

8Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Toko Yapura 1 Lebaksiu Dalam Mempertahankan Usaha

by Beni Habibi

Submission date: 25-Mar-2024 09:21AM (UTC+0700)

Submission ID: 2330089938

File name: Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Toko Yapura 1 Lebaksiu Dalam Mempertahankan Usaha.pdf (189.85K)

Word count: 2236

Character count: 14644



Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Toko Yapora 1 Lebaksu Dalam Mempertahankan Usaha

¹Dwi Oktaviyana, ²Neni Hendaryati, ³Beni Habibi

¹ Program Studi Pendidikan Ekonomi
FKIP – Universitas Pancasakti Tegal

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mengetahui strategi pemasaran (*marketing mix*) 7P (*Price, Product, Place, Promotion, Process, People, dan Physical Evidence*) yang diterapkan di Toko Yapora 1 Lebaksu dalam mempertahankan usaha, mengetahui kualitas pelayanan Toko Yapora 1 Lebaksu dalam mempertahankan usaha, mengetahui upaya yang dilakukan Toko Yapora 1 Lebaksu dalam mempertahankan usaha. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik, karyawan dan konsumen. Pengambilan sampel berdasarkan sejah mana informasi yang dimiliki oleh narasumber sebanyak 1 pemilik, 2 karyawan dan 10 konsumen. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, angket dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan strategi pemasaran memberikan pengaruh positif untuk mempertahankan usaha.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Strategi pemasaran

Abstract

The purpose of this study was to determine the determine the marketing strategy (marketing mix) 7P (*Price, Product, Place, Promotion, Process, People and Physical Evidence*) is applied in store Yapora 1 Lebaksu in maintaining the business, knowing the quality of service Store Ya 1 Lebaksu in maintaining the business, know the effort Stores do Yapora 1 Lebaksu in keeping the business. The approach used in this study is a qualitative approach. The population in this study are the owners, employees and customers. Sampling is based on the extent of information held by the speaker as much as 1 owner, 2 employees and 10 customers. Methods of data collection using interviews, observations, questionnaires and documentation. Data analysis techniques use the techniques of data collection manifold (triangulation), and carried out continuously until data saturation. The results showed that the quality of service and marketing strategies had a positive influence to sustain the effort.

Keywords: Service quality, Marketing strategy

Copyright © 2019 Universitas Pancasakti Tegal (ISSN 1858-4497)

Alamat korespondensi:
Prodi PE FKIP UPS Tegal Jl Halmahera km 1 Tegal.
Kode Pos 52122.

Email Penulis:
Oktavianadwi121@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian dunia dan pola hubungan antar negara yang secara umum memperlihatkan jarak antar satu negara dengan negara lain yang menurun, membuat semakin terbukanya perdagangan antar negara dan meningkatnya akses pasar produk ke negara lain. Keterbukaan ekonomi dan perdagangan memberikan konsekuensi dua hal secara sekaligus, yaitu tantangan dan peluang. Semakin terbukanya perdagangan antar satu negara dengan negara lainnya dapat memberikan peluang meningkatnya akses pasar produk dalam negeri di pasar internasional sekaligus juga tantangan terhadap daya saing industri dalam negeri terhadap produk luar negeri. Menurut Soemarso (2017:34) Perusahaan dagang (*merchandising firm*) adalah perusahaan yang kegiatannya membeli barang jadi dan menjualnya kembali tanpa melakukan pengolahan lagi.

Pemasaran perlu mendapatkan perhatian serius oleh setiap perusahaan dagang. Mengingat ketatnya persaingan khususnya dari perusahaan yang bergerak dalam usaha yang sama, maka diperlukan kiat tersendiri dimana perlu adanya terobosan baru dalam penetapan strategi pemasaran (*marketing mix*) demi tercapainya target penjualan yang telah ditetapkan. Salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk untuk mempertahankan usaha adalah penggunaan bauran pemasaran (strategi pemasaran/*marketing mix*) yang meliputi "Price, Produk, Promotion, Place/Distribution, People, Process, dan Physical Evidence" (Priansa 2017:38).

Toko Yapora 1 Lebaksiu dalam mempertahankan eksistensinya, perusahaan dituntut untuk dapat memuaskan pelanggannya dengan menyediakan produk atau pelayanan yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen. Pengaruh kualitas pelayanan selain meningkatkan keuntungan dan mempertahankan usaha melalui penciptaan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen adalah meningkatkan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Banyaknya keperluan dan kebutuhan rumah tangga pada masyarakat membuat usaha ini sangat menjanjikan, karena masyarakat selalu butuh sembako dan barang-barang kebutuhan lainnya untuk kesenangan maupun kehidupan mereka. Hal ini tentu saja mendorong banyak minat para pelaku usaha untuk membesarkan usaha mereka masing-masing, kedepannya desa ini akan ramai karena telah menjadi pusat perdagangan.

TINJAUAN TEORITIS

Menurut Wyckof (Algifari : 2016:2) mendefinisikan kualitas layanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Menurut (Priansa, 2017:21) menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan proses *market-driven* dari perkembangan strategi yang mempertimbangkan perubahan lingkungan dan kebutuhan untuk menawarkan *superior customer value*.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar ilmiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah. Jelas definisi ini memberi gambaran bahwa penelitian kualitatif mengutamakan latar ilmiah, metode alamiah, dan dilakukan oleh orang yang mempunyai perhatian alamiah. (Moleong, 2017:5)

Dalam penelitian ini populasinya adalah pemilik toko, karyawan dan konsumen. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil jumlah seluruh populasi yang berjumlah 1 pemilik toko, 2 karyawan dan 10 konsume untuk dijadikan sampel penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, angket dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan mengamati 2 aspek indikator kualitas pelayanan dan strategi pemasaran dalam mempertahankan usaha yaitu kegiatan jual beli yang dilakukan oleh pemilik, karyawan dan konsumen untuk mengetahui proses jual beli di Toko Yapora 1 Lebaksiu dalam mempertahankan usahanya. Selama dilapangan peneliti menganalisis semua indikator observasi dengan hasil pada saat pemilik, karyawan dan konsumen sedang melakukan proses jual beli.

Berdasarkan hasil wawancara dengan subyek, semua subyek mengatakan bahwa perlunya meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi pemasaran yang baik guna mempertahankan di Toko Yapora 1 Lebaksiu. Kualitas pelayanan dan strategi pemasaran yang diterapkan di Toko Yapora 1 Lebaksiu antara lain :

a. Kualitas pelayanan Toko Yapora 1 Lebaksiu dalam mempertahankan usaha

1. Tanggabels berupa :

penampilan pegawai dalam melayani pengguna layanan, Kenyamanan tempat melakukan pelayanan, Kemudahan dalam proses pelayanan, Kedisiplinan pegawai dalam melakukan proses pelayanan, Penggunaan alat bantu dalam pelayanan. Namun pada pelaksanaannya masih terdapat indikator yang belum berjalan sesuai harapan masyarakat seperti kenyamanan tempat dalam melakukan pelayanan contohnya kurang adanya pendingin ruangan atau AC yang ketika sudah 24 jam hari serta ruangan penuh dengan konsumen yang mengantri maka suasana akan menjadi panas. Kenyamanan tempat pelayanan sangat mempengaruhi proses pelayanan.

2. Reliability berupa :

Kecermatan pegawai dalam melayani pengguna layanan, Memiliki Standar Pelayanan yang jelas, Kemampuan Pegawai dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan, Keahlian pegawai dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan. Toko Yapora 1 Lebaksiu memiliki standar yang jelas atau tidak, kemampuan karyawan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan, keahlian karyawan dalam proses pelayanan. Namun pada pelaksanaannya masih terdapat indikator yang belum berjalan sesuai harapan konsumen seperti keahlian karyawan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan karena karyawan yang ada di penataan barang bukan dari seksi pelayanan, namun dari seksi lain yang ada di Toko Yapora 1 Lebaksiu.

3. Responsivines berupa :

Merespon setiap pengguna layanan yang ingin mendapatkan pelayanan, Pegawai melakukan pelayanan dengan cepat, Pegawai melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat, Semua keluhan pelanggan direspon oleh pegawai.

4. Assurance berupa :

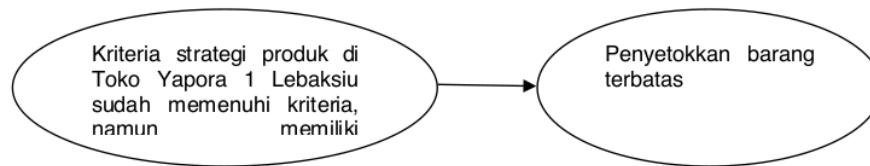
Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan, Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan. Jaminan yang diberikan karyawan berkaitan dengan kemampuan karyawan yang memberikan rasa kepercayaan yang tinggi kepada konsumen, sifat dipercaya yang dimiliki para karyawan

5. Emphaty berupa :

Mendahulukan Kepentingan pengguna layanan, Petugas melayani dengan ramah dan sopan santun, Pegawai melayani dengan tidak diskriminatif, Pegawai melayani dan menghargai setiap pengguna layanan. Pelayanan di Toko Yapora 1 Lebaksiu sudah menerapkan dimensi *Emphaty* beserta indikatornya. Penilaian kualitas yang sudah berjalan sesuai harapan konsumen dalam dimensi ini antara lain mendahulukan kepentingan konsumen, karyawan melayani dengan sopan santun, karyawan melayani dengan tidak diskriminatif, dan karyawan melayani serta menghargai setiap konsumen. Namun pada pelaksanaannya masih terdapat indikator yang belum berjalan sesuai harapan konsumen seperti karyawan pelayanan belum melayani dengan sikap ramah. Masih ada beberapa karyawan yang belum memberikan senyuman dan sapaan kepada konsumen yang akan melakukan proses pelayanan.

- b. Strategi pemasaran Toko Yapora 1 Lebaksiu dalam mempertahankan usaha
1. Price : Penetapan harga di Toko Yapora dilihat dari segi margin antara lain :
 - (1) Kosmetik : Margin 10-25 %
 - (2) Sembako : Margin 1-10 %
 - (3) Susu : Margin 2-5 %
 - (4) Obat-obatan : Margin 2-8 %
 - (5) Peralatan rumah tangga : Margin 2-5 %
 2. **Product** : 2 jenis produk yang ada di dalam Toko Yapora 1 Lebaksiu antara lain:
 - a. Produk yang berupa benda fisik atau benda berwujud di Toko Yapora 1 Lebaksiu bervariasi, berkualitas dan melihat dari desain produk antara lain berupa : sembako, kosmetik, obat-obatan, peralatan rumah tangga dan susu yang dibeli atau pengiriman dari *supplier* masing-masing produk.
 - b. Produk yang tidak berwujud di Toko Yapora 1 Lebaksiu berupa pelayanan yang diberikan karyawan kepada konsumen.

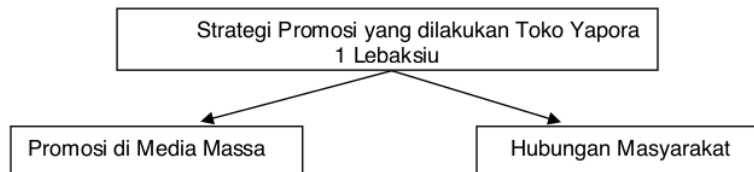
Strategi produk Toko Yapora 1 Lebaksiu



Gambar 1. Strategi Produk Toko Yapora 1 Lebaksiu

3. Promotion : Adapun kegiatan promosi perusahaan Toko Yapora 1 Lebaksiu adalah *face to face*, benner, dan brosur.

Strategi promosi Toko Yapora 1 Lebaksiu



Gambar 2. Strategi Promosi Toko Yapora 1 Lebaksiu

4. Place : Toko Yapora 1 Lebaksiu menggunakan perantara pedagang besar dan pengecer. Berikut ini merupakan fungsi saluran distribusi yang diterapkan Toko Yapora 1 Lebaksiu antara lain :
 - a. Fungsi transaksi
 - b. Fungsi logistic
 - c. Fungsi fasilitas
5. People : Tenaga kerja yang dibutuhkan :Tenaga kerja bagian kasir, Penanggung jawab perusahaan / manager, Tenaga pengecekan barang, Tenaga kerja bagian gudang, Tenaga kerja bagian penataan barang, Tenaga kerja pengontrol karyawan, tukang parkir. Orang dalam hal ini dibagi menjadi 2 yaitu: *service personal* dan *customer*. Strategi *people* yang diterapkan Toko Yapora 1 Lebaksiu berdasarkan teori Menurut Zeithaml yaitu berupa *service personal* dan *customer*

6. Process : Toko Yapora 1 Lebaksiu juga mendapat beberapa komplain yang diberikan konsumen kepada Toko Yapora 1 Lebaksiu, komplain tersebut akan ditangani oleh *supervisor* antara lain : komplain tentang struk yang salah, barang dalam kondisi rusak, input harga yang tidak sesuai, keramahan karyawan, kembalian uang yang lebih atau kurang, salah dalam menginput nama barang. Menurut Nitisusastro (2013:142) Beberapa kegiatan atau langkah-langkah yang perlu diperhatikan dalam strategi proses, ada 4 antara lain meliputi :
 - a. Urutan kegiatan dalam deliveri pelayanan,
 - b. banyaknya langkah yang ditempuh,
 - c. kebijakan proses baku atau fleksibel dan kebijakan dalam pelayanan oleh pegawai atau mesin.
7. Physical evidence : Ada tiga cara dalam mengelola bukti fisik yang strategis (Nugroho dan Japarianto, 2013), yaitu :
 - a. *An attention-creating medium*,
 - b. *As a message-creating medium* dan
 - c. *An effect-creating medium*. Toko Yapora 1 Lebaksiu hanya menerapkan 1 cara dalam mengelola bukti fisik yang strategis yaitu *An effect-creating medium*.

SIMPULAN

Dalam penelitian ini yang telah penulis lakukan mengenai strategi pemasaran dan kualitas pelayanan Toko Yapora 1 Lebaksiu dalam mempertahankan usaha, dan dari keseluruhan uraian bagaimana yang telah penulis paparkan dimuka, maka hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Strategi produk (*product*) yang diterapkan Toko Yapora 1 Lebaksiu dengan menjual produk sembako, peralatan rumah tangga, kosmetik, obat-obatan dan susu. Menentukan suatu produk yang akan dijual dilihat dari segi kualitas, variasi dan brand.
2. Strategi harga (*price*) yang digunakan dengan melihat margin setiap produk, penerapan harga yang sudah mengikuti pasaran dan mengadakan diskon sewaktu-waktu tergantung dari *supplier* masing-masing produk yang dijual Toko Yapora 1 Lebaksiu.
3. Strategi promosi (*promotion*) yang dilakukan Toko Yapora 1 Lebaksiu adalah melalui brosur, benner, *face to face* serta melakukan promosi dengan *display* suatu produk dengan semenarik mungkin dengan alokasi dana untuk promosi sebesar Rp. 600.000- Rp. 2.000.000.-
4. Strategi tempat (*place*) yang digunakan Toko Yapora 1 Lebaksiu adalah dengan distribusi langsung dengan konsumen atau dekat dengan pemukiman warga.
5. Strategi orang (*people*) yang diterapkan Toko Yapora 1 Lebaksiu dengan memilih karyawan dengan seleksi.
6. Strategi buki fisik (*physical evidence*) yang diterapkan Toko Yapora 1 Lebaksiu dengan fasilitas yang memadai dan tanggung jawab dalam setiap tugas masing-masing.
7. Strategi proses (*process*) yang dilakukan Toko Yapora 1 Lebaksiu dengan bertanggung jawab setiap ada komplek atau retur dari konsumen

Kualitas pelayanan yang diterapkan Toko Yapora 1 Lebaksiu mencakup 5 unsur dimensi antara lain :

1. Kualitas pelayanan (*tangibels*) yang diterapkan Toko Yapora 1 Lebaksiu berupa fasilitas yang memadai dan mampu memenuhi kebutuhan dalam melakukan pelayanan.
2. Kualitas pelayanan (*Reliability*) yang diterapkan Toko Yapora 1 Lebaksiu berupa kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan serta mampu menguasai masing-masing fungsi dan tugasnya.
3. Kualitas pelayanan (*Responsives*) dilakukan Toko Yapora 1 Lebaksiu yang tanggap dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

4. Kualitas pelayanan (*Assurance*) yang diterapkan Toko Yapora 1 Lebaksiu dalam memberikan pelayanan dengan selalu ramah, sopan dan tepat waktu dalam menyelesaikan tugas.
5. Kualitas pelayanan (*Emphaty*) yang dilakukan Toko Yapora 1 Lebaksiu berupa perhatian dan ketegasan terhadap konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2016). Mengukur Kualitas Layanan. Yogyakarta: Bpfe.
- Ayyuningtyas, Morena. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Produk Caping Desa Kendalserut Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal. *Skripsi*, tidak dipublikasikan. Universitas Pancasakti Tegal.
- Crystalia, Ones. (2015). Kualitas Pelayanan Publik di Kantor Kecamatan Pengasih Kabupaten Kulon Progo. *Skripsi*, tidak dipublikasikan. Universitas Negeri Yogyakarta
- Kasmir. (2016). Kewirausahaan. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mosya, Ramlan. (2009). Perusahaan dagang. Online. Retrieved from <http://ramlanmosya.blogspot.com/2009/03/bab-iv-perusahaan-agang.html?m=1>. (21 Februari 2019)
- Nitisusastro, H. Mulyadi. (2013). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, Donni Juni. (2017). Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Soemarso. (2017). Akuntansi Suatu Pengantar. Jakarta: Salemba Empat.

8Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Toko Yapora 1 Lebaksiu Dalam Mempertahankan Usaha

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.syekhnurjati.ac.id Internet Source	2%
2	jurnal.spada.ipts.ac.id Internet Source	2%
3	riawindawulandari.blogspot.com Internet Source	1%
4	Abdul Mu'ti, Raden Biroum Bernardianto, Holten Sion. "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PUBLIK PADA KANTOR KELURAHAN KUALA JELAI KECAMATAN JELAI KABUPATEN SUKAMARA", Pencerah Publik, 2022 Publication	1%
5	Mursyidah Dwi Hartati, Ponoharjo Ponoharjo, Mohamad Khamim. "Pengaruh Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian Pancasila dalam Menyikapi Ilmu Pengetahuan dan Teknologi", Cakrawala: Jurnal Pendidikan, 2018 Publication	1%
6	Submitted to National Library of Indonesia Student Paper	1%

7	repository.metrouniv.ac.id Internet Source	1 %
8	ejurnal.universitaskarimun.ac.id Internet Source	1 %
9	Submitted to Universitas Negeri Gorontalo Student Paper	1 %
10	Bagus Yuniarto Wibowo, Mellasanti Ayuwardani, Nanang Adie Setyawan. "Analisa Kepuasan Konsumen Gojek di Kota Semarang Melalui Service Quality, Customer Requirement, dan Technical Response", Jurnal Sains Sosio Humaniora, 2022 Publication	1 %
11	www.e-journal.poltek-kampar.ac.id Internet Source	1 %
12	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	1 %
13	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	1 %
14	online-journal.unja.ac.id Internet Source	1 %
15	semnastera.polteksmi.ac.id Internet Source	1 %
16	Dewi Amaliah Nafiati, Neni Hendaryati. "Expo Kewirausahaan Untuk Membangkitkan Minat	1 %

Berwirausaha dan Pembentukan Karakter
Kemandirian", Cakrawala: Jurnal Pendidikan,
2018

Publication

17 Faridah, Yayat Hidayat Amir, Basukiyatno. 1 %
"Studi Tentang Kualitas Pelayanan Ojek
Online (Ojol) Grabbike dan Pengaruhnya
Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Tegal",
EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan
Pembelajarannya, 2020
Publication

18 Submitted to Udayana University 1 %
Student Paper

19 elib.unikom.ac.id <1 %
Internet Source

20 nasiraanwar.blogspot.com <1 %
Internet Source

21 ojs.unm.ac.id <1 %
Internet Source

22 qldiem.ctu.edu.vn <1 %
Internet Source

23 Opi Teci Darisma Putri, Rini Ulva. <1 %
"Pelaksanaan Apersepsi dalam Meningkatkan
Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Fikih
di Man 3 Bungo Kecamatan Tanah Sepenggal

Kabupaten Bungo", MUTAADDIB : Islamic Education Journal, 2023

Publication

24

Reza Ronaldo, Agus Dedi Subagja, Ade Suparman. "Efektivitas Pelayanan Calon Pekerja Migran Indonesia Pada Layanan Terpadu Satu Atap Dinas Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Kabupaten Subang", The World of Public Administration Journal, 2020

Publication

<1 %

25

alumnismanktsura87.wordpress.com

Internet Source

<1 %

26

repository.uinbanten.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On