

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan Tulungagung

a. Sejarah berdirinya

Toko bangunan UD Tiga Roda merupakan sebuah usaha toko bangunan yang didirikan oleh bapak Suryanto pada tahun 2007, sebelum mendirikan usaha bangunan ini bapak Suryanto mencari peluang usaha yang ada di daerahnya yang dirasa bisa menjadi usaha jangka panjang. Berbekal dengan pengalaman yang dimiliki dalam bidang toko bapak Suryanto berkeinginan untuk mendirikan usaha mandiri yang tidak ada keterikatan serta bisa menampung lapangan kerja.

Toko bangunan UD Tiga Roda awalnya hanya berupa toko sederhana dan hanya memiliki 3 karyawan serta produk-produk yang disediakan masih tergolong minim dan sederhana. Seiring berjalannya waktu usaha ini mulai dipercaya oleh beberapa perusahaan bangunan sebagai penyaluran distribusi dari produk-produk yang mereka miliki seperti semen, cat, pipa dan beberapa produk lainnya. Dari kepercayaan tersebut usaha ini semakin berkembang dan positif dikalangan masyarakat sekitar.

Lambat laun dengan pendapatan yang sangat meningkat bapak Suryanto mendirikan langsung 2 cabang toko bangunan yang masih berada di kabupaten Tulungagung yang dikelola oleh saudaranya. Bapak Suryanto memberikan kesempatan untuk saudaranya yang tidak mempunyai pekerjaan untuk mengelola sebuah toko bangunan yang dibangun oleh bapak Suryanto.

Hingga saat ini bapak Suryanto memiliki 10 karyawan di toko bangunan Tiga Roga yang berlokasi di Desa Jajar Kecamatan Rejotangan.

b. Visi dan Misi

Suatu organisasi dalam menjalankan usaha atau kegiatan baik itu organisasi besar maupun kecil pasti sudah memiliki tujuan yang jelas, sehingga segala aktivitas baik didalam maupun diluar organisasi dapat diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Adapun visi dan misi Toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan Tulungagung adalah sebagai berikut:

1) Visi

Toko bangunan UD Tiga Roda mempunyai visi “ manjadi toko bangunan yang mampu memenuhi dan menyediakan bahan-bahan bangunan yang dibutuhkan konsumen secara konsisten”

2) Misi

a) Menyediakan produk-produk berkualitas

- b) Menyeleksi supliyer yang mampu bekerja secara konsisten
- c) Menciptakan karyawan yang mampu bekerja secara baik dan profesioanal
- d) Mengutamakan kepuasan konsumen

c. Letak Geografis

Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan Tulungagung tepatnya di Jalan Biluk Rt.002/Rw.001 Desa Jajar Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung Provinsi Jawa Timur. Pemilihan lokasi berdasarkan pertimbangan sebagai berikut:

- 1) Dekat dengan jalan raya

Lokasi Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan Tulungagung ini dekat dengan jalan raya yaitu jalan antar provinsi, yang menghubungkan antar kecamatan sehingga sasaran atau calon konsumen dapat mudah untuk mengetahuinya.

- 2) Dekat dengan pasar

Lokasi Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan Tulungagung ini bisa dikatan dekat dengan pasar Rejotangan sehingga masyarakat lebih banyak untuk mengenalnya.

- 3) Dekat dengan pemukiman penduduk

Lokasi Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan Tulungagung dengan dengan rumah penduduk, jadi memungkinkan penduduk untuk membeli produk yang disediakan dengan mudah.

4) Mudah dijangkau

Lokasi Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan Tulungagung bisa dilalui oleh transportasi apapun, sehingga memudahkan konsumen untuk menjangkau lokasi.

5) Masyarakat setempat

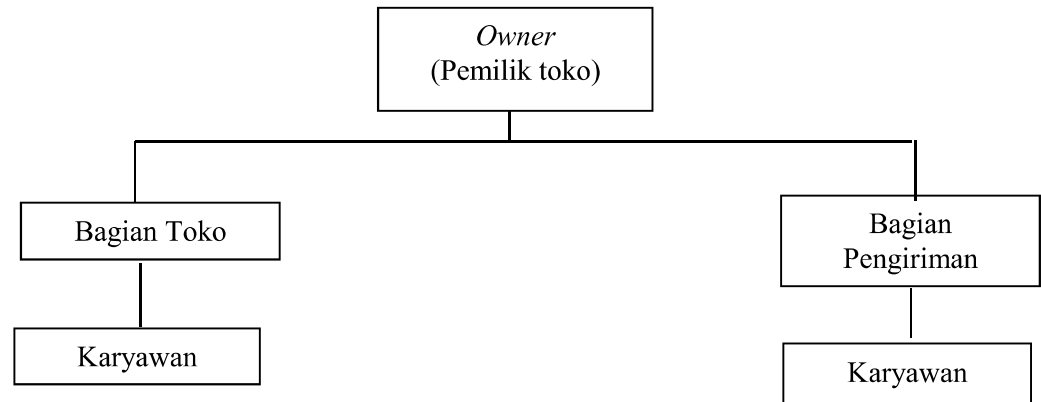
Masyarakat disekitar lokasi Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan Tulungagung banyak yang memberi dukungan berdirinya toko bangunan tersebut.

