

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Objek Penelitian

4.1.1. Sejarah Singkat Yuki Mart Kota Gunungsitoli

CV. Yuki Empat Bersatu merupakan salah satu badan usaha yang bergerak dibidang ritail yang menjual berbagai kebutuhan masyarakat. CV, Yuki Empat Bersatu berdiri sejak tahun 2020 dengan nama usaha Yuki Mart, perintis sekaligus pemilik dari usaha ini 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 ini berjalan, Bapak Yunifao Zebua merekrut karyawan 1 orang yang bernama lin Zebua. Beberapa bulan kemudian usaha ini mengalami perkembangan dengan luas tempat usaha 5m X 35m dan karyawan bertambah sebanyak 4 orang yang bernama Nosta, Aris, Sinodi, Winda.

Arti dari nama CV. Yuki Empat Bersatu adalah kata "Yuki" diambil dari singkatan nama dari Bapak Yunifao Zebua dan Ibu Kariawati Halawa, sedangkan kata "Empat Bersatu" diambil dari orang anak dari Bapak Yunifao Zebua dan Ibu Kariawati Halawa sehingga nama usahanya menjadi Yuki Mart.

Adapun visi dan misi Yuki Mart Kota Gunungsitoli adalah sebagai berikut

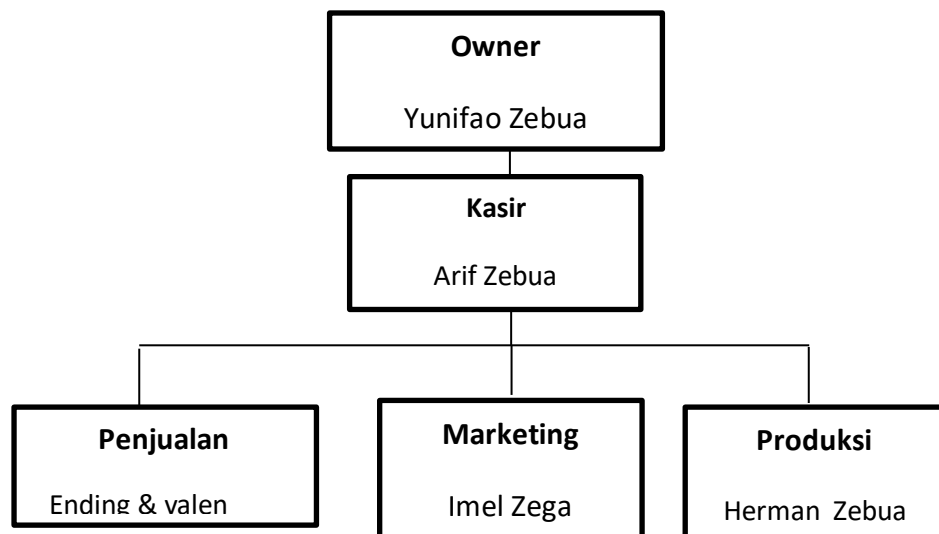
1. Visi dan Misi :

- a. Menjadi mini market yang mampu memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen serta dapat memberikan pelayanan yang terbaik.
- b. Memberikan kepuasan kepada konsumen dengan berfokus pada kenyamanan, kualitas produk dan memberikan pelayanan yang ramah.
- c. Berkomitmen untuk menyediakan produk yang lengkap bagi konsumen.

4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi formal pasti memiliki struktur organisasi yang merupakan suatu wadah atau fungsi dalam manajemen yang menetapkan dan membagi tugas pekerjaan yang dilakukan, pembatasan dan tanggung jawab serta wewenang penetapan hubungan antara unsur-unsur organisasi. Sehingga memungkinkan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

Dengan adanya organisasi, manajemen dapat mengadakan kegiatan yang diciptakan dari suatu susunan organisasi sehingga secara formal dimana setiap pejabatan dari fungsi-fungsi dalam organisasi dapat melaksanakan fungsi sebagai wadah serta alat untuk mewujudkan tujuan yang dialami dan telah disetujui bersama. Struktur organisasi berfungsi untuk kinerja disuatu perusahaan supaya lebih terarah, dan akan diketahui sampai dimana wewenang dan tanggung jawab yang dimiliki oleh karyawan dalam menjalankan tugas. Struktur organisasi dari perusahaan Mawar Bakaery dpat dilihat pada gambar berikut.



Sumber: *Data Primer*, (2025).

Gambar 4.1

Struktur Organisasi

Pada toko ini untuk posisi teratas dalam struktur organisasi di Yuki Mart adalah Bapak Yunifao Zebua selaku *Owner*. Di bawah bapak Yunifao Zebua ada kasir yang menjadi pengelola keuangan. Dan ada tiga

yang di mana memiliki tanggung jawab dan kerjaan masing-masing antara lain :

1. Owner

Berkewajiban dalam Perencanaan dan Pengelolaan Strategi Bisnis, Menyusun rencana pemasaran, menentukan target penjualan, dan mengembangkan strategi agar usaha terus berkembang. Pengelolaan Keuangan Memantau arus kas, mengelola modal, dan memastikan keuntungan toko tetap stabil. Pengadaan Barang memilih supplier, menentukan jenis dan jumlah barang yang akan dijual, serta memastikan stok barang selalu tersedia sesuai kebutuhan pasar. Pengawasan Operasional Memantau kinerja kasir dan karyawan, memastikan pelayanan pelanggan berjalan dengan baik, serta menjaga kebersihan dan keamanan toko.

Pengambilan Keputusan Menangani masalah yang muncul dan membuat keputusan penting terkait pengembangan usaha.

2. Kasir

Kasir memiliki kewajiban Melayani Transaksi Pembayaran, Menghitung total belanjaan pelanggan, menerima pembayaran tunai atau non-tunai, dan memberikan kembalian dengan tepat.

Pencatatan Keuangan Mencatat setiap transaksi secara akurat untuk memudahkan laporan keuangan dan audit.

Memberikan Informasi Produk dan Promo Menjawab pertanyaan pelanggan tentang harga, promo, dan produk yang tersedia.

Menjaga Keamanan Kas Memastikan uang kas aman dan tidak terjadi kekurangan atau kelebihan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Membantu Pelayanan Pelanggan, Memberikan pelayanan ramah

Dan cepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Karyawan

Karyawan tersebut memiliki tanggung jawab Menata dan Mengisi Rak Mengatur barang dagangan di rak agar rapi dan mudah dijangkau pelanggan.

Mengecek Stok Barang Melakukan pengecekan stok secara berkala dan melaporkan kebutuhan pengadaan barang ke owner.

