



Jasiora : Vol 2 No 3 Desember 2017

JASIORA

Jurnal Administrasi Sosial dan Humaniora  
(<http://jurnal.stiasetihsetiomb.ac.id/index.php/admngnr/index>)



## Peranan Pimpinan Perusahaan Dalam Mengatur Penataan Produk Guna Meningkatkan Pendapatan (Studi Pada Minimarket Rafi Mart Muara Bungo)

Feri Antoni<sup>1</sup>, Burhanuddin<sup>2</sup>, Sasmita Rusnaini<sup>3</sup>, Desi Riana Sari<sup>4</sup>

<sup>1</sup>STIA Setih Setio Muara Bungo

<sup>2</sup>STIA Setih Setio Muara Bungo

<sup>3</sup>STIA Setih Setio Muara Bungo

<sup>4</sup>STIA Setih Setio Muara Bungo

### Info Artikel

Masuk: 06 September 2017

Diterima: 12 November 2017

Terbit: 15 Desember 2017

### Keywords:

Leadership, Product Management, and Revenue.

### Kata kunci:

Pimpinan, Penataan Produk, dan Pendapatan.

### Corresponding Author:

Feri Antoni

### Abstract

*This study aims to determine the role of company leaders in managing product structuring to increase revenue at Rafi Mart Muara Bungo. it also aims to find out the obstacles faced by the company leader Rafi Mart Muara Bungo in managing the arrangement and increasing revenue. Finally, the purpose of this study is to find out the efforts made by the leadership of Rafi Mart Muara Bungo in connection with the problems mentioned above, in arranging the arrangement and increasing income. The research method used in this research is descriptive method with qualitative data analysis. The population in this study are the leaders and employees of the mini market Rafi Mart and consumers Rafi Mat Muara Bungo. While the sample or unit of analysts in this study amounted to eight people who were taken with purposive sampling and incidental sampling techniques. To collect data, observations and interviews conducted by researchers. After the data is collected, the data is analyzed by reducing the data, presenting the data, and drawing conclusions. The results showed that the role of company leaders in managing product management to increase revenue at Rafi Mart Muara Bungo was 1). Supervise the product management. 2). Planning products and checking product quality. While the obstacles faced are: (1). Not a price tag on the product. (2). There was an error in product arrangement. (3). Lack of service, the efforts made are (1). Put a price tag. (2). Improve supervision of product management. (3). Improving customer service supervision.*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran pimpinan perusahaan dalam mengatur penataan produk guna meningkatkan pendapatan pada Rafi Mart Muara Bungo. selain itu juga bertujuan untuk mengetahui hambatan yang dihadapi oleh pimpinan perusahaan Rafi Mart Muara Bungo dalam mengatur penataan dan meningkatkan pendapatan. Terakhir

tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui upaya yang dilakukan oleh pimpinan Rafi Mart Muara Bungo sehubungan dengan masalah tersebut di atas, dalam mengatur penataan dan meningkatkan pendapatan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan analisis data kualitatif. Populasi dalam penelitian ini yakni pimpinan dan karyawan mini market Rafi Mart serta konsumen Rafi Mat Muara Bungo. Sedangkan sampel atau unit analisis dalam penelitian ini berjumlah delapan orang yang pengambilannya dengan teknik *purposive sampling* dan *incidental sampling*. Untuk mengumpulkan data, observasi dan wawancara dilakukan oleh peneliti. Setelah data terkumpul, data tersebut dianalisis dengan cara mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran pimpinan perusahaan dalam mengatur penataan produk guna meningkatkan pendapatan pada Rafi Mart Muara Bungo adalah 1). Melakukan pengawasan terhadap penataan produk. 2). Melakukan perencanaan pemesanan produk dan pengecekan terhadap kualitas produk. Sedangkan hambatan yang dihadapi adalah yaitu: (1). Belum label harga pada produk. (2). Adanya kesalahan dalam penataan produk. (3). Kurangnya pelayanan, maka upaya yang dilakukan adalah (1). Memasang label harga. (2). Meningkatkan pengawasan terhadap penataan produk. (3). Meningkatkan pengawasan pelayanan konsumen.

## **1. Pendahuluan**

Perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat dengan persaingan yang ketat membuat perusahaan harus berfikir mengambil langkah kedepan mengenai hal-hal apa saja yang dilakukan agar bisnis bisa berlangsung terus dan tidak bergantung pada *profit* (laba). Oleh karena itu, setiap perusahaan harus kreatif dan mampu berinovasi menciptakan peluang usaha atau bisnis baru. Agar tujuan bisnis tersebut bisa tercapai, maka visi dan misi perusahaan harus dikomunikasikan dan disosialisasikan mulai dari manager hingga karyawan. Tujuan perusahaan bisnis, serta pekerjaan sampai pada level individu harus dirinci secara jelas. Selain itu hal yang terpenting adalah menentukan strategi level bisnis.

Perusahaan untuk dapat berkembang haruslah melalui perjuangan dan didukung dengan perencanaan yang matang dalam menghadapi berbagai masalah dan rintangan yang timbul, seperti masalah operasional, keuangan, maupun masalah pemasaran dari produk yang diproduksi. Masalah persaingan antar perusahaan mengharuskan perusahaan harus terus menerus melakukan perbaikan dalam mutu barang dan layanan serta efisiensi dalam menekan biaya produksi sehingga harga penjualan produk tetap dapat bersaing.

Melihat perkembangan perusahaan dewasa ini, menyebabkan kemampuan pimpinan untuk mengawasi secara langsung kegiatan perusahaan semakin terbatas. Akibatnya pimpinan tidak dapat lagi mengikuti kegiatan yang terjadi di perusahaan secara langsung. Untuk menghadapi masalah ini, maka pimpinan dalam batas waktu tertentu harus mendelegasikan wewenang ini kepada karyawan yang ditunjukkan dan harus pula didukung dengan data sistem pengendalian intern yang memadai, agar tidak disalahgunakan oleh karyawan yang diberi wewenang dalam menjalankan tugas pimpinan, terutama pada perusahaan yang bergerak pada bidang penjualan dan pelayanan konsumen.

Dalam penelitian ini, peneliti akan fokus pada bisnis yang berorientasi pada penjualan dan pelayanan konsumen, salah satu perusahaan yang menjadi tujuan penelitian ini adalah Minimarket Rafi Mart yang terletak di Jalan Alisudin Nomor 16 Kelurahan Bungo Barat Kecamatan Pasar Muara Bungo Kabupaten Bungo. Rafi Mart didirikan pada tahun 2012, dengan menjual berbagai kebutuhan rumah tangga seperti minyak goreng, gula, tepung, beras, perlengkapan mandi dan lain sebagainya.

Mengingat banyaknya produk-produk yang dijual di Rafi Mart maka penataan produk atau yang dikenal dengan penataan pada Rafi Mart harus ditata dengan rapi sesuai dengan jenis-jenis barang sehingga konsumen lebih mudah menemukan produk-produk yang dibutuhkannya, selain itu daftar harga juga harus dicantumkan pada produk-produk yang dipajang sehingga konsumen bisa langsung mengetahui jumlah harga pada produk yang dibutuhkannya tanpa harus bertanya kepada karyawan Rafi Mart.

Dengan penataan yang rapi maka konsumen akan mudah menemukan produk yang dibutuhkannya, maka tidak menutup kemungkinan konsumen akan memberitahukan kepada keluarga, teman, dan orang-orang sekitarnya untuk berbelanja di Rafi Mart. Semakin banyak konsumen yang berbelanja ke Rafi Mart maka pendapatan akan meningkat pula.

Berdasarkan data awal penelitian, adapun pendapatan penjualan produk di Rafi Mart pada tahun 2012 hingga 2015 dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1  
Jumlah Pendapatan pada Rafi Mart Tahun 2015

No	Tahun	Jumlah Pendapatan
1	2012	150,000,000
2	2013	165,000,000
3	2014	145,000,000
4	2015	120,000,000
Total		580,000,000

*Sumber: Rafi Mart Muara Bungo Tahun 2016.*

Dari tabel tersebut di atas, dapat dilihat bahwa pendapatan pada Rafi Mart terus mengalami penurunan sejak Agustus 2016, hal ini dikarenakan banyaknya muncul swalayan seperti Alfamart, Indomart dan swalayan lainnya yang menjadi saingan bagi Rafi Mart dalam meningkatkan pendapatan.

Berdasarkan pengamatan awal penelitian, peneliti melihat ada beberapa masalah yang dihadapi oleh swalayan Rafi Mart dalam menata produk dan meningkatkan pendapatan, antara lain:

- Penataan produk yang tidak sesuai dengan fungsinya, yaitu peralatan mandi seperti sabun, shampo, pasta gigi yang terletak pada deretan rak makanan.
- Adanya pelayanan yang kurang ramah, sehingga konsumen merasa tidak puas atas apa yang dikeluarkannya dengan apa yang didapatkannya pada swalayan Rafi Mart.
- Belum adanya label harga pada produk yang sudah ditata pada rak penataan produk, sehingga menyulitkan bagi konsumen untuk mengetahui harga suatu produk yang dibutuhkan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran pimpinan perusahaan dalam mengatur penataan produk guna meningkatkan pendapatan pada Rafi Mart Muara Bungo?
2. Apa hambatan yang dihadapi oleh pimpinan perusahaan Rafi Mart Muara Bungo dalam mengatur penataan dan meningkatkan pendapatan?
3. Apa upaya yang dilakukan oleh pimpinan Rafi Mart Muara Bungo sehubungan dengan masalah tersebut di atas, dalam mengatur penataan dan meningkatkan pendapatan?

## **2. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan analisis data kualitatif, yaitu suatu metode yang digunakan untuk menemukan

pengetahuan terhadap subyek penelitian, yang menguraikan seluruh keadaan penelitian yang dituju. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi atau situasi sosial penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan mini market Rafi Mart serta konsumen Rafi Mat Muara Bungo.

Dalam penarikan sampel peneliti memakai teknik *purposive sampling*. Yang menjadi sampel atau informan kunci dalam penelitian ini berjumlah 8 (delapan) orang, antara lain dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Pemilik Rafi Mart Muara Bungo
- b. Empat (4) orang karyawan Rafi Mart yang terdiri dari:
- c. Lima (3) orang konsumen Rafi Mart Muara Bungo.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

#### **3.1 Peran pimpinan perusahaan dalam mengatur penataan produk guna meningkatkan pendapatan pada Rafi Mart Muara Bungo.**

Seorang pimpinan dikenal sebagai pembuat kebijakan dan pengambil keputusan dalam sebuah perusahaan, apalagi perusahaan yang berorientasi pada laba atau pendapatan. Maka keputusan seorang pimpinan sangat berpengaruh pada kebijakan dan hasil yang didapatkan. Seperti halnya pimpinan pada Rafi Mart Muara Bungo, yang mempunyai wewenang dalam mengatur bisnisnya sehingga bisnis swalayan yang dipimpinnya diharapkan semakin berkembang dan dapat meningkatkan pendapatan dari penjualan produk-produknya.

Meskipun Rafi Mart tidak berada di bawah perusahaan besar seperti Alfamart, Hypermart, dan Indomart namun penataan produk pada Rafi Mart Muara Bungo tidak kalah menariknya dari swalayan-swalayan lainnya. Hal ini dikarenakan pimpinan Rafi Mart sebelum membuka bisnis swalayan ini terlebih dahulu sudah mengikuti berbagai pelatihan bisnis dan mempelajari ilmu bisnis swalayan.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pimpinan Rafi Mart Muara Bungo, mengatakan bahwa: "Ada beberapa trik penataan yang saya lakukan sehingga tata letak produk menjadi lebih menarik dan tertata dengan rapi sesuai dengan kelompok-kelompok produknya. Trik tersebut adalah menata produk sesuai dengan kelompoknya, dengan tujuan untuk memudahkan bagi konsumen dalam mencari produk yang mereka butuhkan. Selain itu juga memperhatikan warna produk, guna menciptakan tampilan rak yang menarik perhatian konsumen."<sup>1</sup>

Sesuai dengan hasil pengamatan peneliti pada rak-rak penataan produk, nampak bahwa pada produk shampoo botol, maka warna-warna produk dipadu padankan sehingga menjadi lebih menarik, misalnya shampoo Pantene yang berwarna putih diletak berdampingan dengan shampoo Sunsilk warna hijau. Dengan demikian terkesan sejuk dipandang.

Berdasarkan keterangan yang peneliti dapatkan bahwa ada beberapa peran yang dilakukan oleh pimpinan Rafi Mart dalam mengatur penataan produk dan meningkatkan pendapatan. Adapun peran tersebut antara lain adalah:

##### **a. Melakukan Pengawasan terhadap Penataan Produk**

Dari pengamatan peneliti di lokasi penelitian, nampak bahwa pimpinan Rafi Mart berperan langsung dalam mengatur penataan produk-produk pada swalayannya. Misalnya memperhatikan tampilan warna produk, memperhatikan letak produk mana bagian depan dan bagian belakang. Selain itu juga mengatur letak atau posisi rak-rak, agar tampilan produk yang ditata terlihat lebih menarik.

Dari pengamatan penelitian, ada beberapa bentuk penataan yang dilakukan oleh pimpinan Rafi Mart, agar tampilan produk menjadi lebih menarik, antara lain yaitu:

---

<sup>1</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Deni Septia Ningsih (Pimpinan Rafi Mart Muara Bungo) Tanggal 25 Mei 2016.

1. Produk yang ditata di dalam etalase, yaitu berupa produk kecantikan seperti parfum, handbody, minyak rambut, pelembab muka dan produk kecantikan lainnya dengan berbagai merk. Sesuai dengan kerangka teori, menurut pimpinan Raffi Mart, tujuan dari penataan produk dalam etalase ini adalah selain untuk menjaga keamanan produk juga untuk menarik perhatian konsumen. Sehingga konsumen tertarik untuk membeli.
2. Produk yang ditata di dalam toko, yaitu pemajangan produk di depan pintu masuk, tanpa diletakkan di rak-rak. Namun dipajang dengan rafi. Menurut pimpinan Rafi Mart, tujuan dari pemajangan produk ini adalah produk dapat terjual dengan cepat, selain itu juga memudahkan untuk mengganti susunan pajangan sehingga terlihat lebih menarik.

Agar produk-produk yang ditata benar-benar dapat menarik perhatian konsumen, oleh karena itu pimpinan Rafi Mart mengawasi langsung pekerjaan karyawannya dalam menata produk, dan menunjukkan mana produk yang ditata di dalam etalase dan mana produk yang dipajang didalam toko.

Selain itu, berdasarkan pengamatan peneliti, nampak bahwa penataan produk di atas rak-rak tersusun dengan rafi dan sesuai dengan kelompoknya. Penataan produk sesuai dengan kelompok maksudnya adalah seperti produk-produk perlengkapan mandi. Maka sabun mandi dengan berbagai merk, shampoo dengan berbagai merk, pasta gigi dengan berbagai merk, dan sikat gigi dengan berbagai merk diletakan berdekatan bahkan satu rak. Sehingga memudahkan konsumen untuk memilih produk yang diinginkannya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan salah satu karyawan Rafi Mart yang mengatakan bahwa: "Penataan produk sesuai dengan kelompoknya adalah produk-produk yang mempunyai fungsi yang sama misalnya produk perlengkapan mandi, produk bumbu masak, produk mie instan, dan produk-produk lainnya. Sehingga memudahkan bagi konsumen untuk mencari produk yang dibutuhkannya."<sup>2</sup>

Karena kecantikan dan daya tarik yang dimiliki oleh swalayan Rafi Mart adalah penataan produknya. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti terhadap penataan produk pada Rafi Mart tampak bahwa terlebih dahulu Rafi Mart mengisi produk-produk pada bagian depan toko terlebih dahulu. Sehingga memberi kesan penuh isi produk-produk yang dibutuhkan oleh konsumen pada Rafi Mart. Karena dengan melihat penuhnya isi produk pada Rafi Mart maka lebih dapat meyakinkan dan menarik perhatian konsumen bahwa produk yang mereka butuhkan tersedia di Rafi Mart.

Selain itu, berdasarkan hasil pengamatan peneliti juga melihat bahwa untuk menarik minat konsumen, maka produk-produk yang berwarna cerah kemasannya (merah, kuning, orange, dan putih) diletakkan pada bagian depan dan mudah dilihat oleh konsumen dari luar toko. Selain itu perpaduan warna-warna produk juga tidak kalah menariknya untuk lebih cepat menarik perhatian konsumen.

Kemudian, tata letak atau penataan produk juga tidak kalah menariknya. Berdasarkan temuan peneliti di Rafi Mart nampak bahwa untuk produk kosmetik Rafi Mart meletakkan produk yang tidak dikenal pada bagian atas, sementara produk yang sudah terkenal diletakkan pada bagian bawah. Hal ini dikarenakan produk yang sudah terkenal bagaimanapun akan selalu dicari oleh konsumen sementara untuk produk yang tidak terkenal berada pada deretan paling atas dapat menarik perhatian konsumen. Karena biasanya konsumen akan merasa penasaran terhadap produk-produk yang baru pertama kali dilihatnya dengan kemudian konsumen akan bertanya kepada pelayan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu karyawan bagian penataan produk kosmetik pada Rafi Mart yang mengatakan bahwa: "Konsumen tentunya sangat suka melihat-melihat, nah jika produk yang tidak dikenalnya dapat dilihat maka tak jarang konsumen bertanya tentang manfaat dari produk tersebut, dengan demikian maka juga tidak jarang konsumen langsung membelinya".<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Hasil Wawancara dengan Yola (Salah Satu Karyawan pada Rafi Mart Muara Bungo) Tanggal 25 Mei 2016.

<sup>3</sup> Hasil Wawancara dengan Maya (Karyawan Rafi Mart Muara Bungo) Tanggal 25 Mei 2016.

Untuk menarik perhatian konsumen, Rafi Mart juga melakukan penataan produk dengan cara meletakkan produk-produk yang berukuran besar di sebelah kanan, salah satunya adalah produk susu kotak, mulai dari ukuran paling besar hingga ukuran paling kecil. Hal ini dilakukan oleh Rafi Mart dikarenakan konsumen menggunakan tangan kanan dengan demikian probabilitas terpilihnya produk dengan kemasan besar akan semakin tinggi.

Terakhir untuk menarik perhatian konsumen dan membujuk konsumen agar lebih banyak membeli maka Rafi Mart meletakkan permen, rokok, coklat, obat-obatan dan lain sebagainya yang produknya berukuran kecil diletakkan disamping kasir. Sehingga bisa menarik perhatian konsumen sambil menunggu antrian.

Menurut pimpinan Rafi Mart Muara Bungo, bahwa penataan produk pada swalayannya mempunyai syarat-syarat sehingga dapat terlihat lebih menarik dan lebih baik. Syarat-syarat tersebut adalah:

- a. Penataan harus mampu membuat barang-barang yang dipajang menjadi mudah dilihat, mudah dicari dan mudah dijangkau. Ketiga hal ini merupakan syarat mutlak yang harus mampu diwujudkan oleh aktivitas penataan. Jika tidak, penataan yang menarik dan seatraktif apapun akan sia-sia.
- b. Penataan harus memerhatikan aspek keamanan, baik keamanan bagi Rafi Mart dari potensi-potensi kehilangan, maupun keamanan bagi konsumen yang berada di dalam toko.
- c. Penataan yang dilakukan harus informatif dan komunikatif, dalam hal ini Rafi Mart memanfaatkan poster.<sup>4</sup>

#### **b. Melakukan Perencanaan Pemesanan Produk dan Pengecekan terhadap Kualitas Produk**

Dari pengamatan peneliti ditempat penelitian, Nampak bahwa pimpinan Rafi Mart mengurus semua urusan yang berhubungan dengan kelangsungan usahanya, mulai dari pengecekan terhadap persediaan produk di gudang, melakukan pemesanan terhadap produk yang sudah hampir habis persediaannya, dengan cara mencatat perincian setiap produk yang akan dipesan, kemudian melakukan pemesanan ke *supplier* (pemasok). Fungsi pemesanan produk adalah untuk melakukan persediaan produk pada gudang, sehingga konsumen selalu mendapatkan produk yang dibutuhkannya. Menurut pimpinan Rafi Mart dalam melakukan pemesanan terhadap produk, ada beberapa hal yang dilakukannya, yaitu memesan produk sesuai dengan kebutuhan, melakukan analisis terhadap penjualan sebelumnya serta melihat kondisi masyarakat. Misalnya jika mendekati bulan puasa dan lebaran maka pemesanan produk seperti sirup, tepung, gula menjadi meningkat dari pemesanan sebelumnya. Hal ini dikarenakan permintaan dari pelanggan akan semakin meningkat, sehingga pendapatan akan meningkat pula. Namun apabila pemesanan produk tidak dinalisis maka besar kemungkinan banyak produk yang kadaluarsa, karena tidak begitu banyak yang membeli.

Selain itu peneliti juga melihat bahwa pimpinan Rafi Mart melakukan sendiri pengawasan terhadap kualitas/mutu produk yang masuk dari *supplier* tersebut, untuk memastikan bahwa produk yang diterimanya benar-benar berkualitas. Selain itu pimpinan Rafi Mart juga melakukan dokumentasi terhadap cek-cek pembelian produk dan penjualan produk. "Mini Market ini, masih bisa saya urus sendiri mulai dari pengecekan produk, pemesanan produk, dan menyimpan bukti pemesanan produk serta penjualan."<sup>5</sup>

Dalam melakukan terhadap mutu produk, berdasarkan pengamatan peneliti, pada saat produk datang dari *supplier*, peneliti melihat bahwa pimpinan Rafi Mart sangat teliti dalam mengecek kualitas produk yang dipesannya, pengecekan dilakukan dengan cara

---

<sup>4</sup>Hasil Wawancara dengan Ibu Deni Septia Ningsih (Pemilik Rafi Mart Muara Bungo) Tanggal 26 Mei 2016.

<sup>5</sup>Hasil Wawancara dengan Ibu Deni Septia Ningsih (Pemilik Rafi Mart Muara Bungo) Tanggal 27 Mei 2016.

melihat tanggal kadaluarsa pada produk. Sehingga produk yang dijualnya kembali benar-benar masih berkualitas dan masa kadaluarsanya masih panjang.

### **3.2 Hambatan yang dihadapi oleh pimpinan perusahaan Rafi Mart Muara Bungo dalam mengatur Penataan dan meningkatkan pendapatan.**

#### **a. Belum Adanya Label Harga pada Produk**

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, ditemukan bahwa Mini Market Rafi Mart tidak sama seperti mini market pada umumnya. Di mana pada umumnya mini market mencantumkan label harga pada produk yang sudah ditata pada rak-raknya. Namun di Rafi Mart, tidak ditemukan adanya label harga baik pada raknya maupun pada produknya. Dengan tidak adanya pencatuman label harga pada produk atau rak-rak penataan produk, maka konsumen tidak dapat mengetahui berapa harga produk yang hendak dia beli. Tidak adanya label harga tersebut menyulitkan bagi konsumen untuk mengetahui harga produk yang hendak dibelinya. Apalagi bagi konsumen yang membawa uang pas-pasan untuk belanja. Dan untuk mencukupi uang yang dibawa dengan harga belanjanya maka konsumen terlebih dahulu harus mengecek ke kasir berapa harga suatu produk yang ia butuhkan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu konsumen yang mengatakan bahwa: “Disini tidak ada label harganya, saya terpaksa bertanya ke kasir terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli, takutnya uang yang saya bawa tidak cukup untuk membayar. Kalau ada label harga kitakan bisa mengira uang yang dibawa cukup atau tidak untuk berbelanja.”<sup>6</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka dapat peneliti simpulkan bahwa tidak adanya label harga pada produk atau pada rak penataan produk, merupakan satu kelemahan bagi Rafi Mart dalam menarik loyalitas pelanggan dan meningkatkan pendapatan. Karena pelanggan merasa tidak terlayani dengan baik dan merasa kurang nyaman karena ada rasa khawatir apabila belanjannya melebihi dari uang yang dibawa.

