

**STRATEGI PENJUALAN PADA YOWAY SWALAYAN LAPAI  
PADANG**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen (DIII)  
sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh

**RIYAN ALMARDHA**  
**15350/2009**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2013**

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

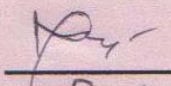
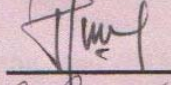
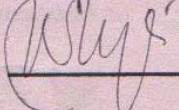
**STRATEGI PENJUALAN PADA YOWAY SWALAYAN LAPAI PADANG**

**Nama** : Riyan Almardha  
**NIM/BP** : 15350/2009  
**Program Studi** : Manajemen Perdagangan Diploma III  
**Fakultas** : Ekonomi

**Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi Manajemen Perdagangan Diploma III Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Padang**

**Padang, 28 Oktober 2013**

**Tim Penguji**

<b>Nama</b>	<b>Tanda Tangan</b>
1. Hendri Andi Mesta, SE, Ak. MM (Ketua)	
2. Firman, SE, M.Sc (Anggota)	
3. Whyosi Septrizola, SE (Anggota)	

**ABSTRAK**

**Riyan Almardha, 2009** : **Strategi Penjualan Pada Yoway Swalayan Padang**  
**Pembimbing** : **Hendri Andi Mesta, SE. Ak, Msi**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penjualan yang diterapkan Yoway swalayan untuk meningkatkan penjualan Yoway swalayan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu penelitian tentang informasi yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka atau data, data harus berupa teks dan laporan lapangan. Maka harus melakukan pembentukan konsep. Tujuan penelitian adalah untuk melihat apa sajakah yang telah dilakukan oleh perusahaan, dengan apa yang sudah dicapai perusahaan. Dan dapat ditemukan sistem yang digunakan perusahaan, serta strategi untuk meningkatkan penjualan Yoway swalayan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yoway swalayan adalah salah satu swalayan yang mampu bersaing dengan swalayan lain untuk mencapai target pasar. Dalam menghadapi persaingan tersebut, Yoway swalayan menerapkan strategi penjualan yang mencakup strategi produk, strategi penetapan harga, serta pelaksanaan promosi. Dengan demikian, target penjualan yang telah direncanakan perusahaan akan mudah tercapai. Strategi-strategi yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan Yoway swalayan adalah strategi produk, yaitu Yoway swalayan menyediakan beraneka ragam produk dan barang kebutuhan masyarakat, strategi harga yaitu produk yang dijual oleh Yoway swalayan merupakan produk dengan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat, serta strategi promosi, yaitu perusahaan berupaya agar masyarakat dapat mengenal Yoway swalayan dengan cara periklanan dan penyebaran brosur atau selebaran.

## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Strategi Penjualan Pada Yoway Swalayan Lapai Padang”**. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Perdagangan Diploma III (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Terima kasih yang tulus penulis ucapkan kepada Bapak Hendri Andi Mesta, SE, Ak, MM selaku pembimbing yang telah memberikan ilmu, pengarahan, perhatian, masukan serta waktu kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Selanjutnya tidak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang berperan dan mendorong penulis untuk menyelesaikan studi dan tugas akhir ini. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Yunia Wardi, Drs, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, yang telah menyediakan fasilitas kuliah dan izin dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc selaku Ketua Program Studi Diploma III, Bapak Firman, SE, M.Sc selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Perdagangan dan Staf Tata Usaha Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan administrasi dan membantu kemudahan dalam penelitian dan penulisan tugas akhir ini.
3. Bapak Henrdi Andi Mesta SE, Ak, MM sebagai Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu dengan ikhlas dan tulus memberikan bimbingan akademik.
4. Bapak dan Ibu staf pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di

almamater tercinta ini, serta kepada seluruh karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu di bidang administrasi.

5. Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Pusat dan Ruang Baca Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam menemukan sumber referensi.
6. Bapak dan Ibu yang berada di lingkungan Yoway Swalayan yang telah mau membantu penelitian saya dengan cara memberi data-data perusahaan.
7. Teristimewa penulis ucapkan pada Ayahanda dan Ibunda tercinta beserta Kakak-kakak dan adik yang telah memberikan kesungguhan do'a, bantuan moril maupun materil kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Dan teristimewa juga penulis ucapkan kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan khususnya angkatan 2009 yang memberikan motivasi dan semangat serta masukan-masukan demi terwujudnya impian penulis.

Semoga segala bimbingan, bantuan dan dorongan yang telah diberikan menjadi kebaikan dan diridhoi oleh Allah SWT. Penulis telah menyelesaikan tugas akhir ini dengan segala kemampuan, namun penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran yang sifatnya membangun sehingga menjadi sumbangan yang berarti bagi pendidikan di masa yang akan datang. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Atas perhatian dari semua pihak penulis mengucapkan terima kasih

Padang, Juli 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I           PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II           TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>A. Landasan Teori .....</b>	<b>7</b>
1. Konsep Penjualan.....	7
2. Fungsi-fungsi yang dijalankan ritel.....	9
3. Strategi penetapan harga .....	11
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan .....	11
<b>BAB III          PENDEKATAN PENELITIAN</b>	
A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir .....	15
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	15
C. Rancangan Penelitian .....	15
<b>BAB IV          PEMBAHASAN</b>	
<b>A. Profil Perusahaan.....</b>	<b>18</b>
1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	19
2. Misi Perusahaan .....	19
3. Struktur Organisasi .....	19

<b>B. Pembahasan</b> .....	22
1. Strategi Penjualan .....	22
2. Strategi Produk.....	25
3. Strategi Harga .....	27
4. Strategi Promosi .....	28

## **BAB V        PENUTUP**

A. Simpulan .....	31
B. Saran.....	32

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

	<b>Halaman</b>
1. Tabel Penjualan.....	24
2. Tabel produk yang dijual .....	26

**DAFTAR GAMBAR**

	<b>Halaman</b>
1. Struktur Organisasi .....	20

**DAFTAR LAMPIRAN**

**Halaman**

1. Jurnal Bimbingan Tugas Akhir .....

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Semakin cepatnya perputaran waktu dan perkembangan pola pikir manusia mengakibatkan perilaku dan kebiasaan manusia zaman sekarang selalu menginginkan segala sesuatu yang serba instan, cepat, praktis serta tidak banyak mengorbankan waktu serta tenaga sesuai dengan tuntunan ekonomi modern. Masyarakat menginginkan adanya suatu tempat dengan konsep *one stop shopping*, yaitu suatu tempat yang menyediakan berbagai kebutuhan dalam suatu lokasi yang mengutamakan kenyamanan dalam belanja.

Dengan meningkatnya kebutuhan manusia yang beranekaragam dan aktifitas yang semakin lengkap/kompleks, sesungguhnya perusahaan bergerak dalam bidang ritel memiliki prospek yang bagus. Oleh karena itu, sekarang banyak kita temui berbagai macam perusahaan ritel seperti mini market, pasar swalayan dan pusat pembelanjaan modern lainnya yang selalu menyediakan segala macam kebutuhan pelanggannya serta memanjakan mereka dengan fasilitas yang baik.

Swalayan merupakan bentuk pengecer toko (*retail*) yang menawarkan barang-barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan produk, seperti makanan, minuman, kecantikan, produk perawatan dan rumah tangga. Minimarket menerapkan pelayanan (*self service retailing*) di mana konsumen

melakukan proses menemukan, membandingkan, memilih barang yang diinginkan serta membawa dan membayarnya di kasir.

Para peritel pun berlomba-lomba “mengambil hati konsumen“ dengan berbagai jasa dan layanan serta inovasi-inovasi yang tujuan akhirnya adalah menggarap loyalitas pasar secara maksimal, sehingga dengan adanya pesaing yang semakin banyak dan kompetitif disertai dengan beranekaragam tuntutan pasar mengakibatkan bisnis *ritel* diuntut responsive terhadap kondisi pasar.

Terdapat berbagai jenis pengecer dan toko-toko baru yang bermunculan untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat, salah satunya adalah Yoway Baru Swalayan. Swalayan ini berlokasi di jalan Jhoni Anwar no 45 Lapai Padang. Swalayan ini menyediakan berbagai macam kebutuhan konsumen seperti makanan, buah-buahan, beragam minuman, produk kecantikan dan lain-lain.

Swalayan ini memiliki keunggulan dan kelebihan-kelebihan lain dibandingkan dari para pesaingnya. Salah satu keunggulan yang dimiliki Yoway swalayan yaitu memiliki bangunan yang cukup luas, yaitu sekitar 360 m. Bangunan seluas ini merupakan suatu kelebihan dari pesaing lain yang luas bangunannya bahkan tidak sampai separuh dari luas Yoway swalayan.

Terlepas dari keunggulan tersebut, Yoway swalayan juga memiliki kompetitor yang tidak boleh dipandang sebelah mata, seperti Adek swalayan. Adek swalayan merupakan mini market yang juga menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat sehari-hari. Selain menawarkan barang yang sama, lokasi Adek swalayan yang sangat dekat, yaitu berseberangan langsung dengan lokasi

Yoway swalayan. Belum lagi toko-toko yang berada di sekitar Yoway swalayan, seperti toko Indra dan toko Zay. Toko ini merupakan grosir lengkap yang berada di jl. Jhoni Anwar yang juga menyediakan berbagai macam produk sehari-hari yang dibutuhkan masyarakat. Selain itu, Yoway swalayan juga memiliki pesaing berat yang keberadaan lokasinya tidak jauh dari Yoway swalayan. Pesaing itu adalah Citra swalayan. Swalayan ini berada di jl. Gajah Mada no. 15 daerah Gunung Pangilun. Situasi ini bisa saja mengakibatkan beralihnya pelanggan Yoway swalayan menjadi pelanggan Citra swalayan.

Namun, kenyataan yang terjadi di lapangan sangat berbeda dengan ketakutan yang dibayangkan Yoway swalayan selama ini. Yoway swalayan tetap menjadi pilihan tempat berbelanja warga Lapai dan sekitarnya. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan omset penjualan Yoway swalayan dalam tiga tahun terakhir ini. Berikut data penjualan Yoway swalayan:

**Data penjualan Yoway swalayan  
Tahun 2010-2012**

	2010	2011	2012
Januari	637.793.370	756.876.908	7.687.843.090
Februari	864.876.460	638.785.890	7.487.231.140
Maret	687.948.550	677.649.480	8.874.946.086
April	557.675.687	760.938.680	7.758.809.209
Mei	597.867.950	756.297.585	8.096.898.090
Juni	677.563.970	721.199.870	8.983.719.789
Juli	614.245.780	879.957.890	7.989.986.890
Agustus	768.972.096	655.524.354	8.567.890.187
September	865.769.570	709.436.587	8.117.879.010
Oktober	687.531.270	798.636.080	7.128.090.490
Nopember	664.971.583	870.272.090	8.303.733.201
Desember	759.831.080	711.298.044	7.998.799.020
<b>TOTAL</b>	<b>8.385.047.366</b>	<b>8.936.875.469</b>	<b>9.699.582.620</b>

*Sumber: Yoway Swalayan, tahun 2012*

Melihat dari data penjualan Yoway swalayan di atas, maka Yoway swalayan sukses dan berhasil dalam menerapkan strategi-strategi yang telah direncanakan perusahaannya. Hal itu terbukti dari tetap meningkatnya penjualan Yoway swalayan setiap tahunnya walaupun terjadi persaingan yang ketat di antara pesaing-pesaing lainnya.

Dengan melihat segala fakta yang dimiliki oleh Yoway swalayan, serta mampunya Yoway swalayan dalam meningkatkan penjualan walaupun menghadapi persaingan yang berat, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi penjualan pada Yoway Swalayan Lapai Padang”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Menurut latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah tersebut sebagai berikut:

1. Strategi penjualan apakah yang digunakan Yoway Swalayan untuk menarik minat pelanggan.
2. Bagaimanakah cara kerja karyawan Yoway Swalayan untuk menarik pelanggan.

## **C. Tujuan Penelitian**

Secara umum tujuan penelitian adalah untuk melaksanakan tugas akhir :

1. Meningkatkan pemahaman tentang teori yang telah dipelajari di bangku kuliah.
2. Membandingkan antara ilmu yang didapatkan di bangku kuliah dengan praktek dilapangan, sehingga kita mengetahui kegunaan dan penerapan dari ilmu tersebut dalam kehidupan bermasyarakat.
3. Mengetahui bagaimana sistem penjualan pada Yoway Swlayan tersebut.

## **D. Manfaat Penelitian**

Kegiatan penelitian memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis
  - a. Dapat mengaplikasikan semua ilmu yang diperoleh penulis selama diperkuliahan.

- b. Dapat mengetahui bagaimana suasana dan tantangan yang akan diperoleh didalam dunia kerja nantinya.
2. Bagi perusahaan
- a. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi mengenai kebijakan pemasaran yang telah dijalankan.
  - b. Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam memperbaiki kekurangan yang mungkin ada pada aktifitas penjualan yang selama ini dijalankan.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Yoway swalayan Lapai Padang, maka dapat diambil kesimpulan.

1. Yoway swalayan adalah sebuah usaha atau swalayan yang menyediakan berbagai kebutuhan dan kelengkapan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.
2. Peningkatan volume penjualan yang telah dicapai Yoway swalayan sangat dipengaruhi oleh strategi penjualan yang dijalankan dengan baik.
3. Dalam menghadapi persaingan, Yoway swalayan menggunakan strategi penjualan yang mencakup memaksimalkan kinerja tenaga penjual, strategi produk, penetapan harga dan strategi promosi. Dengan strategi tersebut, maka kesulitan-kesulitan yang dihadapi perusahaan diharapkan akan dapat teratasi.

## **B. Saran**

Bila melihat Yoway swalayan saat ini serta upaya-upaya yang dilakukannya untuk memperbaiki dimasa yang akan datang, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Yoway swalayan harus lebih sering memberikan informasi mengenai keberadaan swalayannya dan perbedaannya dengan swalayan lain, karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang kelebihan yang dimiliki oleh Yoway swalayan.
2. Agar dapat meningkatkan volume penjualan, Yoway swalayan harus lebih tepat dalam menentukan strategi penjualan apa yang akan diterapkan untuk meningkatkan volume penjualan.
3. Yoway swalayan harus memperhatikan dan meningkatkan hubungan yang baik dengan konsumennya dan juga penting menciptakan hubungan yang baik dengan karyawan, karena karyawan merupakan asset penting bagi perusahaan, kesuksesan perusahaan tergantung dari kinerja karyawan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler Philip dan Kettler Lane Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Swasta, Basu. (1998). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty,  
(online), (<http://www.Sarjanaku.com/2012/06/manajemen-penjualan-pengertian-faktor.html>), di. 10 Juli 2013
- Keegan J Warren. (2003). *Manajemen Pemasaran Global*, Edisi 6. Jilid 2. Jakarta : PT. INDEKS Kelompok GRAMEDIA
- Utami, Whidya Christina. (2010). *Manajemen Ritel*, Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat