

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Yuki Mart Kota Gunungsitoli

Yuki Mart merupakan salah satu badan usaha yang bergerak dibidang ritail yang menjual berbagai macam kebutuhan masyarakat. Yuki Mart berdiri sejak tahun 2020. Perintis sekaligus pemilik usaha adalah Bapak Yunifao Zebua dan ibu Kariawati Halawa. Sebelumnya usaha ini merupakan usaha kecil berupa kedai yang hanya menjual sebagian kecil kebutuhan masyarakat pada tahun 2011 dan berhenti tahun 2015. Melihat kebutuhan masyarakat semakin meningkat Bapak Yunifao Zebua kembali membuka usaha pada tahun 2020 dengan luas tempat usaha 5 m X 25 m, awalnya usaha ini tidak memiliki karyawan dan hanya dikelola oleh anggota keluarga Bapak Yunifao Zebua. Setelah 5 bulan usaha berjalan, Bapak Yunifao Zebua merekrut 1 orang yang bernama Iin zebua. Beberapa bulan kemudian usaha ini mengalami perkembangan dengan luas tempat usaha 5m X 35m dan karyawan bertambah menjadi 4 orang yang bernama Nosta, Aris, Sinodi, dan Winda.

Arti dari nama Yuki Mart adalah kata “Yuki” diambil dari singkatan nama dari Bapak Yunifao Zebua dan Ibu Kariawati Halawa. Sehingga nama usahanya menjadi Yuki Mart.

4.1.2 Visi dan Misi Yuki Mart Kota Gunungsitoli

Adapun visi dan misi Yuki Mart Kota Gunungsitoli adalah sebagai berikut:

- a. Visi: Menjadi mini market yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen serta dapat memberikan pelayanan yang terbaik.
- b. Misi:
 1. Memberikan kepuasan kepada konsumen dengan berfokus pada kenyamanan, kualitas produk dan memberikan pelayanan yang ramah.

2. Berkomitmen untuk menyediakan produk yang lengkap bagi konsumen.

4.1.3 Hasil dan Jam Kerja

Sistem kerja Yuki Mart beroperasi setiap hari senin sampai hari sabtu mulai jam 08.00 – 17.30 wib dan memiliki 5 pegawai yang bertugas melayani konsumen.

Tabel 4.1 Jam Kerja Yuki Mart Kota Gunungsitoli

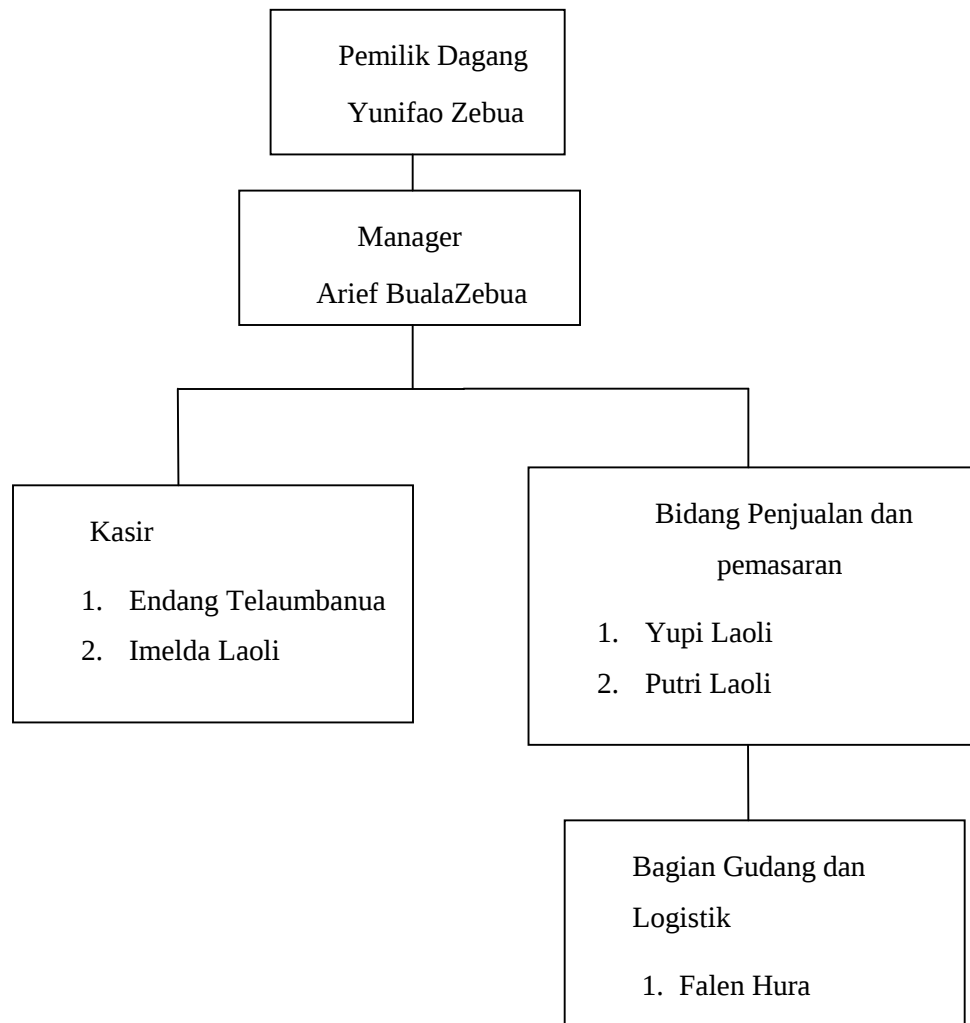
No.	Hari	Jam Kerja
1	Senin	08.00 wib s/d 22.00 wib
2	Selasa	08.00 wib s/d 22.00 wib
3	Rabu	08.00 wib s/d 22.00 wib
4	Kamis	08.00 wib s/d 22.00 wib
5	Jumat	08.00 wib s/d 22.00 wib
6	Sabtu	08.00 wib s/d 22.00 wib

Sumber: Yuki Mart 2025

4.1.4 Struktur Organisasi Yuki Mart Kota Gunungsitoli

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan, maka dunia usaha harus mempunyai struktur organisasi yang memudahkan seluruh kegiatan dan membangun suatu kerangka kerja yang berfungsi sebagai wadah bagi seluruh kegiatan dengan menerangi hubungan antara setiap karyawan dengan jabatannya, sehingga meningkatkan efektifitas dan efesien tugas organisasi.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Yuki Mart Kota Gunungsitoli



4.2 Hasil Penelitian

Setelah menjelaskan beberapa faktor yang mendasari penelitian dilakukan, teori yang mendukung penelitian ini, dan teknik atau langkah dalam melakukan penelitian, bab ini akan membahas dan menjelaskan temuan yang didapatkan peneliti di lokasi penelitian. Pembahasan pada bab ini didapatkan dari pengumpulan data melalui dokumen, pengamatan, dan wawancara yang dilakukan peneliti kepada beberapa informan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana peneliti nantinya akan mendeskripsikan dan menggambarkan serta menggali data yang diperlukan di lokasi penelitian. Dimana

data ini didapatkan melalui wawancara dan observasi langsung di lokasi penelitian. Dalam hasil penelitian akan dijelaskan tentang temuan yang didapatkan peneliti pada bulan Juni 2025 yang dilakukan pada Yuki Mart Kota Gunungsitoli.

4.2.1 Deskripsi Informan Penelitian

Wawancara dilakukan kepada 10 orang informan yang dapat memberikan data dan informasi akurat, terkait dengan kegiatan Yuki Mart setiap hari dalam meningkatkan penjualannya. Adapun data informasi terkait informan yang diwawancarai, antara lain:

1. Manager atau penerus Yuki Mart, Bapak Arief Buala Zebua sebagai informan kunci. Arief Buala Zebua merupakan sosok yang berperan penting dalam mendukung pengembangan strategi pemasaran di Yuki Mart kota Gunungsitoli. Arief Buala Zebua sebagai manager atau penerus usaha turut menganalisis dampak strategi yang telah diterapkan oleh Yuki Mart terhadap loyalitas pelanggan dan tingkat penjualan. Kontribusi pak Arief Buala Zebua tak hanya bersifat akademis, tetapi juga praktis dalam membantu Yuki Mart lebih adaptif dan kompetitif ditengah persaingan pasar. Dengan pendekatan berbasis data serta pemahaman yang kuat terhadap perilaku pelanggan, pak Arief Buala Zebua dinilai sebagai calon penerus atau manager yang potensial dalam membawa Yuki Mart ke arah yang lebih inovatif dan responsif terhadap perubahan. Peran strategisnya memperlihatkan komitmennya dalam memajukan ritel lokal melalui analisis dan perencanaan pemasaran yang terstruktur.
2. Kasir Yuki Mart, Endang Telaumbanua, sebagai kasir di Yuki Mart kota Gunungsitoli, peran utamanya adalah melayani transaksi pembelian pelanggan dengan cepat, akurat, dan ramah. Kasir bertanggung jawab mencatat setiap barang yang dibeli melalui sistem kasir digital, menerima pembayaran baik secara tunai maupun non-tunai, serta memberikan struk sebagai bukti transaksi. Selain itu, kasir juga harus memastikan uang

kembalian diberikan dengan tepat dan menjaga keamanan dana kas selama bertugas. Tidak hanya itu, kasir juga menjadi garda terdepan dalam memberikan kesan positif kepada pelanggan.

3. Bidang penjualan dan pemasaran, Yupi Laoli, yang memiliki peran utama dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan volume penjualan. Mereka merancang strategi promosi, menyesuaikan harga agar tetap bersaing, dan memastikan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Strategi pemasaran yang digunakan mencakup aspek produk, harga, lokasi yang terintegrasi secara efektif untuk membangun loyalitas konsumen. Selain itu, tim pemasaran juga aktif menganalisis tren belanja dan kebiasaan konsumen yang terus berubah, termasuk kecenderungan ke arah digital. Untuk menjawab tantangan ini, mereka mengembangkan pendekatan pemasaran yang lebih luas dengan memanfaatkan media sosial dan kerjasama dengan layanan pengantaran. Dengan pendekatan ini, bidang pemasaran berperan penting dalam mempertahankan daya saing Yuki Mart dipasar ritel lokal.
4. Bagian gudang dan logistik, Falen Hura, bagian gudang dan logistik Yuki Mart berperan penting dalam menjaga kelancaran penyediaan barang di toko. Mereka bertugas menerima kiriman dari distributor, memeriksa kualitas dan jumlah barang, lalu menatanya dengan rapi di ruang penyimpanan. Selain itu, tim ini secara rutin memantau stok untuk menghindari kekurangan atau kelebihan barang, serta memastikan produk yang ditampilkan di area penjualan masih layak dan belum melewati tanggal kadaluarsa. Disisi lain, bagian ini juga bertanggung jawab dalam menyalurkan barang dari gudang ke rak penjualan sesuai kebutuhan. Mereka bekerjasama dengan kasir dan manager toko untuk mengatur permintaan barang, menyusun jadwal restok, dan menindaklanjuti laporan kekurangan produk. Dengan cara kerja yang rapi, cepat, dan terorganisir. Tim gudang dan logistik membantu memastikan proses operasional

berjalan lancar dan pelanggan selalu bisa menemukan kebutuhan mereka di Yuki Mart.

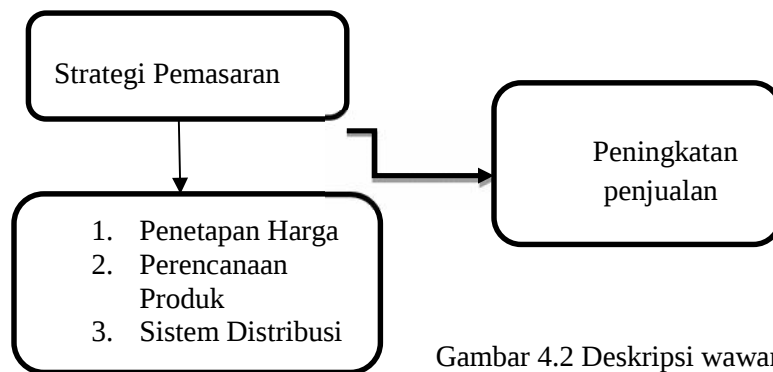
5. Terdapat 6 orang Konsumen atau pelanggan Yuki Mart, (Ayu Ceptariani Zega, Tuti Arlina Mendrofa, Yustani Zega, Greenistin Citarani Zega, Agus Berkat Zega, dan Hana Anastasya Li Zebua), pelanggan Yuki Mart adalah individu atau kelompok yang secara rutin membeli barang kebutuhan sehari-hari di toko tersebut. Mereka berasal dari berbagai latar belakang, mulai dari ibu rumah tangga, pelajar, pekerja kantoran, dan orang-orang disekitar Yuki Mart kota Gunungsitoli. pelanggan ini yang akan diwawancarai oleh peneliti untuk mendapatkan data yang di perlukan dalam penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara kepada pelanggan karena pelanggan yang merasakan dampak strategi pemasaran yang diterapkan oleh Yuki Mart. Sehingga, peneliti akan menggali lebih dalam informasi dengan mewawancarai beberapa pelanggan yang berbelanja di Yuki Mart Kota Gunungsitoli.

4.2.2 Deskripsi Hasil wawancara

Temuan yang diperoleh dari wawancara dan pengamatan langsung yang telah dilakukan peneliti dalam jangka waktu 1 (satu) bulan, yaitu dari pertengahan bulan Mei sampai bulan Juni 2025 sehingga terhitung selama satu bulan. Adapun deskripsi wawancara yang dilakukan kepada Manager atau penerus usaha Yuki Mart sebagai informan kunci, Kasir Yuki Mart, dan pelanggan sebagai informan pelengkap.

1. Deskripsi wawancara

Deskripsi wawancara yang peneliti lakukan kepada pihak Yuki Mart memiliki keterkaitan dengan strategi pemasaran Yuki Mart dalam meningkatkan Penjualan. Yang dapat dilihat dari gambar berikut ini:



Gambar 4.2 Deskripsi wawancara

Pada gambar diatas menunjukkan sebuah proses strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh Yuki Mart Kota Gunungsitoli. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada pihak yang dapat memberikan data dan informasi terkait hal diatas. Pihak-pihak itu antara lain: manager Yuki Mart, kasir, dan pelanggan. Adapun deskripsi wawancara yang telah dilakukan kepada informan, Yaitu:

1. Deskripsi wawancara dengan Manager atau Penerus usaha Yuki Mart, Bapak Arief Buala Zebua,
 - a. Apa saja strategi pemasaran yang anda gunakan dalam meningkatkan penjualan di Yuki Mart Kota Gunungsitoli?

“Strategi Pemasaran yang telah kami terapkan di usaha atau bisnis kami di Yuki Mart ada tiga, yaitu penetapan harga, perencanaan produk, dan sistem distribusi. Strategi pemasaran ini telah kami lakukan dan terapkan di usaha kami selama bertahun-tahun. Walaupun kami tau bahwa strategi pemasaran kami masih belum cukup maksimal dalam meningkatkan penjualan.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- b. Bagaimana Penerapan strategi penetapan harga yang dilakukan oleh Yuki Mart untuk meningkatkan penjualan?

“Strategi penetapan harga yang kami lakukan untuk meningkatkan penjualan yaitu Kami mencoba menyesuaikan harga barang dengan

kondisi ekonomi masyarakat sekitar, jadi sebisa mungkin jangan sampai terlalu mahal tapi juga tetap menguntungkan. Kami sering memantau harga pasar dan sesekali adakan promo supaya pelanggan merasa puas dengan harga yang kami berikan.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- c. Bagaimana penerapan strategi perencanaan produk yang dilakukan oleh Yuki Mart untuk meningkatkan penjualan?

“Dalam menerapkan strategi perencanaan produk hal yang kami lakukan yaitukami pelajari kebiasaan berbelanja konsumen atau produk apa yang sering mereka cari, merek yang mereka sukai, sampai ukuran kemasan yang paling laku. Dari situ kami atur ulang jenis dan jumlah produk yang disediakan, supaya lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Kami juga memasukkan beberapa produk lokal dan musiman, jadi pelanggan bisa dapat variasi tanpa harus cari ke tempat lain.

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- d. Bagaimana penerapan strategi sistem distribusi yang dilakukan oleh Yuki Mart untuk meningkatkan penjualan?

“Kami pastikan stok barang bisa sampai ke rak penjualan dengan cepat dan merata. Tim gudang dan logistik kami atur supaya lebih responsif, jadi kalau ada kekurangan barang bisa langsung diatasi dengan baik. kami juga mulai menyediakan sistem layanan antar sederhana untuk pelanggan yang berbelanja dalam jumlah besar atau kesulitan datang langsung ke toko. Hal seperti ini kami anggap penting karena bisa menambah kenyamanan konsumen.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- e. Apa kendala atau tantangan yang anda hadapi dalam menerapkan strategi pemasaran di Yuki Mart Kota Gunungsitoli?

“Dalam menjalankan strategi pemasaran di Yuki Mart kota Gunungsitoli, salah satu tantangan utama yang kami hadapi adalah keterbatasan ketersediaan produk dari pihak distributor. Meskipun kami telah merancang rencana produk berdasarkan kebutuhan pelanggan, terkadang barang yang kami butuhkan tidak tersedia, datang terlambat, atau jumlahnya terbatas. Hal ini membuat kami harus pintar-pintar mengelola stok yang ada dan mencari alternatif produk agar pelanggan tetap bisa menemukan pilihan yang mereka butuhkan.

Tantangan berikutnya adalah dalam hal penetapan harga. Kami berusaha menjaga harga tetap terjangkau bagi pelanggan kami. Namun, disisi lain kami juga harus memperhitungkan biaya operasional dan keuntungan agar usaha tetap berjalan. Naik turunnya harga dari pemasok, serta perubahan daya beli pelanggan, membuat kami harus melakukan penyesuaian harga secara berkala. Kami sering berdiskusi dengan tim untuk menentukan harga yang paling adil tanpa memberatkan kedua belah pihak.

Selain itu, kami juga menghadapi tantangan dalam menyampaikam informasi promosi dan produk terbaru kepada pelanggan yang belum terlalu terbiasa dengan media digital. Sebagian lebih nyaman dengan informasi dari karyawan toko. Akibatnya, kami perlu menjalankan dua pendekatan komunikasi sekaligus dan membutuhkan upaya ekstra dari tim pemasaran dan penjualan.

Terakhir, kami menyadari bahwa persaingan dengan toko lain semakin ketat. Untuk itu, kami terus mencari cara agar Yuki Mart tetap punya keunggulan tersendiri, seperti lewat pelayanan yang ramah, penataan produk yang menarik, atau dengan memberikan promo yang berbeda dari toko lain. Namun, menyusun program seperti ini butuh waktu dan pengamatan yang teliti terhadap kebutuhan konsumen yang terus berubah.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- f. Bagaimana langkah yang diambil oleh Yuki Mart dalam menghadapi kendala dan tantangan untuk menerapkan strategi pemasaran tersebut?

“Untuk menghadapi berbagai kendala dalam menerapkan strategi pemasaran, Yuki Mart kota Gunungsitoli mengambil beberapa langkah yang bersifat praktis dan menyesuaikan dengan kondisi lokal. Salah satu langkah utama adalah menjalin komunikasi intensif dengan distributor. Kami berusaha membangun hubungan kerja sama yang lebih erat agar pasokan barang bisa lebih lancar dan stabil. Jika ada produk yang sulit didapat, kami segera mencari alternatif merek lain yang kualitasnya setara, agar pelanggan tetap punya pilihan.

Dalam hal penyesuaian harga, kami melakukan pemantauan pasar secara rutin. Tim kami mencatat harga-harga dari toko lain dan menyesuaikan dengan harga jual di Yuki Mart. Kami juga membuat program diskon berkala untuk produk-produk tertentu, tujuannya agar pelanggan tetap merasa terbantu, meskipun kondisi ekonomi sedang tidak baik.

Untuk menjangkau pelanggan yang belum terbiasa dengan informasi digital, kami tetap mengandalkan komunikasi langsung di toko, seperti spanduk dan brosur cetak. Disisi lain, kami juga terus mengembangkan media sosial sebagai sarana informasi bagi pelanggan yang lebih aktif secara digital. Dengan begitu kami bisa menjangkau dua kelompok pelanggan sekaligus tanpa mengabaikan salah satu nya.

Terakhir, kami terus melakukan evaluasi berkala terhadap strategi yang dijalankan. Setiap bulan, kami adakan pertemuan untuk membahas apa saja yang berhasil dan apa saja yang perlu di perbaiki. Dengan cara ini, kami bisa bergerak lebih cepat dan menyesuaikan diri terhadap tantangan yang muncul, dan menjaga agar Yuki Mart tetap menjadi pilihan utama masyarakat Gunugsitoli dalam berbelanja”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025)

- g. Langkah-langkah apa saja yang Yuki Mart lakukan untuk menarik minat konsumen di Yuki Mart kota Gunungsitoli sehingga mampu meningkatkan penjualan?

“Yuki Mart mengambil berbagai langkah sederhana namun efektif untuk menarik pelanggan. Salah satunya adalah menetapkan harga sesuai dengan kondisi masyarakat sekitar, di tambah promo atau diskon berkala agar pelanggan merasa mendapatkan keuntungan saat berbelanja. Pendekatan ini membantu menjaga kepercayaan konsumen sekaligus mendorong transaksi.

Dari sisi produk, Yuki Mart menyesuaikan jenis dan jumlah barang dengan kebutuhan nyata dilapangan. Produk lokal dan musiman juga mulai di perkenalkan, agar pilihan lebih bervariasi dan toko terlihat lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan. Ini memberikan kesan bahwa Yuki Mart benar-benar mengerti selera dan gaya hidup konsumennya.

Suasana toko menjadi bagian dari strategi. Penataan barang yang rapi dan lingkungan yang bersih menciptakan kenyamanan berbelanja. Pelanggan lebih mudah menemukan barang yang dicari tanpa merasa terganggu dan kebingungan dalam mencari produk tersebut.

Selain itu, untuk menyebarkan informasi, Yuki Mart menggunakan metode pemberian informasi di toko dan digital. Yuki Mart menyampaikan promosi melalui spanduk dan interaksi langsung di toko, sekaligus memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pelanggan yang lebih aktif secara online. Dengan cara ini, informasi lebih mudah di terima oleh berbagai kalangan.

Yang tak kalah penting, staff di Yuki Mart dilatih untuk memberikan pelayanan ramah dan cepat. Kasir, bagian gudang, sampai bagian pemasarannya berperan penting dalam menjaga kepuasan pelanggan dan menciptakan suasana berbelanja yang menyenangkan.

Kombinasi semua langkah ini menjadikan Yuki Mart tetap diminati dan di percaya masyarakat Gunungsitoli.

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

2. Deskripsi wawancara dengan Kasir Yuki Mart, Endang Telaumbanua

- a. Apa saja strategi pemasaran yang anda gunakan dalam meningkatkan penjualan di Yuki Mart Kota Gunungsitoli?

“Sebagai kasir yang langsung berhadapan dengan pelanggan setiap hari, saya melihat sendiri bagaimana strategi pemasaran bisa berpengaruh ke penjualan. Salah satunya yang paling terasa adalah soal harga. Banyak pelanggan suka bandingkan harga antar toko. Jadi, kami pihak Yuki Mart berusaha memberikan harga yang terbaik dan sesuai dengan tingkat kemampuan pelanggan.

Dari segi produk, saya juga sering dengar keluhan atau masukan langsung dari pelanggan. Salah satu masukan nya tentang stok barang. Pelanggan sering mengeluh barang yang tersedia kurang lengkap. Jadi saya sebagai kasir menyampaikan hal ini kepada pihak atasan atau staff gudang. Dengan ini, konsumen jadi lebih nyaman. Dan saya juga berusaha menerapkan perencanaan produk. Dengan kemajuan usaha di tempat kerja saya di Yuki Mart.

Terakhir, dari sisi distribusi, walaupun saya bukan bagian gudang, tapi dari sisi pengetahuan saya sebagai kasir kami bisa melihat dampaknya. Kalau rak selalu terisi dan barang-barang ditata rapi, pelanggan ngak perlu bolak-balik nanya atau cari barang tersebut. Kalau barang sudah habis, kami akan segera memberitahukan kepada pihak gudang agar segera di isi ulang.

Ketiga strategi pemasaran di atas merupakan strategi pemasaran yang telah lama kami gunakan untuk memajukan usaha ini.

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- b. Bagaimana Penerapan strategi penetapan harga yang dilakukan oleh Yuki Mart untuk meningkatkan penjualan?

“Di Yuki Mart, kita ngatur harga ngak asal-asalan. Kita tetap menjaga harga agar pelanggan tidak merasa keberatan. Strategi pemasaran yang kami gunakan adalah harga yang bersaing dan tidak terlalu mahal, namun tetap menguntungkan. Untuk barang kebutuhan sehari-hari, kami memberikan harga yang cukup murah agar pelanggan tertarik untuk berbelanja.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025)

- c. Bagaimana penerapan strategi perencanaan produk yang dilakukan oleh Yuki Mart untuk meningkatkan penjualan?

“Di Yuki Mart, strategi perencanaan produk dilakukan dengan ngikutin kebutuhan dan kebiasaan belanja pelanggan. Jadi, kita ngak asal masukin barang ke rak. Biasanya kita lihat dulu apakah produk tersebut sering dicari konsumen atau tidak. Kita juga sering tanya langsung kepada pelanggan barang apa yang mereka mau ada ditoko. Dengan mengetahui jawaban mereka, kami akan segera menyediakan produk tersebut.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- d. Bagaimana penerapan strategi sistem distribusi yang dilakukan oleh Yuki Mart untuk meningkatkan penjualan?

“Di Yuki Mart, sistem distribusi dijalankan dengan cara yang simpel tapi efektif supaya stok barang selalu tersedia dan pelanggan nggak kecewa. Kita usahain barang-barang yang cepat laku itu di kirim rutin dari supplier, jadi rak nggak pernah kosong.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- e. Apa kendala atau tantangan yang anda hadapi dalam menerapkan strategi pemasaran di Yuki Mart Kota Gunungsitoli?

“Sebagai kasir yang ikut merasakan langsung suasana toko dan interaksi dengan pelanggan, saya melihat beberapa tantangan yang cukup terasa dalam menjalankan strategi pemasaran kami. Salah satunya adalah ketika harga barang dari distributor naik, sementara kami sudah menjanjikan potongan harga kepada pelanggan. Situasi seperti ini bikin kami harus cepat berkoordinasi agar tidak mengecewakan pelanggan, tapi juga tetap menjaga keseimbangan keuntungan.

Tantangan lain muncul dari sisi ketersediaan produk. Kadang barang yang sedang banyak dicari, tapi stoknya kosong karena pengiriman terlambat atau belum tersedia. Akibatnya, pelanggan jadi kecewa dan bisa saja memilih berbelanja di tempat lain. Kami sebagai kasir sering menjadi tempat mengeluh pelanggan. Kami akan berusaha mengatasi hal ini dan menjelaskan dengan baik kepada pelanggan dan menjaga suasana tetap ramah.

Tantangan terakhir yaitu dalam segi distribusi toko, kadang terjadi keterlambatan pengisian rak. Misalnya barang sudah ada di gudang, tapi belum sempat di tata di rak karena staff gudang lagi sibuk. Akibatnya pelanggan mengira barangnya habis, padahal sebenarnya masih ada. Kami biasanya bantu sampaikan dan menindak lanjuti hal ini.

Meskipun banyak tantangan yang kami hadapi, kami tetap berusaha memberikan yang terbaik agar strategi pemasaran yang dijalankan benar-benar terasa manfaatnya bagi pelanggan.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- f. Bagaimana langkah yang diambil oleh Yuki Mart dalam menghadapi kendala dan tantangan untuk menerapkan strategi pemasaran tersebut?

“Sebagai kasir, saya sering melihat bagaimana Yuki Mart bertindak cepat kalau ada masalah. Kalau ada produk yang kosong tapi banyak dicari, kami langsung laporkan ke bagian gudang. Dan biasanya bagian gudang bergerak cepat mencari solusinya. Misalnya, ganti

dengan produk serupa yang tersedia. Dengan begitu, pelanggan tetap bisa berbelanja tanpa merasa kecewa.

Kalau soal harga, toko kami juga cukup bijak. Kami tahu harga dari distributor kadang berubah-ubah. Tapi manajemen selalu berusaha menyesuaikan dengan kondisi pelanggan. Sering juga diadakan promo, jadi walau ada penyesuaian harga, pelanggan tetap dapat menjangkau.

Soal keterlambatan pengisian rak, kami dikasir selalu berkoordinasi. Kalau ada pelanggan tanya barang yang nggak kelihatan, kami bantu dengan cek di gudang dan minta segera diisi. Dengan begitu, pelanggan nggak perlu nunggu lama atau keliling cari sendiri.

Kami juga rutin diberi pengarahan dan pelatihan supaya bisa melayani dengan baik, tahu info promo terbaru, dan bisa jawab pertanyaan pelanggan tanpa binggung. Ini membantu kami tetap profesional walaupun toko sedang ramai atau ada kendala lain.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- g. Langkah-langkah apa saja yang Yuki Mart lakukan untuk menarik minat konsumen di Yuki Mart kota Gunungsitoli sehingga mampu meningkatkan penjualan?

“Sebagai kasir di Yuki Mart, saya melihat langsung bagaimana toko berusaha menarik perhatian pelanggan supaya mereka betah dan mau belanja lagi. Salah satu cara yang kami lakukan adalah dengan menawarkan harga yang bersahabat. Selain harga, kelengkapan produk juga jadi daya tarik utama. Kami sering mendengar sama pelanggan bahwa produk kami kadang kurang lengkap. Faktor ini disebabkan karena keterlambatan pendistribusian barang. Sehingga, terkadang pelanggan kecewa akan hal tersebut. Kami pihak Yuki Mart berupaya mengatasi hal tersebut yaitu dengan cara memberikan informasi kekurangan stok barang pada pihak gudang agar kedepannya stok

barang tersebut di perbanyak. Agar kedepannya pelanggan ngak kecewa untuk kedua kalinya.

Dari sisi pelayanan, kami di kasir selalu berusaha melayani dengan ramah dan cepat. Walaupun antrean panjang, kami tetap usahakan senyum dan bantu pelanggan dengan sabar. Hal-hal kecil kayak gini ternyata punya pengaruh besar buat pelanggan balik lagi ke toko kami.

Terakhir, kami juga sering ikut bantu menata barang di area kasir, terutama produk-produk kecil yang sering dibeli mendadak. Barang-barang ini sering menjadi barang tambahan belanja dan lumayan dalam meningkatkan penjualan. Jadi, meskipun tugas utama kami adalah kasir, kami tetap ikut berperan dalam strategi pemasaran di Yuki Mart.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

3. Deskripsi wawancara dengan bidang penjualan dan pemasaran Yuki Mart, Yupi Laoli

a. Apa saja strategi pemasaran yang anda gunakan dalam meningkatkan penjualan di Yuki Mart Kota Gunungsitoli?

“Tim pemasaran Yuki Mart menerapkan strategi yang sederhana tapi efektif. Kami menetapkan harga yang sesuai dengan kondisi pelanggan dan sering memberikan potongan harga, agar pelanggan merasa hemat berbelanja di tempat kami. Produk yang disediakan pun disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, termasuk variasi dari produk lokal dan musiman.

Distribusi barang dari gudang dan rak dilakukan dengan cepat dan teratur, sehingga pelanggan tidak kesulitan menemukan barang yang mereka cari. Penataan toko juga dibuat rapi agar pengalaman berbelanja jadi lebih nyaman. Jika ada kekosongan stok, tim segera mengisi ulang tanpa nunggu lama.

Selain itu, pelayanan yang diberikan oleh staff juga menjadi bagian penting dari strategi pemasaran. Sikap ramah, cepat tanggap, dan sopan

dari karyawan membuat pelanggan merasa dihargai dan nyaman saat berbelanja di Yuki Mart.

Dengan kombinasi harga yang bersahabat, produk yang sesuai kebutuhan, distribusi yang lancar, dan pelayanan yang baik, Yuki Mart pasti bisa meningkatkan dan berkembang kedepannya menjadi toko ritel yang berdaya saing dan mampu memperoleh keuntungan besar.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- b. Bagaimana Penerapan strategi penetapan harga yang dilakukan oleh Yuki Mart untuk meningkatkan penjualan?

“Di Yuki Mart, strategi penetapan harga dibuat supaya bisa bersaing tapi tetap ramah dikantong pelanggan. Kita nggak asal pasang harga. Biasanya dihitung berdasarkan harga pasar, biaya operasional, dan kebiasaan belanja warga sekitar. Produk kebutuhan pokok sengaja dibuat murah untuk menarik minat konsumen berbelanja.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- c. Bagaimana penerapan strategi perencanaan produk yang dilakukan oleh Yuki Mart untuk meningkatkan penjualan?

“Di Yuki Mart Gunungsitoli, perencanaan produk kita sesuaikan sama kebutuhan pelanggan. Kita nggak asal masukin barang ke etalase, tapi lihat dulu barang apa saja yang sering di cari sama pelanggan. Tim juga rutin ngecek barang yang cepat habis dan berusaha mengisi barang yang telah habis di rak. Tujuannya agar pelanggan puas saat berbelanja di toko kami.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- d. Bagaimana penerapan strategi sistem distribusi yang dilakukan oleh Yuki Mart untuk meningkatkan penjualan?

“Yuki Mart melakukan sistem distribusi dengan cara yang simpel tapi tetap ngena ke penjualan. Barang yang cepat laku atau sering dicari,

kita pastiin ngak sampai kehabisan. Jadi pengiriman dari supplier dibuat rutin dan terjadwal. Kita juga kerja sama kepada pihak produsen lokal, biar barang dapat dikirim lebih cepat dan biaya distribusi lebih ringan.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- e. Apa kendala atau tantangan yang anda hadapi dalam menerapkan strategi pemasaran di Yuki Mart Kota Gunungsitoli?

“Salah satu tantangan utama yang kami hadapi adalah perubahan perilaku belanja pelanggan yang cepat berubah. Kadang kami baru menerapkan strategi tertentu, tapi belum lama dijalankan sudah harus menyesuaikan lagi karena pola belanjanya yang berubah. Ini membuat kami harus selalu siap beradaptasi dan lebih jeli membaca tren yang berkembang di pasar.

