

UPAYA PENJUALAN PERLENGKAPAN OUTDOOR PADA ADVENTURE STORE SINTANG

Evy Ratnasari

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Kapuas Sintang, Jl. Y.C. Oevang Oeray
No. 92, Sintang, Indonesia. Email: evyratnasari.erando@gmail.com

Abstrak: Adventure Store merupakan toko penjualan produk pakaian dan perlengkapan outdoor yang cukup lengkap di kota Sintang. Berbagai merk dan jenis produk cukup banyak dijual di toko Adventure Store ini, walaupun masih belum lengkap terutama berkaitan dengan ukuran atau size dan warna produk yang tersedia. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan Upaya Penjualan pada Adventure Store Sintang. Subyek dalam penelitian ini adalah Pemilik, Karyawan dan Konsumen Adventure Store. . Promosi yang dilakukan oleh Adventure Store dalam rangka meningkatkan penjualan sudah cukup berhasil dengan efektif, dimana berbagai kegiatan setiap tahun secara rutin dilakukan. Media promosi yang digunakan adalah media sosial, dan terbukti cukup memberikan dampak terhadap peningkatan penjualan produk *outdoor*. Sudah ada target penjualan yang ditetapkan oleh Adventure Store, penjualan yang sering mencapai target yaitu pada saat liburan. Perlu dilakukan penambahan persediaan barang-barang, untuk memberikan banyak pilihan pada para konsumen. Diperlukan upaya promosi yang lebih intens lagi terutama menggunakan media lain selain media sosial. Perlu peningkatan pelayanan agar target penjualan yang diinginkan dapat tercapai.

Kata Kunci : Upaya; Penjualan; Perlengkapan *Outdoor*; Produk.

PENDAHULUAN

Banyak hal yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di sebuah toko ritel. Faktor yang perlu diperhatikan tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan ekonomi saja, karena dengan semakin ketatnya persaingan diantara toko ritel dan juga perubahan gaya hidup masyarakat, kebutuhan emosional seperti gengsi serta pengalaman berbelanja yang menyenangkan perlu diperhatikan oleh retailer dalam memberikan pelayanan dan nilai tambah bagi konsumennya.

Sintang sebagai kota yang terus tumbuh dan berkembang, menjadi peluang bisnis perlengkapan outdoor. Adventure Store sebagai salah satu toko retail perlengkapan outdoor yang cukup besar di Sintang yang memiliki banyak pilihan produk menjadi daya tarik bagi kaum muda yang energik dan berjiwa petualang. Berlokasi dikawasan pusat kota yang strategis dan menyuguhkan konsep berbelanja juga menyuguhkan konsep outdoor untuk lebih mendukung produknya yang di jual. Adventure Store juga menata konsep toko menyerupai susana outdoor.

Karyawan toko juga berpakaian layaknya seperti pendaki atau anak gunung. Musik yang disajikan bertema enerjik sehingga menambah semangat dan enjoy ketika pengunjung berada disana. Adventure Store merupakan perusahaan retail. Menurut Hendri Ma'ruf (2005:71) "ritel adalah kegiatan usaha menjual barang atau jasa kepada perorangan untuk keperluan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga. Sedangkan pengecer adalah pengusaha yang menjual barang atau jasa secara eceran kepada masyarakat sebagai konsumen, ritel perorang atau peritel kecil memiliki jumlah gerai bervariasi, mulai dari satu gerai hingga lebih". Menurut Gilbert (2003:6) "ritel adalah semua usaha bisnis yang mengarahkan secara langsung kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi. Menurut Berman dan Evan (2007:3), penjualan eceran adalah tingkat terakhir dari proses distribusi, yang di dalamnya terdapat aktivitas bisnis dalam penjualan barang atau jasa kepada konsumen

Semakin berkembangnya usaha yang dilakukan oleh Adventure Store, toko yang mengkhususkan menjual berbagai merk produk perlengkapan outdoor, seperti baju, sepatu, sandal, jam tangan dan aksesoris perlengkapan gunung lainnya, sebagaimana tergambar dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.1. Merk dan Jenis Produk Perlengkapan Outdoor yang Dijual.

Nomor	Merk	Jenis
1.	Forester	Kaos Celana Sepatu Sandal Sleeping Bag Ransel HP Case
2.	Consina	Ransel Sarung Tangan Carrier Kaos Celana Jaket
3.	Kalibre	Ransel Jaket Kaos Sarung Tangan Tas Selempang Kecil
4.	Cozmeed	Carrier Celana Kaos HP Case
5.	SNTA	Sepatu

Sumber: Dokumen Adventure Stroe, 2023.

Menurut Sumarni (2003:321) Penjualan dapat di bedakan menjadi:

- a. Penjualan Langsung, yaitu suatu proses membantu dan membujuk satu atau lebih calon konsumen untuk membeli barang atau jasa atau bertindak sesuai ide tertentu dengan menggunakan komunikasi tatap muka.
- b. Penjualan Tidak Langsung, yaitu bentuk presentase dan promosi gagasan barang dan

jasa dengan menggunakan media tertentu seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, papan iklan, brosur dan lain-lain.

Swastha (2009:143) menerangkan bahwa terdapat beberapa jenis penjualan yang biasa dikenal dalam masyarakat diantaranya adalah:

- a. *Trade Selling*, penjualan yang terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka, Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru, jadi titik beratnya adalah para penjualan melalui penyalur bukan pada penjualan ke pembeli akhir.
- b. *Missionary Selling*, penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan.
- c. *Technical Selling*, berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.
- d. *New Business Selling*, berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli menjadi pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.
- e. *Responsive Selling*, setiap tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap

permintaan pembeli melalui route driving and retaining. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun terjalin hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang.

Keputusan konsumen untuk membeli atau pun tidak terhadap suatu produk merupakan suatu tantangan dan masalah yang dihadapi oleh Adventure Store Perusahaan atau ritel modern harus berani tampil beda dan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan perusahaan lain. Menarik konsumen agar melakukan pembelian dapat dilakukan dengan cara memberikan atmosphere yang menyenangkan bagi konsumen saat di dalam toko, karena konsumen yang senang diharapkan akan melakukan pembelian di dalam toko. Dalam perencanaan dan proses perancangannya harus memperhatikan elemen seperti *ekterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display*.

Perencanaan yang tepat dapat menciptakan nuansa, suasana dan estetika yang menarik bagi konsumen. Pengembangan produk agar terciptanya keragaman produk juga menjadi tantangan bagi setiap perusahaan. Pengembangan produk dapat dilakukan dengan cara mengembangkan produk yang sudah ada. Selain itu dapat dilakukan penelitian untuk menciptakan produk baru dengan model yang sesuai. Perusahaan yang tidak mampu menciptakan atau pun menawarkan produk baru akan

menghadapi risiko seperti penurunan volume penjualan, karena munculnya pesaing yang lebih kreatif, adanya perubahan selera konsumen, munculnya teknologi baru dalam proses produksi.

Selain *store atmosphere* dan harga juga merupakan salah satu faktor penentu dalam pengambilan keputusan konsumen. Harga produk tertentu di Adventure Store kadang lebih mahal jika dibandingkan dengan produk serupa di tempat lain, sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Konsumen akan mempertimbangkan tempat berbelanja yang mampu memenuhi harapan mereka. Setiap harga yang ditetapkan oleh perusahaan juga akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk yang berbeda.

Perdagangan eceran melakukan aktivitas pengemasan menjadi bagian yang lebih kecil, menyimpan persediaan, menyediakan jasa agar pelanggan dapat memperoleh barang dengan mudah. Tujuan penjualan eceran (ritel) antara lain adalah sebagai berikut (Weits dkk dalam Utami, 2006:4):

1. Menciptakan tersedianya pilihan akan kombinasi sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.
2. Memberikan penawaran produk dan jasa pelayanan dalam unit yang cukup kecil sehingga memungkinkan para konsumen memenuhi kebutuhannya.

3. Menyediakan pertukaran nilai tambah dari produk (*ready exchange of value*).

4. Mengadakan transaksi dengan para konsumennya.

Selain itu usaha retail produk pakaian juga harus bersaing dengan penjualan produk pakaian secara online yang saat ini sudah sangat marak, untuk itu perusahaan harus mampu melakukan kegiatan-kegiatan penjualan yang dapat menarik konsumen atau pelanggan. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang upaya penjualan perlengkapan outdoor yang dilakukan oleh Adventure Store dalam meningkatkan penjualan produk-produknya.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Nawawi (2007:63) "Metode deskriptif adalah sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/ melukiskan keadaan subyek/obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagai adanya".

Untuk menentukan subjek penelitian, penulis menggunakan teknik *puspositive sampling*, yaitu subjek penelitian ditentukan terlebih dahulu oleh penulis. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Pemilik Adventure Store Sintang.

2. Karyawan Adventure Store Sintang.
3. Konsumen Adventure Store Sintang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada Adventure Store yaitu toko yang menjual produk-produk untuk kegiatan outdoor, seperti baju, sepatu, tas, dan lain-lain. Adventure Store terletak di Jalan Lintas Melawi yang merupakan kawasan perdagangan yang sangat strategis di Kota Sintang. Adventure Store berdiri tahun 2016 dengan nama Pemilik adalah Ahmad Djazuli, dengan karyawan sebanyak 4 (empat) orang. Untuk mengetahui nama dan kedudukan dalam toko dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3. Nama Karyawan Adventure Store

Nomor	Nama Karyawan	Keterangan
1.	Yayan	Kepala Toko
2.	Irma	<i>Costumer Service</i>
3.	Winda	<i>Costumer Service</i>
4.	Sri	<i>Costomer Service</i>

Sumber: Dokumen Adventure Store, 2018.

Bisnis ritel merupakan salah satu bentuk usaha yang telah berkembang pesat di Indonesia yang semakin marak belakangan ini. Hal ini ditandai dengan semakin banyak bermunculan bisnis ritel tradisional yang mulai membenahi diri menjadi bisnis ritel modern maupun bisnis ritel modern sendiri yang baru lahir. Perubahan kondisi pasar pun menuntut ritel untuk mengubah paradigma lama pengelolaan ritel tradisional menuju paradigma pengelolaan ritel modern. Pengelolaan

ritel tentunya membutuhkan dukungan infrastruktur yang memadai, terutama kebutuhan terhadap tersedianya teknologi tinggi khususnya dibidang teknologi informasi dan komunikasi.

Pengecer atau penjualan eceran atau dikenal dengan istilah ritel adalah kegiatan bisnis perdagangan (penjualan barang atau jasa) yang langsung disalurkan kepada konsumen akhir untuk digunakan sebagai kebutuhan pribadi, keluarga atau keperluan rumah tangga bukan untuk dijual kembali. Pengecer merupakan perantara dalam sistem saluran pemasaran, dimana pengecer mendapatkan barang dari produsen dan atau pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada konsumen akhir.

Pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Adventure Store selalu memperhatikan pangsa pasar yang menjadi target, promosi Adventure Store lebih banyak ditujukan kepada kaum muda sebagai pengembar pakaian jenis outdoor. Toko juga menyediakan berbagai fasilitas atau barang-barang pendukung usaha penjualan jenis pakaian outdoor tersebut.

Media promosi yang diterapkan oleh toko adalah melalui facebook, insragram dan media sosial lain, dengan tujuan memperluas informasi kepada konsumen dan memberikan informasi tentang fungsi produk outdoor. Promosi melalui media sosial ini dirasakan cukup efektif dan sudah cukup berhasil meningkatkan penjualan toko. setiap tahun Adventure Store selalu melakukan promosi besar-besaran

dengan cara memberikan potongan harga dan mendatangkan jenis-jenis produk yang sedang trend di masyarakat khususnya kaum muda. Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Adventure Store Sintang, diketahui bahwa promosi yang dilakukan pihak Adventure Store sudah cukup gencar, dimana setiap tahun ada berbagai kegiatan yang merupakan bentuk pengenalan produk kepada masyarakat, promosi yang dilakukan lebih banyak menggunakan media sosial, dan memberikan potongan harga kepada para pelanggan.

Mengelola bisnis penjualan pakaian outdoor ini saat ini mendapat tantangan dari penjualan produk-produk secara online, untuk itu Adventure Store selalu berusaha untuk mempromosikan keberadaan tokonya dengan berbagai cara, selain melalui media sosial promosi juga dilakukan melalui pelayanan yang baik kepada para pelanggan sehingga diharapkan dapat menjadi bagian promosi untuk mengenalkan produk Adventure Store kepada masyarakat.

Sedangkan ciri dari bisnis ritel modern yaitu lokasi strategis yang merupakan faktor penting dalam bisnis ritel, prediksi cermat terhadap potensi pembeli, pengelolaan jenis barang dagangan yang terarah, dan seleksi merek yang sangat ketat. Tersedianya sistem informasi yang canggih, memungkinkan bisnis ritel mampu menyediakan produk-produk baru, pelayanan yang sangat cepat, teliti, dan mampu memuaskan pelanggan.

Fasilitas fisik merupakan faktor penentu dalam mendominasi pangsa pasar yang diinginkan oleh perusahaan, karena penguasaan pasar dapat dicapai apabila perusahaan mendapat kedudukan yang baik sehingga dapat menciptakan citra perusahaan bagi para konsumennya. Secara spesifik, beberapa elemen penting yang dapat lebih menonjolkan citra dari suatu toko yaitu beberapa arsitektur yang baik, desain eksterior dan interior yang menarik, sumber daya manusia yang memadai, penyediaan barang yang baik, lambang dan logo, penempatan lokasi dan nama toko yang dapat menarik perhatian.

Nama toko juga merupakan bagian dari promosi. Nama toko berperan penting karena sebagian besar dari elemen tersebut berkaitan dengan peritel yang ditampilkan secara fisik. Adapun faktor-faktor lain yang harus dipertimbangkan yaitu kestrategisan, apakah daerah tersebut dapat dijadikan pusat bisnis atau bukan dan bagaimana arus lalu lintasnya.

Target penjualan yang ditetapkan oleh pemilik, yaitu target penjualan yang diharapkan adalah sebesar Rp.100.000.000,- per bulan dengan target penjualan Rp.3.000.000,- sampai dengan Rp.5.000.000,- per hari. Target penjualan yang ditetapkan setiap bulan relatif tercapai, sedangkan target penjualan dapat terlampaui jika menjelang hari raya Idul Fitri maupun Natal dan Tahun Baru.

banyak kiat dan tips yang telah di-share oleh beberapa sumber, namun kembali kepada kemauan (*willingness*), kemampuan (*ability*), dan

keberanian (*dare to action*) tim penjualan. Sering kali dijumpai *sales person* atau tenaga penjual merasa letih, tidak bersemangat, jenuh dan bosan. Umumnya hal ini terjadi karena tekanan target penjualan yang belum terjangkau. Padahal manajemen telah menerapkan sistem *reward and punishment* untuk mengganjar siapa saja yang *achieve* dan bagi siapa saja yang *loss*. Yang patut kita cermati dalam hal ini adalah bagaimana kita bisa merubah pola pikir (*mindset*) tim penjualan dan menggeser *pressure* menjadi *pleasure* ketika mereka dihadapkan dengan over target atau target diatas rata rata

Penjualan (*selling*) sedikit berbeda dengan aspek kegiatan lainnya. Penjualan adalah aspek kegiatan yang tidak memiliki basic ilmu teoritis (*science*). Hampir Semua ilmu pelajari dengan metode *classroom* dan dalam satu paket kurikulum, namun berbeda dengan penjualan semua ilmu yang ada dalam penjualan adaah berdasarkan seni (*art*) dan pengalaman (*exprience*) yang menggabungkan aspek psikologis, sosiologis, dan hitungan bisnis. Permasalahannya seorang tenaga penjual sebenarnya sudah mengerti kemana tujuan yang ingin di capai . Namun kebanyakan dari individu *sales person* tidak disiplin menjalaninya, serta sering kali tidak mau belajar dari pengalaman. Inilah kemampuan yang harus dimiliki seorang tenaga penjual dalam Dunia Penjualan yang berubah dengan cepat dan kompetitif yaitu disiplin dan terus belajar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka penulis menyimpulkan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Sistem penjualan retailing adalah penjualan suatu produk secara ecer kepada konsumen akhir, untuk kepentingannya sendiri dan bukan untuk dijual lagi. Sistem penjualan retail di Adventure Store sudah berjalan dengan sangat baik tetapi masih kurangnya persediaan barang seperti warna dan ukuran masih menjadi keterbatasan Adventure Store dalam memaksimalkan penjualan.
2. Media promosi yang digunakan oleh Adventure Store adalah media facebook dan instagram, pada saat ini masyarakat Sintang lebih banyak menggunakan media sosial tersebut dibandingkan dengan yang lain.
3. Sudah ada target penjualan pada Adventure Store, sebesar Rp.100 juta per bulan dengan pendapatan Rp.3 juta sampai Rp.5 juta perhari. Penjualan yang sering mencapai target yaitu pada saat hari raya Idul Fitri atau Natal.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Penjualan retail pada Adventure Store sudah sangat baik tetapi perlu ditingkatkan atau dilakukan penambahan stok barang seperti ukuran dan warna agar pendapatan dan penjualan lebih maksimal.

2. Upaya promosi hanya melalui facebook dan instagram dan dapat diperluas menggunakan media lain seperti radio dan dijelaskan secara detail tentang kegunaan atau fungsi barang yang dijual sehingga dapat didengar oleh masyarakat Sintang khususnya yang belum memiliki akses internet.
3. Target penjualan pada Adventure Store sudah sangat baik karena selalu mencapai target per bulan, tetapi dapat dilakukan peningkatan pelayanan konsumen sebagai antisipasi kalau saja target tersebut ditingkatkan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Berman dan Evan. (2007). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Erlangga.
- Gilbert, David. (2003). *Retail marketing management (2nd ed)*. England: Prentice-Hall
- Ma'ruf, Hendri. (2005). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nawawi, H. (2007). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sumarni, M. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha. B. (2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Utami, C.W. (2006). *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*. Jakarta: Salemba Empat.