d. Struktur Organisasi

Secara umum struktur organisasi yang ada di Toko bangunan UD Tiga Roda sama seperti struktur pada umumnya yang terdiri dari pemilik toko dan karyawan, karyawan terbagi menjadi 2 kategori yaitu yang bertugas di toko dan karyawan bagian pengiriman barang. Namun dalam proses kegiatannya usaha ini menerapkan sistem kerja bersama. Struktur organisasi tidak terlalu menjadi permasalahan dalam usaha ini yang terpenting usaha ini bisa berjalan dengan baik dan mampu melayani konsumen dengan baik. Struktur organisasi di Toko bangunan UD Tiga Roda tidak pernah dipaparkan secara tertulis karena pada awal merekrut karyawan langsung di briefing terkait tugas

yang akan dilaksanakan. Berikut susunan struktur organisasi di Toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan Tulungagung:

Tabel 4.1
Struktur Organisasi Toko bangunan UD Tiga Roda



Sumber : Data Toko bangunan UD Tiga Roda

1) *Owner* (Pemilik toko)

Bapak Suryanto yaitu berperan sebagai penanggung jawab atas keseluruhan penyelenggaraan toko dan kinerja seluruh karyawannya.

2) Bagian Toko

Bagian toko terdiri dari 3 orang, yaitu bapak Rudi, bapak Wasis, dan bapak Thariq. Para karyawan tersebut bertugas sebagai wakil bagian toko yang memiliki kewajiban untuk bertanggungjawab kepada pemilik toko atas kelancaran toko, barang-barang ditoko, hasil penjualan, serta melakukan pengawasan terhadap barang yang dijual, karyawan toko, barang-barang inventaris, penerimaan barang dan harga jual barang.

3) Bagian pengiriman

Pada bagian ini para pengirim barang terdiri dari 3 driver dan 7 pengangkut. Dari total seluruh karyawan pengiriman barang tersebut bekerjasama dalam pengangkutan, pengecekan barang yang di angkut, dan sampainya barang ditempat konsumen.

B. Paparan Data

1. Perencanaan Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan Tulungagung

Dalam manajemen strategi sebuah usaha harus menggunakan 3 pokok agar dalam menjalankan pemasarannya berjalan dengan lancar yaitu perencanaan, penerapan, dan pengawasan. Dalam kaitannya dengan persaingan antar toko bangunan, maka Toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan Tulungagung merencanakan sebuah strategi yaitu bauran promosi. Hal tersebut disampaikan dalam wawancara dengan informan, yakni pemilik toko bangunan Tiga Roda. Karyawan. Sebagaimana hasil paparan berikut ini:

Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Suryanto selaku pemilik toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan Tulungagung, sebagai berikut:

“Perencanaan saya sebelum melakukan promosi itu ini ya mbak, saya melakukan survey lapangan, melalui wawancara ke konsumen. Lalu data yang saya dapat itu terkumpul dan saya lakukan analisis. Nah setelah saya melakukan survey, ternyata

*saya menemukan strategi yang cocok dalam toko bangunan saya agar dapat dikenal oleh masyarakat luas dan konsumen itu merasa puas akan adanya toko ini yaitu melakukan strategi bauran promosi yang terdiri dari 5 variabel yaitu periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung”.*⁷⁴

Bapak Thariq juga menambahkan terkait perencanaan promosi yang ada di Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan:

*“saya juga ikut melakukan survey dilapangan, saya tanyakan ke konsumen yang membeli ditoko bagaimana sisi pandang konsumen pelayanan yang ada disini. Nanti kami data dan saya serahkan ke pemiliknya.”*⁷⁵

Tambahan dari karyawan pada toko bangunan UD Tiga Roda di Rejotangan:

*“saya disini bertugas sebagai pengirim barang ke konsumen ya mbak, saya juga melakukan survey dilapangan dulu terkait bagaimana system penjualan/pengiriman dari toko ke konsumen saya catat tanggapan tersebut dan saya kasih ke pemiliknya.”*⁷⁶

Dari penjelasan ketiga narasumber diatas, dapat ditarik kesimpulan untuk perencanaan strategi promosi yang dilakukan Toko

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Suryanto selaku owner di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021..

⁷⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Thariq selaku karyawan di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

⁷⁶ Hasil wawancara bapak Putra di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan ini dengan melakukan survey lapangan dan melakukan wawancara ke konsumen, data yang terkumpul dilakukan analisis. Sehingga Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan menemukan strategi yang cocok untuk lebih mengunggulkan tokonya yaitu periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.

2. Penerapan Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan Tulungagung

Bauran promosi didefinisikan sebagai alat yang digunakan dalam memasarkan suatu produk. Bauran promosi adalah bagian dari bauran pemasaran. Dalam bauran pemasaran dikenal istilah 7-P yang mana merupakan pengembangan dari istilah 4-P. sementara dalam bauran promosi ini terdapat 5 metode yang digunakan dalam memasarkan produk ke konsumen. Diantaranya, Periklanan (*Advertising*), Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat (*Public Relation*), Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*). Dalam kaitannya dengan persaingan antar toko bangunan, maka Toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan Tulungagung menerapkan beberapa elemen dari bauran promosi, diantaranya adalah periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.

Hal tersebut disampaikan dalam wawancara dengan informan, yakni pemilik toko bangunan Tiga Roda, karyawan, dan konsumen. Sebagaimana hasil paparan berikut ini:

a. Periklanan (*Advertising*)

Dalam periklanan tujuannya yaitu meningkatkan permintaan atas produk yang ditawarkan, sehingga bentuk strategi ini dapat diartikan komunikasi non personal, promosi ide-ide dan promosi produk serta jasa. Media yang digunakan dengan berbagai cara seperti media visual atau poster, brosur dll. Usaha bangunan yang menggunakan strategi ini kebanyakan memilih memasang banner besar didepan toko bangunannya. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Suryanto, selaku owner di Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan:

“Untuk penerapan dari periklanan ini kami biasanya memasang banner pada perusahaan atau usaha yang sudah bekerjasama dengan toko kami seperti usaha press batako dll dan juga membuat kaos yang bertuliskan nama toko kami yang dikasihkan terutama orang yang bekerja dijalanan seperti tukang rosok, secara tidak langsung orang yang dilewati orang tersebut membaca tulisan dikaos. Dan memasang banner besar di depan toko agar orang yang lewat bisa mengetahuinya.”⁷⁷

Bapak Thariq juga menambahkan terkait periklanan yang ada di Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan:

“Untuk periklanan ini kami masih menggunakan pemasangan banner pada usaha yang bekerjasama dengan toko kami dan memberikan kaos kepada karyawan usaha tersebut, biasanya

⁷⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Suryanto selaku owner di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

waktu kami mengantar barang kami izin terlebih dahulu kepada pemilik usaha apakah dipersilahkan.”⁷⁸

Hal yang sama juga disampaikan oleh salah satu konsumen di Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan:

“Yang saya tau karyawan toko Tiga Roda ini menawarkan pemasangan banner pada usaha saya yaitu press batako dan biasanya memberikan kaos untuk semua karyawan saya, itupun tidak hanya sekali tetapi sudah dua kali.”⁷⁹

Dari penjelasan ketiga narasumber diatas, dapat ditarik kesimpulan untuk strategi periklanan di Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan ini sudah melakukan periklanan dengan baik. Terbukti dengan melakukan banner yang dipasang pada usaha yang bekerjasama dengan toko atau konsumen tetap dan juga pembagian kaos kepada para karyawan konsumen serta orang yang sering berlalu lalang diberbagai tempat. Untuk tujuan dari strategi ini yaitu agar menarik konsumen sebanyak-banyaknya untuk membeli produk yang disediakan oleh toko.

b. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Thariq selaku karyawan di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

⁷⁹ Hasil wawancara dengan konsumen di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

Interaksi langsung dengan calon konsumen dengan tujuan untuk menawarkan produk tertentu. Seperti halnya yang disampaikan oleh Bapak Suryanto:

“Untuk penjualan perseorangan ini biasanya kalau orang membeli kan langsung datang ke toko dan kami menanyakan barang apa yang dicari, misalnya calon konsumen mencari cat dinding. Nah ditoko kami ada beberapa macam cat dinding, kami menjelaskan dan merekomendasikan cat mana yang cocok untuk calon konsumen. Dan itu juga saya tekankan kepada anak buah saya harus sumeh, maksudnya itu setiap aa pembeli datang seakan-akan itu belum masuk ruangan penjual itu sudah ditanggapi gitu.”⁸⁰

Bapak Thariq juga menambahkan terkait dengan penjualan perseorangan yang ada di Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan:

“Kalau penjualan perseorangan ini untuk para calon konsumen ditanya apa yang diperlukan dan kami memberitahunya dan misalkan produk yang dicari ada beberapa macam kami akan menjelaskan serta merekomendasikan ke mereka calon konsumen.”⁸¹

Sama halnya dengan pemaparan yang disampaikan oleh konsumen Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan:

“Kalau yang ini biasanya pihak toko bagian toko menjelaskan produk yang dicari oleh konsumen serta merekomendasikan, dengan cara itu kalau menurut saya lebih memudahkan konsumen

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Suryanto selaku owner di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

⁸¹ Hasil wawancara dengan Bapak Thariq selaku karyawan di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

untuk menentukan produk yang cocok. Dan untuk karyawan yang ramah dan tamah, sering senyum gitu.”⁸²

Dari penjelasan ketiga narasumber diatas, dapat disimpulkan bahwa untuk penjualan perseorangan pada Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan ini adalah pihak bagian toko menjelaskan dan merekomendasikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga konsumen akan lebih mudah untuk mencari produk serta pembangunan karakter karyawan untuk ramah dan menjalin hubungan baik dengan pembeli yang datang sehingga merasa puas.

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Strategi jangka pendek yang bertujuan untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk. Seperti halnya yang disampaikan Bapak Suryanto:

“Untuk promosi penjualan ini biasanya kadang-kadang konsumen itu membeli suatu barang contohnya seperti beli baut akhirnya dibawa pulang dan ternyata tidak cocok, nah saya pesan kepada konsumen tersebut jika tidak cocok dikembalikan bisa tapi dengan syarat tidak ada kerusakan. Dan untuk pembelian dengan jumlah banyak dan pembelian masa panjang akan kami kasih potongan harga”⁸³

Bapak Thariq juga menambahkan terkait dengan promosi penjualan yang ada di Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan:

⁸² Hasil wawancara dengan konsumen di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

⁸³ Hasil wawancara dengan Bapak Suryanto selaku owner di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

“Untuk promosi penjualan ini pihak toko akan memberikan potongan harga kepada konsumen apabila membeli yang cukup banyak dan juga diantarkan sampai rumah hingga selesai.”⁸⁴

Pendapat tersebut juga didukung oleh salah satu konsumen di Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan:

“Saya dulu pertama ditawari oleh pihak toko jika membeli produk dalam jumlah banyak dan dalam jangka waktu panjang akan dikasih potongan harga, dan juga sistem pembayaran saya ditawarkan misalnya saya kan membeli semen minggu pertama toko ngirim barang, bayarnya waktu pengiriman kedua dan selanjutnya, menurut saya sangat mempermudah saya.”⁸⁵

Dari penjelasan ketiga narasumber diatas, dapat disimpulkan bahwa untuk promosi penjualan pada Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan ini sudah diterapkan, sudah ada beberapa konsumen yang menggunakan strategi ini yaitu terdapat potongan harga kepada konsumen yang membeli dalam jumlah banyak dan dalam jangka panjang.

d. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Hubungan masyarakat merupakan salah satu strategi bauran promosi yang dilakukan untuk memperbaiki, mempertahankan, atau melindungi perusahaan atau citra produk suatu perusahaan dan menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat sehingga nantinya akan berdampak positif. Dalam

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Thariq selaku karyawan di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

⁸⁵ Hasil wawancara dengan konsumen di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

hubungan masyarakat yang dilakukan oleh toko bangunan UD Tiga Roda seperti yang dipaparkan oleh bapak Suryanto:

“ Kalau hubungan masyarakat itu seperti ini mbak, saya sebagai pemilik disini dan semua karyawan saya ajarkan untuk melakukan pelayanan yang baik dan bersikap ramah kepada pelanggan itu tadi mbak, kenapa? Karena ketika konsumen mendapat pelayanan yang baik dari kami otomatis sudah menjalin hubungan kepada konsumen dan Alhamdulillah konsumen percaya kepada toko kami sehingga konsumen itu sudah bolak-balik membeli produk di toko kami dengan orang yang sama.”⁸⁶

Bapak Thariq juga menambahkan terkait pemasaran langsung yang dilakukan oleh toko bangunan Tiga Roda Rejotangan:

“ iya mbak itu tadi ketika kita disini menyambut konsumen dengan ramah dan pelayanan yang baik maka konsumen akan senang membeli disini, biasanya itu saya sampai hafal lo mbak orang-orang yang membeli ditoko karena sudah langganan.”⁸⁷

Tambahan penjelasan dari konsumen toko bangunan Tiga Roda Rejotangan:

“ Kalau hubungan masyarakat dari toko ini saya berkomentar baik mbak, karena ketika karyawan yang mengantar barang kerumah saya itu karyawannya bersikap ramah dan biasanya malah saya buat kopi dulu mbak.”⁸⁸

⁸⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Suryanto selaku owner di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Senin, 01 Juni 2021.

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Thariq selaku karyawan di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 01 Juni 2021.

⁸⁸ Hasil wawancara dengan konsumen di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 01 Juni 2021.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa hubungan masyarakat yang dilakukan oleh toko bangunan Tiga Roda Rejotangan yaitu menjalin pelayanan yang baik dan bersikap ramah kepada para konsumen sehingga menimbulkan hal yang positif bagi toko serta konsumen. Hal seperti itu konsumen akan puas dengan pelayanan di toko dan konsumen akan membeli bahan bangunan di toko yang sama.

e. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung merupakan salah satu strategi promosi yang dilakukan dengan cara komunikasi langsung dengan pihak konsumen bias melauai telepon atau internet email dll. Dan bertujuan untuk menarik respon dari konsumen. Dalam pemasaran langsung yang dilakukan toko bangunan Tiga Roda Rejotangan seperti yang dipaparkan oleh bapak Suryanto:

“Untuk pemasaran langsung kami belum melalui media social mbak seperti email Instagram dll, tetapi kami biasanya masih menggunakan WhatsApp. Pembeli itu biasanya langsung telepon mbak disuruh mengantarkan barang. Dan juga melalui media katalog warna cat.”⁸⁹

Bapak Thariq juga menambahkan terkait pemasaran langsung yang dilakukan oleh toko bangunan Tiga Roda Rejotangan:

⁸⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Suryanto selaku owner di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021

“Untuk pemasaran langsung masih menggunakan media whatsApp dan katalog. Biasanya itu konsumen telfon lalu disuruh ngirim barang apa yang diperlukan dan uangnya dititipkan ke bagian pengiriman mbak. Dan untuk katalognya itu hanya warna cat saja mbak.”⁹⁰

Tambahan penjelasan dari konsumen toko bangunan Tiga Roda Rejotangan:

“Biasanya saya telfon mbak, biasanya semen diusaha saya habis gitu langsung telfon lalu tidak lama sudah diantar.”⁹¹

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran langsung yang dilakukan oleh toko bangunan Tiga Roda Rejotangan yaitu media telepon dan katalog. Dengan melakukan strategi pemasaran langsung tersebut konsumen akan merasa nyaman dan berjalan secara mudah, cepat dan tepat sehingga tidak muncul rasa bosan dari konsumen.

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Thariq selaku karyawan di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

⁹¹ Hasil wawancara dengan konsumen di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

3. Pengawasan Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan Tulungagung

Setelah dilakukan penerapan dalam sebuah strategi bauran promosi. Toko bangunan Tiga Roda Rejotangan Tulungagung melakukan pengawasan dari penerapan yang dilakukan.

Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Suryanto selaku pemilik toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan Tulungagung, sebagai berikut:

“untuk pengawasan saya biasanya melihat cara kerja karyawan saya mbak. Bagaimana cara melayani konsumen dan menanggapi konsumen, setiap satu minggu sekali saya mengadakan evaluasi pada pagi hari sebelum karyawan saya bekerja mbak baik itu yang tugasnya ditoko maupun di lapangan atau pengirim”.⁹²

Sama halnya yang disampaikan oleh karyawan toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan:

*“pengawasan di toko ini ya dengan kumpul satu minggu itu mbak, menyampaikan yang mengganjal dalam strategi promosi yang dilakukan.”*⁹³

Tambahan dari karyawan pada toko bangunan UD Tiga Roda di Rejotangan:

⁹² Hasil wawancara dengan Bapak Suryanto selaku owner di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021

⁹³ Hasil wawancara dengan Bapak Thariq selaku karyawan di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

“iya setiap satu minggu sekali diadakan kumpul bersama evaluasi apa yang harus diperbaiki mbak, dan saya pernah menyampaikan terkait dengan periklanan yang sudah dilakukan, menurut saya system periklanannya kurang tepat karena nanti pihak pengirim akan kesulitan untuk mengirim barang ke ranah yang medannya sulit.”⁹⁴

Dari penjelasan ketiga narasumber diatas, dapat ditarik kesimpulan untuk pengawasan strategi promosi yang dilakukan Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan ini dengan melakukan evaluasi setiap minggu sekali dengan karyawan dari karyawan yang bertugas ditoko maupun bagian pengirim barang. Sehingga nantinya dapat dilakukan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan omzet penjualan dengan cara strategi bauran promosi yang sudah ada.

4. Dampak Penerapan Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan Tulungagung

Dalam menerapkan suatu strategi bauran promosi didalam sebuah organisasi tentunya memiliki dampak yang dihadapi baik bernilai positif maupun negatif. Berikut ini peneliti akan memaparkan dampak positif dan negatif yang dihadapi oleh toko bangunan Tiga Roda Rejotangan dalam menerapkan strategi bauran promosi.

⁹⁴ Hasil wawancara bapak Putra di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

a. Dampak Positif

Dampak positif dari penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan yaitu seperti yang diungkapkan oleh Bapak Suryanto selaku owner toko bangunan Tiga Roda Rejotangan:

“Untuk dampak positifnya ya menurut saya itu ke pendapatan ya, soalnya ketika banyaknya konsumen atau permintaan selalu meningkat pasti pendapatan yang diperoleh toko akan semakin meningkat.”⁹⁵

Pendapat dari Bapak Suryanto diatas ada tambahan dari Bapak Thariq selaku karyawan toko bangunan Tiga Roda Rejotangan:

“Ya dampak positifnya itu banyak ya, dapat meningkatkan laba juga pada toko, dapat menjalin silaturahmi kepada konsumen juga tentunya mbak.”⁹⁶

Pendapat ini juga didukung oleh salah satu konsumen toko bangunan Tiga Roda Rejotangan:

“Tentunya ya malah banyak orang yang mengenal adanya toko bangunan ini, dan strategi promosi yang tertata dengan baik akan

⁹⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Suryanto selaku owner di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021

⁹⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Thariq selaku karyawan di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

lebih memajukan toko juga ya mbak. Banyak orang yang berbelanja disana.”⁹⁷

Dari hasil wawancara diatas dari ketiga narasumber dapat ditarik kesimpulan dampak positif dari penerapan strategi bauran promosi yaitu semakin banyak jumlah konsumen yang membeli ditoko tersebut juga semakin tinggi jumlah pendapatan yang dihasilkan oleh toko bangunan Tiga Roda Rejotangan. Dapat dilihat dari tabel penghasilan berikut ini:

Tabel 4.2
Data Penjualan Toko Bangunan UD Tiga Roda

Tahun	2018	2019	2020
Penjualan	Rp 316.000.000	Rp 319.000.000	Rp 325.000.000

Sumber : UD Tiga Roda 2021

Dari table diatas dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2018 toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan belum melakukan strategi bauran promosi diperoleh penghasilan Rp 316.000.000 pertahun sedangkan pada tahun 2019 toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan sudah mulai melakukan strategi bauran promosi yang diperoleh penghasilan Rp 319.000.000 pertahun. Selanjutnya pada tahun 2020 toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan sudah menetapkan strategi bauran promosi yang diperoleh penghasilan Rp 325.000.000 pertahun. Dapat dilihat pada toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan

⁹⁷ Hasil wawancara dengan konsumen di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

mengalami peningkatan pertahun setelah melakukan strategi bauran promosi.

b. Dampak Negatif

Sedangkan dampak negatif dari penerapan strategi bauran promosi dalam meingkatkan omzet penjualan toko bangunan Tiga Roda Rejotangan, diungkapkan oleh Bapak Suryanto:

“Untuk dampak negatif dari penerapan strategi promosi ini biasanya terlalu banyak pembeli dan minta untuk dikirim kami dari pihak toko pernah kuwalahan untuk mengirim dalam sehari sehingga dikirim besoknya lagi dan juga itu mbak ada satu konsumen saya yang pernah beli disini itu, konsumen saya itu ketika saya kasih hadiah untuk pembelian banyak malah beliau bilang kalau tidak butuh kaosnya dan menolak secara keras, tapi saya memaklumi mbak mungkin karakter pembeli itukan beda-beda ya.”⁹⁸

Pernyataan Bapak Suryanto diatas juga ditambahkan oleh penjelasan dari Bapak Thariq:

“Biasanya mbak banyak kiriman yang harus diantar pada hari ini, pihak pengiriman barang kuwalahan untuk mengirimnya.”⁹⁹

Demikian halnya denga pemaparan salah satu kosumen toko bangunan Tiga Roda Rejotangan:

“Kalau dari saya itu mbak, ya mungkin karena terlalu banyaknya konsumen setiap hari ya mbak biasanya semen di rumah saya yang saya butuhkan untuk usaha saya itu masih, tetapi dari toko sudah dikirim tiba-tiba dan pas waktu itu belum ada uang untuk membayar yang dikirim sebelumnya, nah saya kan tannya ke

⁹⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Suryanto selaku owner di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021

⁹⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Thariq selaku karyawan di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

bosnya kok sudah dikirim belum saya minta? Katanya sekalian jalan pas mau antar searah gitu. Jadi saya malah hutang dulu ke bosnya mbak.”¹⁰⁰

Dari hasil pemaparan narasumber diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa dampak negative dari penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko bangunan UD Tiga Roda di Rejotangan adalah kurangnya pengolahan waktu, kurangnya komunikasi secara online dengan konsumen tetap dan kurangnya kendaraan dalam proses pengiriman barang karena terlalu banyaknya konsumen yang membeli pada toko bangunan Tiga Roda di Rejotangan ini.

5. Kendala dan Solusi dalam Penerapan Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan Tulungagung

a. Internal

Kendala internal dari diadakannya penerapan strategi bauran promosi pada toko bangunan UD Tiga Roda di Rejotangan ini adalah t, seperti yang disampaikan oleh Bapak Suryanto:

“Kendala Internal dari penerapan strategi bauran promosi ini mungkin ini ya mbak, kendala ada pada strategi bauran promosi yang penjualan perseorangan yaitu sistem anak buah saya itu kan tidak kontrak, karyawan disini itu kebanyakan anak-anak muda, kemudian nanti setelah 1 tahun waktunya nikah ya nikah terus keluar, nah itu mbak kendala bagi saya sementara itu karena nanti kalau ada orang baru harus mengajari lagi gitu, itu sering terjadi mbak, dan solusinya itu ya ngajarin lagi tapi kan tidak mengajari

¹⁰⁰ Hasil wawancara dengan konsumen di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

terus menerus, 1-2 bulan kan ikut temannya yang lama kan bisa juga.”¹⁰¹

Tambahan dari karyawan bagian toko pada toko bangunan UD Tiga Roda di Rejotangan:

“Kalau dari karyawan disini itu biasanya gini mbak, contoh saya aja ya, saya disini bagian untuk menjaga toko ketika ada pembeli datang mencari campuran cor itu saya masih belum terlalu paham, kayak gitu tetap saya layani tapi saya tanya dulu ke karyawan yang lebih paham.”¹⁰²

Sama halnya yang disampaikan oleh karyawan lain pada toko bangunan UD Tiga Roda di Rejotangan:

“Iya mbak saya disini cukup begitu lama, yang saya tau kendala dari toko adalah salah satunya kurang profesional dalam menanggapi konsumen.”¹⁰³

Dari hasil pemaparan narasumber diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kendala internal dari penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko bangunan UD Tiga Roda di Rejotangan adalah terkait dengan kurang profesional SDM dalam strategi promosi penjualan, karyawan yang tidak kontrak membuat seketika keluar sepihak dan merekrut karyawan baru sehingga kurang

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan Bapak Suryanto selaku owner di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021

¹⁰² Hasil wawancara dengan Bapak Thariq selaku karyawan di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

¹⁰³ Hasil wawancara bapak Putra di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

memahami tentang spesifikasi produk yang ditawarkan yang dapat mengakibatkan proses pelayanan menjadi terhambat dan solusi yang dilakukan adalah karyawan harus dikontrak dan dengan bertanya kepada karyawan lain kemudian proses pelayanan berjalan kembali atau diberi pengetahuan yang lebih tentang produk bangunan.

b. Eksternal

Kendala eksternal yang dihadapi oleh toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan yaitu berkaitan dengan medan yang akan dicapai seperti halnya yang diungkapkan bapak Suryanto:

*“Kendala eksternal yang kami hadapi itu mbak ketika melakukan promosi semakin luas maka otomatis jaringannya semakin jauh ya mbak. Dan yang kami khawatirkan ketika merambah ke lokasi pegunungan dengan medan yang tidak baik akan menjadi kendala eksternal kami mbak. Pengirim akan kesulitan untuk menuju ke rumah konsumen. Maka untuk solusinya jangan melakukan promosi untuk ranah yang belum atau sulit diatasi semisal seperti ke daerah pegunungan, jadi melakukan promosi ke daerah yang mudah dijangkau terlebih dahulu.”*¹⁰⁴

Sama halnya yang disampaikan oleh karyawan toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan:

*“Kendala eksternalnya sama mbak saya pernah ngantar ke daerah pegunungan 1x habis itu belu pernah, menguji adrenalin mbak. Karena daerah sini ada yang rumahnya plosok jalannya rusak mbak.”*¹⁰⁵

¹⁰⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Suryanto selaku owner di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021

¹⁰⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Thariq selaku karyawan di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

Tambahan dari karyawan pada toko bangunan UD Tiga Roda di Rejotangan:

“iya mbak biasanya orang yang dijalanannya dikasih kaos seperti tukang rosok dll itu kemana-mana biasanya ke pelosok juga, nah itu tadi yang dikawatirkan ketika medan buruk dan kendaraan pengiriman tidak menjangkau kelokasi.”¹⁰⁶

Dari hasil pemaparan narasumber diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kendala eksternal dari penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko bangunan UD Tiga Roda di Rejotangan adalah sulitnya menempuh wilayah yang ranahnya sudah sampai ke medan yang sulit seperti pelosok atau pegunungan. Untuk solusinya melakukan promosi masih ke ranah yang mudah dijangkau oleh kendaraan yang digunakan untuk mengirim terlebih dahulu.

C. Analisis Data

1. Perencanaan Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan Tulungagung

Dari hasil paparan data diatas dapat diketahui dalam upaya meningkatkan omzet penjualan di toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan Tulungagung merencanakan sebuah strategi, strategi yang

¹⁰⁶ Hasil wawancara bapak Putra di Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan pada hari Selasa, 06 April 2021.

digunakan adalah strategi bauran promosi yang terdiri dari 5 langkah, diantaranya Periklanan (*Advertising*), Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), Dan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*).

Dalam perencanaan promosi yang dilakukan oleh toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan Tulungagung dalam meningkatkan omzet penjualan adalah dengan melakukan survey lapangan dan melakukan wawancara ke konsumen, data yang terkumpul dilakukan analisis. Sehingga Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan menemukan strategi yang cocok untuk lebih mengunggulkan tokonya yaitu periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.

2. Penerapan Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan Tulungagung

Dari hasil paparan data diatas dapat diketahui dalam upaya meningkatkan omzet penjualan di toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan Tulungagung menerapkan strategi bauran promosi yang terdiri dari 5 langkah, diantaranya Periklanan (*Advertising*), Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), Dan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*).

a. Periklanan (*Advertising*)

Di dalam Toko bangunan UD Tiga Roda strategi periklanan dilakukan dengan memberikan banner pada usaha perorangan yang bekerjasama dengan toko dan juga memberikan kaos kepada para orang yang sering berlalu lalang di jalanan. Toko bangunan UD Tiga Roda memasang banner dengan tujuan agar usaha-usaha kecil sekeliling bisa bekerjasama juga dengan toko. Pemasangan banner dilakukan oleh karyawan yang bertugas mengirim barang memberikan kaos kepada orang yang sering berlalu lalang di jalanan karena dengan cara periklanan tersebut orang-orang otomatis sudah membaca tulisan.

b. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Strategi yang kedua pada penjualan perseorangan pada Toko Bangunan UD Tiga Roda Rejotangan dilakukan dengan pihak bagian toko menjelaskan dan merekomendasikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga konsumen akan lebih mudah untuk mencari produk serta pembangunan karakter karyawan untuk ramah dan menjalin hubungan baik dengan pembeli yang datang sehingga merasa puas.

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Didalam toko bangunan UD Tiga Roda strategi bauran promosi yang ketiga yaitu promosi penjualan ini sudah diterapkan. Yang dibuktikan dengan dilakukannya potongan harga kepada konsumen yang membeli dalam jumlah banyak dan dalam jangka panjang. Hal

tersebut merupakan strategi bauran promosi yang diterapkan oleh toko bangunan Tiga Roda Rejotangan.

d. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Didalam toko bangunan UD Tiga Roda strategi bauran promosi yang keempat yaitu hubungan masyarakat dilakukannya dengan menjalin pelayanan yang baik dan bersikap ramah kepada para konsumen sehingga menimbulkan hal yang positif bagi toko serta konsumen. Hal seperti itu konsumen akan puas dengan pelayanan di toko dan konsumen akan membeli bahan bangunan di toko yang sama.

e. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Didalam toko bangunan UD Tiga Roda strategi bauran promosi yang kelima yaitu pemasaran langsung dilakukannya dengan media telepon dan katalog. Dengan melakukan strategi pemasaran langsung tersebut konsumen akan merasa nyaman dan berjalan secara mudah, cepat dan tepat sehingga tidak muncul rasa bosan dari konsumen.

3. Pengawasan Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan Tulungagung

Dari hasil paparan data diatas dapat diketahui bahwa setelah melakukan penerapan dalam strategi bauran promosi untuk meningkatkan omzet penjualan di toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan Tulungagung yang meliputi Periklanan (*Advertising*), Penjualan

Perseorangan (*Personal Selling*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), dan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*).

Toko bangunan UD Tiga Roda melakukan sebuah pengawasan terhadap strategi bauran promosi yang sudah dilakukan tersebut dengan melakukan evaluasi setiap minggu sekali dengan karyawan dari karyawan yang bertugas ditoko maupun bagian pengirim barang. Sehingga nantinya dapat dilakukan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan omzet penjualan dengan cara strategi bauran promosi yang sudah ada.

4. Dampak Penerapan Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan Tulungagung

a. Dampak Positif

Dengan adanya strategi bauran promosi, masyarakat jadi banyak yang merespon terkait dengan toko bangunan ini sehingga dapat meningkatkan omzet atau pendapatan bagi toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan sendiri.

b. Dampak Negatif

Dengan adanya strategi promosi ini toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan kurang pengolahan waktu, kurangnya komunikasi secara online dengan konsumen tetap dan kurangnya kendaraan dalam proses

pengiriman barang karena terlalu banyaknya konsumen yang membeli pada toko bangunan Tiga Roda di Rejotangan ini.

5. Kendala dan Solusi dalam Penerapan Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan Tulungagung

a. Internal

Kendala internal dan solusi dari penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan yaitu kurangnya profesional SDM yang berkaitan dengan strategi promosi penjualan misalnya karyawan yang tidak kontrak membuat seketika keluar sepihak dan merekrut karyawan baru sehingga kurang memahami tentang spesifikasi produk yang ditawarkan yang dapat mengakibatkan proses pelayanan menjadi terhambat dan solusi yang dilakukan adalah karyawan harus dikontrak dan dengan bertanya kepada karyawan lain kemudian proses pelayanan berjalan kembali atau diberi pengetahuan yang lebih tentang produk bangunan.

b. Eksternal

Kendala eksternal dan solusi dari penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko bangunan UD Tiga Roda Rejotangan yaitu sulitnya menempuh wilayah yang ranahnya sudah sampai ke medan yang sulit seperti pelosok atau

pegunungan. Untuk solusinya melakukan promosi masih ke ranah yang mudah dijangkau oleh kendaraan yang digunakan untuk mengirim terlebih dahulu.