

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Toko Grosir Nisa Barito Jaya

Toko Grosir Nisa Barito Jaya adalah toko yang menjual berbagai macam jenis sembako dan berdiri sejak tahun 2010. Alamat toko ini yaitu berada di Jl. Ratu Zaleha, RT/RW. 03/01 Ulubenteng, Marabahan Kabupaten Barito Kuala.

2. Sejarah Toko Grosir Nisa Barito Jaya

Awal mula pembuatan toko ini adalah bukan seperti toko yang bisa kita jumpai seperti sekarang ini, melainkan hanya toko kelontong kecil didepan rumah pemiliknya. Namun lambat laun toko tersebut menjadi besar dan dikenal oleh banyak orang.

Alasan pembuatan Nama Toko Grosir Nisa Barito Jaya adalah diambil dari nama anak bungsu beliau yang bernama Nisa kemudian Barito yang diambil dari tempat toko tersebut dibangun yaitu di Kabupaten Barito Kuala, serta Jaya adalah sebuah doa baik agar toko yang dibangun selalu berjaya dan tidak mengalami kesusahan.

Toko Grosir Nisa Barito Jaya membeli berbagai macam sembako yang mereka beli dari Banjarmasin dan dijual kembali oleh toko mereka secara partai maupun eceran di Marabahan. Untuk sistem pembelian dan penjualan dari toko ini, pembeli bisa langsung datang mengambil barangnya ke toko atau lewat SMS dan barang akan dikirimkan langsung ke rumah pembeli dengan menggunakan mobil *Pick Up*.

3. Visi dan Misi Toko Grosir Nisa Barito Jaya

Visi dan Misi Toko Grosir Nisa Barito Jaya dalam tujuannya memasarkan sembako pada Toko Grosir Nisa Barito Jaya adalah sebagai berikut :

a. Visi

Visi dari Toko Grosir Nisa Barito Jaya adalah memperlakukan pelanggan seperti raja namun tidak berlebihan dan tetap mengutamakan kesopanan dan kejujuran.

b. Misi

a) Misi dari Toko Grosir Nisa Barito Jaya adalah mengutamakan kepuasan dan kebutuhan pembeli.

b) Selalu berusaha menyediakan barang yang dibutuhkan oleh pelanggan.

c. Struktur Organisasi

Pemilik toko grosir Nisa Barito Jaya : H. Asrani

Karyawan : 5 orang

d. Macam-macam sembako yang dijual di toko grosir Nisa Barito Jaya

Banyak sekali sembako yang di jual di toko Grosir Nisa Barito Jaya misalnya seperti bahan pokok yang utama yaitu beras, gula, tepung, minyak goreng, macam-macam bumbu dapur, susu, telur, mie, garam, teh, kopi, kerupuk kiloan dan non kiloan, dan masih banyak lagi

4. Informasi Penelitian

Pada penelitian ini, informan penelitian adalah orang yang sangat penting dan memiliki informasi yang sangat dibutuhkan agar hasil penelitian valid dan relevan.

Nama : H. Asrani

Umur : 73 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Islam

Jabatan : Pemilik Toko

Alamat : Jalan Ratu Zaleha, Ulu Benteng RT/RW. 03/01, No.

: 58, Marabahan Kab. Barito Kuala.

Bapak H. Asrani adalah pemilik dari toko Grosir Nisa Barito Jaya. Beliau berbaur padausaha ini sejak awal beliau mendirikan toko tersebut pada tahun 2010 hingga sekarang. Target pasar yang ditetapkan oleh Toko Grosir Nisa Barito Jaya adalah semua kalangan masyarakat yang ingin membeli sembako secara partai maupun eceran. Selain owner, peneliti juga melakukan observasi partisipan kepada karyawan dan beberapa pelanggan yang berbelanja di Toko Grosir Nisa Barito Jaya.

Tabel 4. 1Jumlah dan Identitas Informan

No.	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Keterangan
1.	H. Asrani	73	Laki-laki	Owner
2.	Acung	35	Laki-laki	Pegawai
3.	Syahrani	52	Laki-laki	Konsumen
4.	Sariah	45	Perempuan	Konsumen

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa sumber data atau informan terdiri dari 4 orang laki-laki dan 1 orang perempuan. Dilihat dari segi umur, para infoman berumur mulai dari

35 sampai dengan 73 tahun, dengan keterangan semua informan terdiri dari 1 orang *owner* 1 orang pegawai dan 2 orang konsumen.

Di Marabahan, bukan hanya toko grosir Nisa Barito Jaya yang menjual macam-macam sembako, namun banyak toko-toko lain yang menjual produk yang sama. Sehingga Toko Grosir Nisa Barito Jaya sangat memerlukan strategi yang tepat agar penjualan sembako di toko mereka semakin meningkat dan tetap memiliki banyak pelanggan.

B. Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Sembako Pada Toko Grosir Nisa Barito Jaya

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan serta dengan memperhatikan hasil wawancara dengan Informan yang telah dideskripsikan mengenai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Sembako Pada Toko Grosir Nisa Barito Jaya di Marabahan Kab. Batola, maka penulis memperoleh gambaran tentang Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Sembako Pada Toko Grosir Nisa Barito Jaya.

a. Strategi Produk (*Product*)

Strategi pemasaran toko ini yang paling utama adalah tidak membanding-bandingkan pelanggan yang datang, entah itu orang biasa ataupun orang dengan jabatan yang tinggi tetap akan Segera mereka layani dengan perlakuan yang sama, dengan hormat dan ramah serta selalu tersenyum dan tidak merengut.

Produk yang dijual di Toko Grosir Nisa Barito Jaya setiap harinya selalu mengutamakan kualitas dan kuantitas, yaitu produk yang mereka jual adalah barang-barang yang sudah memiliki BPOM dan terjamin keamanannya.

Pada toko ini, barang akan masuk dan keluar setiap harinya karena setiap hari akan ada barang yang habis terjual maka toko ini akan terus memasok barang baru agar toko selalu lengkap setiap hari. Menurut bapak H. Asrani, toko yang lengkap bersih dan banyak akan menarik pelanggan agar berbelanja di tokonya

Toko Grosir Nisa Barito Jaya akan selalu menjelaskan tentang kualitas produk yang dijual, serta menjelaskan juga alasan sembako yang harganya tidak menentu agar para pelanggan paham dan mengerti. Barang yang cacat atau rusak dan tidak sengaja diambil oleh pelanggan pun dapat ditukar dan diganti dengan yang bagus asal memiliki bukti agar tidak ada kecurigaan, bukti tersebut bisa

berupa nota dari hasil pembelian pelanggan pada Toko Grosir Nisa Barito Jaya sebelumnya.

Produk atau barang yang dijual di Toko Grosir Nisa Barito Jaya setiap harinya selalu mengutamakan kualitas dan kuantitasnya. Setiap barang yang masuk kedalam Toko Grosir Nisa Barito Jaya selalu di beli dan di cek langsung oleh pemilik toko sehingga beliau tahu betul yang mana yang pantas untuk diperdagangkan agar pelanggan puas berbelanja di Toko Grosir Nisa Barito Jaya dan setiap harinya akan selalu ada barang yang masuk dan keluar dan hal ini dapat menghindari penjualan terhadap barang atau stok yang lama.

1) Merk Dagang (*Brand*)

Pada pembentukan merk (*Brand*) nya, toko ini membentuk merk tersendiri yaitu "Toko Grosir Nisa Barito Jaya", Toko Grosir Nisa Barito Jaya selalu berusaha menjual sembako dengan kualitas dan kuantitas yang bagus dan Toko Grosir Nisa Barito Jaya juga mempunyai strateginya sendiri dan barang yang dijual di toko ini memiliki mutu yang bagus sehingga tidak mengecewakan pelanggan yang datang.

Alasan mengapa Toko Grosir Nisa Barito Jaya membentuk *brand* atau merek mereka sendiri adalah agar tokonya bisa lebih dikenal banyak orang dan mempunyai ciri khasnya tersendiri sehingga dapat menarik pelanggan datang untuk berbelanja di toko mereka.

Usaha Toko Grosir Nisa Barito Jaya ini selalu memilih produk berkualitas dan barang-barang yang akan dijual di toko tersebut langsung dipilih oleh pemilik toko tersebut yaitu bapak H. Asrani, sehingga beliau bisa memantau sendiri kualitas barang-barang yang akan beliau jual.

Toko Grosir Nisa Barito Jaya juga menyediakan sembako dengan berbagai macam merk sehingga pelanggan bisa memilih sendiri kualitas dan harga mana yang cocok dengan kebutuhan mereka. Selain itu, mereka juga selalu menjelaskan kekurangan dan kelebihan masing-masing produknya sehingga pelanggan puas dan selalu datang kembali tanpa disuruh ke Toko Grosir Nisa Barito Jaya.

Produk adalah unsur yang penting karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Tujuan utama strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan. (Assauri S. , 2007, p. 200)

Bagi pengusaha dan pedagang grosir seperti Toko Grosir Nisa Barito Jaya strategi produk sangatlah penting, yang mana dengan adanya strategi tersebut dapat meningkatkan kemampuan bersaing dan mengatasi persaingan. Oleh karena itu, pedagang harus selalu memiliki ide atau gagasan agar dapat mengatasi kendala tersebut.

1) Kualitas Produk

Untuk kualitas atau mutu produk, Toko Grosir Nisa Barito Jaya selalu berusaha untuk menjelaskan kepada pelanggan karena biasanya kualitas sebanding dengan harga, maka dari itu Toko Grosir Nisa Barito Jaya tidak ingin pelanggan kecewa karena tidak mendapatkan penjelasan sebelumnya, karena kualitas produk sangat penting dan perlu mendapat perhatian paling lebih dan harus diutamakan oleh perusahaan ataupun produsen.

Untuk hal yang berkaitan dengan mutu, mereka selalu berusaha melakukan yang terbaik dan menjelaskannya terlebih dahulu kepada pelanggan agar tidak ada kesalahpahaman.

2) Pelayanan (*Service*)

Pada pelayanan (*Service*) ini, Toko Grosir Nisa Barito Jaya sangat mengutamakan kesopansantunan dan keramahmatan kepada para pelanggan atau pembeli. Jika ada pelanggan yang mencoba menawar maka Toko Grosir Nisa Barito Jaya akan tetap melayani hingga mereka sama-sama menemukan harga *Deal*. mereka juga tidak pandang bulu terhadap jabatan atau seberapa banyak barang yang dibeli oleh pelanggan, mereka akan memperlakukan pelanggan dengan sama.

Begitu pula jika ada pelanggan yang komplain tentang produk yang tidak memuaskan bagi mereka, Toko Grosir Nisa Barito Jaya akan langsung menyelidikinya dengan cara melihat nota pelanggan. Hal demikian dilakukan agar pelanggan tetap merasa aman dan percaya kepada Toko Grosir Nisa Barito Jaya.

Untuk strategi pelayanan, toko ini bukan hanya melayani saat pelanggan berada di toko saja, melainkan mereka juga akan mengantarkan barang yang dibeli pelanggan sampai ketempat tujuan dengan selamat dan pengantaran tersebut tidak dipungut biaya, pengantaran dari toko ini menggunakan *mobil pick up* pribadi dari toko.

Pelayanan Toko Grosir Nisa Barito Jaya yang paling utama adalah yaitu mengantarkan barang yang dibeli oleh pelanggan langsung ketempat tujuan

dengan menggunakan mobil *Pick Up* milik Toko Grosir Nisa Barito Jaya tanpa dikenakan biaya berlebih, hal ini dilakukan agar dapat memanjakan pelanggan dan agar tidak menyusahkan mereka jika barang yang mereka beli berjumlah banyak, namun jika barang yang dibeli sedikit dan pelanggan tetap ingin diantarkan ke tempat mereka, pegawai Toko Grosir Nisa Barito Jaya juga bisa mengantarkan dengan menggunakan sepeda motor. Pelayanan selanjutnya adalah dengan sistem memberikan pinjaman barang kepada pelanggan, kemudian jika barang tersebut telah laku dijual oleh pelanggan barulah sang pelanggan membayar tagihannya kepada Toko Grosir Nisa Barito Jaya, dan sistem ini tidak menggunakan bunga.

Pelayanan lain yang digunakan Toko Grosir Nisa Barito Jaya adalah pelanggan cukup mengirimkan SMS kepada nomor telepon Toko Grosir Nisa Barito Jaya dan tanpa perlu datang kesana, maka pegawai Toko Grosir Nisa Barito Jaya bisa dengan sigap memilihkan sembako yang dipesan oleh pelanggan dan langsung diantarkan ke tempat tujuan.

Untuk meyakinkan bahwa hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori, maka penulis akan mencantumkan hasil wawancara dari *owner* Toko Grosir Nisa Barito Jaya, beliau menyatakan :

“untuk produk saya selalu mencoba menjual barang-barang yang berkualitas dan sudah terjamin mutunya, saya akan selalu menjelaskan kelebihan dan kekurangan barang sesuai dengan harga barang itu masing-masing agar tidak ada kesalah pahaman. Dalam hal pelayanan kami juga tidak membedakan konsumen dengan tingkat kedudukan mereka. Kami juga akan mengantarkan barang yang telah dibeli oleh konsumen sampai ketempat mereka dengan gratis” (wawancara kepada Bapak H. Asrani selaku *owner* Toko Grosir Nisa Barito Jaya pada tanggal 24 juni 2021)

Penulis juga melakukan wawancara terhadap salah satu konsumen di Toko Grosir Nisa Barito Jaya yang menyatakan :

”Saya suka berbelanja disini karena pelayanannya sangat ramah, produk disini juga adalah produk yang terjamin kualitasnya dan produk yang mereka jual sangat rapi dan lengkap sehingga membuat saya bergairah untuk berbelanja disini” (wawancara dengan Bapak Syahrani selaku konsumen Toko Grosir Nisa Barito Jaya pada tanggal 30 juni 2021)

b. Strategi Harga (*Price*)

Pada strategi harga ini, semua barang yang dijual di Toko Grosir Nisa Barito Jaya memiliki harga yang relatif sama dibandingkan dengan toko-toko grosir lainnya, karena Toko Grosir Nisa Barito Jaya juga tidak banyak mengambil untung. Tetapi jika pelanggan tetap mencoba untuk menawar maka akan disesuaikan dengan totalan berapa banyak barang yang dibeli oleh pelanggan. Namun potongan harga atau diskon ini tidak banyak dan tidak jauh dari harga yang ditetapkan di awal.

Toko Grosir Nisa Barito Jaya memutuskan dalam penetapan harga pada produk yang dijual bergantung kepada naik turunnya harga sembako dipasaran, karena sembako bukanlah bahan-bahan yang dapat dijual dengan harga tetap dan produk yang dijual tidak jauh berbeda dengan toko lainnya.

Pada strategi tingkat harga jenis sembako ini, banyak sembako yang memiliki jenis dan kualitas yang berbeda, sehingga harganya pun berbeda seperti gula KTM (Kebun Tebu Mas) harga satu karung dengan berat 50kg di jual dengan harga Rp. 580.000 dan gula dengan merk lain seperti merk KPR dengan berat yang sama dijual seharga Rp. 590.000. Contoh lain adalah harga tepung dengan merk Lencana Merah dijual per karungnya dengan berat 25 kg seharga Rp. 157.000 dan Segitiga Biru per karung dengan 25kg dijual dengan harga Rp. 170.000.

Pada strategi potongan harga atau (*Discount*) pada Toko Grosir Nisa Barito Jaya tidak ada diterapkan penetapan *Discount* karena untuk menghindari kecurigaan pelanggan pada besarnya keuntungan yang didapat, tetapi untuk potongan harga sedikit-sedikit seperti ditawar kadang tetap ada karena orang tersebut adalah langganan di toko tersebut.

1) Tujuan Penetapan Harga

Toko Grosir Nisa Barito Jaya memutuskan penetapan harga mereka tergantung pada kondisi naik turunnya harga barang sehingga harga tidak bisa tetap sama pada setiap waktu. Seperti halnya harga bawang ketika sedang masa banjir maka kisaran harganya adalah Rp.13.000 per kilo namun ketika bawang sedang dalam keadaan langka maka harganya naik menjadi Rp.30.000 perkilonya. Harga barang yang naik seperti ini biasanya sering juga ditemui pada hari-hari besar seperti Hari Raya Idul Fitri dan Hari Raya Idul Adha.

2) Strategi Tingkat Harga

Pada strategi tingkat harga ini, dapat dilihat dari kualitas sembako yang dijual. Seperti misalnya minyak goreng literan dijual dengan harga Rp.180.000 1 teng atau sebanyak 18 liter. Sedangkan minyak Bimoli 1 Bal dijual dengan harga Rp. 180.000 juga namun dengan isi sebanyak 12 liter saja.

3) Strategi Keseragaman Harga

Pada strategi keseragaman harga ini, Untuk harga sembako yang dijual di Toko Grosir Nisa Barito Jaya, sama dengan harga yang ada di toko-toko lainnya dengan alasan pemilik tidak ingin mematikan usaha orang lain jika harga sembako yang beliau miliki lebih rendah dari toko orang lain..Toko Grosir Nisa Barito Jaya memiliki harga produk yang tidak jauh berbeda dengan toko grosir yang lain. Namun terkadang ada beberapa sembako yang memiliki harga sedikit lebih murah karena pemilik toko langsung membelinya dari agen sembako tersebut.

4) Strategi Potongan Harga (*Discount*)

Untuk strategi potongan harga (*Discount*) ini, Toko Grosir Nisa Barito Jaya tidak ada penetapan *Discount* karena untuk menghindari iri hati dari toko grosir yang lainnya. Namun, ada kalanya mereka memberikan diskon kepada pembeli yang sudah lama sekali berlangganan atau kepada pembeli yang membeli sembako dengan jumlah banyak. Namun potongan harga atau diskon yang diberikan juga dalam batas wajar dan tidak terlalu banyak.

Harga adalah satu-satunya unsur utama dari *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan. (Assauri S. , 2017, p. 223)

Untuk meyakinkan bahwa hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori, maka penulis akan mencantumkan hasil wawancara dari *owner* Toko Grosir Nisa Barito Jaya, beliau menyatakan :

“Untuk masalah harga, saya mematok harga yang relatif sama dengan toko-toko lainnya. Saya sendiri juga tidak mau mengambil keuntungan yang berlipat ganda terhadap produk yang kami jual, karna saya tidak ingin mengecewakan pelanggan saya. Sebab itulah saya tidak mengambil keuntungan secara berlebihan”. (wawancara kepada Bapak H. Asrani selaku *owner* Toko Grosir Nisa Barito Jaya pada tanggal 24 juni 2021)

c. Tempat (*Place*)

Tempat/saluran distribusi adalah salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha dan dalam pemasarannya. Semakin baik tempat/penyaluran distribusi yang dipilih, maka semakin tinggi pula tingkat

penentuan lokasi yang akan dipilih, hal ini berguna agar konsumen/pembeli mudah untuk menjangkau lokasi yang ada serta mendistribusikan barang dan jasa. Tempat/Penyaluran distribusi pada Toko Grosir Nisa Barito Jaya yaitu rata-rata pembeli atau pelanggan itu datang sendiri ke toko Toko Grosir Nisa Barito Jaya karena memang toko ini sudah dikenal banyak orang dari mulut ke mulut, serta waktu berdirinya Toko Grosir Nisa Barito Jaya juga sudah lama, selain itu Toko Grosir Nisa Barito Jaya juga dikenal dengan pelayanannya yang ramah dan memuaskan serta selalu ramai didatangi pelanggan sehingga banyak orang-orang juga tertarik untuk berbelanja dan bahkan berlangganan disana.

Toko Grosir Nisa Barito Jaya juga tidak mempunyai keinginan untuk membuka cabang toko dimanapun karena menurut mereka membuka cabang akan mengakibatkan perpecahan pelanggan dan mereka akan bingung serta mereka juga kekurangan karyawan untuk membuka cabang yang baru, selain itu alasan lainnya adalah pemilik Toko Grosir Nisa Barito Jaya belum bisa mempercayakan orang lain yang bukan keluarganya untuk mengurus cabang baru yang seandainya mereka bangun. Maka dari itu, untuk saat ini Toko Grosir Nisa Barito Jaya hanya memfokuskan pada satu tempat saja agar pembeli juga tetap fokus ke Toko Grosir Nisa Barito Jaya yang berada di Marabahan saat ini.

Pada pendistribusiannya, Toko Grosir Nisa Barito Jaya biasanya didatangi oleh sales-sales sembako langsung dengan membawa ratusan bal barang dan dengan menggunakan mobil angkut besar. Selain itu, beliau juga membeli sembako lain di Banjarmasin dengan mobil *Pick up* dan membeli macam-macam sembako dalam jumlah besar.

Toko Grosir Nisa Barito Jaya juga merupakan toko sembako terlengkap dan juga merupakan salah satu toko grosir sembako paling besar di Marabahan.

Selain itu juga dari strategi mulut ke mulut dan rajin mengirimkan SMS kepada para pelanggan sehingga mereka merasa di istimewa dan tidak jera untuk selalu berbelanja di Toko Grosir Nisa Barito Jaya.

Untuk meyakinkan bahwa hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori, maka penulis akan mencantumkan hasil wawancara yang menyatakan :

“walaupun toko ini berada didalam gang tapi tetap mudah untuk dicari karena tempat ini sudah lama dibangun dan orang pun pasti sudah familiar oleh toko ini. Karena mereka juga suka datang ke warung-warung kami untuk mempromosikan produk dan toko mereka” (wawancara dengan Ibu Sariah selaku konsumen Toko Grosir Nisa Barito Jaya pada tanggal 30 juni 2021)

Suatu perusahaan dapat menentukan penyaluran produknya melalui pedagang besar atau distributor, yang kemudian menyalurkannya ke pedagang menengah atau sub distributor dan meneruskannya ke pengecer yang akan menjual produk tersebut kepada konsumen. (Assauri S. , 2007, p. 234)

Dalam hal distribusinya, Rasulullah SAW menekankan agar menjaga janji dan memberikan serta menyerahkan barang yang dipesan oleh pembeli dengan tepat waktu. Dalam hal inilah amanah berlanjut sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Q.S An-Nisaa (4/58)

إِنَّ اللَّهَ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَهْلِهَا أَنْ تُؤَدُّوا الْآمَانَ اللَّهُ يَأْمُرُكُمْ
إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya : "Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum diantara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat." (QS. An-Nisa' 4: Ayat 58) (Al-Qur'an Indonesia <http://quran-id.com>)

d. Strategi Promosi (*Promotion*)

Strategi promosi yang digunakan oleh Toko Grosir Nisa Barito Jaya adalah dengan mengirimkan SMS kepada para pelanggan atau langsung mendatangi toko-toko kelontong, kemudian mereka memberitahukan kelebihan dari Toko Grosir Nisa Barito Jaya. Selain itu, strategi promosi yang paling penting adalah dari mulut ke mulut yang mana hal itu sangat berpengaruh terhadap pelanggan karna mereka mendengar ulasan yang bagus dari orang-orang yang mereka percayai dan mereka kenal.

Promosi juga dilakukan Toko Grosir Nisa Barito Jaya secara langsung di dalam toko kepada para pengunjung yang datang seperti menawarkan barang-barang unggulan atau barang yang baru mereka jual dengan menjelaskan detail produk dengan baik agar pelanggan tertarik untuk mencoba dan membeli.

Promosi adalah upaya pemasaran yang bersifat media dan nonmedia untuk merangsang coba-coba dari konsumen, untuk meningkatkan permintaan dari konsumen maupun untuk memperbaiki kualitas produk. (Sustina, 2003, p. 299)

Hasil penelitian ini sejalan atau relevan dengan penelitian terdahulu yaitu dari hasil penelitian oleh Moh Rusdi yang berjudul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya”

yang menemukan bahwa kedua objek dari penelitian ini sama-sama perlu melakukan promosi pada media sosial seperti instagram, facebook ataupun whatsapp agar dapat menghasilkan promosi yang lebih maksimal dan agar sejalan dengan perkembangan zaman.

Untuk meyakinkan bahwa hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori, maka penulis akan mencantumkan hasil wawancara yang menyatakan :

“Dalam hal promosi, kami sering sekali berkunjung ke toko-toko kelontong untuk mencari pelanggan dan menceritakan kelebihan dari toko kami, kami juga meminta nomor *handphone* mereka agar kami bisa memberi kabar tentang stok-stok baru yang datang ke toko kami”. (wawancara dengan Bapak Acung selaku pegawai di Toko Grosir Nisa Barito Jaya pada tanggal 2 juli 2021)

C. Kendala Dalam Pemasaran pada Toko Grosir Nisa Barito Jaya Di Marabahan Kabupaten Barito Kuala

Berdasarkan data yang tersaji diatas, dapat diketahui bahwa yang menjadi kendala dalam pemasaran pada Toko Grosir Nisa Barito Jaya di Marabahan Kabupaten Barito Kuala terbagi menjadi 2 yaitu kendala internal dan eksternal, berikut kendalanya adalah :

a) Kendala Internal

Pada kendala internal ini, Pelanggan yang cerewet adalah kendala dalam pemasaran pada Toko Grosir Nisa Barito Jaya, menghadapi pembeli yang cerewet ketika berbelanja atau melakukan penawaran pada saat pembeli sedang padat dapat membuat tidak fokus untuk melayani pembeli yang lain dan dapat menyita waktu yang cukup lama.

Kendala yang paling berat dan paling banyak ruginya adalah ketika ada beberapa pelanggan yang tidak membayar hutangnya dan kabur, hal ini sangat menyebabkan kerugian karena hutang yang ditinggalkan mereka tidaklah sedikit dan mencapai jutaan rupiah.

b. Kendala Eksternal

Pada kendala eksternal pada Toko Grosir Nisa Barito Jaya yaitu kekosongan barang langsung dari pusatnya, selain itu juga persaingan harga dengan toko lain juga merupakan kendala yang dirasakan oleh Toko Grosir Nisa Barito Jaya namun dalam hal keunggulan dalam pemasarannya Toko Grosir Nisa Barito Jaya masih lebih bagus.

Kendala lainnya adalah bukanya toko-toko modern yang lebih bagus dan lebih diminati oleh orang-orang seperti alfamart dan indomaret ataupun minimarket-minimarket lain yang mulai banyak bertebaran di daerah Barito Kuala.

Dari beberapa uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pada Toko Grosir Nisa Barito Jaya sudah menerapkan konsep pemasaran secara umum. Hal ini sangat berpengaruh untuk menarik minat pembeli karena keunggulan dalam pelayanan akan membuat konsumen menjadi loyal.

Kendala pada pemasaran memang sering sekali terjadi yang mana hal ini diakibatkan oleh kurangnya pengalaman atau ketidak tahuannya si pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Contohnya adalah saat memutuskan untuk berjualan lewat pasar *online*, jika pelaku usaha tidak tau seluk beluk dari pasar *online* tersebut dan belum mempelajari atau meneliti secara pasti, maka sebaiknya jangan langsung mencobanya, karena hal tersebut dapat menimbulkan buruknya kinerja dalam perusahaan tersebut.

Berikut adalah beberapa kesalahan pemasaran yang umum terjadi dalam sebuah usaha :

1. *Timing*/pemilihan waktu yang tepat
2. Pesan iklan yang tidak sampai kepada konsumen
3. Cara promosi yang kurang tepat/kurang sesuai dengan target pasar
4. Data yang dimiliki tidak *up to date*, dan lain sebagainya.