Membersihkan Toko Menjaga kebersihan toko agar nyaman bagi pelanggan.

Membantu Pelanggan Membantu pelanggan mencari produk yang diinginkan dan memberikan informasi dasar tentang produk. Melakukan Tugas Tambahan Membantu proses penerimaan barang dari supplier dan menyimpan dengan baik.

4.1.3. Tanggung Jawab dan Wewenang

Setiap jabatan mempunyai tanggung jawab dan wewenang masing-masing dalam usaha ini, namun diantaranya juga saling membantu diantaranya tanggung jawab dan wewenang yaitu:

1. Pimpinan/Owner

Pimpinan bertugas untuk memimpin perusahaan dan tanggung jawab terhadap seluruh kelangsungan perusahaan dalam menjalankan tugas. Seorang pemimpin tertinggi dalam suatu badan perusahaan yang bertugas mengembangkan serta memajukan usaha. Selain itu pimpinan perusahaan juga bertugas membuat perencanaan jangka panjang dan jangka pendek perusahaan, mengorganisasi seluruh divisi serta bawahan, melakukan pengawasan (*controlling*) terhadap kinerja karyawan, pemimpin dalam Yuki Mart ini adalah Bapak Yunifao Zebua.

2. Penjualan

Karyawan bagian penjualan bertanggung jawab untuk mencapai target penjualan dengan mencari prospek, menghubungi pelanggan, dan menutup transaksi. Karyawan bagian ini, membangun dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan, memberikan layanan yang memuaskan, serta terlibat dalam kampanye promosi. Selain itu, bernegosiasi mengenai harga dan syarat penjualan, mengumpulkan serta menganalisis data penjualan, dan memantau trend pasar serta *competitor*. Dalam menjalankan tugasnya, karyawan bagian penjualan memiliki wewenang untuk mengambil keputusan penjualan, mengatur strategi,

mengakses data pelanggan, dan berkoordinasi dengan tim lain untuk memastikan proses penjualan berjalan lancar.

3. Marketing

Bagian marketing bertanggung jawab untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, termasuk perencanaan kampanye, riset pasar, dan penentuan target pasar serta *positioning* produk. Mereka juga mengelola citra merek dan memastikan komunikasi pemasaran konsisten di berbagai media. Selain itu, bagian *marketing* menangani peluncuran produk, mengawasi aktivitas promosi, dan bekerja sama dengan tim lain untuk pendukung penjualan. Dalam menjalankan tugasnya, mereka memiliki wewenang untuk menentukan arah strategi pemasaran, mengelola anggaran promosi, serta mengevaluasi dan menyesuaikan kampanye berdasarkan hasil yang dicapai.

4. Keuangan

Bagian keuangan bertanggung jawab untuk mengelola anggaran dan pencatatan transaksi, termasuk biaya bahan baku. Mereka memastikan pengeluaran untuk bahan baku sesuai anggaran dan efisien, serta melakukan analisis untuk mengoptimalkan biaya dan probabilitas. Wewenang bagian keuangan mencakup menyetujui anggaran pembelian bahan baku dan mengontrol pengeluaran, mendukung kesehatan keuangan perusahaan dan kestabilan finansial.

5. Produksi

Tugas bagian produksi adalah menjalankan proses produksi, bertanggung jawab dalam masalah bahan baku dan barang produksih.

4.1.4. Karakteristik Informan

1. Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.1

Karakteristik Informan Berdasarkan Pendidikan

Nama	Jenjang Pendidikan
Yonifao Zebua	SMA
Arif Folala Zebua	S1 Manajemen
Ending Zega	SMA

Imel Zebua	SMA
Valen mendrofa	SMA
Herman zalukhu	SMA

Sumber : data olahan tahun 2025

Pada tabel diatas karyawan di Yuki Mart berdasarkan strata pendidikan terbagi atas 2 bagian. Bapak Yunifao Zebua sebagai *Owner* merupakan tamatan SMA, Arif Zebu sebagai Kasir Lulusan S-1 Manajemen, dan 4 orang karyawan lainnya merupakan tamatan SMA.

2. Berdasarkan usia

Tabel 4.2

Karakteristik Informan Berdasarkan Usia

Nama	Umur
Yonifao Zebua	50 Tahun
Arif Folala Zebua	23 Tahun
Ending Zega	20 Tahun
Imel Zebua	22 Tahun
Valen mendrofa	21 Tahun
Herman zalukhu	22 Tahun

Sumber : data olahan tahun 2025

Pada Tabel di atas karyawan yang bekerja pada Yuki Mart berdasarkan rentan usia, Bapak Yunifao Zebua Sebagai *Owner* dengan usia tertua yaitu 50 tahun dan 4 karyawan lainnya berumur dibawah 30 Tahun.

4.1.5. Elemen-Elemen dari Yuki Mart

1. Keanekaragaman

Yuki Mart menawarkan keanekaragaman produk yang cukup luas untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat, mulai dari makanan, minuman, kebutuhan rumah tangga, hingga produk kebersihan. Keanekaragaman ini menjadi salah satu daya tarik utama bagi konsumen karena mereka dapat menemukan berbagai jenis barang dalam satu tempat, sehingga memudahkan proses belanja dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Kualitas

Kualitas produk di Yuki Mart dijaga dengan memastikan barang yang dijual selalu dalam kondisi baik dan layak konsumsi. Produk-produk

yang tersedia dipilih dari merek-merek terpercaya dan selalu diperiksa masa kedaluwarsanya. Pelayanan yang ramah dan profesional juga menjadi bagian dari upaya menjaga kualitas pengalaman belanja konsumen.

3. Merek

Yuki Mart menyediakan berbagai produk dari merek-merek terkenal dan juga produk lokal yang sudah dikenal masyarakat. Keberagaman merek ini memberikan pilihan lebih luas kepada konsumen sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka, baik dari segi harga maupun kualitas.

4. Kemasan

Produk di Yuki Mart hadir dengan kemasan yang menarik dan praktis. Kemasan yang baik tidak hanya menjaga kualitas produk, tetapi juga memudahkan konsumen dalam membawa dan menyimpan barang yang dibeli. Penataan produk dengan kemasan yang rapi juga menambah kenyamanan saat berbelanja.

5. Ukuran

Yuki Mart menyediakan produk dalam berbagai ukuran, mulai dari kemasan kecil hingga besar. Hal ini memberikan fleksibilitas kepada konsumen untuk memilih ukuran yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka, baik untuk konsumsi pribadi maupun keluarga.