Selain itu, tidak adanya label harga juga dapat memboroskan waktu bagi konsumen yang terburu-buru berbelanja karena harus bertanya ke kasir terlebih dahulu harga produk yang hendak dibelinya. Dengan demikian dapat peneliti simpulkan bahwa konsumen akan enggan untuk datang kembali berbelanja di lain waktu.

#### **b. Adanya Kesalahan dalam Penataan Produk**

Telah diuraikan sebelumnya bahwa penataan produk merupakan hal yang paling utama diperhatikan dalam sebuah swalayan karena penataan produk yang tepat akan dapat menarik konsumen lebih banyak dan meningkatkan penjualan. Namun jika penataan produk tidak tertata dengan baik, maka konsumen akan kesulitan dalam mencari produk yang dibutuhkannya.

Berdasarkan pengamatan peneliti bahwa ada salah satu konsumen yang bertanya kepada pelayan tentang letak rak sirup ABC karena konsumen tersebut sudah berkeliling mencarinya namun ia tidak menemukannya. Setelah konsumen tersebut bertanya kepada pelayan, kemudian pelayan mengantar konsumen ke rak sirup ABC yang dimaksudnya. Sungguh mengejutkan karena letak sirup ABC tersebut di belakang sirup merk lainnya sehingga kesulitan bagi konsumen untuk mencarinya.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan konsumen yang mengatakan bahwa: “Saya sudah berkeliling rak demi rak mencari sirup ABC ini, ternyata letaknya ada di belakang sirup merk lain. Pantaslah saya tidak menemukannya.”<sup>7</sup>

Dari hasil pengamatan tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa kemungkinan banyak konsumen lainnya yang membutuhkan produk sirup ABC, namun karena konsumen kesulitan mencari letaknya maka konsumen tidak jadi membeli atau beralih pada sirup merk lain. Dengan demikian maka kesalahan dalam penataan telah mengakibatkan tidak terjadinya

---

<sup>6</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Masrida (Konsumen Rafi Mart) Tanggal 20 Mei 2016.

<sup>7</sup> Hasil Wawancara dengan Fredi (Konsumen Rafi Mart) Tanggal 17 Mei 2016.

penjualan pada produk sirup ABC. Berdasarkan wawancara peneliti dengan salah satu pelayan yang mengatakan bahwa:

“Ya benar, terjadi kesalahan terhadap letak produk itu, karena tadi belum selesai menata produk karyawan bagian penataan itu sudah dipanggil untuk pekerjaan lainnya, sehingga lupa memperbaiki penataannya.”<sup>8</sup>

Meskipun kesalahan penataan produk tersebut tidak disengajakan namun, adanya kesalahan tersebut dan minimnya pengawasan dari pimpinan, tidak menutup kemungkinan jika terjadi kesalahan penataan pada produk-produk lainnya, yang berakibat pada tidak terjualnya sebuah produk.

Berdasarkan pengamatan peneliti bahwa peneliti melihat salah satu produk perlengkapan mandi diletakkan berdampingan dengan rak produk detergen, yaitu pasta gigi diletakkan berdampingan dengan detergen. Jika merujuk pada kerangka teori maka penataan tersebut tidak sesuai karena penataan produk tidak sesuai dengan kelompoknya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penataan produk pada Rafi Mart belum tertata dengan baik, karena penataan produk tidak sesuai dengan kelompoknya. Meskipun ada alasan tertentu bagi Rafi Mart penataan produk pasta gigi berdampingan dengan produk detergen, namun penataan tersebut belum maksimal. Bagi konsumen, letak salah satu merk pasta gigi yang berdampingan dengan detergen bukanlah masalah, namun secara idealnya penataan tersebut kurang baik.

### **c. Kurangnya Pelayanan**

Pelayanan pada sebuah toko merupakan hal yang tidak kalah pentingnya untuk diperhatikan, karena pelayanan yang baik akan membuat konsumen betah berbelanja dan merasa puas atas apa yang ia keluarkan dan ia dapatkan. Dengan demikian maka dilain waktu konsumen tersebut akan kembali lagi berbelanja ke toko tersebut, bahkan lama kelamaan tidak menutup kemungkinan akan menjadi pelanggan yang loyal.

Oleh karena itu pelayanan bagi konsumen yang datang ke Rafi Mart juga merupakan hal yang penting untuk dibahas, karena berdasarkan hasil pengamatan peneliti di Rafi Mart dapat disimpulkan bahwa pelayanan terhadap konsumen belum optimal. Hal ini berdasarkan temuan peneliti terhadap salah satu konsumen yang berbelanja ke Rafi Mart, ketika ia sudah selesai berbelanja dan membayar belanjanya di kasir, peneliti melihat bahwa pelayanan kasir terhadap konsumen sangat acuh tak acuh, tidak ada tegur sapa untuk konsumen selain itu, petugas kasir tersebut juga asik mengobrol dengan karyawan lainnya. Bahkan ketika konsumen tersebut bertanya ke petugas kasir tentang harga suatu produk, petugas kasir tersebut tidak cepat tanggap dalam menjawab pertanyaan konsumen, sehingga peristiwa tersebut tentunya membuat konsumen menjadi kesal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen terbut, ia mengatakan bahwa:“Pelayanan di toko ini kurang menyenangkan. Masa kasirnya acuh tak acuh saja ketika ditanya, selain itu ia asik mengobrol dengan karyawan lainnya sambil tertawa kecil, seharusnya tidak boleh begitu”<sup>9</sup>

Dari hasil wawancara dengan konsumen tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa kesal dengan tingkah petugas kasir di rafii Mart karena tidak melayaninya dengan baik, apalagi konsumen tersebut sempat menanyakan suatu produk kepada petugas kasir dimana petugas kasir lambat dalam menjawab pertanyaan tersebut. Dengan demikian kurangnya pelayanan yang diberikan oleh karyawan Rafi Mart ke konsumen akan berakibat pada larinya konsumen ke toko pesaing untuk berbelanja. Dengan demikian maka penjualan produk pada Rafi Mart akan dapat menurun, begitu pula dengan pendapatannya.

Selain dari petugas kasir yang tidak melayani konsumen dengan baik, berdasarkan temuan peneliti juga melihat bahwa pelayanan karyawan bagian penataan produk juga kurang baik terhadap konsumen. Berdasarkan hasil pengamatan bahwa ada salah satu konsumen yang menanyakan letak suatu produk kepada karyawan penataan produk.

---

<sup>8</sup> Hasil Wawancara dengan Dola (Karyawan Rafi Mart ) Tanggal 21 Mei 2016.

<sup>9</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Fitri (Konsumen Rafi Mart) Tanggal 23 Mei 2016.



Karyawan tersebut menunjukkan letak produk yang dimaksud pada rak sebelahnya dan menyuruh konsumen melihat disana. Kemudian konsumen tersebut berputar kembali mendekati karyawan penataan dan bertanya kembali letak produk yang dimaksud, lagi-lagi karyawan penataan hanya menunjukkannya saja tanpa mengantar langsung konsumen ke rak yang dimaksud.

Melihat peristiwa tersebut, dapat peneliti simpulkan bahwa pelayanan terhadap konsumen di Rafi Mart memang belum optimal. Di mana seharusnya pelayanan yang baik itu, ketika konsumen kesulitan mencari produk yang ia butuhkan maka karyawan harus siap siaga untuk mengantarkan langsung konsumen menuju letak produk yang dimaksudnya.

### **3.3 Upaya yang dilakukan oleh pimpinan Rafi Mart Muara Bungo sehubungan dengan masalah tersebut di atas, dalam mengatur Penataan dan meningkatkan pendapatan.**

Dari hasil pengamatan peneliti terhadap tipe kepemimpinan yang ada pada diri pemilik Rafi Mart dapat disimpulkan bahwa pimpinan Rafi Mart termasuk dalam tipe pemimpin kharismatik dan demokratik. Hal ini peneliti simpulkan karena berdasarkan hasil pengamatan peneliti terhadap keseharian pemilik Rafi Mart yang ramah dan mudah tersenyum kepada siapapun, bahkan karyawannya terlihat sangat menghormatinya dan sering terdengar memujinya, dan mengagumi cara kepemimpinannya dalam menhandel bisnis swalayan. Selain itu, pimpinan Rafi Mart juga sering meminta ide dari karyawannya untuk kemajuan bisnis yang dijalankannya. Seperti produk apa yang harus ditambah, dan ide penataan yang lebih menarik perhatian konsumen. Dari hasil wawancara dengan pimpinan Rafi Mart tersebut ia mengatakan bahwa: "Saya sering meminta ide atau pendapat dari karyawan untuk kemajuan usaha saya. Karena ide dari anak-anak muda ini biasanya lebih kreatif, jika ada yang bagus idenya langsung saya aplikasikan."<sup>10</sup>

Selain itu, pimpinan Rafi Mart juga sering memberikan pengarahan kepada karyawannya setiap pagi sebelum toko dibuka. Tujuan diberikannya pengarahan adalah untuk memberikan semangat kepada karyawannya agar dapat melayani konsumen dengan sebaik-baiknya.

Dengan adanya hambatan yang peneliti temui pada Rafi Mart dalam penataan dan meningkatkan pendapatan dari hasil penjualan produk di Rafi Mart, harus segera di upayakan penyelesaian hambatan tersebut, agar penjualan dan pendapatan pada Rafi Mart. Setelah peneliti melakukan wawancara dengan pimpinan Rafi Mart, maka adapun upaya yang akan diambilnya untuk mengatasi hambatan yang membuat menurunnya pendapatan di Rafi Mart adalah sebagai berikut:

#### **a. Memasang Label Harga Produk**

Berujuk pada kerangka teori, bahwa salah satu yang menjadi cirri-ciri dari swalayan adalah harga sudah tertera di produk yang dijual atau produk yang ditata dan umumnya diberi *barcode*. Tujuan dari pemberian label harga adalah untuk memudahkan bagi konsumen dalam melayani dirinya sendiri saat berbelanja tanpa harus bertanya ke pelayan toko atau ke kasir harga suatu produk yang hendak ia beli. Oleh karena itu, pimpinan Rafi Mart harus memasang label harga pada produk yang sudah ditata, agar konsumen merasa terlayani dengan baik dan tanpa ada rasa khawatir saat berbelanja. Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan Rafi Mart, mengatakan bahwa: "Sebenarnya saya sudah berencana untuk segera memasang label harga pada produk yang sudah dipajang. Namun karena keterbatasan karyawan dan mereka juga sibuk dengan pekerjaan mereka menyusun dan menata produk, maka labelnya belum terpasang, namun akan saya usahakan secepatnya untuk pemasangan label harga."<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup>Hasil Wawancara dengan Ibu Deni Septia Ningsih (Pemilik Rafi Mart) Tanggal 21 Mei 2016.

<sup>11</sup>Hasil Wawancara dengan Ibu Deni Septia Ningsih (Pemilik Rafi Mart) Tanggal 23 Mei 2016.

Dengan tercantumnya harga pada produk yang sudah tertata, maka konsumen akan dapat langsung mengetahui berapa harga suatu produk yang ia butuhkan, selain itu konsumen merasa aman dan nyaman. Dengan terpenuhinya kepuasan konsumen dalam berbelanja, maka konsumen akan loyal dan kembali berbelanja di Rafi Mart. Dengan demikian, semakin banyak konsumen yang berbelanja maka semakin meningkat pula jumlah pendapatan yang diterima oleh Rafi Mart.

#### **b. Meningkatkan Pengawasan terhadap Penataan Produk**

Adanya kesalahan dalam penataan produk yang dilakukan oleh karyawan pada Rafi Mart sehingga menyebabkan konsumen kesulitan mencari produk yang dibutuhkannya, karena letak produk tersebut kesulitan untuk dilihat oleh konsumen. Oleh karena itu, menurut pimpinan Rafi Mart bahwa pengawasan terhadap penataan produk yang dilakukan oleh karyawannya harus ditingkatkan. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti melihat bahwa kesalahan penataan yang dilakukan oleh karyawan Rafi Mart tidak mendapatkan perlakuan buruk dari pimpinan Rafi Mart. Pimpinan Rafi Mart menasehati karyawannya dengan cara yang lembut dan tegas sehingga karyawannya merasa malu sendiri karena sudah melakukan kesalahan dengan demikian karyawan tersebut termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan karyawan bagian penataan tersebut mengatakan bahwa: "Saya menjadi malu sendiri atas kesalahan yang saya lakukan, saya bertekad untuk meningkatkan kinerja saya. Saya malu kepada atasannya saya beliau orang yang sangat baik. Karena ia tidak memarahi saya padahal saya sudah melakukan kesalahan."<sup>12</sup>

Berdasarkan pengamatan peneliti nampak bahwa, pimpinan Rafi Mart memberikan arahan kepada karyawannya dalam melakukan penataan produk sesuai dengan yang telah ia sampaikan sebelumnya bahwa karyawannya harus memperhatikan beberapa hal terkait penataan produk yaitu:

1. Karyawan harus melakukan penataan dapat menarik perhatian konsumen.
2. Penataan harus dapat memancing perhatian terhadap barang-barang yang dijual di toko.
3. Usahakan penataan dapat menimbulkan *impulse buying* (dorongan seketika) untuk membeli.
4. Penataan menimbulkan daya tarik terhadap keseluruhan suasana toko.
5. Mengatakan kepada konsumen bahwa kualitas barang yang ada di Rafi Mart adalah kualitas yang terbaik.

Selain itu, dalam arahan yang disampaikan kepada karyawan bahwa karyawan harus membuat kreasi dan inovasi seperti menata produk dengan bentuk penataan yang unik, menggantikan produk-produk yang letaknya didepan dengan baik produk baru sehingga suasana toko terkesan segar setiap hari dan konsumen akan betah berbelanja di Rafi Mart. Karena apabila konsumen betah berbelanja di Rafi Mart ditambah pula semua produk yang dibutuhkannya tersedia di Rafi Mart, maka akan dapat meningkatkan pendapatan pada Rafi Mart.

Pengawasan terhadap penataan produk juga dilakukan dengan memperhatikan beberapa hal antara lain:

1. Pengelompokan barang/ grouping harus sesuai dengan penataan
2. Mengatur jumlah barang dalam rak disesuaikan dengan daya jual barang tersebut dan disesuaikan dengan posisi letak barang.
3. Memperhatikan bentuk, jenis dan komposisi warna kemasan masing-masing produk, misalnya warna kemasan snack.
4. Memperhatikan tanggal masuk barang untuk menghindari *daluwarsa/expired date*
5. Menggunakan *price card*, yang berisi data fisik barang misalnya nama barang, kode barang, kode supplier/ pemasok, harga jual, nomor rak, jumlah minimum stock dan lainnya.

---

<sup>12</sup> Hasil Wawancara dengan Reka (Karyawan Rafi Mart) Tanggal 22 Mei 2016.

Dengan adanya pengawasan terhadap display produk, maka diharapkan dapat lebih menarik perhatian konsumen dan memicu konsumen untuk membeli lebih banyak dan kembali lagi di lain waktu. Dengan demikian, maka seiring dengan meningkatnya jumlah penjualan maka meningkat pula jumlah pendapatan yang diterima oleh Rafi Mart.

Menurut pimpinan Rafi Mart bahwa pelaksanaan penataan yang baik merupakan salah satu cara untuk memperoleh keberhasilan dalam menjual produk-produk. Karena penataan itu mempunyai tujuan tersendiri, yaitu:

1. Untuk menarik perhatian pembeli dilakukan dengan cara menggunakan warna-warna, lampu-lampu, dan sebagainya.
2. Untuk menimbulkan keinginan memiliki barang-barang yang dipamerkan di toko tersebut, setelah memasuki toko, kemudian melakukan pembelian.

### **c. Meningkatkan Pengawasan Pelayanan Konsumen**

Konsumen tentunya menginginkan semua kebutuhannya terpenuhi dengan syarat yang paling menguntungkan bagi mereka. Konsumen menginginkan keuntungan baik yang bersifat fungsional maupun emosional. Keuntungan fungsional antara lain bisa membeli produk dengan harga yang murah dan kualitas terjamin. Dari segi emosional, konsumen tentunya menginginkan pelayanan, kepuasan dalam memilih jenis produk yang diinginkan, kenyamanan, keamanan saat berbelanja, dan lain-lain.

Oleh karena itu, Rafi Mart harus memenuhi tuntutan konsumen tersebut baik kepuasan secara fungsional dan emosional. Untuk keamanan konsumen saat berbelanja maka bagi konsumen yang menggunakan kendaraan roda dua. Tidak perlu merasa khawatir saat memarkirkan kendaraannya karena Rafi Mart menyediakan CCTV ke area parkir, sehingga kehilangan kendaraan saat parkir di depan Rafi Mart dapat diatasi, dan konsumen merasa aman dalam berbelanja.

Kemudian kepuasan secara fungsional adalah kualitas produknya juga terjamin karena masih jauh dari tanggal kadaluarsa sehingga konsumen bisa memakai produk dalam jangka waktu yang cukup lama. Kepuasan secara emosional juga didapatkan dari pelayanan karyawan kepada konsumen. Berdasarkan temuan peneliti bahwa adanya ketidakpuasan konsumen atas pelayanan yang diduplikasinya saat berbelanja di Rafi Mart, menjadi perhatian bagi pimpinan Rafi Mart kepada karyawannya agar lebih meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Karena memberikan pelayanan yang baik sudah menjadi tanggung jawab Rafi Mart, tanpa adanya pelayanan yang baik, Rafi Mart tidak mungkin bisa mendapatkan banyak konsumen dalam bisnisnya. Apalagi persaingan bisnis yang semakin ketat. Pemberian kualitas pelayanan yang baik inilah yang bisa menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen agar bisnis Rafi Mart bisa terus berkembang dan pendapatan bisa meningkat. "Saya akan memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan, saat berada di kasir. Seperti menyapa konsumen dan mengingatkannya untuk datang kembali berbelanja di Rafi Mart."<sup>13</sup>

Berdasarkan pengamatan peneliti di Rafi Mart bahwa pimpinan Rafi Mart selalu mengingatkan karyawannya agar meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Ada beberapa hal yang disampaikan oleh pimpinan Rafi Mart kepada karyawannya yaitu:

1. Agar memperhatikan letak produk dan label produk, selain itu harus mengantarkan langsung konsumen yang membutuhkan suatu produk kepada rak yang ada produk yang dicari oleh konsumen.
2. Harus memberikan salam dengan mengucapkan selamat pagi, siang, sore atau malam kepada konsumen, kemudian mengingatkannya agar kembali berbelanja di Rafi Mart.

Selain itu, menurut pimpinan Rafi Mart dalam pengarahannya kepada karyawan bahwa pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang baik pula untuk Rafi Mart. Karena pelayanan ini merupakan wujud tanggung jawab sosial Rafi Mart, maka pelayanan dapat memberikan keuntungan tersendiri untuk Rafi Mart, antara lain keuntungannya adalah:

---

<sup>13</sup> Hasil Wawancara dengan Reka (Karyawan Rafi Mart) Tanggal 29 Mei 2016.

1. Konsumen akan setia kepada Rafi Mart. Karena konsumen merasa pelayanan Rafi Mart sangat baik, konsumen bisa jadi akan menjadi pelanggan tetap Rafi Mart.
2. Konsumen bisa menjadi media iklan gratis. Dengan kepuasan konsumen terhadap pelayanan Rafi Mart, konsumen bisa saja menyebarkan mengenai hal tersebut kepada rekan-rekan atau tetangganya sehingga perusahaan bisa menjadi lebih dikenal.
3. Kelangsungan bisnis Rafi Mart jangka panjang terjamin. Dengan semakin banyaknya pelanggan tetap Rafi Mart, maka perusahaan tidak perlu khawatir tidak akan mendapat pelanggan, karena sudah adanya para pelanggan tetap tersebut.
4. Konsumen tidak akan memperlmasalahakan mengenai harga. Karena rasa kepercayaan konsumen terhadap Rafi Mart, maka konsumen tidak akan memperlmasalahakan mengenai harga terhadap suatu produk yang ditawarkan Rafi Mart.
5. Konsumen merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi. Kebutuhan konsumen bukan hanya dari kualitas produk, melainkan juga dari segi kualitas pelayanan Rafi Mart. Dengan pelayanan yang baik, maka konsumen akan merasa bahwa semua kebutuhannya telah dipenuhi oleh perusahaan.
6. Nama baik Rafi Mart meningkat. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya konsumen yang merasa puas dan menjadi konsumen setia sehingga nama baik Rafi Mart pun meningkat di mata semua konsumen.

#### **4. Kesimpulan**

1. Peran pimpinan perusahaan dalam mengatur penataan produk guna meningkatkan pendapatan pada Rafi Mart Muara Bungo, yaitu: (1). Melakukan pengawasan terhadap penataan produk (2). Melakukan perencanaan pemesanan produk dan pengecekan terhadap kualitas produk.
2. Hambatan yang dihadapi oleh pimpinan perusahaan Rafi Mart Muara Bungo dalam mengatur penataan dan meningkatkan pendapatan, yaitu: (1). Belum label harga pada produk. (2). Adanya Kesalahan dalam Penataan Produk. (3). Kurangnya Pelayanan.
3. Upaya yang dilakukan oleh pimpinan Rafi Mart Muara Bungo sehubungan dengan masalah tersebut di atas, dalam mengatur penataan dan meningkatkan pendapatan, yaitu: (1). Memasang label harga. (2). Meningkatkan pengawasan terhadap penataan produk. (3). Meningkatkan pengawasan pelayanan konsumen.

#### **Saran**

1. Disarankan agar pimpinan Rafi Mart dapat menciptakan penataan produk yang lebih menarik sehingga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli.
2. Disarankan agar penataan produk pada Rafi Mart di tata sesuai dengan kelompoknya sehingga memudahkan bagi konsumen dalam mencari produk yang dibutuhkan.
3. Di sarankan agar lebih memperhatikan kerapian dalam menata produk baik produk yang ditata didalam etalase, produk yang ditata dirungan dan produk yang ditata pada rak.
4. Di sarankan agar ada inovasi dalam penataan produk, adanya tata letak yang berkreasi dan unik sehingga menarik perhatian konsumen.

#### **Daftar Pustaka**

##### **Buku-Buku**

- Agus Darma, (2009). *Kebijakan dan Strategi Manajemen* Erlangga Erlangga, Jakarta.
- Bambang Riyanto, (2001). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, BPFE, Yogyakarta.
- Bambang Suharmo. (2003). *Manajemen Mini Market*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Basu Swastha, (2012). *Manajemen Penjualan*, BPFE, Yogyakarta.
- Djama'an Satori dan Aan Komariah, (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, Bandung.
- George R. Terry, (2009). *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Bumi Aksara. Jakarta.
- Hadari Nawawi, (2008). *Pengantar Manajemen Strategi*, BPFE. Yogyakarta: BPFE.
- Husein Umar, (2005). *Manajemen Strategi*. Erlangga. Jakarta.

- Lili M. Sadeli. (2005). *Pengantar Bisnis Ilmu Menjual*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Mukhtar, (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*, GP Press Group, Jakarta.
- Sentot Imam Wahjono. (2008). *Manajemen Tata Kelola Organisasi Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Soemarso, (2009). *Akuntansi Suatu Pengantar*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sondang P Siagian, (2010). *Teori dan Praktik Kepemimpinan*. Rineke Cipta. Jakarta.
- Sopiah dan Syihabudhin. (2010). *Manajemen Bisnis Ritel*. Andi Officer, Yogyakarta.
- Sri Wiludjeng SP, (2007). *Pengantar Manajemen*, Graha ilmu. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Suharmi Arikunto, (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta. Jakarta.
- Sumarsono, (2003). *Akuntansi Intermediate*. BPF. Yogyakarta.
- Suyadi Prawirosentono. (2002). *Pengantar Bisnis Modern*. Bumi Aksara. Jakarta.
- T. Hani Handoko, (2001). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Liberti. Yogyakarta, Liberti.

**Kamus**

Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta,