ANALISIS PELAKSANAAN BAURAN ECERAN PADA 3 SECOND CLOTHING BANDUNG

Dita Pratama
Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM)
Jl. Dipatiukur No. 122-116, Bandung 40132

ABSTRAK

BauranEcerana adalah strategi-strategi yang baik agar di dalam mengambil suatu keputusan tidak menyebakan kerugian bagi para ritailer, atau mengecilkan tigkat kerugian. Strategi-startegi tersebut meliputi variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh pedagang eceran untuk dapat meningkatkan hasil penjualan retailer yang diinginkan, Bauran eceran terdiri dari Lokasi, Barang dagang, Harga, Promosi, Suasana dalam toko, Pelayanan, dan Wiraniaga. Sebagai toko eceran atau retailer, kemauan menyediakan produk yang dibutuhkan konsumen sangat penting karena salah satu alasan kecenderungan konsumen memilih mengunjungi retailer dari pada distributor dalam memenuhi kebutuhannya karena alasan kenyamanan yang didapatkannya.

Tujuan penelitian ini mengganalisis pelaksanaan Bauran Eceran pada 3second serta mengetahui Analisis Bauran Eceran 3second.

Penelitian ini mengunakan data Deskriptif analisis. Data yang diperlukan untuk penelitian ini dikumpukan melaui kuisioner dan pengamatan/observasi. Populasi untuk melakukan penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung pelaksanaan Bauran Eceran pada 3 second. Untuk kemudian diambil sampel sebanyak 83 responden.

Hasil data yang dikumpulkan dari peneliti ini menunjukan bahwa tanggapan responden mengenai Bauran eceran 3second “Baik”

Kata Kunci :BauranEceran

BAB 1 PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman dan perkembangan suatu Negara yang melahirkan pemikiran manusia akan keinginan tidak manjadi sederhana lagi, sehingga stuktur perekonomian secara bertahap mengalami perubahan dan bahkan belakangan ini perubahan tersebut tampak semakin cepat. Begitu pula dengan perkembangan bisnis eceran yang ada di Indonesia sekarang ini meningkat begitu pesat. Puluhan arena belanja berupa pusat-pusat pertokoan, plaza, toko-toko pakaian baru bermunculan diberbagai kota besar dan kecil, bahkan nama perusahaan bisnis eceran sudah mempunyai jaringan yang luas di Indonesia. Suburnya pertumbuhan bisnis ini disebabkan pasar eceran di Indonesia masih terbuka lebar, sehingga berbagai jenis usaha eceran

modern seperti toko-toko pakaian, butik-butik pakaian, *Departement Store* sehingga dapat diperkirakan pada tahun mendatang pertumbuhan bisnis eceran akan semakin pesat dan berkembang. Dan bahkan berdasarkan ramalan pada masa mendatanng akan menjadi kekuatan yang dominan dalam bisnis eceran di Indonesia.

Adapun tujuan penulis dalam melakukan penelitian tentang Bauran Eceran Second jln. Gatot Subroto no.289 Bandung adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan Bauran Eceran pada pada 3 Second Bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan dari responden terhadap pelaksanaan Bauran Eceran pada pada3 Second Bandung.

1.2 Kegunaan Hasil Penelitian

A. Kegunaan Operasional
   1. Bagi Perusahaan
      Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan didalam melaksanakan usaha agar lebih meningkatkan proses bauran eceran yang diterapkan pada toko 3 Second Bandung.
   2. Bagi Pihak Terkait
      Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta informasi-informasi yang dibutuhan bagi peneliti lain yang mempunyai bahasan yang sama sehingga dapat melakukan perbandingan.

B. Kegunaan Pengembangan Ilmu
   1. Bagi Penulis
      Untuk menambah ilmu pengetahuaan dan wawasan tentaang dunia usaha serta secara langsung dapat mengetahui cara dan metode yang diterapkan dalam perusahaan.
   2. Bagi Pembaca
      Dengan adanya hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan bahan pertimbangan bagi mereka yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut serta berguna bagi pengembangan ilmu.

2. OBJEK, DESAIN, METODE, OPERASIONAL, MODEL

2.1 Objek Penelitian

Yang menjadi objek penelitian ini merupakan suatu permasalahan yang di jadikan sumber topik untuk penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukaan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek penelitian yang berjudul " Analisis Pelaksanaan Bauran Eceran Pada 3 Second Jln. Gatot Subroto No.289 Bandung.

2.2 Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang pelaksanaan Bauran Eceran pada Distro 3 Second dan apakah pelaksanaan tersebut dapat meningkatkan hasil penjualan, oleh karena itu digunakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk

memperoleh gambaran tentang Bauran Eceran pada Distro 3 Second.

2.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis, yaitu suatu metode pengambilan data yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya untuk di analisis yang kemudian di susun sebagai bahan pembuatan Tugas akhir. Metode ini digunakan karena sesuai dengan penelitian yang akan digunakan penullis terhadap data kualitatif yang telah dikumpulkan.

2.4 Operasional Variabel Penelitian

Untuk menjawab permasalahan diatas maka diperlukan opererasional variabel-variabel yang akan dianalisis dalam penelitian. Variabel yang dioperasionalisasikan adalah semua variabel yang terkandung dalam konsep dan sub variabel yang dirumuskan.

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau objek dari orang maupun objek yang mempunyai variabel tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diterik kesimpulannya. Adapun yang menjadi variabel utama adalh bauran eceran (*retailing mix*), sub variabel yaitu lokasi (*location)*, barang dagangan (*merchandise*), harga (*price*), promosi (*promotion*), pelayanan (*service*), suasana dalam toko (*atmosper*). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut .

Tabel. 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel		Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Bauran Ritel		Kombinasi dari faktor ritel yang digunakan untuk memuaskan pelanggan dan mempengaruhi pelanggan untuk membeli. (Michel Levi : 2001)			
	Barang dagangan	Keputusan yang mengusahakan agar barang dan jasa yang khusus dapat disediakan pada tempat, waktu dan jumlah yang tepat yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai tujuan	- Variasi produk - Keragaman merek - Ketersediaan produk - Jumlah produk	- Tingkat keragaman jenis produk - Tingkat keragaman merek Produk - Tingkat ketersediaan produk dirak - Tingkat jumlah produk	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal
	Harga	Jumlah uang yang dibayar pelanggan untuk memperoleh produk tertentu yang nilainya sebanding dengan produk yang ditawarkan.	Harga jual	- Tingkat harga produk - Tingkat potongan harga	Ordinal Ordinal
	Lokasi	Keputusan yang diambil oleh peritel dalam menetapkan lokasi yang memiliki keunggulan bagi outlet- outlet mereka	- Strategis - Mudah dijangkau - Dekat dengan tempat tinggal - keamanan & kenyamanan lokasi	- Tingkat strategis - Tingkat kemudahan menjangkau lokasi - Tingkat kedekatan lokasi dengan tempat tinggal - Tingkat keamanan & kenyamanan lokasi	Ordinal Ordinal Ordinal
	Promosi	Merupakan aktivitas yang dibuat untuk menarik dan membujuk konsumen untuk membeli barang dan jasa yang ditawarkan.	- Promosi penjualan - Program iklan - Penjualan personal -Public relation	- Tingkat Keseringan promosi penjualan - Tingkat daya tarik promosi penjualan - Tingkat frekwensi iklan - Tingkat daya tarik iklan - Tingkat daya tarik personnel selling - Tingkat citra	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal
	Rancangan toko, layout, dan pajangan (*display*) produk	Keputusan mengenai rancangan toko dan citra toko, rancangan produk dalam toko dan produktivitas dari ruangan toko	- Interior dan eksterior - Kebersihan - Lay out - Suasana	- Tingkat komposisi warna, hiasan dan penerangan ruangan outlet - Tingkat daya tarik eksterior - Tingkat kebersihan - Tingkat kesesuaian penataan barang - Tingkat jarak antar rak - Tingkat kemudahan menemukan barang - Tingkat kenyamanan belanja - Tingkat suhu udara, penerangan, dan alunan musik di dalam ruangan	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal
	Pelayanan pelanggan	Seluruh aktivitas dan program yang dijalankan peritel untuk membuat pengalaman berbelanja	- Sebelum belanja - Pada saat belanja - Sesudah belanja	- Tingkat kecukupan waktu operasi toko - Tingkat pelayanan yang diberikan wiraniaga	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal

		lebih berharga untuk pelanggan.	- Pelayanan tambahan	- tingkat kecukupan jumlah fasilitas pembayaran yang tersedia. - Tingkat kualitas pelayanan pembungkusan barang belanjaan - Tingkat ketersediaan pelayanan	
				tambahan yang disediakan	
	Wiraniaga	Semua unsur manusia yang terlibat dalam penyampaian jasa untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan	- Sikap dari wiraniaga - Ketrampilan dalam memberikan pelayanan - Daya Tanggap - Pengetahuan tentang produk	- Tingkat keramahan dan kesopanan wiraniaga - Tingkat kecakapan & ketrampilan wiraniaga dalam memberikan pelayanan - Tingkat kemudahan wiraniaga dalam memberikan bantuan - Tingkat pengetahuan wiraniaga tentang produk	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal

2.5 MODEL

Dalam melaksanakan penyusunan Tugas Akhir ini beberapa metode yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data-data adalah sebagai berikut:

1. *Library research* (study kepustakaan)
   Adalah suatu rangkaian penelitian yang dilakukan dengan membaca literature, buku, majalah, jurnal untuk mendapatkan data sekunder. Data sekunder tersebut dijadikan sebagai landasan teori dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

2. *Field research* (study lapangan)
   Adalah suatu rangkaian penelitian di lapangan atau di perusahaan langsung dengan cara :
   a. Interview / Wawancara
      Yaitu teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara berkomunikasi langsung / menanyakan langsung dengan karyawan yang bersangkutan / pimpinan 3 Second.
   b. Quesioner
      Yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membagikan lembaran kertas yang berisi pertanyaan - pertanyaan yang akan di isi oleh responden, yang kemudian lembaran - lembaran kertas tersebut akan dikumpulkan dan hasilnya akan di olah menjadi materi yang akan dibahas.
   c. Observasi
      Yaitu teknik yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap kegiatan perusahaan sebagai objek penelitian dimana dalam hal ini diteliti dengan baik secara langsung dan menunjang pengumpulan data-data yang berhubungan dengan pembahasan dan kemudian pencatatan langsung dari sumber tertulis pada lokasi penelitian kuesioner.

3. HASIL DISKUSI

Berdasarkan hasil kuesioner menunjukan pelaksanaan bauran eceran yang dilakukan 3 Second baik diterima oleh responden karena, 3 Second dalam memberikan lokasi, barang dagangan, harga, promosi, pelayanan, suasana dalam toko

dinilai baik. Sehingga 3 Second perlu mempertahankan apa yang telah dinilai positif oleh responden serta mengingatkan kembali pelaksanaan yang dinilai baik, sehingga dapat dijadikan motivasi agar lebih baik lagi.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian dan menganalisis data, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pelaksanaan bauran eceran pada 3 Second Clothing Co Bandung Jl GATOT SUBROTO NO.289 Bandung yang terdiri dari :
   a. Lokasi yang tepat dan cukup strategis dan mudah dijangkau oleh para konsumen karena dilewati oleh angkutan umum.
   b. Barang dagangan yang ditata dengan menggunakan rak-rak besi dan etalase yang tersusun secara rapih serta barang yang tersedia cukup beragam. Adapun kelompok barang pada 3 Second Clothing Co seperti, pakaian remaja dan dewasa, sandal, sepatu serta assesories lainya.
   c. Harga yang cukup sesuai dan terjangkau oleh konsumen. 3 Second Clothing Co melakukan penetapan harga di bawah harga saingan dan untuk produk lainnya melakukan penetapan mengikuti harga saingan.
   d. Promosi yang dilakukan cukup menarik perhatian konsumen untuk membeli. Promosi yang dilakukan 3 Second Clothing Co yaitu iklan menggunakan media radio dan Sponsorship.
   e. Rancangan toko seperti keputusan memberikan citra toko, rancangan produk dalam toko dan produktivitas dari ruangan toko.
   f. Pelayanan yang diberikan 3 Second Clothing Co seperti, penanganan keluhan, pembungkusan, informasi lokasi barang, tempat penitipan barang.
   g. Personnel Semua unsur manusia yang terlibat dalam penyampaian jasa untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. 3 Second Clothing Co berusaha melaksanakan bauran eceran dengan sebaik-baiknya untuk dapat menarik konsumen di tengah ketatnya persaingan bisnis eceran saat ini.
2. Tanggapan responden terhadap pelaksanaan bauran eceran dinilai cukup baik, karena responden menilai bahwa lokasi, pelayanan dan suasana toko dinilai cukup baik, sedangkan barang dagangan, harga, promosi, wiraniaga dinilai cukup baik dengan data sebagai berikut :
   a. Lokasi dinilai dengan cukup baik, karena lokasi toko tepat dan banyak di lewati kendaraan umum yang melintas dan kenyamanan yang diutamakan dalam toko.

b. Barang dagangan dinilai dengan kurang baik, karena barang dagangan yang tersedia menurut konsumen kurang beragam dan tidak lengkap.
c. Harga dinilai dengan cukup baik, dan karena harga yang ditetapkan sudah sesuai yang dirasakan oleh responden, akan tetapi tidak setuju mengenai bersaingnya harga yang ditawarkan oleh 3 Second Clothing Co.
d. Promosi dinilai dengan kurang baik, karena responden menyatakan kurangnya discont toko dan jarangnya promosi pada para konsumen.
e. Rancangan Toko dinilai sangat baik, karena keadaan dalam ruanagan sangat baik atau interior yang sangat unik mebuat konsumen merasa nyaman dan menimbukan rasa ingin untuk membeli.
f. Pelayanan dinilai cukup baik, karena pelayanannya baik dan memberikan kepuasan kepada pengunjung yang datang.
g. Personnel dinilai dengan kurang baik, karena responden kurang setuju dalam penilaian karyawan toko karena masih ada karyawan yang kurang mementingkan konsumen sebagai raja, pada saat konsumen sedang berbelanja.

4.2 Saran

Setelah penulis melakukan survey di lapangan pada 3 Second Clothing Co, dengan semakin ketatnya persaingan pada bisnis eceran saat ini, maka penulis mencoba memberikan saran yang tentunya sifatnya membangun ke arah yang lebih baik dari sebelumnya sebagai bahan masukan yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan dalam kualitas pelayanan sebaiknya pihak 3 Second Clothing Co. Maka dari itu saran penulis yang akan dikemukakan sebagai berikut:

a. 3 Second Clothing Co sebaiknya lebih melengkapi barang dagang yang lebih variatif dengan barang yang akan dijual, sehingga konsumen tidak bosan dalam memelih atau mencari barang yang dikehendaki oleh konsumen.
b. 3 Second Clothing Co dalam melaksanakan kegiatan promosinya harus lebih baik, dikarenakan jika sering melaksanakan promosi dalam toko akan mendrongkrak nilai penjualan, dan memperbanyak promosi di radio-radio lokal, membuat spanduk yang lebih menarik dan menyebarkan brosur. 3 Second Clothing Co sebaiknya lebih jeli terhadap konsumen lewat karyawannya, dikrenakan jika konsumen melihat para karyawan tidak ramah atau rapi konsumen pun cenderung tidak akan membeli barang di toko tersebut.

5. DAFTAR PUSTAKA

a. Chirstina Whidya Utami, 2010. ***Pemasaran Retail***. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
b. Harian Umum Pikiran Rakyat, Sekilas Ekonomi, ***Perkembangan Outlet***, 5 Maret 2009
c. Hendri Ma'ruf, 2005. ***Pemasaran Retail***. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
d. Kotler, Philip. 2000. ***Manajemen Pemasaran Jilid 2***. PT Prenhallindo. Jakarta.
e. M. Taufik Amir. 2004. ***Manajemen Ritel***. PPM. Jakarta
f. Narimawati,Umi, 2010. ***Penulisan Karya Ilmiah***, Genesis. Bandung
g. Redi Panuju, Komunikasi Bisnis,
h. Stanton, J William. 1996. ***Prinsip Pemasaran***. Erlangga. Jakarta
i. Sugiono. 2008. ***Metode Penelitian Bisnis***. Alfabeta. Bandung
j. Sugiyono, 2003, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Cetakan Ketiga, Alfabeta.
k. Tesco. 2009. Persaingan bisnis eceran. www.google.com
l. Nitisemito.2000. Persaingan bisnis eceran www.google.com