4.2. Hasil Penelitian

4.2.1. Strategi Penetapan Harga di Yuki Mart Kota Gunungsitoli

Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari sebuah ketentuan dalam penetapan harga atas sebuah barang atau jasa yang dapat menghasilkan keuntungan. Penetapan harga yang baik tidak hanya menghasilkan keuntungan bagi penjual, tetapi juga memberikan keuntungan bagi pembeli. Begitu juga sebaliknya, jika penetapan harga yang kurang tepat dapat berakhir buruk pada penjual. Penetapan harga yang terlalu tinggi berpengaruh terhadap naik turunnya penjualan. Penetapan harga yang rendah juga bisa berdampak terhadap pandangan konsumen mengenai

produk yang dijual. Untuk itu, penetapan harga harus dilakukan seefektif mungkin.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, indikator penetapan harga meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

4.2.1.1 Keterjangkauan Harga

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan di Yuki Mart kota gunungsitoli, memperoleh data sebagai berikut: dengan Bapak Yunifao selalu owner Yuki Mart pada tanggal 30 April 2025 dengan pertanyaan. **1. *Bagaimana mana harga produk produk yang ada di Yuki mart agar mudah dijangkau oleh konsumen.***? Dimana beliau menjawab :

"Sebagai pemilik Yuki Mart, saya berusaha agar harga produk-produk di Yuki Mart tetap terjangkau oleh konsumen dengan beberapa cara. Pertama, kami selalu melakukan survei harga pasar secara rutin untuk memastikan harga yang kami tawarkan kompetitif dan sesuai dengan daya beli masyarakat sekitar. Kedua, kami bekerja sama langsung dengan distributor dan pemasok utama agar bisa mendapatkan harga beli yang lebih rendah, sehingga dapat menekan harga jual di toko. Selain itu, kami juga memberikan promo dan diskon tertentu pada produk-produk kebutuhan pokok agar konsumen bisa lebih mudah menjangkaunya. Dengan strategi ini, kami berharap semua lapisan masyarakat dapat berbelanja dengan nyaman dan ekonomis di Yuki Mart."

Dari hasil wawancara di ambil Kesimpulan dengan pemilik Yuki Mart, Bapak Yunifao, menunjukkan bahwa strategi penetapan harga di Yuki Mart dilakukan dengan survei harga pasar secara rutin, kerja sama langsung dengan distributor untuk mendapatkan harga beli rendah, serta pemberian promo dan diskon pada produk kebutuhan pokok. Upaya ini bertujuan agar harga produk tetap terjangkau dan dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen di kota Gunungsitoli.

Hasil wawancara tanggal 30 April 2025 dengan Ending selaku Karyawan Yuki Mart dengan pertanyaan **2. *Bagaimana penetapan harga produk yang di berikan Yuki Mart jika memilih sala satu produk sesuai permintaan pelanggan?*** Beliau menjawab :

"Penetapan harga produk di Yuki Mart dilakukan dengan mempertimbangkan permintaan pelanggan. Kami melakukan survei harga pasar dan melihat harga dari kompetitor agar harga yang ditetapkan tetap kompetitif dan terjangkau. Selain itu, biaya pembelian produk dan margin keuntungan juga menjadi pertimbangan utama, sehingga pelanggan bisa mendapatkan harga yang sesuai dengan kebutuhan mereka"

Hasil wawancara tanggal 30 April 2025 dengan Valen selaku Karyawan Yuki Mart dengan pertanyaan **4. *Bagaimana penetapan harga produk yang di berikan Yuki Mart jika memilih sala satu produk sesuai permintaan pelanggan*** Beliau menjawab:

"Penetapan harga produk di Yuki Mart selalu melihat pada permintaan pelanggan. Jika permintaan tinggi, kami pastikan harga tetap wajar dan tidak memberatkan konsumen. Kami juga membandingkan harga dengan toko lain dan menyesuaikan agar tetap bersaing di pasaran. Tujuannya supaya pelanggan tetap memilih Yuki Mart sebagai tempat belanja utama mereka"

Dari hasil wawancara dengan karyawan Yuki Mart dapat disimpulkan bahwa penetapan harga produk dilakukan dengan mempertimbangkan permintaan pelanggan, harga pasar, biaya operasional, dan strategi pemasaran. Karyawan bagian penjualan, marketing, dan staf lainnya sepakat bahwa harga produk diatur agar tetap kompetitif dan terjangkau, serta sering disesuaikan dengan survei pasar dan kebutuhan konsumen. Strategi marketing mix yang diterapkan Yuki Mart terbukti berpengaruh kuat terhadap loyalitas konsumen, di mana penetapan harga menjadi salah satu faktor utama dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

4.2.1.2 Kesesuaian Harga dengan kualitas produk

Hasil wawancara pada tanggal 30 April 2025 dengan pertanyaan dengan Bapak Yunifao selaku Pemilik/owner Yuki Mart dengan 5. ***pertanyaan Apakah penetapan harga produk- produk yang diminta konsumen sesuai dengan kualitas produk yang diberikan?*** Beliau menjawab :

"Penetapan harga produk di Yuki Mart selalu disesuaikan dengan kualitas produk yang kami berikan kepada konsumen. Kami memastikan bahwa setiap harga yang ditetapkan sudah sebanding dengan mutu dan manfaat produk tersebut, sehingga konsumen merasa puas dan percaya dengan produk yang mereka beli di Yuki Mart. Dengan strategi ini, kami berupaya menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan, karena mereka mendapatkan kualitas yang sesuai dengan harga yang dibayarkan"

Dari hasil wawancara di Yuki Mart dapat disimpulkan bahwa Yuki Mart menetapkan harga produk sesuai dengan kualitas yang diberikan, sehingga konsumen merasa harga yang dibayarkan sebanding dengan mutu dan manfaat produk yang diterima. Strategi penetapan harga ini terbukti mampu menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan, karena konsumen mendapatkan kualitas produk yang layak dengan harga yang kompetitif.

4.2.1.3 Daya saing harga

Dari hasil wawancara Hasil wawancara pada tanggal 30 April dengan pertanyaan dengan Bapak Yunifao selaku Pemilik/owner Toko dengan pertanyaan 6. ***Apakah harga yang ditawarkan di Yuki Mart lebih kompetitif dibandingkan toko lainnya?*** Beliau menjawab :

"Ya, harga yang kami tawarkan di Yuki Mart selalu kami upayakan lebih kompetitif dibandingkan toko lain. Kami rutin melakukan survei harga pasar dan membandingkan dengan kompetitor agar konsumen mendapatkan harga yang terbaik. Dengan strategi ini, kami berharap pelanggan merasa lebih diuntungkan dan tetap memilih Yuki Mart sebagai tempat belanja utama mereka."

Dari hasil wawancara dengan owner Yuki Mart dapat di simpulkan bahwa Yuki Mart secara konsisten berupaya menawarkan harga yang lebih kompetitif dibandingkan toko-toko lain di sekitarnya. Melalui survei harga pasar dan penyesuaian harga secara rutin, Yuki Mart memastikan konsumen mendapatkan produk berkualitas dengan harga terbaik. Strategi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik toko di mata pelanggan, tetapi juga memperkuat loyalitas konsumen terhadap Yuki Mart sebagai pilihan utama untuk berbelanja.

Hasil wawancara dengan Ending tanggal 30 April 2025 selaku Karyawan Bagian Penjualan Yuki Mart dengan pertanyaan **7. *Bagaimana membandingkan harga produk anda dengan pesaing di pasar?*** Beliau mengatakan :

"Untuk membandingkan harga produk di Yuki Mart dengan pesaing di pasar, kami rutin melakukan survei harga ke toko-toko lain di sekitar, baik secara langsung maupun melalui media online. Kami memastikan harga yang ditawarkan tetap kompetitif dan terjangkau bagi konsumen. Selain itu, kami juga memperhatikan kualitas produk dan pelayanan agar konsumen mendapatkan nilai lebih dibandingkan hanya sekedar harga murah. Dengan cara ini, Yuki Mart tetap bisa bersaing dan menjadi pilihan utama pelanggan di tengah persaingan pasar yang ketat".

Hasil wawancara pada tanggal 30 April dengan Imel selaku Karyawan Bagian *Marketing* Yuki Mart dengan pertanyaan **8. *Bagaimana membandingkan harga produk anda dengan pesaing di pasar?*** Yuki Mart Sebagai Berikut :

"Kami secara rutin melakukan survei harga ke toko-toko pesaing, baik secara langsung maupun melalui media online. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memastikan harga produk Yuki Mart tetap kompetitif dan menarik bagi konsumen. Selain harga, kami juga memperhatikan nilai tambah seperti promosi dan pelayanan agar pelanggan mendapatkan lebih dari sekedar harga murah."

Hasil wawancara pada tanggal 30 April dengan Arif selaku Karyawan Bagian keuangan Yuki Mart dengan pertanyaan **9. *Bagaimana membandingkan harga produk anda dengan pesaing di pasar?*** Yuki Mart Sebagai Berikut :

"Dari sisi keuangan, kami membandingkan harga produk dengan pesaing dengan cara menganalisis laporan penjualan dan margin keuntungan. Kami memastikan harga yang ditetapkan tidak hanya kompetitif di pasar, tetapi juga tetap menguntungkan bagi perusahaan. Evaluasi harga dilakukan secara berkala agar tetap sesuai dengan kondisi pasar dan daya beli konsumen."

Hasil wawancara pada tanggal 30 April dengan Valen selaku Karyawan Bagian produksi Yuki Mart dengan pertanyaan **10. *Bagaimana membandingkan harga produk anda dengan pesaing di pasar?*** Yuki Mart Sebagai Berikut :

"Dalam produksi, kami membandingkan harga dengan pesaing dengan memperhatikan biaya bahan baku dan proses produksi. Kami pastikan produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang sebanding dengan harga yang ditawarkan di pasar, sehingga konsumen merasa puas dan tetap memilih produk Yuki Mart."

Hasil wawancara pada tanggal 30 April dengan Ending selaku Karyawan Bagian Penjualan Yuki Mart dengan pertanyaan **11. *Bagaimana membandingkan harga produk anda dengan pesaing di pasar?*** Yuki Mart Sebagai Berikut :

"Sebagai bagian penjualan, saya membandingkan harga produk Yuki Mart dengan pesaing melalui survei pasar secara langsung. Kami selalu berusaha menawarkan harga yang bersaing tanpa mengurangi kualitas produk dan pelayanan, agar pelanggan tetap loyal dan memilih berbelanja di Yuki Mart."

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara, dapat disimpulkan bahwa strategi marketing mix yang diterapkan Yuki Mart-termasuk penetapan harga yang kompetitif, penyesuaian dengan kualitas produk, serta survei rutin terhadap harga pasar-memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap loyalitas konsumen. Yuki Mart secara konsisten menjaga harga tetap bersaing dan sesuai dengan mutu produk, sehingga mampu menarik dan mempertahankan pelanggan di tengah persaingan pasar yang ketat. Hal ini terbukti dari hubungan yang sangat kuat antara strategi marketing mix

dan loyalitas konsumen, di mana penetapan harga menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan Yuki Mart di Kota Gunungsitoli.

4.2.1.4 Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti di Yuki Mart Kota Gunungsitoli, memperoleh data-data sebagai berikut:

Hasil wawancara tanggal 30 April 2025 dengan Bapak Yunifao selaku Pemilik/owner Yuki Mart dengan pertanyaan **12. Apakah proses pengolahan produk yang dihasilkan di Yuki Mart mempengaruhi manfaat kualitas produknya?** Beliau menjawab :

"Ya, proses pengolahan produk di Yuki Mart sangat mempengaruhi manfaat dan kualitas produk yang dihasilkan. Kami selalu memastikan setiap tahapan pengolahan dilakukan dengan standar yang baik, mulai dari pemilihan bahan baku berkualitas, proses produksi yang higienis, hingga penyimpanan dan pengemasan yang tepat. Dengan proses pengolahan yang terjaga, kami yakin produk yang sampai ke tangan konsumen memiliki manfaat dan kualitas yang optimal."

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yunifao selaku pemilik Yuki Mart, dapat disimpulkan secara luas bahwa proses pengolahan produk yang diterapkan di Yuki Mart memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan manfaat dan kualitas produk yang dihasilkan. Yuki Mart berkomitmen menjaga standar tinggi dalam setiap tahapan pengolahan, mulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas, proses produksi yang higienis, hingga penyimpanan dan pengemasan yang baik. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap produk yang sampai ke tangan konsumen benar-benar aman, bermanfaat, dan memenuhi standar mutu yang diharapkan.

Selain itu, upaya menjaga kualitas produk ini juga berkontribusi besar terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Konsumen merasa lebih percaya dan nyaman berbelanja di Yuki Mart karena yakin akan kualitas

produk yang ditawarkan. Dengan demikian, perhatian terhadap proses pengolahan tidak hanya mberdampak pada kualitas produk, tetapi juga memperkuat citra positif Yuki Mart di mata masyarakat serta meningkatkan daya saing toko di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

4.2.2. Penetapan Harga Penjualan di Yuki Mart Kota Gunungsitoli

Penetapan harga penjualan di Yuki Mart Kota Gunungsitoli dilakukan dengan strategi yang mempertimbangkan beberapa faktor utama, yaitu harga pasar, biaya operasional, kualitas produk, dan daya beli konsumen. Yuki Mart secara rutin melakukan survei harga ke toko-toko pesaing di sekitar wilayahnya untuk memastikan harga yang ditawarkan tetap kompetitif dan menarik bagi konsumen. Selain itu, penyesuaian harga juga dilakukan berdasarkan permintaan pelanggan dan tren pasar terkini agar tetap relevan dan dapat dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat. Strategi penetapan harga ini merupakan bagian dari marketing mix yang sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Dengan menjaga keseimbangan antara harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik, Yuki Mart berhasil meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan di tengah persaingan pasar yang ketat di Kota Gunungsitoli.

4.2.2.1 Memasarkan Produk

Dari hasil wawancara tanggal 30 April 2025 dengan Bapak Yunifao selaku Pemilik/Owner Yuki Mart dengan **pertanyaan 13. *Bagaimana strategi yang dijalankan di Yuki Mart dalam menggunakan promosi untuk memasarkan produk?*** Beliau menjawab :

"menyampaikan bahwa strategi promosi yang dijalankan untuk membesarkan produk adalah dengan rutin mengadakan diskon, memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk baru, serta memberikan pelayanan yang ramah agar pelanggan merasa puas dan loyal, sehingga produk Yuki Mart semakin dikenal dan diminati masyarakat."

Dari hasil wawancara dengan Bapak Yunifao selaku owner Yuki Mart dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dijalankan Yuki Mart untuk membesarkan produk adalah dengan rutin memberikan diskon, aktif

memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk baru, serta mengutamakan pelayanan ramah agar pelanggan semakin loyal dan produk semakin dikenal luas di masyarakat.

Hasil wawancara tanggal 30 April 2025 dengan Ending selaku Karyawan Bagian Penjualan Yuki Mart dengan pertanyaan **14. *Bagaimana strategi yang dijalankan di Yuki Mart dalam menggunakan promosi untuk memasarkan produk?*** Beliau menjawab :

"Strategi promosi yang dijalankan di Yuki Mart adalah dengan memberikan diskon secara rutin dan pelayanan yang ramah kepada pelanggan agar mereka tertarik untuk terus berbelanja dan merekomendasikan produk Yuki Mart kepada orang lain."

Hasil wawancara tanggal 30 April 2025 dengan Arif selaku Karyawan Bagian keuangan Yuki Mart dengan pertanyaan **15. *Bagaimana strategi yang dijalankan di Yuki Mart dalam menggunakan promosi untuk memasarkan produk?*** Beliau menjawab :

"Strategi promosi yang dijalankan di Yuki Mart memperhatikan efisiensi biaya promosi, seperti memilih program diskon yang efektif dan mengatur anggaran promosi agar tetap menguntungkan namun berdampak pada peningkatan penjualan."

Hasil wawancara tanggal 30 April 2025 dengan Imel selaku Karyawan Bagian Marketing Yuki Mart dengan pertanyaan **17. *Bagaimana strategi yang dijalankan di Yuki Mart dalam menggunakan promosi untuk memasarkan produk?*** Beliau menjawab :

"Yuki Mart memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk baru, mengadakan promosi menarik, dan berinteraksi langsung dengan konsumen sehingga produk semakin dikenal luas dan diminati."

Hasil wawancara tanggal 30 April 2025 dengan Herman selaku Karyawan Bagian Poduksi Yuki Mart dengan pertanyaan **18. *Bagaimana strategi yang dijalankan di Yuki Mart dalam menggunakan promosi untuk memasarkan produk?*** Beliau menjawab :

"Yuki Mart memastikan ketersediaan stok produk yang di promosikan selalu cukup, menjaga kualitas produk, dan mendukung program promosi dengan menyesuaikan produksi sesuai kebutuhan pasar."

Dari hasil wawancara dengan para karyawan Yuki Mart dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dijalankan melibatkan beberapa aspek penting. Pertama, dari sisi penjualan, Yuki Mart rutin memberikan diskon dan pelayanan ramah untuk menarik serta mempertahankan pelanggan. Kedua, dari sisi marketing, pemanfaatan media sosial sangat diutamakan untuk memperkenalkan produk baru dan mengadakan promosi yang menarik sehingga produk Yuki Mart semakin dikenal luas. Ketiga, dari sisi keuangan, setiap program promosi dirancang dengan memperhatikan efisiensi biaya dan pengelolaan anggaran agar promosi tetap efektif tanpa membebani keuangan perusahaan. Terakhir, dari sisi produksi, Yuki Mart selalu menjaga ketersediaan stok dan kualitas produk yang dipromosikan agar dapat memenuhi permintaan pasar. Dengan strategi terpadu ini, Yuki Mart mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperbesar pangsa pasar produk.

4.2.2.2 Menggunakan penempatan dan pengaturan Lokasi

Dari hasil wawancara tanggal 30 April 2025 dengan Bapak Yunifao selaku Pemilik/Owner Yuki Mart dengan pertanyaan **19. *Apakah menurut anda lokasi Yuki Mart dapat berbeda dengan toko lain?*** Beliau menjawab :

"Menurut saya, lokasi Yuki Mart memang dapat berbeda dengan toko lain. Kami memilih lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat, khususnya di Jl. Sudirman No.79, desa Afilaza, Kota Gunungsitoli. Lokasi ini kami nilai sangat potensial karena berada di area yang ramai dan dekat dengan pemukiman warga, sehingga memudahkan konsumen untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Selain itu, kami juga mempertimbangkan aksesibilitas dan kenyamanan parkir bagi pelanggan. Dengan lokasi yang tepat, kami berharap dapat memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan toko lain di sekitar kami dan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap Yuki Mart."

Dari hasil wawancara dengan Bapak Yunifao, dapat disimpulkan bahwa lokasi Yuki Mart merupakan salah satu keunggulan utama yang dimiliki oleh toko ini. Yuki Mart terletak di Jl. Sudirman No.79, Pasar Gunungsitoli, Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara. Lokasi ini sangat strategis karena berada di pusat keramaian dan dekat dengan pemukiman warga, sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar.

Selain itu, pemilihan lokasi ini juga mempertimbangkan faktor aksesibilitas, di mana pelanggan dapat dengan mudah menemukan dan mengunjungi toko. Letaknya yang berada di jalur utama kota membuat Yuki Mart memiliki potensi untuk menarik lebih banyak pelanggan, baik dari warga sekitar maupun pengunjung yang melintas. Fasilitas parkir yang memadai juga menjadi nilai tambah, karena memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang datang dengan kendaraan pribadi.

Dengan lokasi yang strategis dan mudah diakses, Yuki Mart mampu bersaing dengan toko-toko lain di sekitarnya. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan, memperluas pangsa pasar, serta memperkuat posisi Yuki Mart sebagai salah satu pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

4.2.2.3 Melakukan Pemeriksaan Pasar

Hasil wawancara wawancara tanggal 30 April 2025 dengan Bapak Yunifao selaku Pemilik/Owner Yuki Mart dengan pertanyaan **20. *Apakah jenis produk-produk yang dijual di Yuki Mart berbeda dengan toko lain?*** Beliau menjawab :

"Ya jenis produk-produk yang kami jual di Yuki Mart memang berbeda dengan toko lain. Kami berusaha menyediakan variasi produk yang lebih lengkap dan beragam, mulai dari kebutuhan pokok, produk lokal, hingga barang kebutuhan harian lain yang mungkin tidak selalu tersedia di toko lain. Dengan demikian, pelanggan memiliki lebih banyak pilihan dan bisa memenuhi berbagai kebutuhan mereka dalam satu tempat. Kami juga selalu memperhatikan kualitas produk agar tetap segar dan layak konsumsi, sehingga konsumen merasa puas berbelanja di Yuki Mart"

Dari hasil wawancara dengan Bapak Yunifao sebagai owner Yuki Mart, dapat disimpulkan bahwa salah satu keunggulan utama Yuki Mart terletak pada keberagaman dan kelengkapan produk yang ditawarkan. Yuki Mart tidak hanya menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari seperti beras, gula, minyak goreng, dan sembako lainnya, tetapi juga menawarkan berbagai produk tambahan seperti makanan ringan, minuman, produk rumah tangga, hingga barang kebutuhan harian lain yang mungkin tidak selalu tersedia di toko-toko lain di sekitar.

Strategi ini dilakukan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan, sehingga mereka dapat memenuhi berbagai kebutuhan dalam satu tempat tanpa harus berpindah-pindah toko. Selain itu, Yuki Mart juga berupaya menghadirkan produk-produk lokal maupun produk unggulan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masyarakat setempat.

Dengan menyediakan variasi produk yang lebih lengkap dan beragam, Yuki Mart mampu menarik lebih banyak pelanggan dari berbagai kalangan, meningkatkan loyalitas konsumen, serta memperkuat posisinya sebagai salah satu toko pilihan utama di daerah tersebut. Keberagaman produk ini juga menjadi nilai tambah yang membedakan Yuki Mart dari toko-toko lain, sehingga dapat bersaing secara efektif di pasar ritel lokal.

Hasil wawancara tanggal 30 April 2025 dengan Ending selaku Karyawan Bagian Penjualan Yuki Mart dengan pertanyaan **21. Apakah jenis produk-produk yang dijual di Yuki Mart berbeda dengan toko lain?** Beliau menjawab :

"Ya jenis produk yang dijual di Yuki Mart memang berbeda dengan toko lain. Kami menyediakan berbagai kebutuhan pokok, produk segar seperti sayuran organik, buah-buahan, dan juga produk rumah tangga yang lengkap. Selain itu, kami juga menawarkan produk-produk lokal dan pilihan yang lebih variatif agar pelanggan bisa menemukan apa yang mereka butuhkan dalam satu tempat. Dengan variasi produk yang lebih banyak dan kualitas yang terjaga, Yuki Mart berusaha memberikan pengalaman belanja yang lebih baik dibandingkan toko lain"

Hasil wawancara tanggal 30 April 2025 dengan Imel selaku Karyawan Bagian *Marketing* Yuki Mart dengan pertanyaan **21. *Apakah jenis produk- produk yang dijual di Yuki Mart berbeda dengan toko lain?*** Beliau menjawab :

"Ya jenis produk yang dijual di Yuki Mart memang berbeda dari toko lain. Kami menyediakan berbagai kebutuhan pokok, produk segar seperti buah potong, sayuran organik, dan buah-buahan impor maupun lokal. Selain itu, ada juga produk-produk khusus seperti paket sayuran buah, ebi, dan makanan olahan lainnya yang tidak selalu tersedia di toko lain. Dengan pilihan produk yang lengkap dan bervariasi, kami ingin memastikan pelanggan bisa menemukan semua kebutuhannya dalam satu tempat dan mendapatkan pengalaman belanja yang lebih baik di Yuki Mart"

Hasil wawancara tanggal 12 Agustus 2024 dengan Herman selaku Karyawan Bagian Produksi Yuki Mart dengan pertanyaan **22. *Apakah jenis produk-produk yang dijual di Yuki Mart berbeda dengan toko lain?*** Beliau menjawab :

"Produk-produk yang dijual di Yuki Mart memang berbeda dengan toko lain. Kami menyediakan kebutuhan pokok, produk segar, serta berbagai barang rumah tangga yang lengkap. Selain itu, Yuki Mart juga menghadirkan produk-produk unik dan pilihan khusus yang tidak selalu tersedia di toko lain, sehingga pelanggan bisa menemukan lebih banyak variasi dan memenuhi kebutuhan mereka dalam satu tempat."

Dari hasil wawancara dengan karyawan Yuki Mart, dapat disimpulkan bahwa Yuki Mart menawarkan jenis produk yang lebih lengkap, beragam, dan memiliki keunikan dibandingkan toko lain. Karyawan dari berbagai bagian seperti penjualan, marketing, dan produksi sepakat bahwa Yuki Mart menyediakan kebutuhan pokok, produk segar, produk lokal, hingga barang-barang khusus yang tidak selalu tersedia di toko lain. Keberagaman dan kelengkapan produk ini menjadi keunggulan utama Yuki Mart dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan pengalaman belanja yang lebih baik.

4.2.2.4 Potensi konsumen/calon pembeli

Hasil wawancara tanggal 30 April dengan Bapak Yunifao selaku Pemilik/Owner Yuki Mart dengan pertanyaan **23. *Apa hal yang anda lakukan untuk meyakinkan calon pembeli untuk tetap berbelanja di Yuki Mart?*** Beliau menjawab :

"Ya saya meyakinkan calon pembeli untuk tetap berbelanja di Yuki Mart dengan beberapa cara. Kami selalu menjaga kualitas produk, memberikan harga yang bersaing, serta memastikan pelayanan yang ramah dan responsif kepada setiap pelanggan. Selain itu, kami rutin mengadakan promo menarik dan program loyalitas untuk pelanggan setia. Strategi pemasaran seperti ini terbukti efektif meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap Yuki Mart, sehingga mereka merasa nyaman dan terus memilih berbelanja di toko kami."

Dari hasil wawancara dengan Bapak Yunifao selaku owner Yuki Mart dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Yuki Mart dalam menarik dan mempertahankan pelanggan sangat dipengaruhi oleh strategi marketing mix yang diterapkan. Strategi ini meliputi pemilihan produk yang beragam dan berkualitas, penetapan harga yang bersaing, lokasi toko yang strategis, serta pelayanan yang ramah dan profesional. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa marketing mix memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap loyalitas konsumen di Yuki Mart, sehingga upaya-upaya ini efektif dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap toko.

4.2.2.5 Menjadwalkan Pameran

Hasil wawancara tanggal 12 Agustus 2024 dengan Bapak Yunifao selaku Pemilik/Owner Yuki Mart dengan pertanyaan, **24. *Bagaimana cara anda mengetahui jadwal yang tepat untuk melakukan pameran Yuki Mart untuk menarik konsumen?*** Beliau menjawab :

"Ya sebagai pemilik Yuki Mart, saya menentukan jadwal yang tepat untuk melakukan pameran dengan memperhatikan beberapa faktor penting. Saya selalu memantau tren belanja masyarakat, momen-momen khusus seperti hari besar atau perayaan lokal, dan juga melakukan riset kecil-kecilan

untuk mengetahui waktu di mana antusiasme konsumen sedang tinggi. Selain itu, saya juga melihat aktivitas kompetitor dan memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan masukan langsung dari pelanggan mengenai waktu yang paling sesuai untuk mengadakan pameran. Dengan cara ini, saya bisa memilih jadwal yang strategis agar pameran Yuki Mart dapat menarik lebih banyak konsumen dan memberikan dampak positif bagi penjualan."

Dari hasil wawancara dengan Bapak Yunifao selaku *Owner* Yuki Mart dapat disimpulkan bahwa penentuan jadwal pameran di Yuki Mart dilakukan secara terencana dengan mempertimbangkan tren pasar, momen strategis, serta masukan dari konsumen. Pendekatan ini bertujuan agar pameran yang diadakan benar-benar efektif dalam menarik minat dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

4.3. Pembahasan

4.3.1. Analisis Strategi Penetapan Harga di Yuki Mart Kota Gunungsitoli

Strategi penetapan harga adalah salah satu aspek penting dalam manajemen bisnis yang berperan pesat dalam menentukan daya saing dan keberhasilan perusahaan di pasar. Dalam industri makanan, seperti Yuki Mart, harga produk tidak hanya mempengaruhi penjualan, tetapi juga persepsi konsumen terhadap kualitas dan nilai produk tersebut. Yuki Mart, sebuah usaha penjualan produk-produk kebutuhan sehari-hari masyarakat di Kota Gunungsitoli, telah mengimplementasikan berbagai strategi penetapan harga yang cermat untuk menjaga keseimbangan dan profitabilitas dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Yuki Mart berikut adalah penjelasan mengenai strategi penetapan harga yang diterapkan.

1. Survei Pasar dan Kompetisi

Yuki Mart secara rutin melakukan survei pasar untuk mengetahui harga-harga yang berlaku di toko-toko pesaing. Dengan cara ini, Yuki Mart dapat memastikan bahwa harga yang ditetapkan tetap kompetitif dan sesuai dengan kondisi pasar. Survei ini meliputi pemantauan harga

produk sejenis di toko modern maupun tradisional, sehingga Yuki Mart dapat menyesuaikan harga tanpa kehilangan daya saing.

Menurut penelitian Nugroho dan Lestari, survei pasar dan analisis kompetitor merupakan langkah penting dalam strategi penetapan harga. Dengan memahami harga yang berlaku di pasar, perusahaan dapat menghindari penetapan harga yang terlalu tinggi atau terlalu rendah, yang dapat berdampak pada penjualan dan persepsi konsumen terhadap nilai produk.

2. Penyesuaian Harga Berdasarkan Spesifikasi Produk

Penetapan harga di Yuki Mart juga didasarkan pada spesifikasi dan kualitas produk. Produk dengan kualitas premium atau fitur khusus akan dihargai lebih tinggi, sementara produk standar tetap dijual dengan harga terjangkau. Hal ini bertujuan untuk memberikan pilihan kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka.

Penelitian Nugroho dan Lestari menunjukkan bahwa konsumen cenderung menerima harga yang lebih tinggi jika produk yang ditawarkan memiliki keunggulan atau nilai tambah yang jelas. Oleh karena itu, penyesuaian harga berdasarkan spesifikasi produk menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperluas segmen pasar.

3. Keseimbangan antara Kualitas dan Harga

Yuki Mart selalu berusaha menjaga keseimbangan antara kualitas produk dan harga yang ditawarkan. Setiap produk yang dijual sudah melalui proses seleksi agar kualitasnya sesuai dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Dengan cara ini, pelanggan merasa mendapatkan nilai yang sepadan dengan uang yang mereka keluarkan.

Menurut para ahli, keseimbangan antara kualitas dan harga sangat penting untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Jika konsumen merasa harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas yang diterima, mereka cenderung akan kembali berbelanja dan merekomendasikan toko kepada orang lain.

4. Penawaran Promosi dan Paket Khusus

Yuki Mart secara rutin menawarkan promosi, diskon, dan paket khusus untuk menarik minat pelanggan. Promosi ini tidak hanya meningkatkan penjualan dalam jangka pendek, tetapi juga membantu memperkenalkan produk baru dan mengurangi stok barang yang menumpuk. Paket khusus juga dirancang agar konsumen mendapatkan nilai lebih saat berbelanja.

Penelitian Lestari menegaskan bahwa promosi yang tepat dapat meningkatkan daya tarik toko di mata konsumen dan mendorong terjadinya pembelian impulsif. Dengan adanya promosi dan paket khusus, Yuki Mart dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus memperkuat posisi di pasar ritel lokal.

5. Benchmarking dan Penyesuaian Harga

Yuki Mart melakukan *benchmarking* dengan toko-toko sejenis untuk memastikan strategi harga yang diterapkan tetap relevan dan kompetitif. Hasil *benchmarking* digunakan untuk menyesuaikan harga secara berkala, terutama jika terjadi perubahan tren pasar atau perilaku konsumen.

Menurut penelitian, *benchmarking* sangat penting untuk menjaga daya saing dan memastikan perusahaan tetap adaptif terhadap perubahan di pasar. Dengan melakukan penyesuaian harga secara dinamis, Yuki Mart dapat mempertahankan pelanggan lama sekaligus menarik pelanggan baru, sehingga tetap menjadi pilihan utama Masyarakat.

4.3.2. Penetapan Harga Produk Penjualan Yuki Mart Kota Gunungsitoli

Penetapan harga di minimarket seperti Yuki Mart, beberapa ahli menekankan pentingnya memahami kondisi pasar dan perilaku konsumen. Abdullah Azzam A. Haris (2020) dalam penelitiannya tentang strategi penetapan harga di Minimarket Muslim Madani Mart, menyatakan bahwa penetapan harga harus mempertimbangkan kondisi pelanggan, keadaan ekonomi masyarakat, dan daya beli masyarakat. Sartono (2022) juga menambahkan bahwa dalam persaingan harga, penting untuk melihat kondisi ekonomi dan daya beli masyarakat agar harga yang ditetapkan

sesuai dengan kemampuan konsumen. Resti Wulansari (2022) menyoroti pentingnya strategi market penetration pricing dan competitive pricing untuk menarik minat beli konsumen. Penerapan strategi pemasaran seperti potongan harga juga dinilai efektif untuk meningkatkan awareness pasar dan jumlah penjualan, seperti yang ditemukan dalam penelitian tentang strategi pemasaran di Toko Alfamidi Ahmad Yani.

Yuki Mart di Kota Gunungsitoli menerapkan strategi penetapan harga yang matang dan komprehensif dengan memperhatikan berbagai faktor penting yang memengaruhi keberhasilan penjualan. Pertama, mereka mempertimbangkan biaya operasional dan harga pokok pembelian barang sebagai dasar utama dalam menentukan harga jual produk. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa penetapan harga harus mencakup semua biaya agar bisnis dapat memperoleh margin keuntungan yang wajar dan berkelanjutan. Selain itu, Yuki Mart juga melakukan analisis harga pasar dan daya beli masyarakat setempat, yang sangat penting untuk menjaga harga tetap kompetitif namun tetap sesuai dengan kemampuan konsumen. Menurut Fandy Tjiptono (2019), pemahaman terhadap daya beli dan perilaku konsumen merupakan kunci dalam menentukan harga yang efektif dan dapat meningkatkan volume penjualan.

Lebih lanjut, Yuki Mart secara rutin melakukan survei harga terhadap produk pesaing di wilayah Gunungsitoli. Langkah ini memungkinkan mereka untuk menyesuaikan harga secara dinamis agar tetap kompetitif tanpa mengorbankan kualitas dan pelayanan. Pendekatan ini didukung oleh teori Porter (1985) tentang strategi bersaing, di mana penyesuaian harga yang responsif terhadap kondisi pasar dapat menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan. Selain itu, Yuki Mart juga memperhatikan faktor musiman dan momen-momen khusus seperti hari raya dan promosi bulanan untuk menarik lebih banyak pembeli melalui diskon dan penawaran khusus. Hal ini sesuai dengan konsep seasonal pricing yang dijelaskan oleh Armstrong dan Kotler (2015), di mana penyesuaian harga berdasarkan waktu dan

situasi tertentu dapat meningkatkan daya tarik produk dan meningkatkan penjualan.

Dengan demikian, penetapan harga di Yuki Mart tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan maksimal, tetapi juga menjaga loyalitas konsumen, memperluas pangsa pasar, serta menciptakan citra toko yang ramah dan terjangkau di mata masyarakat Kota Gunungsitoli. Menurut Schiffman dan Kanuk (2010), strategi harga yang efektif harus mampu menciptakan nilai bagi konsumen sekaligus mempertahankan profitabilitas perusahaan. Pendekatan holistik yang diterapkan Yuki Mart ini menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang dinamika pasar lokal dan kebutuhan konsumen, sehingga mampu mempertahankan eksistensi dan pertumbuhan bisnisnya secara berkelanjutan.

Berikut ini adalah tabel penjualan produk -produk penjualan di Yuki Mart untuk 2 (tiga) bulan terakhir:

a. Laporan penjualan pada bulan januari dan februari 2025

Tabel 4.3
Penyajian laporan penjualan data bulan jenuari dan februari 2025

Bulan	Total Penjualan (Rp)	Total Produk Terjual	Keterangan
Januari 2025	36.540.000	3.070 Unit	Penjualan Stabil dan konsisten
Februari 2025	36.540.000	3.070 Unit	Data sama dengan januari, menunjukkan stabilitas penjualan

Sumber : Laporan penjualan bulan januari dan februari 2025

Penjualan merupakan indikator utama dalam mengukur performa dan keberhasilan strategi pemasaran pada suatu usaha. Berdasarkan data penjualan Yuki Mart pada bulan Januari dan Februari 2025, terlihat bahwa tingkat penjualan relatif stabil dengan total pendapatan sebesar Rp 36.540.000 dan jumlah unit terjual 3.070 produk pada masing-masing bulan. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun menghadapi persaingan dan fluktuasi harga bahan pokok, Yuki Mart mampu mempertahankan kestabilan penjualan yang mencerminkan keberhasilan dalam menyesuaikan strategi harga dan pelayanan.

Stabilitas penjualan juga menandakan loyalitas pelanggan yang sudah terbentuk, yang berperan penting dalam menjaga volume transaksi meskipun ada harga yang dinilai tinggi oleh sebagian konsumen. Selain itu, pengelolaan stok dan pemilihan produk yang tepat menambah daya tarik konsumen untuk terus melakukan pembelian di Yuki Mart.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Novitasari Hastuti Redyanita (2022), pengelolaan usaha yang baik, termasuk pengaturan harga dan pengelolaan keuangan yang tepat, berperan signifikan dalam meningkatkan stabilitas dan daya saing usaha mikro dan kecil. Penelitian ini menegaskan bahwa literasi akuntansi dan kebijakan harga yang bijaksana menjadi salah satu faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan sekaligus meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, data penjualan yang stabil sebagaimana terlihat di Yuki Mart ini dapat menjadi bukti empiris efektivitas strategi yang diterapkan dalam menghadapi persaingan pasar di Gunungsitoli.

Penyajian data penjualan secara ringkas dan komprehensif seperti ini memudahkan pembaca untuk memahami kinerja usaha secara menyeluruh tanpa harus terjebak dalam detail yang terlalu rinci, sehingga fokus laporan tetap pada analisis dan evaluasi strategi penetapan harga dan dampaknya terhadap penjualan.