mau nyari pengharum ruangan letaknya ditempat yang makanan gitu nanti pasti akan kesulitan.”¹²

Manfaat dalam pemilihan desain tata letak adalah memudahkan konsumen dalam megambil produk yang akan dibeli

¹⁰ Wawancara dengan Anik Faridatus Solikah (Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 13 Maret 2019. Pukul 09.15 WIB

¹¹ Wawancara dengan Rif’atul Arofah (Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 13 Maret 2019 . pukul. 10.20 WIB

¹² Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart), Tanggal 12 Maret 2019 WIB

konsumen. Akibat jika terjadi kesalahan dalam pemilihan desain tata letak akan akan membingungkan konsumen dalam melakukan pembelian produk sehingga akan menimbulkan rasa jengkel dan konsumen nanti tidak berbelanja lagi pada NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

c. Desain Job atau Sumber Daya Manusia

Desain job atau sumber daya manusia merupakan pengelolaan tenaga kerja sehingga tenaga kerja dapat diberdayakan secara efektif. Dari desain job ini memunculkan pertanyaan Apakah seluruh pegawai dan karyawan di NUsantara Mart memiliki kompetensi dan ketrampilan dalam melayani konsumen ? Dan dijawab oleh bapak Ulwan

“Iya semuanya memiliki kompetensi mbak”.¹³

Pernyataan tersebut didukung oleh jawaban dari Deni (Karyawati NUsantara Mart) :

*“Sudah kok e mbak, karena kami dulu iku (itu) mendapat bimbingan dalam satu bulan sekali mbak, ya diberi pengarahan kiyai NU mbak saat adanya monitoring dan evaluasi kerja dari atasan mbak, sebelumnya kae (dulu) itu sebelum kami resmi diterima jadi karyawan disini anu mbak kita ditraining dari atasan mbak dalam waktu yang saya ingat itu 3 bulanan lah.”*¹⁴

¹³ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 09.23 WIB

¹⁴ Wawancara dengan Deni Fatmawati (Karyawati NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 13.05 WIB

Selaras dengan pernyataan Nafida (Karyawati NUSantara Mart):

“Sudah kok e mbak, karena kita karyawan yang ada disini ki (ini) sebelum masuk toko kita ditraining selama 3 bulan bulan mbak, biar tau kerjanya kita itu gimana sih bagus enggakya.”¹⁵

Pada dasarnya seluruh karyawan NUSantara mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung sudah dibekali dengan kompetensi, sebelum masuk saja setiap karyawan harus ditraining selama 3 bulan baru menjadi karyawan yang siap kerja serta dalam meningkatkan kinerja selalu ada monitoring dan evaluasi kerja dari atasan agar selama 3 bulan itu dapat diketahui kinerja karyawan yang ada pada Nusantra Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

Selain itu dalam desain job harus diperhatikan pula berapa lama waktu yang digunakan oleh karyawan mampu lakukan dalam melayani konsumen saat kondisi toko ramai sehingga timbulah pertanyaan: Berapa lama waktu yang dibutuhkan satu orang karyawan ketika ia memberikan pelayanan kepada konsumen dan berapa lama waktu mengantri ketika keadaan Nusantara Mart banyak pengunjung ? hal ini dijawab oleh Nafida (Karyawati NUSantara Mart):

“Kalau menurut aku nggak tentu itu mbak, ya sesuai dengan barang yang dibeli banyak atukah sediki mbak, kalau lama melayani pembeli yang belanja, biasanya kalau lama itu kadang

¹⁵ Wawancara dengan Nafida Hidayatun Nikmah (Karyawan NUSantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 15.00 WIB

pembeli yang pas waktu itu belanja banyak barang sambil sama bayar PBOB kayak (seperti): PLN, angsuran, BPJS kira-kira waktu yang saya butuhkan 2 menitan lah mbak”¹⁶

Pernyataan ini ditambahkan pula dengan pertanyaan dari Deni (Karyawati NUsantara Mart):

“Kalau menurut saya itu mbak, lama waktunya untuk pelayanan itu ya tergantung dari banyak enggakya belanjaan dari para pembeli, semisal nya banyak ya kira-kira sekitar 3 menitan saya lama melayaninya, namun kurang dari 5 menit mbak. Dan waktu untuk mengantri itu tergantung dari banyak tidaknya antrian yang ada pas waktu itu.”¹⁷

Lama pelayanan yang dilakukan karyawan NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung, tergantung dari jumlah jumlah barang yang dibeli dari konsumen dan ketika saat melakukan pembayaran PBOP seperti: PLN, BPJS dan angsuran lama waktu melayani konsumen sekitar 2-4 menitan.

Pelayanan NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung, tidak hanya dari segi umum saja melainkan dari segi Islam pula sehingga memunculkan pertanyaan: Dari segi ekonomi Islam Sudahkah menerapkan pelayanan yang sesuai Islam pula dan bagaimana respons konsumen ?. Dijawab oleh Nafida

“Sudah ya mbak, seperti berpakaian yang menutup aurat ini dan memberikan ucapan salam saat pembeli datang membuka pintu toko yang akan berbelanja, dan saya rasa itu anu mbak respon

¹⁶ Wawancara dengan Nafida Hidayatun Nikmah (Karyawan NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul. 15.05 WIB

¹⁷ Wawancara dengan Deni Fatmawati (Karyawati NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 13.06 WIB

*dari konsumen sangat baik terhadap pelayanan dari kita karwan lakukan”.*¹⁸

Pernyataan senada juga diungkapkan deni:

*“Sudah ya mbak, seperti berseragam yang menutup aurat mbak kemudian menyapa dengan salam mbak misalnya Assalamu’alaikum pak atau bu selamat berbelanja, dan respon konsumen yang ada anu saya merasanya sangat baik terhadap pelayanan yang telah kami berikan.”*¹⁹

Dan pernyataan tersebut juga didukung dengan respon konsumen:

*“Sudah itu mbak, dengan memiliki sifat ramah dan kecepatan dalam melayani mbak sama juga mengucapkan salam mbak, sopan juga kemudian berpakaian yang menutup aurat atau berjilbab mbak”.*²⁰

Selain itu pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh bapak Ulwan:

*“Insyaallah sudah, respon konsumen itu sangat baik, karena itu terbukti mereka ada pembelian kembali, repeat orderitu ya, begitu o mbak, jadi responnya sangat bagus, ya ada juga respon yang kurang baik cuman itu sangat minim sekali”.*²¹

Pelayanan yang diterapkan NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung dari segi Islam sudah sesuai dan

¹⁸ Wawancara dengan Nafida Hidayatun Nikmah (Karyawati NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul. 15.05 WIB

¹⁹ Wawancara dengan Deni Fatmawati (Karyawati NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 13.07 WIB

²⁰ Wawancara dengan Anik Faridatus Solikah (Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 13 Maret 2019. Pukul 09.17 WIB

²¹ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul. 10.20 WIB

mendapat respon baik dari para konsumennya penerapan pelayanan Islami diantaranya dengan menutup aurat, mengucapkan salam dan bersikap sopan serta memiliki kecekatan dalam melayani setiap konsumen yang bertransaksi pada NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

Namun dalam segi desain job sudahkah perusahaan memberikan kompensasi yang tepat? Dan hal ini dijawab oleh beberapa karyawan sebagai berikut:

*“Sudah sesuai mbak kalau upahnya itu, kalau fasilitas yang didapatkan dari sini ya seperti: gaji, uang lembur kalau misalnya lembur mbak, ada lagi kemudian THR dan tunjangan ada juga tunjangan karyawan tapi besar tunjangannya sama itu perkaryawannya mbak”.*²²

Hal ini senada dengan jawaban Deni :

*“Sudah sesuai mbak kalau gaji atau kompensasi itu, ya fasilitas yang saya dapatkan seperti: ada seraga kemudian uang lembur mbak, ada juga tunjangan karyawannya mbak, ada lagi THR, tapi mbak, gaji kita itu, kami dipotong 1% untuk infaq dan ada potongan perbulan Rp. 50.000 untuk tabungan karyawan mbak, yang nanti itu tabungannya dapat diambil pas sewaktu-waktu butuh mbak”.*²³

Kompensasi yang diberikan pihak NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung kepada karyawannya sudah sesuai karyawan mendapatkan kompensasi berupa gaji, uang lembur, THR dan tunjangan karyawan. Namun dalam pemberian

²² Wawancara dengan Nafida Hidayatun Nikmah (Karyawan NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 15.09 WIB

²³ Wawancara dengan Deni Fatmawati (Karyawati NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 13.10

kompensasi tedapat potongan untuk infaq dan tabungan. Adapun tabel kompensasi karyawan berdasarkan hasil observasi sebagai berikut:

Tabel 4.2

Tabel pendapatan karyawan NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung ²⁴

No	Nama	Jabatan	Pendapatan (Rp)
1.	Abdulloh Nasih Ulwan	Supervisor	1.200.000
2.	Nita Wulan Sari	Karyawati dan Admin	1.050.000
3.	Muhammad Rizal Uwais	Karyawan dan Gudang	1.050.000
4.	Nafida Hidayatun N	Karyawati dan Kasir	1.025.000
5.	Deni Fatmawati	Karyawati dan Kasir	1.025.000

d. Persediaan

Persediaan merupakan jumlah barang atau aset yang dimiliki perusahaan untuk kebituhan dimasa yang akan datang. Pada NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung persediaan meliputi: barang-barang yang dijual. Sehingga dalam persediaan menimbulkan pertanyaan: Apa saja yang harus dilakukan oleh NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung dalam menentukan kuantitas (jumlah) persediaan ?.

Dijawab oleh bapak Ulwan:

“Ini dari kebutuhan masyarakat juga dari kebutuhan konsumen, kalo misalkan seperti barang-barang itu yang sekiranya itu dibutuhkan konsumen kita stocknya banyak, seperti air minum, seperti minyak, seperti kebutuhan sehari-hari itu kita pasti punya

²⁴ Hasil Observasi pada Tanggal 12 Maret 2019 di NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung

stock banyak, kalau misalkan kebutuhan yang sekali pakek sekali pakek kita nggak punya stok, kita cuma stock yang ada di toko gitu.”²⁵

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh konsumen terkait dengan persediaan produk:

“Sudah kok e mbak secara umum, namun perlu ditambahkan etalase itu yang kurang mbak, ya kayak (seperti) obat-obatan yang sering digunakan mbak, misal obat sakit kepala itu kurang lengkap mbak jenisnya.”²⁶

Penentuan persediaan yang dilakukan oleh NUsantara Mart berdasarkan pada apa yang menjadi kebutuhan konsumen dan melihat perjalanan dari lama waktu produk tersebut terjual pada konsumen. Namun dari konsumen menginginkan adanya tambahan persediaan tertentu seperti obat-obatan yang sehari-hari digunakan.

Dalam menentukan masalah persediaan biasanya sebuah perusahaan mengalami kendala atau permasalahan sehingga menimbulkan pertanyaan: Apakah ada permasalahan yang dihadapi oleh pihak NUsantara Mart dalam mengelola persediaan barang dagang dan Bagaimna cara NUsantara Mart mengatasi masalah persediaan tersebut ?. Dijawab oleh bapak Ulwan:

“Kalau permasalahan yang dihadapi itu, apa yaa, mungkin ini jumlah persediaan lebih sedikit dari permintaan konsumen permasalahannya ya iku, kalo masalah yang seperti itu kita langsung mencarikan barang ya mbak, mungkin ada lagi permasalahannya itu gini, persediaan barang yang digudang iku

²⁵ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul. 10.14

²⁶ Wawancara dengan Rif'atul Arofah (Konsumen NUsantara Mart), Tanggal 13 Maret 2019. Pukul 10.29 WIB

*sudah mengalami masa expired nah itu nanti kita kembalikan ndek (ke) suplayer. ”.*²⁷

Kendala yang dialami NUsantara Mart yang kaitannya dengan NUsantara Mart adalah tingginya permintaan dari konsumen namun persediaan produk masih kurang. Sehingga hal ini berkaitan dengan lengkap tidaknya macam-macam produk yang disediakan oleh NUsantara mart dan hal ini dijawab oleh konsumen NUsantara Mart:

*“Sudah lengkap kayaknya mbak, seperti produk susu, kosmetik makanan ringan anak-anak mbak, samaminuman, ada popok, sabun mandi dan pokoknya masih banyak jenis yang lainnya kok e mbak.”*²⁸

Hal ini senada dengan pernyataan konsumen lainnya yaitu:

*Sudah banyak lengkap itu mbak, banyak macam jenis khususnya untuk bulan puasa ini banyak jenis sirup, tapi untuk hari-hari biasa ya sudah banyak mbak macamya.*²⁹

Pernyataan ini didukung dengan jawaban dari karyawan bagian gudang:

“Sudah mbak, seperti produk susu mulai dari susu anak-anak, ibu hamil dan dewasa mbak, kosmetik juga ada kok mbak, snack buat anak-anak, minuman ringan ada juga minuman bersoda mbak, ada

²⁷ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.30 WIB

²⁸ Wawancara dengan Rif'atul Arofah (Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 13 Maret 2019. Pukul 10.22 WIB

²⁹ Wawancara dengan Minarti (Konsumen NUsantara Mart), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 16.00 WIB

*popok juga mbak, perlengkapan mandi itu disini lengkap mbak dan masih banyak yang lain jenisnya.*³⁰

e. Pemeliharaan

Pemeliharaan adalah aktivitas yang berkaitan dengan mempertahankan peralatan yang ada pada sebuah perusahaan. Berkaitan dengan pemeliharaan sehingga menimbulkan pertanyaan yaitu: Bagaimana cara NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung menjaga barang dagangan, tempat agar memberikan kenyamanan pada konsumen dan Sudahkah kesemuanya terlaksana ?. Dijawab oleh bapak Ulwan:

*“Sudah ini kalo kompensasi sudah sesuai kalau fasilitasnya banyak sekali ada seragam, ada uang makan, ada uang lembur itu mbak, ada tunjangan jabatan juga.”*³¹

Hal ini sesuai dengan pernyataan konsumen terkait sudah terlaksana belumnya mengenai kegiatan pemeliharaan:

*“Sudah mbak, mulai dari ruangan yang dingin ber-ac, barang yang tertata rapi, sama kebersihan dari lokasi toko, mulai dari kebersihan raknya sampai tempat parkirnya itu mbak”.*³²

Upaya yang dilakukan NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung dalam memelihara barang dagangan dan tempat agar senantiasa memberikan kenyamanan kepada konsumen

³⁰ Wawancara dengan Muhammad Rizal Uwais (Karyawan sekaligus bagian Gudang NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul. 08.00 WIB

³¹ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.32 WIB

³² Wawancara dengan Minarti (Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 16.18 WIB

sudah terlaksana dengan menjaga kebersihan baik produk maupun tempat.

Namun masih menimbulkan pertanyaan mengenai: Apa saja kegiatan pemeliharaan yang Sudah diterapkan oleh NUsantara Mart ?. Dijawab oleh bapak Ulwan:

“Sudah, menjaganya ya itu kita dengan mengutamakan kebersihan itu, pagi kita bersihkan tempat tokonya, kemudian barangnya kita untuk bersih-bersih ini ini itu semua dijadwal untuk dibersihkan, terus kegiatannya selain piket, kita ada kerja bakti, ngerak, untuk kerja bakti 3 bulan sekali dilakukannya”³³

Kegiatan pemeliharaan yang dilakukan adalah dengan melakukan piket bergilir, melakukan kerja bakti setiap 3 bulan sekali, membersihkan rak dan membersihkan kemasan luar produk.

f. Rantai pasokan

Rantai pasokan adalah banyak pemasok yang digunakan oleh NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung untuk mendapatkan produk yang meliputi distributor dan sebagainya sehingga menimbulkan pertanyaan: berasal dari mana sajakah pemasok produk-produk yang ada di NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung meliputi daerah mana sajakah?

Dijawab oleh Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung:

³³ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.34 WIB

“Banyak yang terutama itu di Jawa Timur, jadi kalau pemasokan barang itu terutama dari suplayer yang kedua dari PT, yang ketiga dari distributor yang keempat grosiran yang di Tulungagung.”³⁴

Pemasok produk yang ada di NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung berasal dari daerah di Jawa Timur, baik distributor, suplayer dan toko grosir. Sehingga hal ini memunculkan pertanyaan apa yang menjadi masalah ketika memilih pemasok yang ada di NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung? Dijawab oleh Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung:

“Masalahnya ketika ada pemasok yang tidak jujur, jadi nanti kendalanya barang yang dikirim tidak sesuai dengan barang yang telah diorder mbak”.³⁵

Masalah dalam pasokan pada NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung adalah ketidakjujuran dari para sales, sehingga menimbulkan pertanyaan kriteria apa saja yang digunakan oleh NUsantara Mart dalam memilih pemasok produknya? Dijawab oleh Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

“kriterianya pertamanya sistem, sistem pembayarannya, kedua sistem barangnya bisa diretur atau tidak misalkan ada barang yang gak laku bisa kembali atau tidak yang ketiga barang tersebut

³⁴ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 05 Juli 2019. Pukul 14.07 WIB

³⁵ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 05 Juli 2019. Pukul 14.08 WIB

*tergolong barang yang laku jual atau tidak, kalau misalkan barang baru nanti kita test dulu disini laku atau enggak.*³⁶

2. Implementasi Manajemen Pemasaran Dilakukan oleh NUsantara

Mart

a. Product (Produk)

Produk merupakan barang yang dijual pada NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung. Produk yang dijual pada NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung sangat bermacam-macam. Sehingga menghasilkan pertanyaan: Berapa banyak jenis produk yang dijual dalam perusahaan dan apakah pihak NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung selalu menerima setiap kemunculan produk baru dan selalu disampaikan kepada pelanggan ?. Dijawab oleh Ulwan.

*“Kalau jenisnya banyak sekali, kurang lebih ada 5000 item lebih lah, kalau sesuai di aplikasi itu ada 10.000an lebih lah item kalau ditoko ada kurang lebih 5000an item ke atas gitu, kalau ada produk baru kita seleksi dulu, nggak semua produk kita terima terus nanti, kalau disampaikan ke pelanggan ini gak disampaikan cuma kita pajang didisplay saja.”*³⁷

Jenis produk yang ada di NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung sangat banyak berkisar mulai dari 5000 item sampai 10.000 item dan ketika ada produk baru itu langsung terpasang pada *display* atau rak.

³⁶ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 05 Juli 2019. Pukul 14.07 WIB

³⁷ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.35 WIB

Namun tentunya kriteria produkpun juga dipertimbangkan sehingga memunculkan pertanyaan: Kriteria produk yang seperti apakah yang dijual atau dipasarkan oleh pihak NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung dan Sudahkah sesuai dengan standar yang ada saat ini dengan mempertimbangkan nilai keislamannya ?. Dijawab oleh bapak Ulwan:

“Tya kita pertimbangkan nilai keislamannya, terus yang kriterianya produk itu tadi kita lihat label halal MUI dan tanggal kadaluarsa, sertifikat BPOM itu ada enggaknya mbak. Jadi kami cek dulu sebelum dijual disini.”³⁸

Pernyataan ini didukung dengan pendapat konsumen NUsantara Mart:

“Sudah kalau memenuhi Islam mbak, barangnya juga halal semua, kemudian juga bersih mbak terus tanggal kadaluarsanya selalu masih jauh mbak dengan tanggal jatuhnya itu mbak.”³⁹

Produk yang dijual di NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung sudah sesuai dengan keIslaman karena mengutamakan label halal, BPOM, P-IRT. Namun dari segi kesamaan dan perbedaan dari produk yang dijual di NUsantara Mart dengan Produk yang dijual di swalayan lain NUsantara mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung saat ini?. Dijawab oleh bapak Ulwan

³⁸ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan, . . . , Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.37 WIB

³⁹ Wawancara dengan Minarti (Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 16.22 WIB

“Kalau perbedaan produknya nggak ada, kurang lebih sama saja mbak dengan pesaing-pesaing kita itu, namun ya agak berbeda mbak kalau dibandingkan dengan toko-toko kelontong atau toko rumahan itu mbak.”⁴⁰

Pernyataan tersebut senada dengan pernyataan konsumen

NUantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung:

“Sama saja mbak untuk barang yang dijualnya itu, ya kaya indomaret mbak sama saja kalau jenis barang-barang yang ada pada NUantara Mart itu.”⁴¹

Produk yang dijual pada NUantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung sama saja dengan produk-produk pada swalayan lainnya. Namun dari sini justru timbul pertanyaan alasan apa yang mendasari konsumen membeli produk pada NUantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung? Dijawab oleh ibu Minarti:

“Saya belanja itu, ya pas waktu produk saya habis atau karena adanya kebutuhan dari keluarga saya kemudian saya langsung membelinya, tapi lebih sering saat adanya promo mbak atau diskon waktu itu.”⁴²

Pernyataan ini senada dengan pernyataan konsumen yang lainnya:

⁴⁰ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.39 WIB

⁴¹ Wawancara dengan Anik Faridatus Solikah (Konsumen NUantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 13 Maret 2019. Pukul 09.16 WIB

⁴² Wawancara dengan Minarti, . . . , Tanggal 12 Maret 2019 pukul 16.27 WIB

“Kalau membeli barang yaa, saya berdasarkan barang yang saya butuhkan, yang habis saat itu ya saya beli mbak, jadi tergantung kebutuhan sehari-hari saya yang habis apa gitu mbak.”⁴³

Alasan konsumen membeli produk pada NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung adalah karena faktor kebutuhan dan adanya promo dari NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

b. Price (Harga)

Harga adalah faktor terpenting dalam pembelian suatu konsumen karena sebagian besar konsumen melakukan pembelian dengan pertimbangan harga. Sehingga perusahaan harus cermat dalam mempertimbangkan penentuan harga sehingga muncul pertanyaan: Apa saja alasan yang mendasari penetapan harga di NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung ini?.

Dijawab oleh bapak Ulwan:

“Pertimbangannya dari harga eceran tertinggi, jadi kita survey dari toko-toko yang ada disekitar jadi disini itu kita kisarannya berapa dan dijualnya berapa begitu mbak.”⁴⁴

Pertimbangan yang dilakukan NUsantara Mart dalam menentukan harga adalah dengan melihat harga eceran tertinggi, kemudian dengan melakukan survey terkait harga. Harga tentunya berpengaruh, utamanya dalam pemberian diskon sehingga memunculkan pertanyaan: Apakah pihak NUsantara Mart sering

⁴³ Wawancara dengan Anik Faridatus Solikah, . . . , Tanggal 12 Maret 2019 pukul 09.10 WIB

⁴⁴ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.32 WIB

memberikan diskon kepada pihak pembeli dan pemberian diskon tersebut diorientasikan pada produk apa dan alasan apa yang mendasari pemberian diskon tersebut?. Dijawab oleh Ulwan:

“Sering, kalau produknya macam-macam, kalau produknya setiap minggu itu yang kita berikan diskon ya pasti berganti-ganti terus alasannya karena itu adalah strategi pemasaran kita, misal untuk member card itu ada tambahan promo dari yang lain, misal tidak punya member card tidak bisa ngambil barang yang ada promo khusus mambarnya”⁴⁵

Hal ini didukung dengan pernyataan konsumen ibu Minarti:

“Sering sekali sih mbak mengadakan promo, kayak promo awal bulan, akhir bulan dan promo Jumat, Sabtu dan Minggu itu mbak.”⁴⁶

Alasan dari pemberian diskon yang dilakukan oleh NUsantara Mart adalah karena merupakan strategi pemasaran dan hal ini diperuntukkan bagi yang mempunyai member card maupun tidak, promo yang diberikan yaitu promo awal bulan dan akhir bulan kemudian promo Jumat, Sabtu dan Minggu. Dan dengan pemberian diskon tersebut memunculkan pertanyaan: Apakah harga produk yang ditawarkan NUsantara Mart lebih murah jika dibandingkan dengan swalayan yang lainnya?. Dijawab oleh bapak Ulwan:

“Iya jelas lebih murah, kalau pertanyaan seperti ini, pasti jelas lebih murah mbak.”⁴⁷

⁴⁵ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.33 WIB

⁴⁶ Wawancara dengan Minarti (Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 16.05 WIB

Pernyataan ini senada dengan jawaban konsumen:

“Ya lebih murah, misalnya ada selisih dengan toko atau swalayan lainnya terkait barang tertentu itu tidak seberapa banyak paling juga Cuma 25 rupiah mbak.”⁴⁸

Harga produk pada NUsantara Mart lebih murah jika dibandingkan dengan swalayan lainnya misalnya ada selisih untuk produk tertentu itu tidak seberapa dan tidak menjadi masalah pada konsumen. Selain itu ada hal yang menjadi pertanyaan peneliti yaitu: Kendala apa saja yang dialami pihak NUsantara Mart dalam menetapkan harga ?. Dijawab oleh bapak Ulwan:

“Kendalanya adalah kita dapet harga dari suplayer itu mahal sedangkan harga dipasaran murah, untuk mengatasi kendala ini kita akan tetap menjual barang itu dengan pengambilan laba yang sangat sedikit sekali yang penting barangnya laku dulu dipasaran.”⁴⁹

Kendala yang dialami pihak NUsantara Mart dalam menentukan harga adalah tingginya harga dari suplayer dan harga dipasaran murah. Startegi yang dilakukan NUsantara Mart dalam mejual produk berkaitan dengan harga harus dengan melihat kendala dulu, ketika produk dari suplayer mahal maka akan tetap kita jual dengan mengambil keuntungan yang seminimal mungkin.

⁴⁷ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.38 WIB

⁴⁸ Wawancara dengan Rif'atul Arofah (Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 13 Maret 2019. Pukul 10.44

⁴⁹ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan, . . . , (Tanggal 12 Maret 2019). Pukul 10.39 WIB

Sehingga dalam NUsantara Mart dapat menghasilkan laporan penjualan seperti berikut ini.

Tabel 4.3

Rekapitulasi Laporan Pejualan NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung Per Maret 2019⁵⁰

No	Tanggal	Jumlah (Rp)
1.	1 Maret 2019	6.031.392
2.	2 Maret 2019	9.945.258
3.	3 Maret 2019	10.915.250
4.	4 Maret 2019	9.042.317
5.	5 Maret 2019	11.953.129
6.	6 Maret 2019	5.335.650
7.	7 Maret 2019	12.600.105
8.	8 Maret 2019	13.330.221
9.	9 Maret 2019	8.055.942
10.	10 Maret 2019	20.945.296
11.	11 Maret 2019	7.783.958
12.	12 Maret 2019	14.341.950
13.	13 Maret 2019	7.939.100
14.	14 Maret 2019	13.693.875
15.	15 Maret 2019	5.040.333
16.	16 Maret 2019	8.951.538
17.	17 Maret 2019	6.967.750
18.	18 Maret 2019	13.132.619
19.	19 Maret 2019	5.496.036
20.	20 Maret 2019	7.599.310
21.	21 Maret 2019	5.226.500
22.	22 Maret 2019	5.176.400
23.	23 Maret 2019	19.964.000
24.	24 Maret 2019	9.860.750
25.	25 Maret 2019	7.894.800
26.	26 Maret 2019	7.388.400
27.	27 Maret 2019	7.937.537
28.	28 Maret 2019	13.917.300
29.	29 Maret 2019	8.373.250
30.	30 Maret 2019	8.747.750
Total		302.982.665

⁵⁰ Sumber data, observasi data dari NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 12 Maret 2019. Pukul 11.00 WIB

c. *Place* (Tempat)

Tempat atau yang dikenal saluran distribusi merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan produk kepada konsumen. Terkait dengan tempat memunculkan beberapa pertanyaan yaitu: Apa perbedaan yang mendasar saluran distribusi atau tempat yang dipilih NUsantara Mart dengan tempat lainnya?

Dijawab oleh bapak Huda:

“Kalau menurut saya ya anu fa, hampir sama dari berorientasikan pada konsumen khususnya. Selain itu pendirian NUsantara mart diperuntukkan warga NU yang mana mayoritas dari warga Kecamatan Rejotangan adalah warga NU.”⁵¹

Tidak ada perbedaan yang mendasar antara saluran distribusi (tempat) dengan swalayan lainnya dan sama-sama diorientasikan pada konsumen. Namun disini menimbulkan pertanyaan: Seberapa besarkah konsumen mengetahui lokasi NUsantara Mart dan usaha apa yang dilakukan pihak NUsantara Mart agar menarik minat konsumen untuk berbelanja ?. Dijawab oleh bapak Huda.

“Sudah banyak yang tahu itu fa. Karena sebelum berdirinya NUsantara Mart terlebih dahulu disosialisasikan kepada masyarakat NU atau jamaah fa, pas waktu bapak e samean yasinan iku, yang ada di Rejotangan. Ada perwakilan tiap ranting yang mensosialisasikannya.”⁵²

⁵¹ Wawancara dengan Miftachul Huda (Pembimbing NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 13 Maret 2019 pukul. 07.00 WIB

⁵² Wawancara dengan Miftachul Huda (Pembimbing NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 13 Maret 2019. Pukul 07.02 WIB

Pernyataan yang senada disampaikan pula oleh bapak

Ulwan:

“Sudah banyak yang tahu ya mbak, karena NUsantara Mart ini milik bersama masyarakat NU, kami mempunyai beberapa jaringan NU, disetiap jaringan jamiyah warga NU ini, NUsantara Mart ini akan dipromosikan ketika terjadi kegiatan pengajian sehingga banyak mengundang banyak pembeli mbak.”⁵³

Pernyataan senada juga didukung dari pernyataan konsumen:

“Sudah tahu dari sejak awal berdiri, karena sudah diberitah saat saya ikut pengajian rutin NU tentang hadirnya NUsantara Mart ini mbak.”⁵⁴

Sebagian besar konsumen NUsantara Mart sudah mengetahui akan berdirinya NUsantara Mart hal ini karena, adanya sosialisasi kepada jama'ah dan jami'iyah NU seputar kehadiran NUsantara Mart pada setiap ranting atau desanya diwakili satu orang pemateri. Namun dalam hal berbelanja apakah NUsantara Mart sudah hanya menganjurkan beli ditempat atau justru dengan online juga sehingga hal ini menimbulkan pertanyaan:

Dimana pembeli bisa mendapatkan produk yang dijual NUsantara Mart dengan hanya datang ke tempat atau juga bisa melalui online?. Dijawab oleh bapak Ulwan:

⁵³ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.40

⁵⁴ Wawancara dengan Rif'atul Arofah (Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 13 Maret 2019. Pukul 10.10 WIB

“Konsumen atau masyarakat dapat dengan datang langsung ketempat mbak kami juga melayani melalui online pun juga bisa dengan whatsapp ke nomor NUsantara Mart ini.”⁵⁵

Pernyataan ini senada dengan konsumen NUsantara Mart:

“Kalau saya ketika berbelanja lebih sering tanya lewat W.A dulu mbak, karena rumah saya kan ya agak jauh dari toko, takutnya waktu kesana barang yang saya butuhkan tidak ada.”⁵⁶

Konsumen dapat membeli produk pada NUsantara Mart dengan datang langsung ke tempat dan dengan melalui via *online*. Namun hal ini menjadikan pertanyaan: Berapa banyak pengunjung rata-rata setiap hari yang berbelanja di NUsantara Mart tersebut?

Dijawab oleh bapak Ulwan:

“kurang lebih konsumen NUsantara Mart satu harinya ada 250 orang mbak kadang lebih juga, tapi banyak itu saat ada promo.”⁵⁷

Pernyataan senada juga diungkapkan nafida:

“Kalau saya sih setiap satu shiftnya kira-kira 100 orang bahkan lebih untuk satu sift itu teritung dari pukul 07.30 – 14.00 WIB.”⁵⁸

Banyak konsumen yang berbelanja pada NUsantara Mart dalam 1 harinya adalah 250 terhitung satu shiftnya adalah 100 orang lebih.

⁵⁵ Wawancara dengan Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung, Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.49 WIB

⁵⁶ Wawancara dengan Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung, Tanggal 13 Maret 2019. Pukul 10.12 WIB

⁵⁷ Wawancara dengan Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung, Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.52 WIB

⁵⁸ Wawancara dengan Nafida (NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 15.12WIB

d. Promotion (Promosi)

Promosi merupakan komunikasi yang bersifat mengajak, membujuk konsumen agar membeli produk pada perusahaannya. Sehingga dalam kegiatan promosi yang dilakukan pihak NUsantara Mart menimbulkan pertanyaan peneliti yaitu: Model promosi seperti apa yang digunakan oleh pihak NUsantara Mart dalam memasarkan produknya?. Dijawab oleh Ulwan:

*“Pertama ada promo Jusami (Jumat, Sabtu dan Minggu) dan ada promo awal bulan dan promo akhir bulan. Segala bentuk promo yang ada di NUsantara Mart ini diperuntukkan untuk semua konsumen mbak”.*⁵⁹

Model promosi yang digunakan oleh pihak NUsantara Mart adalah promo Jumat, Sabtu dan Minggu serta promo awal bulan dan akhir bulan. Kemudian hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai sasaran promosi: Sasaran promosi yang menjadi prioritas Pihak NUsantara Mart berorientasi pada pembelian grosir atau justru pada langsung ke konsumen dan menurut anda lebih efektif yang manakah ?. Dijawab oleh Ulwan:

*“Sasaran promosinya langsung ke pihak konsumen yang melakukan pembelian retail mbak, karena jika dihitung keuntungannya justru lebih banyak untungnya yang pembelian retail mbak jika dibandingkan dengan pembelian grosir”.*⁶⁰

⁵⁹ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10. 52 WIB

⁶⁰ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul. 10.53 WIB

Sasaran promosi yang dilakukan oleh pihak NUsantara Mart adalah langsung kepada konsumen yang melakukan pembelian secara retail. Namun dalam melakukan promosi tentunya ada kendala. Sehingga menimbulkan pertanyaan: Adakah Kendala yang dialami oleh pihak NUsantara Mart dalam mempromosikan barang yang dijualnya ?. Dijawab oleh bapak Ulwan:

*“Masyarakat itu masih tidak memperhatikan promo yang tercantum padahal untuk promonya Sudah kita pajang namun tetap saja bertanya promonya apa dan harganya berapa serta promo yang ada di NUsantara Mart belum tersampai ke masyarakat secara menyeluruh begitu mbak”.*⁶¹

Kendala yang dialami NUsantara Mart dalam mempromosikan barang yaitu: kurangnya pengetahuan konsumen tentang produk yang sedang dipromokan. Namun disini memunculkan tanggapan mengenai respon konsumen sehingga menimbulkan pertanyaan: Sebagai konsumen apakah anda Sudah mendapatkan kepuasan yang lebih dan percaya terhadap setiap promo yang dilakukan oleh pihak NUsantara Mart ?. Dijawab oleh ibu Minarti :

*“Untuk promo ya sangat puas, karena barang yang dipromokan dipajang didepan jadi memudahkan kita untuk membeli barang tersebut lah mbak”.*⁶²

⁶¹ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.54 WIB

⁶² Wawancara dengan Minarti (Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 16.37 WIB

Pernyataan senada juga disampaikan oleh ibu Anik:

*“Iya sudah, untuk promo saya lebih sering tanya melalui online baru nanti datang ke lokasi misal mau berbelanja gitu mbak.”*⁶³

Konsumen yang ada pada NUsantara Mart sebagian besar sudah puas terhadap promo yang diberikan.

e. *People* (orang-orang)

People adalah sumber daya manusia yang memberikan pelayanan kepada para konsumen. Sehingga memunculkan pertanyaan: Apa saja yang dilakukan oleh pihak NUsantara Mart dalam meningkatkan kompetensi karyawan agar nantinya mampu melayani konsumennya dengan baik dan apakah Sudah diterapkan ?.

