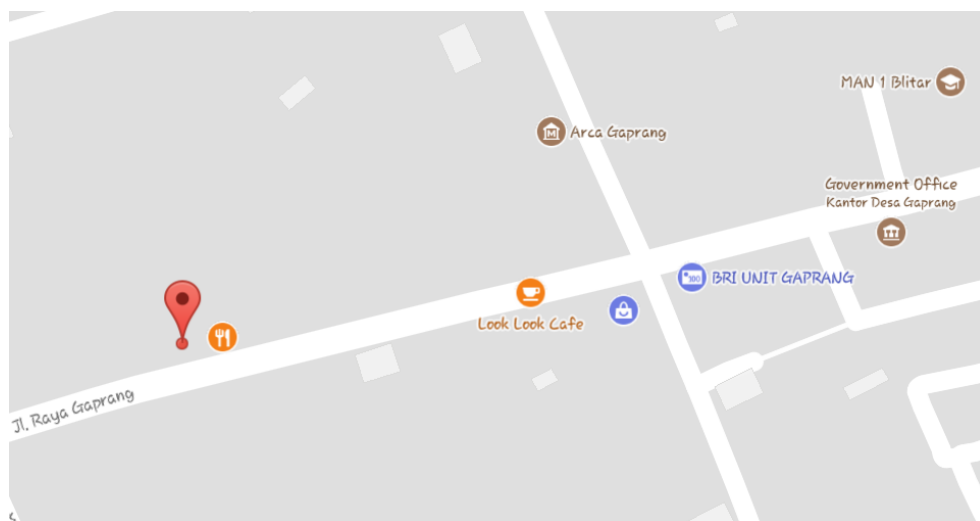


BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Profil Perusahaan



Toko busana muslim Farah Mode terletak di jl. Raya Gaprang Kanigoro Blitar. Lokasinya lumayan strategis karena terletak di tepi jalan raya utama Malang-Blitar-Tulungagung dan posisinya juga mudah untuk dilihat. Toko ini berdekatan dengan area sekolah yakni mulai TK, SD, SMP, SMA hingga perguruan tinggi. Dimana biasanya para murid dan mahasiswa ketika pulang sekolah mampir ke toko baik untuk sekedar melihat atau membeli. Selain itu, toko ini juga sudah terdaftar di google maps sehingga memudahkan pembeli untuk menemukan lokasinya.

Berdiri sejak tahun 2009, toko ini menjual berbagai macam sandang yakni pakaian anak-anak hingga dewasa, laki-laki perempuan dan dari

mulai baju harian hingga baju resepsian. Toko Farah Mode juga menyediakan berbagai macam accessories diantaranya topi, ikat pinggang, sandal, jilbab, hingga *underware*. Toko Farah Mode ini merupakan cabang dari Imam Collection yang berada di Pasar Legi Blitar. Imam Collection berdiri sejak tahun 1999, baru sepuluh tahun kemudian H. Imam Syafi'i dan Hj. Rini Setyowati mendirikan toko di rumahnya sendiri yang terletak di Jl Raya Gampang.

Untuk pengelolaannya yang Imam Collection lebih banyak di kelola H. Imam Syafi'i, begitu pula untuk Farah Mode banyak di kelola oleh Hj. Rini Setyowati namun tetap saling membantu. Barang yang di pasarkan lebih lengkap di toko Farah Mode. Karena yang di Imam Collection hanya menjual kolor/bawahan/celana dan lebih mengutamakan melayani grosir namun juga menjual barannya secara ecer. Begitu pula di toko Farah Mode juga melayani grosir namun lebih banyak menjual secara ecer.

Harga yang ditawarkan toko busana muslim Farah Mode ini beragam, dari mulai puluhan ribu hingga ratusan ribu tergantung model dan kualitas barangnya. Namun untuk sasaran penjualannya adalah ekonomi menengah kebawah. Hal ini tentu disesuaikan dengan ekonomi masyarakat sekitar. Meskipun barang yang ditawarkan harganya murah, tapi bukan murahan karena toko ini mengambil barang langsung dari penjahit/produsennya sehingga berani memberikan harga yang murah.

Toko ini memiliki luas kisaran 315 m² dan terbagi menjadi 3 sekat yakni bagian laki-laki, perempuan dan anak-anak. Dengan kisaran luas

tersebut, maka barang yang dijualpun juga lumayan banyak dan beragam tentunya. Meskipun barang yang dijual banyak dan beragam, namun jarak penataannya tidak terlalu dekat sehingga menyamankan pembeli. Dari penjualan barang-barang tersebut, omset yang dihasilkan perhari sekitar 1-3 juta pada hari biasa, belum termasuk jika ada grosir dan menjelang hari raya.

Seiring dengan berkembangnya zaman dan teknologi, promosi yang dilakukanpun juga semakin beragam yakni diantaranya melalui sosial media facebook dan BBM. Namun hanya promosinya saja yang online sedangkan untuk penjualan langsung di toko. Meskipun tidak menjual online, promosi melalui media sosial ini sudah sangat membantu penjualan.

Jumlah karyawan di toko ini pada hari-hari biasa adalah 6 karyawati. Sedangkan pada bulan puasa biasanya melakukan rekrutmen karyawan hingga menjadi 10 karyawan. Hal ini dilakukan untuk mengimbangi membludaknya pembeli pada hari menjelang hari raya. Ada pembagian kerja dari karyawan-karyawan ini, yakni ada bagian kasir dan bagian pelayanan pembeli. Untuk bagian kasir biasanya diserahkan kepada karyawan yang sudah lama bekerja dan bisa dipercaya. Kasir terdiri dari dua anak yang jadwalnya dibuat bergantian per hari. Namun pada hari-hari biasa yang tidak terlalu ramai, kasirpun juga ikut melayani pembeli.

Toko Farah Mode ini buka mulai pukul 07.30-21.00 pada hari biasa dan ketika bulan puasa pukul 07.00-22.00. Untuk menjaga kebersihan dan

kerapian toko, karyawan melakukan pembersihan toko pada jam buka toko dan yang ke dua adalah pukul 15.00. Ketika tutup toko, tugas kasir adalah melakukan pembukuan/pengecekan hasil penjualan pada hari itu. Sekarang toko Farah Mode sudah menggunakan sistem komputer pada bagian kasir dan pembrandolan sehingga memudahkan untuk menghitungnya. Selain untuk menghitung hasil penjualan juga untuk menghitung jumlah stok barang.

Biasanya pada setiap akhir bulan dilakukan pengecekan barang, yakni dengan mencocokkan jumlah barang yang ada di data komputer dengan jumlah barang yang ada di gudang. Hal ini dilakukan untuk mengecek jika terjadi kehilangan dan untuk mengecek barang apa saja yang paling laku di pasaran serta barang-barang yang perlu di stok ulang. Bukan hanya mengecek, namun sekaligus merapikan gudang yang biasanya sudah tidak rapi karena mencari barang ketika para pembeli ingin melihat warna lain, sedangkan barang tidak di pajang dan masih di gudang.

2. Produk (*Product*)





Adapun produk yang ditawarkan toko busana muslim Farah Mode berdasarkan wawancara pada tanggal 18 Februari 2018 dengan bapak Imam Syafi'i mengatakan:

“Ya sebagian ada busana muslimnya, ada celana *jeans*-nya komplet lah dari anak kecil sampai dewasa.”¹¹⁸

“Kalau jangkauan ekonominya menengah ke bawah bisa beli barang dari sini, insyaallah bisa memuaskan pembelinya.”¹¹⁹

“Walaupun jangkauannya menengah ke bawah tapi kualitas barangnya lumayan bagus karena kita mengambil langsung ke produsennya bukan dari tangan kedua tapi dari penjahitnya. Jadi barang yang bagus itu kita bisa jual murah karena kita ambilnya ke langsung dari produsen yang jualnya dengan harga murah.”¹²⁰

Karyawannya juga menjelaskan mengenai produk yang beragam, yakni mulai dari baju anak-anak hingga dewasa dan terbagi atas pakaian laki-laki dan perempuan. Dari baju untuk harian hingga baju untuk kondangan. Selain pakaian ada juga aksesoris lain yang dijual yakni jilbab, sandal,

¹¹⁸ Wawancara dengan Imam Syafi'i (pemilik toko Farah Mode) pada tanggal 18 Februari 2018 pukul 19:50 WIB

¹¹⁹ Wawancara dengan Imam Syafi'i (pemilik toko Farah Mode) pada tanggal 18 Februari 2018 pukul 19:50 WIB

¹²⁰ Wawancara dengan Imam Syafi'i (pemilik toko Farah Mode) pada tanggal 18 Februari 2018 pukul 19:50 WIB

topi, ikat pinggang hingga *underware*. Produk yang ditawarkanpun mengikuti trend yang ada. Meskipun produk yang di jual bukanlah produk bermerk tetapi untuk kualitas bukanlah produk murahan.

Jika digolongkan menurut jenis kelaminnya, pakaian terbagi atas laki-laki dan perempuan, menurut usianya dari usia anak-anak hingga dewasa, menurut bahannya ada berbagai macam kain, yakni katun, wolvis, balotelli, levis hingga kaos. Sedangkan menurut modelnya ada yang baju model harian ada juga baju untuk bepergian, kondangan hingga resepsian. Di toko Farah Mode ini menyediakan berbagai macam model dan mengikuti trend yang ada.

3. Harga (*Price*)

Harga merupakan faktor yang sangat krusial dalam perdagangan, oleh karena itu penentuan harga dan keuntungan harus sangat diperhatikan. Penentuan harga di toko busana muslim Farah Mode ini menurut bapak Imam Syafi'i adalah

“Kalau untuk harga kita lihat dari harga pasaran/umumnya dengan sasaran menengah kebawah tapi juga mampu bersaing dengan penjual lain yang disekitar”¹²¹

Strategi harga yang ditetapkan toko Farah Mode adalah dengan memberikan harga yang lebih rendah dari pesaing yang ada namun tetap dengan kualitas yang sama. Meskipun selisih harga yang ditetapkan tidak jauh berbeda namun, pembeli terkadang amat jeli dengan harga apalagi ibu-ibu. Olehkarenanya barang diambil dari produsen langsung sehingga

¹²¹ Wawancara dengan Imam Syafi'i (pemilik toko Farah Mode) pada tanggal 18 Februari 2018 pukul 19:50 WIB

harga masih murni dan pengambilan keuntungan bisa maksimal serta tetap bersaing dengan penjual lain.

“Meskipun sasarannya menengah ke bawah tapi barang yang mewah-mewah juga ada”¹²²

Penentuan harga disesuaikan dengan harga beli dan tingkat keuntungan yang diinginkan. Harga yang ditetapkan lebih murah meskipun barang yang di jual bukan murahan. Meskipun sasaran menengah ke bawah tetapi banyak juga masyarakat menengah ke atas yang menjadi pelanggan. Juga ada pula barang-barang yang harganya mahal karena memang di sesuaikan dengan kualitasnya.

Karyawan menambahkan jika harga dan pengambilan keuntungan tergantung dari model, jenis bahan, dan juga trend. Barang diambil dari produsen/penjahit langsung, oleh karenanya toko Farah Mode berani menetapkan harga yang lebih murah dibanding dengan pesaingnya meskipun kualitas sama dengan di pasaran.

Untuk menarik konsumen, barang yang sudah lama dan belum laku terjual, toko ini memberikan harga obral. Hal ini bertujuan menarik konsumen untuk membeli barang tersebut. Obral harga ini diberlakukan jika barang sudah tidak menjadi trend dan tidak laku-laku. Sehingga toko ini memberikan obral dengan memberikan harga yang murah bahkan sesuai harga beli awal di produsen atau dalam istilah perdagangan balik modal.

¹²² Wawancara dengan Imam Syafi'i (pemilik toko Farah Mode) pada tanggal 18 Februari 2018 pukul 19:50 WIB

Karena pengambilan barang jauh yakni di daerah Solo dan Surabaya, maka biaya transportasi juga menjadi penentuan harga dan pengambilan keuntungan. Meskipun demikian pengambilan keuntungan diusahakan tetap maksimal dengan harga di bawah harga yang ditetapkan para pesaingnya.

Tabel 3.1 Daftar Barang dan Harganya

No.	Jenis Barang	Harga Barang
1.	Kaos lengan pendek (P)	Rp. 15.000-Rp.30.000
2.	Kaos Lengan panjang (P)	Rp. 17.000-Rp.60.000
3.	Hem Panjang (P)	Rp. 45.000-Rp.100.000
4.	Batik (P)	Rp. 40.000
5.	Blouse (P)	Rp. 50.000
6.	Baju serba Rp. 35.000	Rp.35.000
7.	Rok (P)	Rp. 65.000-Rp.70.000
8.	Celana Jeans (P)	Rp.80.000
9.	Celana Kulot (P)	Rp.50.000
10.	Legging (P)	Rp. 25.000
11.	Celana serba Rp. 35.000	Rp.35.000
12.	Gamis (P)	Rp. 100.000-Rp.200.000
13.	Jilbab (P)	Rp. 30.000-Rp.50.000
14.	Kaos lengan pendek (L)	Rp. 20.000-Rp.80.000
15.	Kaos lengan panjang (L)	Rp.50.000
16.	Hem panjang (L)	Rp. 40.000-Rp.100.000
17.	Hem pendek (L)	Rp. 35.000-Rp.100.000
18.	Baju koko (L)	Rp.70.000
19.	Jaket parasit (P)	Rp.86.000
20.	Jaket parasit (L)	Rp.96.000
21.	Jaket (L)	Rp.60.000
22.	Celana jeans (L)	Rp. 100.000-Rp.200.000
23.	Celana kain (L)	Rp.120.000
24.	Kaos (an)	Rp. 15.000
25.	Setelan (an)	Rp.30.000
26.	Baju muslim (an)	Rp.80.000
27.	Celana (an)	Rp. 120.000
28.	Mukena	Rp. 77.000-Rp.160.000

Sumber: observasi

Ket. L= Laki-laki, P= Perempuan, an= anak-anak

Penetapan harga jual pada toko Farah Mode menggunakan rumus:

$$\text{Harga jual} = \text{Harga beli} + \text{biaya} + \% \text{ untung}$$

Biaya yang diperhitungkan adalah biaya angkut barang dari tempat pengambilan barang ke toko atau biasanya adalah biaya pemaketan ketika barang dipaketkan. Untung yang diambil dari setiap barang berbeda-beda tergantung model dan jenis bahannya. Untung yang diambil berkisar antara 5-15% dari harga belinya.

Sebagai contoh adalah penetapan harga pada kaos lengan pendek perempuan:

Diket.:

Harga beli: Rp. 12.000

Biaya angkut: Rp. 8.000 @kg (± 1 kodi = 1 kg) jadi, Rp.1.300 @biji

Keuntungan yang diinginkan: 15% @ biji, 15% x Rp. 12.000 = Rp.1800

Jadi, harga jual = Rp.12.000 + Rp. 1.300 + Rp. 1800 = Rp. 15.100

4. Lokasi dan Saluran Distribusi (*Place*)

Pemilihan lokasi yang strategis nyatanya juga mempengaruhi proses penjualan. Kemudahan lokasi untuk dijangkau dan dilihat oleh masyarakat akan mendorong masyarakat untuk mendatangi toko tersebut. Selain itu, tatanan/desain dari toko juga dapat menarik pembeli/konsumen untuk berbelanja di suatu tempat. Strategi pemilihan lokasi dan penataan toko yang dilakukan toko Farah Mode berdasarkan hasil wawancara, menurut bapak Imam Syafi'i adalah

“Sebenarnya lokasi yang paling strategis untuk berjualan adalah di area dekat pasar, namun jika dibilang tidak strategis nyatanya lokasi toko ini juga tergolong strategis karena di pinggir jalan raya.”¹²³

“Hanya saja akhir-akhir ini perekonomian sedang melemah, sehingga pembelian juga berkurang. Sebenarnya jika ekonomi sedang bagus, maka pembelian oleh konsumen juga bagus dan pendapatan kita bisa lumayan.”¹²⁴

Dari jawaban bapak Imam Syafi’i tersebut dapat disimpulkan bahwa pemilihan lokasi yang baik sebenarnya adalah di area sekitar pasar yang notabene adalah pusat dari jual beli. Namun lokasi di tepi jalan juga termasuk strategis apalagi jalan raya utama Malang-Blitar-Tulungagung. Selain itu lokasi juga terletak di tepi jalan sehingga mudah untuk ditemukan. Apalagi sekarang toko Farah Mode sudah terdaftar dan dapat ditemukan dengan mudah di google maps sehingga pembeli dapat dengan mudah menuju lokasi.

Jalan yang dilalui pun sudah aspal bahkan korea karena merupakan jalan utama sehingga mempermudah transportasi calon pembeli yang akan membeli barang di toko. Tidak jarang juga orang yang sedang dalam perjalanan berhenti dan awalnya hanya ingin melihat-lihat saja namun pada akhirnya jadi membeli karena tertarik dengan barangnya.

¹²³ Wawancara dengan Imam Syafi’i (pemilik toko Farah Mode) pada tanggal 18 Februari 2018 pukul 19:50 WIB

¹²⁴ Wawancara dengan Imam Syafi’i (pemilik toko Farah Mode) pada tanggal 18 Februari 2018 pukul 19:50 WIB



Penataan ruang toko sangat diperlukan pula untuk menarik pembeli, yakni penataan yang rapi, nyaman dan menarik. Seperti yang dijelaskan ketika wawancara dengan bapak Imam Syafi'i

“Untuk penataan ruangnya di dekor sebaik mungkin, tokonya di tata rapi digolong-golongkan misalnya celana laki-laki, kaos, anak-anak, hem, jaket, biar orang yang datang itu tau tujuannya, ketika ditanya karyawan mau cari apa langsung diarahkan ke tempat barang yang diinginkan”¹²⁵

Karyawan menunjukkan penataan di toko dan menunjukkan bahwa penataan yang pertama yakni di golongkan berdasarkan usia yakni anak-anak dan dewasa, dimana dewasa terbagi lagi menjadi bagian laki-laki dan perempuan. Pada setiap bagian itu, pakaian-pakaian di tata menurut model dan bahan dan diurutkan berdasarkan ukurannya.

Pada bagian anak-anak, penataan yang paling penting yakni diurutkan berdasarkan ukuran karena usia anak-anak sangat rentan dengan ukuran.

¹²⁵ Wawancara dengan Imam Syafi'i (pemilik toko Farah Mode) pada tanggal 18 Februari 2018 pukul 19:50 WIB

Selain itu pemilihan motif pemajangan juga diperlukan . hal ini untuk menarik anak-anak yang kebanyakan suka dengan gambar-gambar atau motif-motif kartun yang sedang menjadi trend di televisi. Pada bagian dewasa, model-model pakaian yang baru akan di pajang di patung-patung manequin untuk memfokuskan perhatian pembeli.

Hal ini dilakukan untuk mempermudah ketika mengarahkan dimana barang yang dicari oleh pembeli. Namun, ada juga pembeli yang awalnya hanya ingin melihat-lihat saja maka karyawan ketika itu menunjukkan dan mempromosikan barang-barang yang model terbaru.

5. Promosi (Promotion)



Sesuai pernyataan yang diungkapkan oleh bapak Imam syafi'i, promosi yang dilakukan toko busana muslim Farah Mode ini adalah

“Promosi yang dilakukan sebenarnya sudah melalui online hanya saja tidak terlalu aktif, hanya sekedar saja kalau *online*-nya karena sudah repot dengan kegiatan berjualan langsung”¹²⁶

Jadi, toko ini Farah Mode ini sebenarnya sudah melakukan promosi online juga tetapi tidak begitu fokus pada online dan hanya promosi sekedarnya saja, juga tidak melayani penjualan online. Meskipun promosi yang dilakukan secara online tetapi penjualan langsung di toko.

Promosi lebih mengutamakan secara langsung, yakni melalui sikap karyawan kepada konsumen, dimana karyawan selain memberikan pelayanan yang bagus juga mempromosikan barang-barang yang baru dan menjadi unggulan serta trend di masyarakat. Promosi yang paling efektif untuk dilakukan menurut bapak Imam Syafi’i adalah promosi secara langsung ke konsumen.

Pernah juga pada akhir tahun toko ini membagikan kalender kepada pelanggannya dengan mengatasnamakan toko Farah Mode dan desainnya juga mengandung unsur promosi. Hal ini bertujuan untuk menarik pelanggan baru dari pelanggan yang memajang kalendernya di rumah. Selain itu juga berguna untuk mempertahankan pelanggan agar tetap berlangganan karena merasa diberi bonus. Namun pemberian ini kini sudah tidak dilakukan secara rutin.

Salah satu cara untuk mempromosikan toko Farah Mode ini yang hampir mirip dengan brosur adalah melalui tas plastik yang digunakan untuk membungkus barang belian didesain dengan mencantumkan nama

¹²⁶ Wawancara dengan Imam Syafi’i (pemilik toko Farah Mode) pada tanggal 18 Februari 2018 pukul 19:50 WIB

toko dan lengkap dengan alamatnya. Daripada memberikan brosur yang pada akhirnya akan jarang dibaca, toko Farah Mode lebih memilih untuk mendesain tas plastiknya dengan nama toko yang sudah pasti dibaca oleh pembeli.

6. Sistem Penjualan

Sistem penjualan yang dimaksudkan disini adalah tahapan/urutan penjualan dari mulai produsen hingga ke tangan konsumen. Dipaparkan oleh bapak Imam Syafi'i

“Pengambilan langsung ke pabrik/konveksi lalu di bawa ke rumah dan di bandrol harga baru di pajang, di tata yang rapi biar menarik.”¹²⁷

Pengambilan barang dari pabrik/konveksi dengan cara memilih langsung ke lokasi, yakni biasanya di daerah Solo untuk jenis bawahan dan di daerah Surabaya untuk jenis atasan seperti baju, hem, jaket dan kaos. Namun biasanya barang tidak semua langsung dibawa pulang sendiri jika barangnya dalam jumlah banyak. Hanya sebagian saja yang dibawa pulang sendiri dan untuk sebagian pengirimannya dipaketkan.

Jangka waktu untuk *kulak*/mengambil barang dari produsen tidak menentu yakni biasanya tergantung trend dan jumlah stok barang. Pada hari-hari biasa jangka waktunya kira-kira 3 bulan sekali, namun berbeda ketika hari-hari menjelang hari raya, yakni bisa sampai 1 bulan 3 kali tergantung stok barang yang tersedia di toko.

¹²⁷ Wawancara dengan Imam Syafi'i (pemilik toko Farah Mode) pada tanggal 18 Februari 2018 pukul 19:50 WIB

Ketika barang sudah sampai di toko maka akan dilakukan *pemandrolan* pada setiap barang. Penentuan harga dan keuntungan langsung dilakukan oleh pemilik toko. Penentuan ini biasanya tergantung pada model dan jenis kain serta trend-trend yang ada misalnya harga serba Rp. 35.000. Karena tempat pengambilan barang jauh, maka biaya angkut juga turut diperhitungkan dalam mengambil keuntungan.

Usai di bandrol, harga akan dimasukkan ke dalam sistem komputer dengan menggunakan *barcode*. Dalam komputer akan secara sistematis terdaftar harga barang-barang yang baru dan akan ada perbedaan harga barang pada setiap golongan. Golongan disini terbagi atas 3 yakni golongan I, II, dan III, golongan I adalah harga untuk pembeli normal, golongan II untuk harga grosir dan untuk golongan III adalah untuk pelanggan grosir.

Setelah barang dibandrol harga baru kemudian sebagian barang di pajang dan sebagian barang di simpan di gudang. Pemajangan hanya dengan memberikan beberapa sample saja hal ini bertujuan agar tidak semua barang kotor secara bersamaan. Selain itu juga karena model yang lain banyak sehingga yang dipajang hanyalah sample-sampelnya saja. Usai di pajang dan ditata rapi, tugas karyawannya adalah untuk mempromosikan kepada calon pembeli.

B. Temuan Penelitian

1. Strategi Produk

Dari hasil wawancara dan observasi tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi produk yang diterapkan adalah dengan cara menawarkan produk-produk yang beragam, mengikuti zaman dan kualitas yang sedang dengan harga murah namun bukan murahan yakni dengan cara mengambil produk langsung ke produsen/penjajitnya.

Dengan semakin banyaknya pesaing yang ada, bahkan bukan hanya di toko yang real tetapi juga di dunia maya/*online shop* maka perlu adanya produk yang menjadi unggulan sehingga membedakan produk yang dijual dengan produk pesaing. Namun di toko Farah Mode ini, untuk produk rata-rata sama dengan toko-toko yang lain, hanya saja keunggulannya adalah dengan produk yang sama mampu memberikan harga yang lebih murah dari pesaing.

2. Strategi Harga

Strategi penetapan yang diterapkan toko busana muslim Farah Mode adalah dengan membandrolkan harga yang murah pada barang-barangnya. Penentuan harga ini disesuaikan dengan harga pembelian barang dan biaya angkut serta keuntungan yang diinginkan. Dimana harga tersebut kiranya juga sesuai dengan ekonomi masyarakat sekitar yang kebanyakan kelas ekonomi menengah ke bawah.

3. Strategi Tempat dan Saluran Distribusi

Pemilihan tempat yang strategis yakni dengan mengelola dan memanfaatkan lahan yang dimilikinya yang kebetulan juga berada di tepi jalan ray utama Malang-Blitar-Tulungagung. Lokasi yang dipilih mudah untuk di jangkau oleh masyarakat karena jalan yang dilakui sudah aspal. Seain lokasi yang mudah di jangkau, toko busana muslim farah mode enata dan mendesain tokonya seingga menarik dan nyaman bagi konsumen.

4. Strategi Promosi

Strategi promosi yang dilakukan beragam yakni dari mulut ke mulut hingga melalui via online. Promosi yang diutamakan adalah melauai mulut ke mulut dengan cara mempromosikan langsung kepada calon pembeli yang datang ke toko. Untuk mengikuti perkembangan zaman maka Farah Mode juga melakukan promosi melalui sosial media facebook dan BBM, namun hanya promosinya saja sedangkan untuk penjualan tetap langsung di toko.

5. Sistem Penjualan

Tahap pertama yakni pengambilan barang yang dilakukan langsung pada produsen/penjahit di daerah Solo dan Surabaya. Pemilik toko langsung ke lokasi untuk memilih sendiri barang-barang yang akan di stok. Untuk membawa ke toko barang yang sudah dipilih tersebut dipaketkan dan yang sebagian ada yang dibawa pulang sendiri. Setelah sampai di toko, barang tersebut di cek ulang untuk mencocokkan nota

dengan jumlah barang. Setelah itu barang dibandrol dengan harga yang ditentukan langsung oleh pemilik toko. Barang-barang yang sudah dibandrol tersebut baru dipajang dan dijual kembali.