Selain itu, ada kesulitan dalam menyesuaikan produk yang ditawarkan dengan selera lokal. Tidak semua produk yang kami dapat dari distributor cocok dengan apa yang di inginkan pelanggan disini. Kadang perlu di coba dulu, dan kalau ternyata tidak laku, barangnya akan menumpuk dan memakan ruang penyimpanan yang banyak.

Persaingan juga menjadi tantangan lain. Banyak toko baru yang menawarkan harga miring dengan konsep yang serupa. Kami harus terus menjaga agar Yuki Mart tetap unggul, baik segi kualitas layanan, kenyamanan toko, maupun variasi produk.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- f. Bagaimana langkah yang diambil oleh Yuki Mart dalam menghadapi kendala dan tantangan untuk menerapkan strategi pemasaran tersebut?

“Dalam menghadapi berbagai tantangan dalam menerapkan strategi pemasaran, tim penjualan dan pemasaran Yuki Mart kota Gunungsitoli mengambil sejumlah langkah yang terbilang cukup praktis. Salah satu langkah awal yang kami lakukan adalah memperkuat relasi dan komunikasi kami dengan distributor. Ketika kami tau ada produk

atau barang yang sulit di dapat, pihak distributor akan memberikan produk pengganti dengan kualitas yang sama dan bisa diterima oleh pelanggan. Dengan begitu, rak tetap terisi dan pelanggan tidak akan kecewa.

Dalam hal variasi produk, tim pemasaran mengamati kebiasaan belanja pelanggan. Kami mencatat apa saja barang yang banyak laku terjual dan menyesuaikan stok dengan data tersebut. Jika ada produk baru yang ingin dicoba di pasarkan, kami memasarkan dalam jumlah terbatas dulu untuk melihat respon pelanggan terhadap produk tersebut. Ini membantu menghindari penumpukan di gudang dan menjaga efisiensi penggunaan gudang.

Untuk menghadapi persaingan, Yuki Mart menjaga kualitas pelayanan dan kenyamanan di toko. Kami percaya selain harga dan produk, pengalaman belanja pelanggan juga sangat menentukan. Toko juga selalu di buat bersih dan rapi untuk memberikan kenyamanan tersendiri bagi pelanggan kami.”

(wawancara pada hari : Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- g. Langkah-langkah apa saja yang Yuki Mart lakukan untuk menarik minat konsumen di Yuki Mart kota Gunungsitoli sehingga mampu meningkatkan penjualan?

“Cara atau langkah yang kami dalam menarik minat pelanggan di Yuki Mart cukup sederhana. Yuki Mart menetapkan strategi harga yang disesuaikan dengan daya beli masyarakat lokal. Kami rutin memberikan diskon pada produk tertentu. Sehingga pelanggan bisa menjangkau harga tersebut.

Dari segi produk, Yuki Mart memperhatikan pola belanja pelanggan dengan menyediakan barang-barang yang sering di cari oleh pelanggan. Dengan melakukan hal ini kami dari pihak Yuki Mart dapat melakukan pengelolaan stok barang tersebut.

Sementara suasana toko tetap dijaga bersih dan tertata rapi agar menciptakan kenyamanan saat berbelanja di toko kami.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

4. Deskripsi wawancara dengan bagian gudang dan logistik, Falen Hura

- a. Apa saja strategi pemasaran yang anda gunakan dalam meningkatkan penjualan di Yuki Mart Kota Gunungsitoli?

“Dalam meningkatkan penjualan kami, kami menerapkan strategi pemasaran melalui penetapan harga yang efisien, perencanaan produk, dan sistem distribusi. Setiap strategi pemasaran yang telah kami terapkan ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha kami.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- b. Bagaimana Penerapan strategi penetapan harga yang dilakukan oleh Yuki Mart untuk meningkatkan penjualan?

“Kalau dari sisi gudang dan logistik, penerapan strategi penetapan harga di Yuki Mart menyesuaikan dengan harga yang diberikan oleh pihak supplier. Kita usahakan harga yang diberikan adalah harga yang murah dan bisa dijangkau oleh pelanggan. “

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- c. Bagaimana penerapan strategi perencanaan produk yang dilakukan oleh Yuki Mart untuk meningkatkan penjualan?

“Strategi perencanaan produk dilakukan dengan mengikuti pola belanja pelanggan. Tim toko juga rajin banget mantau barang yang cepat laris dan mana yang kurang diminati. Jadi stok bisa disesuaikan.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- d. Bagaimana penerapan strategi sistem distribusi yang dilakukan oleh Yuki Mart untuk meningkatkan penjualan?

“Strategi sistem distribusi dijalankan dengan gandelin kecepatan dan ketepatan waktu barang sampai ke rak. Kita kerja sama kepada supplier yang bisa mengirim barang sesuai jadwal. Jadi stok selalu tersedia, apalagi produk yang cepat laku.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

- e. Apa kendala atau tantangan yang anda hadapi dalam menerapkan strategi pemasaran di Yuki Mart Kota Gunungsitoli?

“Kendala yang kerap kami hadapi dalam menerapkan strategi pemasaran yaitu kendala dalam mengelola harga. Dalam menetapkan harga produk ini, kami harus lebih berhati-hati agar pelanggan yang membeli di tempat kami tidak merasa dirugikan dengan harga yang kami berikan. Tantangan kedua yang kami hadapi adalah perencanaan produk. Dimana kami harus lebih teliti dalam mengelola stok barang dan melihat barang mana saja yang penjualan nya lebih cepat habis. Pada bagian sistem distribusi kami mengalami kendala keterlambatan pendistribusian barang. Dalam hal ini keterlambatan ini menyebabkan pelanggan akan beralih berbelanja ke toko lain.”

- f. Bagaimana langkah yang diambil oleh Yuki Mart dalam menghadapi kendala dan tantangan untuk menerapkan strategi pemasaran tersebut?

“Dalam menghadapi kendala dan tantangan yang saya sebutkan tersebut kami menghadapinya dengan melakukan evaluasi setiap bulannya. Tujuan evaluasi ini adalah melakukan penilaian terhadap perkembangan usaha melalui strategi pemasaran yang diterapkan dan melihat solusi apa yang bisa dilakukan dalam mengatasi berbagai tantangan dan kendala tersebut.”

- g. Langkah-langkah apa saja yang Yuki Mart lakukan untuk menarik minat konsumen di Yuki Mart kota Gunungsitoli sehingga mampu meningkatkan penjualan?

“Langkah-langkah yang dilakukan Yuki Mart dalam menarik minat

konsumen di Yuki Mart yaitu dengan memberikan kenyamanan kepada konsumen saat berbelanja ditempat kami. Kenyamanan yang kami berikan berupa memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan mengsambut baik setiap keluhan yang mereka berikan. Setiap keluhan konsumen adalah batu loncatan kami dalam memperbaiki setiap kelemahann dalam usaha kami.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025)

5. Deskripsi wawancara dengan pelanggan Yuki Mart:

1. Pelanggan yang di wawancarai pertama, Ayu Ceptariani Zega.

- a. Menurut anda, apakah produk yang tersedia di Yuki Mart telah sesuai dengan kebutuhan anda sehari-hari? jika belum, mengapa?

“Produk di Yuki Mart umumnya sesuai dengan kebutuhan saya sehari-hari. Namun, terkadang barang yang saya cari tidak tersedia atau pilihannya kurang lengkap, terutama merek atau ukuran tertentu. Jadi saya berharap kedepannya Yuki Mart bisa menambah variasi produknya”.

- b. Adakah produk yang anda butuhkan namun tidak tersedia di Yuki Mart? jika ada, produk apa saja?

“Ya, ada beberapa produk yang saya butuhkan, namun terkadang tidak tersedia, seperti susu anak sesuai usia, bumbu masakan, buku cetak anak sekolah, pakaian seragam sekolah anak, dan masih banyak lagi. Saya harus pergi berbelanja ke pasar untuk mendapatkannya. Kalau produk- produk ini tersedia di Yuki Mart saya pasti lebih sering berbelanja disana.”

- c. Menurut anda, apakah harga produk yang ditawarkan di Yuki Mart, sudah sesuai dengan jumlah atau ukuran produk yang ditawarkan di Yuki Mart? jika belum, mengapa?

“Menurut saya, sebagian besar harga produk di Yuki Mart sudah cukup sesuai. Namun, ada beberapa produk yang menurut saya harganya agak mahal dibandingkan dengan ukuran kemasan, terutama untuk barang-barang kebutuhan rumah tangga tertentu. Kadang saya merasa lebih hemat kalau beli ditempat lain yang menawarkan ukuran lebih besar dan harga yang murah. Saya berharap Yuki Mart bisa menyesuaikan harga dengan menyediakan banyak pilihan ukuran agar konsumen bisa memilih sesuai dengan kebutuhan nya.”

d. Bagaimana pengalaman berbelanja anda di Yuki Mart?

“Sebagai konsumen, pengalaman berbelanja di Yuki sudah cukup baik dan saya nyaman berbelanja disini. Apalagi pelayanannya ramah dan cepat. Namun, sebagai pelanggan saya menemukan beberapa hal yang perlu dikembangkan di Yuki Mart seperti produk di Yuki Mart yang masih kurang lengkap sehingga menjadi pembenahan bagi Yuki Mart kedepannya. Tempat parkir tidak luas, sehingga pelanggan terkadang kurang nyaman memarkir kendaraan nya. Beberapa produk yang harganya mahal, sehingga saya sebagai pelanggan lebih memilih tempat lain yang menjual produk tersebut lebih murah. Saya berharap kedepannya Yuki Mart bisa melengkapi beberapa kelemahan tersebut”.

e. Bagaimana pendapat anda tentang tempat pemberlanjaan di Yuki Mart?

“Sebagai konsumen, saya merasa tempat pemberlanjaan di Yuki Mart cukup nyaman dan mudah di akses. Toko ini bersih, pencahayaan terang, dan cukup rapi. Namun, suasana sana dalam toko cukup sempit dan penataan produk di tempatnya masih kurang baik. Namun kedepannya Yuki Mart bisa memperluas area belanja agar dapat memberikan kenyamanan tersendiri untuk pelanggannya.

Secara keseluruhan Yuki Mart menjadi tempat pemberlanjaan yang praktis dan cukup memadai di Kota Gunungsitoli”.

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

2. Pelanggan Yuki Mart yang di wawancarai kedua, Tuti Arlina Mendrofa

- a. Menurut anda, apakah produk yang tersedia di Yuki Mart telah sesuai dengan kebutuhan anda sehari-hari? jika belum, mengapa?

“Sebagian besar kebutuhan sehari-hari saya memang sudah ada di Yuki Mart. Namun, terkadang saya merasa tidak puas dengan produk yang tersedia di sini karena produk atau barang yang saya perlukan tidak ada atau stok nya kadang sudah habis. Misalnya seperti kebutuhan anak, seperti susu berdasarkan usia anak dan terkadang kebutuhan pokok juga stok nya habis. Hal ini menyebabkan saya harus membelinya di toko lain untuk memenuhi keperluan belanjaan saya tersebut.

Saya juga pernah bertanya kepada bagian pemasaran di Yuki Mart tentang barang yang kosong tersebut. Dan mereka berkata memang belum datang dari distributor nya. Tapi kalau kejadian ini sering terjadi, saya jadi merasa kecewa dan terpaksa harus memilih tempat lain untuk berbelanja.

Terkadang juga saya merasa harga yang diberikan di Yuki Mart sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan toko yang menjual produk yang sama. Memang Yuki Mart ada promo sesekali, tapi untuk produk tertentu saja. Apalagi jika saya membeli produk dalam jumlah yang sangat banyak, harga yang tinggi tersebut akan sangat terasa bagi saya dan membuat saya sebagai pelanggan kesusahan menjangkau nya. Saya mengerti, harga yang ditetapkan disini telah diperhitungkan berdasarkan biaya yang mereka keluarkan untuk melakukan proses distribusi barang tersebut hingga bisa sampai ke toko ini. Namun, besar harapan saya Yuki Mart bisa lebih

memperhatitiakan tingkat kemampuan pelanggan dalam membeli produk di Yuki Mart.”

- b. Adakah produk yang anda butuhkan namun tidak tersedia di Yuki Mart? jika ada, produk apa saja?

“Di Yuki Mart memang menyediakan banyak jenis produk yang unik dan menarik, serta memiliki kualitas produk yang baik. Namun, ada beberapa barang yang sering kali stoknya tidak lengkap atau cepat kosong disini saat saya belanja. Contohnya susu kotak untuk anak yang memiliki batasan umur dan varian rasa. Ini sering banget terjadi saat saya hendak membeli susu untuk anak saya.

Saya juga sempat mencari-cari produk seperti sabun pembersih wajah, jajanan sehat, dan minuman rendah gula. Beberapa jenis produk tersebut juga, kadang mengalami kekosongan. Padahal saya ingin membeli nya untuk saya gunakan pada hari tersebut.

Selain itu, beberapa kebutuhan bayi seperti popok merek tertentu dan tisu basah bayi terkadang susah didapat. Kadang karyawan Yuki Mart bilang barangnya lagi dalam proses menuju toko. Tapi, apabila barang tersebut lama sampai di toko, kemungkinan besar saya sebagai pelanggan belanja ke toko lain.

Saya sebagai konsumen tetap Yuki Mart berharap, agar kedepannya Yuki Mart bisa lebih memperhatikan barang-barang yang stok nya mudah habis. Sehingga konsumen yang berbelanja lebih puas dan makin betah berbelanja disini.”

- c. Menurut anda, apakah harga produk yang ditawarkan di Yuki Mart, sudah sesuai dengan jumlah atau ukuran produk yang ditawarkan di Yuki Mart? jika belum, mengapa?

“Sebagian besar harga produk di Yuki Mart menurut saya masih cukup masuk akal dan sebanding dengan kualitas dan ukuran produk nya. Akan tetapi, ada beberapa barang yang memiliki harga yang

lumayan mahal dibandingkan dengan toko lainnya. Contohnya seperti produk kebutuhan rumah tangga atau makanan yang ada dalam kemasan. Saya sering membandingkan harga di Yuki Mart dengan toko lain. Terkadang selisih harganya cukup jauh dan menyulitkan saya dalam membeli produk tersebut.

Saya mengerti dan paham bahwa Yuki Mart memiliki biaya operasional. Tapi disatu sisi pelanggan berharap mereka harus lebih bijak dalam menentukan harga yang pas untuk produk tersebut.

Meskipun begitu, saya tetap berbelanja di Yuki Mart karena tempatnya yang nyaman, bersih dan pelayanannya yang bagus. Tapi, akan jauh lebih baik lagi, jika Yuki Mart memberikan harga yang menarik bagi pelanggan.”

d. Bagaimana pengalaman berbelanja anda di Yuki Mart?

“Saya merasa Yuki Mart adalah tempat berbelanja yang cukup praktis. Namun, menurut saya ada beberapa hal yang perlu di tingkatkan di Yuki Mart. Salah satunya adalah tempat parkir yang sempit. Kalau situasi lagi ramai, sering kali harus antre atau memarkir kendaraan di tempat lain. Saya sebagai pelanggan terkadang kurang nyaman dan khawatir dengan keamanan kendaraan saya. Untuk tata letak produknya masih bisa dibuat lebih rapi lagi. Beberapa letak produk masih agak berantakan atau sedikit membingungkan pelanggan dalam mencari produk tersebut.

Selain itu, ruang didalam toko juga masih kelihatan sempit, terutama saat pembeli lagi banyak. Akan lebih baik jika kedepannya Yuki Mart memperluas area toko setidaknya jalur yang dilewati pelanggan jauh lebih lapang dan luas. “

e. Bagaimana pendapat anda tentang tempat pemberlanjaan di Yuki Mart ?

“Menurut saya, Yuki Mart cukup membantu untuk belanja kebutuhan sehari-hari saya. Tapi masih banyak hal yang menjadi perbaikan Yuki Mart kedepannya. Mulai dari parkir nya yang terlalu sempit, area toko yang cukup sempit, dan penataan barangnya yang belum terlalu rapi. Kalau beberapa hal ini ditingkatkan dan ada perbaikan, pastinya pengalaman berbelanja di Yuki Mart jauh lebih nyaman dan menyenangkan.”

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

3. Pelanggan Yuki Mart yang di wawancarai ketiga, Yustani Zega

- a. Menurut anda, apakah produk yang tersedia di Yuki Mart telah sesuai dengan kebutuhan anda sehari-hari? jika belum, mengapa?

“Secara keseluruhan, Yuki Mart cukup membantu saya dalam memenuhi kebutuhan belanjaan keseharian saya. Namun, tidak jarang juga produk yang saya butuhkan tidak tersedia, seperti minyak goreng ukuran kecil, sampo merek tertentu, sabun isi ulang, tisu dapur, peralatan dapur, dan beberapa produk kebutuhan pokok lainnya. Situasi seperti ini membuat saya merasa kecewa dan harus berbelanja ke toko lain, yang cukup merepotkan saya, apalagi bila saya terburu-buru atau lagi banyak belanjaan.

Menurut saya, akan jauh lebih nyaman jika pihak toko Yuki Mart lebih rutin dan jeli dalam mengelola stok barang dan menyediakan produk yang lengkap. Supaya pelanggan tidak perlu berbelanja ke tempat lain.”

- b. Adakah produk yang anda butuhkan namun tidak tersedia di Yuki Mart ? jika ada, produk apa saja ?

“Saya pernah mengalami kesulitan saat mencari beberapa barang yang saya butuhkan pada hari itu juga. Barang tersebut antara lain, lampu led hemat energi, pasta gigi, jas hujan, dan buku cetak. Yang dimana produk tersebut tidak ada pada saat saya

berbelanja di Yuki Mart. Akhirnya, saya beralih ke pasar untuk berbelanja produk tersebut.

Selain itu juga, saya juga pernah ingin berbelanja bumbu masak instan dan minuman herbal dalam kemasan, tapi saya belum pernah menemukannya. Padahal produk seperti ini banyak banget peminatnya. Apabila kedepannya Yuki Mart melengkapi barang tersebut, pasti Yuki Mart akan menjadi tempat pemberlanjaan yang saja ideal dan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.”

- c. Menurut anda, apakah harga produk yang ditawarkan di Yuki Mart, sudah sesuai dengan jumlah atau ukuran produk yang ditawarkan di Yuki Mart ? jika belum, mengapa ?

“Menurut saya, sebagian besar harga barang di Yuki Mart masih tergolong wajar. Namun, ada beberapa produk yang terasa cukup mahal, padahal kemasannya dalam ukuran kecil. Hal ini cukup terasa saat saya berbelanja. Apalagi kalau jumlah belanjaan saya cukup banyak.”

- d. Bagaimana pengalaman berbelanja anda di Yuki Mart ?

“Saya merasa cukup terbantu dengan kehadiran Yuki Mart, sebagai tempat pemberlanjaan di Kota Gunungsitoli. Meskipun demikian, ada beberapa hal yang saya rasakan yang saya rasa perlu untuk di tingkatkan Yuki Mart. Salah satu yang terasa banget yaitu lahan parkir yang kurang luas, sehingga saya sebagai pelanggan kadang merasa kecapean dan kesulitan mencari tempat parkir saya sebelum berbelanja di Yuki Mart.

Dari sisi toko, ruang geraknya terasa agak sempit dan penataan produknya masih kurang rapi. Beberapa bagian terlihat padat dan agak sulit dijangkau bila Yuki Mart lagi ramai pembeli.”

- e. Bagaimana pendapat anda tentang tempat pemberlanjaan di Yuki

Mart ?

“Yuki Mart merupakan salah satu tempat belanja yang cukup baik. pilihan lokasi nya juga lumayan mudah dijangkau. Namun, dari sisi kenyamanan, masih ada tugas utama Yuki Mart yang perlu banget di perhatikan. Misalnya, seperti area parkir yang sangat terbatas sering kali membuat pelanggan kesulitan datang di waktu toko lagi ramai.

Selain itu, tata letak didalam toko masih perlu di tingkatkan. Semoga apa yang telah saya sampaikan ini, disambut baik dan menjadi pengembangan Yuki Mart kedepannya.”

(wawancara pada hari : Jumat, tanggal : 10 Juni 2025).

4. Pelanggan Yuki Mart yang diwawancarai keempat, Greenistin Citarani Zega

- a. Menurut anda, apakah produk yang tersedia di Yuki Mart telah sesuai dengan kebutuhan anda sehari-hari ? jika belum, mengapa ?

“Secara umum, produk yang tersedia di Yuki Mart cukup membantu saya dalam memenuhi kebutuhan saya. Apalagi di tambah Tempatnya yang nyaman, keramah tamahan karyawannya, dan kebersihan toko membuat saya betah berbelanja disini. Selama saya berbelanja disini saya rasa produknya sudah cukup banyak dan bervariasi. Hal ini membuat saya puas memilih produk disini.”

- b. Adakah produk yang anda butuhkan namun tidak tersedia di Yuki Mart ? jika ada, produk apa saja ?

“Ya tentu saja ada beberapa produk yang pernah tidak tersedia saat saya belanja di Yuki Mart. Seperti alat tulis kantor, peralatan dapur, cetakan es batu, dan beberapa produk lainnya. Meskipun begitu menurut saya itu adalah hal yang wajar. Apalagi Yuki Mart menjadi toko yang lumayan ramai pembeli. Saya perhatikan produk

yang mengalami kekosongan pada hari itu, besoknya barang tersebut di isi kembali sama karyawannya.

Saya sebagai pelanggan berharap Yuki Mart tetap memperhatikan keadaan stok barang di rak untuk memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan setianya.”

- c. Menurut anda, apakah harga produk yang ditawarkan di Yuki Mart, sudah sesuai dengan jumlah atau ukuran produk yang ditawarkan di Yuki Mart ? jika belum, mengapa?

“Menurut saya, harga yang ditawarkan di Yuki Mart sudah tergolong harga pasaran. Karena saya selalu membandingkan harga di Yuki Mart dengan harga di toko lain. Namun, ada kalanya juga harga mengalami kenaikan. Menurut saya sah-sah saja. Apalagi pihak Yuki Mart pasti menyesuaikan harga barang tersebut dengan biaya operasional yang mereka keluarkan untuk proses distribusi barang.”

- d. Bagaimana pengalaman berbelanja anda di Yuki Mart?

“Pengalaman saya berbelanja di Yuki Mart adalah pengalaman yang sungguh menyenangkan. Saya senang berbelanja disini. Apalagi disini menyajikan sensasi kenyamanan bagi pelanggan melalui beberapa hal, seperti keramahan karyawannya, tempatnya yang bersih dan rapi, dan jumlah produknya yang beragam. Hal-hal tersebut memberikan ketertarikan tersendiri bagi saya untuk belanja disini.”

- e. Bagaimana pendapat anda tentang tempat pemberlanjaan di Yuki Mart ?

“Tempat belanja Yuki Mart merupakan tempat belanja yang mudah dijangkau oleh banyak orang. Pilihan produknya juga cukup beragam dan jam operasionalnya cukup panjang. Dalam segi

ruangan Yuki Mart telah menata dengan baik letak dari pada produk mereka.

Namun, kelemahannya ruangan belanja nya cukup sempit. Yang lainnya sudah cukup baik.”

(wawancara pada hari : Jumat, tanggal : 10 Juni 2025).

5. Pelanggan Yuki Mart yang diwawancarai kelima, Agus Berkat Zai

- a. Menurut anda, apakah produk yang tersedia di Yuki Mart telah sesuai dengan kebutuhan anda sehari-hari ? jika belum, mengapa ?

“Saya sering banget berbelanja di Yuki Mart. Karena tempat ini nyaman dan karyawannya ramah kepada pelanggan. Sedikit saja, hal yang perlu di tingkatkan disini yaitu mereka harus lebih memperhatikan ketersediaan produk yang sudah menjadi produk prioritas bagi pelanggan. Terkadang ada beberapa produk yang masih belum lengkap. Hal itu menjadi tugas dan tanggung jawab Yuki Mart dalam melengkapinya.”

- b. Adakah produk yang anda butuhkan namun tidak tersedia di Yuki Mart ? jika ada, produk apa saja ?

“Ya tentu saja ada. Beberapa hari yang lalu saya pengen belanja mesin cukur rambut karena saya mau membuka usaha pangkas. Naumun, saya tidak menemukan dan saya juga berusaha menanyakan hal ini kepada karyawan disana. Karyawannya berkata barang tersebut masih belum tersedia di toko. Alhasil saya memilih belanja di pasar. Seandainya kedepannya Yuki Mart bisa melengkapi nya, pasti Yuki Mart menjadi pusat pemberlanjaan yang di favorite kan di kota Gunungsitoli.”

- c. Menurut anda, apakah harga produk yang ditawarkan di Yuki Mart, sudah sesuai dengan jumlah atau ukuran produk yang ditawarkan di Yuki Mart ? jika belum, mengapa ?

“Menurut saya, harga disini agak sedikit mahal pada produk tertentu. Misalnya, harga produk susu kemasan anak. Saya sering belanja produk tersebut karena itu adalah kebutuhan pokok untuk anak-anak saya yang masih kecil. Dengan harga yang cukup tinggi, terkadang saya memilih berbelanja di toko lain yang menawarkan harga yang murah.”

- d. Bagaimana pengalaman berbelanja anda di Yuki Mart ?

“Pengalaman saya berbelanja di Yuki Mart cukup baik. karyawan disini ramah dan melayani pelanggan dengan baik dan sepenuh hati. Jadi satu penilaian tersendiri bagi saya sebagai pelanggan. walaupun harga kadang sedikit mahal disini, saya tetap memilih untuk belanja. Karena, saya menemukan kenyamanan tersendiri disini saat belanja.”

- e. Bagaimana pendapat anda tentang tempat pemberlanjaan di Yuki Mart ?

“Tempat pemberlanjaan di Yuki Mart sudah cukup baik dan rapi. Hanya saja saya menemukan beberapa hal yang perlu dikembangkan di toko ini, seperti tempat parkir yang sempit, penataan rak dan tempat produk yang masih sedikit berantakan, dan ruangan tempat belanja yang masih kurang luas. Kedepannya Yuki Mart perlu mengatasi kelemahan itu, demi kemajuan dan pengembangan usaha nya.”

(wawancara pada hari : Jumat, tanggal : 10 Juni 2025).

6. Pelanggan Yuki Mart yang diwawancarai keenam, Hana Anastasya Li Zebua

- a. Menurut anda, apakah produk yang tersedia di Yuki Mart telah sesuai dengan kebutuhan anda sehari-hari ? jika belum, mengapa ?

“Secara umum, produk yang tersedia di Yuki Mart sudah sesuai dengan kebutuhan sehari-hari saya. Namun, terkadang ada beberapa jenis produk tertentu yang kualitasnya kurang memuaskan atau pilihannya terbatas. Hal ini membuat saya terkadang harus mencari alternatif di tempat lain.”

- b. Adakah produk yang anda butuhkan namun tidak tersedia di Yuki Mart ? jika ada, produk apa saja ?

“Ya, ada beberapa produk yang saya butuhkan namun tidak tersedia di Yuki Mart. Contohnya adalah beberapa jenis bumbu dapur tertentu dan produk perawatan kulit dengan formulasi khusus. Jika tersedia, tentu akan sangat membantu dan memudahkan saya dalam berbelanja.”

- c. Menurut anda, apakah harga produk yang ditawarkan di Yuki Mart, sudah sesuai dengan jumlah atau ukuran produk yang ditawarkan di Yuki Mart ? jika belum, mengapa ?

“Harga di Yuki Mart sebagian besar sudah sesuai dengan kualitas dan ukurannya. Akan tetapi, ada beberapa produk yang harganya terasa sedikit lebih mahal dibandingkan dengan supermarket lain yang menjual produk yang sama.”

- d. Bagaimana pengalaman berbelanja anda di Yuki Mart ?

“Pengalaman berbelanja di Yuki Mart sudah cukup baik. tata letak toko yang rapi dan bersih membuat saya nyaman berbelanja. Petugasnya juga ramah dan membantu. Namun, sistem antrian kasir terkadang cukup lama, terutama pada jam-jam sibuk.

- e. Bagaimana pendapat anda tentang tempat pemberlanjaan di Yuki Mart ?

“Tempat pemberlanjaan di Yuki Mart sudah strategis dan mudah di akses. Namun, area parkir masih cukup sempit. Apalagi saat Yuki Mart lagi banyak pelanggan. Letak barang juga perlu di

perhatikan agar konsumen tidak kebingungan mencari produk tersebut.

(wawancara pada hari: Jumat, tanggal: 10 Juni 2025).

4.3 Hasil Pembahasan

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, ada dua rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Yuki Mart kota Gunungsitoli dalam meningkatkan penjualan. Dalam penelitian ini peneliti menyajikan strategi yang telah di terapkan oleh Yuki Mart kota Gunungsitoli dalam meningkatkan penjualan. Dengan demikian dapat diketahui sejauh mana Yuki Mart telah menerapkan strategi pemasaran dan bagaimana dampak strategi pemasaran tersebut terhadap peningkatan penjualan.
2. Untuk mengetahui kendala apa saja yang di hadapi oleh Yuki Mart dalam menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini mendalami dan menganalisis tantangan dan kendala apa saja yang dihadapi oleh Yuki Mart dalam menerapkan strategi pemasaran. Kendala dan tantangan ini berupaya masalah, tantangan dan kelemahan yang dihadapi oleh Yuki Mart. Dalam hal ini kendala dan tantangan yang dihadapi oleh Yuki Mart yaitu:

1. Perencanaan Produk

Dalam menjalankan strategi perencanaan produk ini Yuki Mart menghadapi tantangan berupa keterbatasan ketersediaan produk dari pihak distributor. Keterbatasan ketersediaan produk ini berdampak pada perencanaan produk pada Yuki Mart. Dampak dari keterbatasan produk tersebut yaitu barang yang dibutuhkan tidak tersedia, terjadi keterlambatan dalam hal mengstok barang di rak, dan pada bagian terakhir pelanggan kecewa karena harus menunggu kedatangan produk

tersebut.

2. Penetapan Harga

Dalam penetapan harga ini, Yuki Mart mengalami masalah atau tantangan. Dimana Yuki Mart harus berusaha menjaga harga tetap terjangkau bagi pelanggan. Disatu sisi Yuki Mart harus memperhitungkan biaya operasional dan harga yang tidak menetap dari pihak distributor. Naik turunnya harga barang dari pihak distributor menjadi satu tantangan yang sangat berdampak pada rencana penetapan harga produk Yuki Mart. Yuki Mart harus benar-benar memperhatikan harga produk mereka dan mengusahakan produk tidak kemahalan.

3. Sistem Distribusi

Dalam menerapkan sistem distribusi ini, Yuki Mart menghadapi beberapa tantangan yaitu biaya pengiriman barang dari pihak distributor yang harganya naik turun, perubahan permintaan pelanggan, dan kurangnya koordinasi dengan pihak distributor yang menyebabkan keterlambatan pengiriman produk dan kesalahan pengiriman produk.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

1. **Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Yuki Mart kota Gunungsitoli**

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Yuki Mart kota Gunungsitoli dalam meningkatkan penjualan, menggunakan 3 jenis strategi pemasaran, yaitu penetapan harga, perencanaan produk dan sistem distribusi. Yuki Mart telah menerapkan setiap strategi pemasaran tersebut untuk meningkatkan penjualan. Dalam penetapan harga Yuki Mart menerapkan strategi dengan memberikan harga yang terjangkau bagi pelanggan dan memberlakukan promo pada produk tertentu. Pada bagian perencanaan produk, Yuki Mart melakukan beberapa strategi yaitu mempelajari kebiasaan belanja pelanggan, melihat dan mencatat produk apa saja yang lebih cepat laku, dan

menyediakan produk yang bervariasi. Dengan melakukan strategi tersebut Yuki Mart akan lebih mudah dalam melakukan strategi perencanaan produk. Pada sistem distribusi, Yuki Mart melakukan beberapa cara yaitu menjalin kerja sama dan komunikasi yang baik dengan pihak distributor dan memastikan barang bisa sampai tepat waktu. Namun, dalam penerapan setiap strategi pemasaran, Yuki Mart masih belum cukup maksimal yang disebabkan karena mengalami permasalahan dan tantangan dalam menerapkan strategi pemasaran tersebut. Tantangan dan kendala tersebut menyebabkan penurunan penjualan pada Yuki Mart kota Gunungsitoli. Hal ini dikuatkan oleh temuan penelitian Moh Rusdi (2019:54) yang mengatakan bahwa kurangnya strategi pemasaran akan berdampak pada penurunan penjualan perusahaan.

2. Kendala yang dihadapi oleh Yuki Mart dalam menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil penelitian bahwa yang menjadi kendala yang dihadapi Yuki Mart dalam menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan, yaitu:

a. Perencanaan Produk

Keterbatasan ketersediaan produk dari pihak distributor menjadi kendala utama dalam perencanaan produk di Yuki Mart. Dimana dengan adanya keterbatasan produk ini menyebabkan barang yang dibutuhkan oleh pelanggan tidak tersedia dan menghambat proses perencanaan produk yang telah ditentukan yang berujung menyebabkan terhambatnya proses penjualan.

b. Penetapan Harga

Naik turunnya harga barang yang diberikan oleh pihak distributor kepada Yuki Mart akan berdampak pada penetapan harga. Dimana Yuki Mart akan menetapkan harga berdasarkan perhitungan biaya operasional dan biaya pembelian barang dari pihak distributor. Tentunya dengan

setiap perubahan harga ini mengakibatkan menurunnya tingkat penjualan pada Yuki Mart. Oleh sebab itu, Yuki Mart harus benar-benar memperhatikan harga yang diberikan kepada pelanggan dan mengusahakan produk tidak begitu kemahalan.

c. Sistem Distribusi

Pada penerapan sistem distribusi, Yuki Mart mengalami beberapa kendala yaitu keterlambatan pengiriman barang dari pihak distributor, harga yang diberikan pihak distributor tidak tetap, kurangnya koordinasi dengan pihak distributor menyebabkan terjadinya keterlambatan pengiriman dan bahkan kesalahan pengiriman produk. Tentunya beberapa hal tersebut menjadi perhatian yang sangat serius bagi Yuki Mart dalam meningkatkan penjualan mereka.