Dijawab oleh bapak Ulwan:

*“Sudah tentu mbak, untuk meningkatkan kompetensi kita adakan training terlebih dahulu selama 3 bulan bagi setiap karyawan baru, habis itu kita bimbing agar bekerja sesuai dengan SOP perusahaan”.*⁶⁴

Peningkatan kompetensi yang dilakukan adalah dengan melakukan training awal kerja selama 3 bulan bagi karyawannya, membimbing karyawan agar bekerja sesuai dengan SOP yang ada. Dan hal ini memunculkan pertanyaan: Apakah ada apresiasi tersendiri bagi karyawan yang telah bekerja dengan baik di NUsantara Mart dan bentuk apresiasi tersebut berupa apa ?.

Dijawab oleh bapak Ulwan:

⁶³ Wawancara dengan Anik Faridatus Solikah (Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 13 Maret 2019. Pukul 09.22 WIB

⁶⁴ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.55 WIB

“Ada mbak, tapi diberikannya untuk semua karyawan tidak hanya perorangan bentuknya bukan berupa uang dan diberikan pada akhir bulan seperti jalan-jalan bareng dan makan bareng.”⁶⁵

Pernyataan senada dijawab juga oleh karyawan

*“Ada kok mbak, berupa jalan-jalan bersama, makan bersama namun apresiasinya tidak dalam bentuk uang”.*⁶⁶

Apresiasi lain yang diberikan NUsantara Mart kepada Karyawannya yakni berupa : makan bersama, jalan-jalan bersama dan bentuk apresiasi ini tidak berupa uang. Dalam hubungannya dengan konsumen sudahkan antara pihak karyawan menjalin komunikasi yang baik dengan para konsumen?. Dan pertanyaan ini dijawab oleh konsumen ibu Minarti:

“Sudah, misalnya ada harga yang belum tercantum ketika saya bertanya langsung ditanggapi dengan baik mbak oleh karyawannya.”⁶⁷

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh Rif’atul:

*“Sudah, utamanya saat melakukan pembayaran belanjaan dan saat memberikan uang kembalian belanja mbak”.*⁶⁸

⁶⁵ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan (Supervisor NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.55 WIB

⁶⁶ Wawancara dengan Deni Fatmawati (Karyawati NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 13. 17 WIB

⁶⁷ Wawancara dengan Minarti (Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 16.44 WIB

⁶⁸ Wawancara dengan Rif’atul Arofah (Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 13 Maret 2019 . pukul 10.18 WIB

Komunikasi antara konsumen dan karyawan sudah terjalin dengan baik utamanya ketika konsumen menanyakan suatu produk kepada konsumen.

f. *Physical evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan sarana dan prasarana yang dapat dinikmati oleh pegawai, karyawan maupun konsumen. Sehingga kaitannya dengan NUsantara Mart akan menimbulkan pertanyaan: Apa saja sarana dan prasarana yang ada pada NUsantara Mart ini ?.

Dijawab langsung oleh bapak Ulwan:

*“ Sarana prasarananya meliputi: mushola, tempat parkir, kamar mandi, ruangan ber AC, mesin kasir, timbangan digital dan komputer itu sih mbak ”.*⁶⁹

Sarana prasarana yang ada di NUsantara Mart meliputi: musola, tempat parkir, ruangan ber AC dan banyak yang lainnya. Namun dari adanya sarana prasarana yang ada menimbulkan pertanyaan: Sudahkan sarana prasarana yang ada dapat dinikmati oleh semua pihak mulai dari konsumen, karyawan dan atasan yang ada pada NUsantara Mart ?. Dijawab oleh bapak Ulwan:

*“Sudah dapat dinikmati baik konsumen karyawan dan pegawai kok mbak semuanya”.*⁷⁰

Pernyataan tersebut senada dengan jawaban Rif'atul:

⁶⁹ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan, . . . , Tanggal 12 Maret 2019. Pukul10.55

⁷⁰ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan, . . . , Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.56

“Sudah, dengan adanya kursi tunggu di depan. Misalnya mengajak teman yang tidak ikut berbelanja bisa menunggu didepan mbak jadi enak gitu.”⁷¹

Pernyataan senada pula juga diungkapkan oleh ibu Minarti:

“Sudah kok mbak, terutama tempat parkir yang luas, sehingga kendaraan tidak susah keluar saat kondisi ramai.”⁷²

Sarana prasarana yang ada pada NUsantara Mart dapat dinikmati oleh para konsumen pada umumnya seperti tempat parkir yang luas dan kursi ruang tunggu. Namun dari penyediaan sarana yang ada apakah masih ada keluhan dari konsumen ?. Dijawab oleh bapak Ulwan:

“Ada mbak pastinya, keluhannya ketika AC tidak dingin karena waktunya servis oleh pihak kami belum di servis sehingga menyebabkan ruangan panas. Untuk solusinya ya segera kami benahi”.⁷³

Pernyataan senada juga disampaikan oleh nafida:

“Pastinya selalu ada utamanya kalau ke saya dari segi macam produknya, dan tanggapan dari kita selalu memberikan saran dan memperbaiki apa yang dikatakan oleh pelanggan”.⁷⁴

Pernyataan tentang keluhan senada disampaikan oleh

Rif’atul:

⁷¹ Wawancara dengan Rif’atul Arofah (Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 13 Maret 2019. Pukul 10.27 WIB

⁷² Wawancara dengan Minarti (Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 16. 29 WIB

⁷³ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan, . . . , Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.56 WIB

⁷⁴ Wawancara dengan Rif’atul Arofah (Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 13 Maret 2019. Pukul 10.25 WIB

Ada kok mbak, kadang harga yang tercantum itu tidak sesuai dengan barang yang di atasnya, jadi saya harus tanya ke kasir dan minta dibenahi”⁷⁵.

Keluhan konsumen terkait dengan sarana prasarana meliputi: AC yang kadang tidak dingin, kelengkapan produk dan ada kadang ketidaksesuaian harga yang dipajang dengan produk yang di atasnya.

g. Processes (Proses)

Proses merupakan pelayanan yang diberikan karyawan kepada konsumen agar produk dapat sampai ketangan konsumen.

Adapun pertanyaan yang muncul dari aspek proses yaitu: Standar pelayanan apa saja yang ditetapkan oleh pihak Nusantara Mart ?.

dijawab oleh Nafida:

“Memberikan pelayanan kepada konsumen dengan bersikap ramah dan sopan, saat konsumen menyerahkan barang ke kasir kasir menyapa dengan menanyakan apakah ada kartu mamber dan apakah ada tambahan belanja lagi, menawarkan pembuatan kartu mamber, menawarkan pengisian BPOB, memisahkan barang yang sensitif rasa, menyebutkan total belanjaan dan total kembalian serta mengakiri dengan ucapan terimakasih dan silahkan datang kembali.”⁷⁶.

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh Deni:

“Ada banyak standar pelayanan kok mbak, yang harus diterapkan oleh seorang karyawan diantaranya: mengucapkan salam baik Assalamu’alaikum, selamat pagi dan sebagainya. Kemudian ada penawaran kepada konsumen terkait pembayaran PBOP, menyebutkan total belanjaan dan total kembalian kepada

⁷⁵ Wawancara dengan Rif’atul Arofah , . . . , Tanggal 13 Maret 2019 . Pukul. 10.25 WIB

⁷⁶ Wawancara dengan Nafida Hidayatun Nikmah (Karyawan NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul. 15.29 WIB

konsumen serta mengucapkan terimakasih dan selamat datang kembali.”⁷⁷

Standar pelayanan yang dilakukan oleh karyawan NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung yaitu menyapa konsumen dengan salam, memisahkan barang sensitif rasa dan tidak, menawarkan pembayaran PBOP mengucapkan terimakasih. Selain itu menimbulkan pertanyaan apabila konsumen komplain: Apa yang dilakukan anda sebagai karyawan sekiranya anda mendapat komplain dari konsumen, namun disisi lain anda tetap bisa mempertahankan konsumen agar tetap membeli pada NUsantara Mart ?. Dijawab oleh Nafida:

“Sebelumnya mengucapkan permohonan maaf dengan halus dan sopan serta memberikan solusi atas komplain dari konsumen, misalnya ada perbedaan harga pada harga tercantum di rak dengan dikomputer konsumen berhak mendapatkan harga termurah, jika ada komplain barang kosong kita tanya barang apa yang dicari kemudian kita catat dan segera kita belanjakan”⁷⁸

Pernyataan senada juga diungkapkan Deni:

“Pertama memohon maaf kepada konsumen dan mencatat keluhan konsumen kemudian segera memperbaiki apa yang telah menjadi kesalahan”⁷⁹

Cara yang dilakukan oleh pihak karyawan NUsantara Mart misal terjadi komplain dan tetap mempertahankan konsumen

⁷⁷ Wawancara dengan Deni Fatmawati (Karyawati NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 13.26 WIB

⁷⁸ Wawancara dengan Nafida Hidayatun Nikmah (Karyawan NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 15.30 WIB

⁷⁹ Wawancara dengan Deni Fatmawati (Karyawati NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung), Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 13.29 WIB

adalah dengan mengucapkan permohonan maaf, mencatat keluhan konsumen dan menyampaikan kepada atasan.

3. Perbedaan NUsantara Mart jika dibandingkan Swalayan Lainnya

Pendapat konsumen terkait kepuasan NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung jika dibandingkan dengan swalayan yang lainnya

Setiap swalayan tentunya memiliki ciri khas masing-masing adapun perbedaan NUsantara Mart dengan swalayan lainnya seperti yang dipaparkan oleh bapak Ulwan:

*“Pertama, NUsantara Mart merupakan swalayan milik masyarakat NU. Kedua, NUsantara Mart bukan milik perorangan. Ketiga, jika dibandingkan dengan swalayan lain yang juga modalnya berasal dari anggota juga modal NUsantara Mart murni dari pihak jamiyyah NU dan tidak ada modal dari pemerintah”.*⁸⁰

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh bapak Huda:

*“Perbedaan yang mendasar antara NUsantara Mart dengan Swalayan yang lainnya adalah dari segi manajemennya bahwa NUsantara Mart 50% manajemen profesional dan 50% manajemen iman dan taqwa. NUsantara mart adalah swalayan yang didirikan oleh jama'ah NU yang modalnya berasal dari jama'ah NU dengan berupa saham terbuka. Yang berbeda dengan swalayan yang modalnya sama-sama dari anggota adalah NUsantara Mart modalnya bukan setoran tunai dan modal dari pemerintah melainkan modal murni dari jama'ah NU.”*⁸¹

⁸⁰ Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan, . . . , Tanggal 12 Maret 2019. Pukul. 10.40 WIB

⁸¹ Wawancara dengan Miftachul Huda (Pembimbing NUsantara Mart), Tanggal 13 Maret 2019. Pukul 07.05 WIB

4. Kendala dan Strategi dalam Implementasi Manajemen Operasional dan Manajemen Pemasaran ditinjau dari Ekonomi Islam

Kendala merupakan suatu yang menjadi rintangan dalam mencapai suatu sasaran tujuan yang telah ditetapkan oleh pihak NUsantara Mart dari segi implementasi manajemen operasional dan manajemen pemasaran. Namun disisi ada kendala tentunya juga ada strategi yang digunakan untuk mengatasi kendala tersebut. Adakah kendala yang dialami pihak NUsantara Mart dalam mengimplementasikan manajemen operasional dan manajemen pemasaran dan strategi yang digunakan seperti apa?. Dijawab dan dipaparkan oleh bapak Ulwan:

“Untuk kendalanya saya rasa diawal pendirian NUsantara Mart kami belum mengetahui bagaimana cara memanajemen NUsantara Mart dengan baik sehingga harus mengadopsi manajemen dari Bintang Swalayan. Kalau strateginya dengan selalu mengadakan pertemuan yang nantinya berupa pengajian setiap bulan dimana dalam pengajian tersebut sebagai sarana evaluasi dan pengarahan atas strategi yang kedepannya seperti apa. Pengajian ini dilakukan di NUsantara Mart yang diisi oleh sesepuh NU dari MWC.”⁸²

Pernyataan senada juga diungkapkan bapak Huda:

“Kendala dalam penerapan atau implementasi saya rasa kurangnya pemahaman manajemen baik dari segi operasiobal maupun pemasaran sehingga untuk semula kita harus belajar pada Bintang Swalayan. Untuk strateginya selalu mengadakan pertemuan rutin setiap satu bulan sekali yang mana pada pertemuan itu berisikan evaluasi kinerja dan rencana kedepan kinerja agar dapat berjalan dengan lebih baik pada bulan kedepannya.”

Kendala yang dialami NUsantara Mart dalam implementasi manajemen operasional dan manajemen pemasaran dalam awal pendirian NUsantara Mart kurangnya pengetahuan cara manajemen yang baik pada

⁸² Wawancara dengan Abdulloh Nasih Ulwan, . . . , Tanggal 12 Maret 2019. Pukul 10.40

NUsantara Mart. Untuk Strateginya dengan melakukan evaluasi kinerja secara rutin setiap asatu bulan sekali diiringi dengan rencana kinerja kedepan.

C. Analisis Data

1. Implementasi Strategi Operasional Dilakukan oleh NUsantara Mart

Setelah melakukan pengamatan pada NUsantara Mart mengenai manajemen operasionalnya secara tidak langsung perusahaan tersebut telah menerapkan sebagian dari komponen manajemen operasional yang meliputi: desain produk, kualitas, desain proses dan kapasitas, seleksi lokasi, desain tata letak, desain job atau sumber daya manusia, persediaan dan pemeliharaan.

a. Kualitas

Dari paparan diatas bahwa kualitas yang diterapkan oleh NUsantara Mart dalam menjaga pelayanan dan produk. Dari segi pelayanan dengan mengutamakan senyum, sapa dan salam serta dalam NUsantara Mart terdapat jam Adzan nantinya agar mengingatkan karyawan untuk melakukan ibadah diawal waktu secara bergantian. Sedangkan dari segi produknya untuk menjaga kualitasnya dengan senantiasa memeriksa kemasan produk dan merk khususnya pada produk *home industry*.

b. Desain Proses dan Kapasitas

Dari paparan diatas bahwa desain proses dan kapasitas yang diterapkan oleh pihak NUsantara Mart dengan Bekerja dengan standart operasional yang meliputi standart penampilan personil yang meliputi pemakaian seragam dan ID Card, standart salam dan sapa, standart pelayanan dan standart *handling* komplain serta dengan bersikap sopan dan memberikan keramahan bagi setiap konsumen yang ada.

Penyediaan kapasitas yang ada pada NUsantara Mart dengan melihat dari kebutuhan konsumen dan melihat perjalanan terjualnya produk tersebut.

c. Desain tata letak (*layout*)

Dari paparan diatas bahwa desain tata letak yang diterapkan oleh pihak NUsantara Mart adalah sama dengan desain tata letak yang digunakan oleh para pesaingnya, yakni dengan menaruh produk pada display atau rak sesuai dengan kelompoknya.

d. Desain Job atau Sumber Daya Manusia

Dari paparan diatas bahwa desain job atau sumber daya manusia yang diterapkan oleh pihak NUsantara Mart adalah dengan mengutamakan kompetensi yang dimiliki dari segi keramahan, kecekatan dalam pelayanan serta efisiensi waktu yang dimiliki saat melakukan pelayanan.

e. Persediaan

Dari paparan diatas bahwa persediaan yang diterapkan oleh pihak NUsantara Mart adalah berdasarkan kebutuhan konsumen. Untuk produk yang menjadi kebutuhan konsumen pihak Nusantara Mart akan melakukan persediaan dalam jumlah yang banyak sedangkan untuk produk yang jarang diminati akan dilakukan persediaan yang secukupnya.

f. Pemeliharaan

Dari paparan diatas bahwa kegiatan pemeliharaan yang diterapkan oleh pihak NUsantara Mart adalah dengan melakukan piket bergilir membersihkan ruangan NUsantara Mart, kerja bakti selama 3 bulan sekali dan membersihkan rak atau *display* yang digunakan untuk meletakkan produk.

g. Rantai pasokan produk NUsantara Mart berasal dari suplayer yang ada di Jawa Timur, pertama dari PT, Grosiran, Distributor.

2. Implementasi Strategi Pemasaran Dilakukan oleh NUsantara Mart

Setelah melakukan pengamatan pada NUsantara Mart mengenai pemasaran secara tidak langsung perusahaan tersebut telah menerapkan sebagian dari komponen manajemen pemasaran yang meliputi *product, price, place, promotion, people, physical evidence, procesess* :

a. *Product* (Produk)

Dari paparan diatas bahwa produk yang dijual oleh pihak NUsantara Mart adalah segala jenis produk yang baik, halal, memiliki sertifikat BPOM-MUI terdapat tanggal kadaluarsa produk yang jelas, kemasan produk yang rapi, untuk produk *home industri* memiliki standart tersendiri dan tidak semua produk *home industry* diterima oleh pihak NUsantara Mart.

b. *Price* (harga)

Dari paparan diatas bahwa pertimbangan penentuan harga dari pihak NUsantara Mart adalah berdasarkan harga eceran tertinggi yang ada disekitar serta dengan melihat harga-harga pada pesaing NUsantara Mart sehingga memudahkan NUsantara Mart untuk menentukan berapa keuntungan yang dapat diambil. Ketika NUsantara Mart mendapatkan harga dari suplayer yang mahal dan harga yang ada dipasaran murah, maka produk dari suplayer akan tetap dijual dengan keuntugan seminimal mungkin.

c. *Place* (Tempat)

Dari paparan diatas bahwa pertimbangan penentuan tempat dari pihak NUsantara Mart adalah beroreantasikan kepada konsumen khususnya jama'ah dan jami'iyah NU yang ada di kecamatan Rejotangan. Selain itu konsumen dapat melakukan pembelian dengan datang langsung ke tempat dan dengan melalui *online*.

d. *Promotion* (Promosi)

Dari paparan diatas bahwa bentuk promosi yang dilakukan oleh pihak NUsantara Mart adalah dengan memberikan diskon awal bulan, akhir bulan dan mengadakan diskon pada hari Jumat, Sabtu dan Minggu. Pemberian diskon diberikan oleh semua konsumen NUsantara Mart baik yang memiliki *mamber card* dan yang tidak memiliki *mamber card*.

e. *People* (Orang-orang)

Dari paparan diatas bahwa orang-orang atau karyawan yang ada pada NUsantara Mart sudah dibekali dengan kompetensi sejak awal masuk menjadi karyawan dengan training kerja selama 3 bulan dan ketika sudah dianggap mampu melayani konsumen sesuai dengan SOP maka akan resmi diterima bekerja pada NUsantara Mart.

f. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Dari paparan diatas bahwa bukti fisik atau sarana-prasarana yang dimiliki oleh pihak NUsantara Mart adalah tempat parkir yang luas, adanya ruang tunggu belanja, musola, kamar mandi, gudang dan ruangan ber-AC. Peralatan yang dimiliki antara lain mesin kasir, timbangan digital dan komputer.

g. *Procesess* (Proses)

Dari paparan diatas bahwa standar operasional yang diterapkan oleh pihak NUsantara Mart adalah mengucapkan salam baik Assalamu'alaikum, selamat pagi dan sebagainya. Kemudian ada penawaran kepada konsumen terkait pembayaran PBOP, menyebutkan

total belanjaan dan total kembalian kepada konsumen serta mengucapkan terimakasih dan selamat datang kembali.

3. Pendapat konsumen terkait kepuasan NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung jika dibandingkan dengan swalayan yang lainnya

NUsantara Mart memiliki perbedaan dengan swalayan lainnya jika dibandingkan dengan swalayan umum atau perbedaannya terletak pada manajemennya, karena manajemen pada NUsantara Mart adalah 50% manajnen profesional dan 50% manajemen iman dan taqwa ini sangat membedakan dengan swalayan umum lainnya.

Permodalan NUsantara Mart adalah murni berasal dari jama'ah dan jami'iyah NU yang ada di kecamatan Rejotangan berbeda dengan swalyan lainnya yang permodalannya berasal dari dana pribadi atau dimiliki perorangan. Jika dibandingkan dengan swalayan lain yang sama-sama menarik modal dari para anggotanya namun masih dibiayai oleh pemerintah.

4. Kendala dan Strategi dalam Implementasi Strategi Operasional dan Strategi Pemasaran Ditinjau dari Ekonomi Islam

Kendala yang dialami pihak NUsantara Mart dalam implementasi manajemen operasional dan manajemen pemasaran adalah: awal pendirian NUsantara Mart belum terlalu memahami

bagaimana manajemen operasional dan manajemen pemasaran yang harus dilakukan sehingga dalam awal pendiriannya harus belajar pada Bintang Swalayan. Sehingga akhirnya NUsantara Mart dapat mengelola operasional dan pemasarannya tersendiri.

Strategi yang digunakan oleh pihak NUsantara Mart adalah dengan melakukan Evaluasi kinerja baik karyawan maupun atasan, sehingga nantinya dapat diperbaiki apa yang menjadi kekurangan dalam kinerja sehingga nantinya dalam kedepannya kinerja dari pihak-pihak NUsantara Mart selalu mengalami peningkatan. Evaluasi atas kinerja ini dilakukan di NUsantara Mart setiap akhir bulan oleh para petinggi Nusanara Mart seperti pembimbing dan pengawas.