

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Berdasarkan teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan pada Ramayana Departement Store Kediri, peneliti menemukan data sebagai berikut:

1. Sejarah singkat PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk.

Ramayana Departement Store didirikan oleh bapak Paulus Tumewu pada tahun 1974, berawal dari sebuah toko busana sederhana di Jl. H. Agus Salim (Sabang) Jakarta Pusat. Kiprah usaha Paulus di bisnis eceran ini boleh dikata memang tak terlepas dari latar belakang keluarganya sendiri yang sebagian besar memang bergelut dalam usaha eceran. Mereka telah membayangkan sebuah Department Store yang menjual barang-barang berkualitas dengan harga terjangkau untuk segmen berpenghasilan menengah ke bawah.

Dari hasil kerja kerasnya bersama istrinya, Lie Cuan, Paulus berhasil mewujudkan sebuah toko yang diberi nama Ramayana. Saat itu tokonya hanya memperkerjakan sekitar 40 tenaga kerja. Paulus ini boleh dikatakan memulai segalanya dari awal sekali. Kendati masih berbentuk sebuah toko kecil pada waktu itu Ramayana sudah menerapkan prinsip swalayan (melayani sendiri) meski dalam taraf kecil-kecilan. Seiring

dengan bergesernya perekonomian di dalam negeri, konsumen Indonesia tampak mulai mengenali konsep Toserba.

Menyadari kenyataan itu, Paulus mulai berpikir untuk memperluas usahanya dengan membuka satu cabang Ramayana dikawasan Blok M. Sejalan dengan hadirnya cabang Ramayana ini pada tahun 1978, Paulus juga mulai memberi bendera bagi usahanya dengan nama PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk. Serta anak perusahaan Ramayana lainnya yang diberi nama Robinson dan Cahaya di bawah bendera PT. Ramayana Group. Mereka membuka toko pertama mereka yang khusus terutama di garmen dan pakaian di Jalan Sabang. Mereka bernama toko mereka "Ramayana Fashion Store". Dengan pertumbuhan yang baik dari toko, bisnis baru yang ditambahkan produk yang selaras dengan fokus bisnis asli, yang garmen dan pakaian.

Pada tahun 1985, mode pakaian seperti sepatu, tas, aksesoris diperkenalkan. Bergerak maju dengan optimisme, Ramayana juga memperluas coverage area nya. Pada tahun yang sama toko outlet pertama di luar Jakarta dibuka di Bandung. Pada tahun 1989 Ramayana telah menjadi jaringan ritel, yang terdiri dari 13 gerai dan mempekerjakan sebanyak 2.500 pekerja. Berbagai produk yang dijual juga menjadi lebih luas untuk mencakup kebutuhan rumah tangga, mainan dan alat tulis.

Tak lama kemudian, pada tahun 1993 pusat perbelanjaan one stop shopping dilaksanakan di setiap toko Ramayana karena jangkauan produk dan harga yang terjangkau. Ramayana terus tumbuh, meliputi kota-kota

lebih banyak dan membangun jaringan ritel yang lebih besar. Saat ini, Ramayana mengoperasikan 115 gerai di 42 kota besar dengan total area penjualan kotor sebesar 765.735 meter persegi, yang mempekerjakan 17.867 karyawan.

Perusahaan keluarga tradisional telah berkembang menjadi bisnis raksasa ritel modern. Cerita mengesankan pertumbuhan Ramayana atas waktu yang relatif singkat dari 29 tahun sebagian besar kontribusi dari kerja keras, dedikasi karyawan dan fokus bisnis yang terus berlangsung yang pada penyediaan penghasilan dasar menengah kebawah dengan nilai yang sangat baik untuk barang dagangan uang dengan menyediakan produk-produk berkualitas dengan harga terjangkau. Berikut ini beberapa jumlah gerai dari PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk:⁷⁶

Tabel 4.1
Gerai Atau Cabang PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. (Thn 2018)

No	kode	Alamat	Kota
1	C00 1	Jl. Taman Mini I No.1, RT.3/RW.2, Pinang Ranti	Jakarta timur
2	R02	Pulo Gadung Trade Center, Jl. Raya Bekasi KM 21	Bekasi
3	R06	Jl. Pahlawan No.1000, BSD	Serpong
4	R08	Jl. H. Agus Salim No. 34-38, Jakarta	Jakarta pusat
5	R10	Jl. Pasar Palmerah Lt. 1 & 2, Jl. Palmerah Barat No. 2, Jati Pulo	Jakarta barat
6	R11	Jl. Raya Ragunan No. 113, Pasar Minggu	Jakarta selatan
7	R12	Jl. Pasar Baru No. 69, Pasar Baru	Jakarta pusat
8	R13	Jl. Ps. Kramat Jati Lt. 1, Jl. Raya Bogor No. 4	Timur Jakarta
9	R14	Jl. Tanjung Duren Raya No.1, Pasar Kopro	Jakarta

⁷⁶ Dokumentasi, *Ramayana Departement Store Kediri*, dikutip 15 September 2018.

		Lt. 2-3	Barat
10	R15	Jl. Dewi Sartika No. 1 Bogor	Bogor
11	R20	Jl. Ciputat Raya, Plaza Ciputat Raya	Tangerang
12	R21	Jl. Ir. H. Juanda, Pratama Plaza	Bekasi
13	R22	Jl. Raya Ragunan No.16, ex Terminal Pasar Minggu	Jakarta Selatan
14	R24	Jl. Raya Pondok Gede, Jatihayu, Pondok Melati	Bekasi
15	R25	Jl. Surya Kencana No. 3, Bogor	Bogor
16	R26	Jl. Merdeka No.10, Cimone Jaya	Tangerang
17	R29	Jl. Kramat Jaya Raya, Tugu Koja, Tanjung Priok	Jakarta Utara
18	R30	Jl. Antasari No. 1, Plaza Mitra	Banjarmasin
19	R31	Jl. Daan Mogot No. 9, Tanah Tinggi, Kec. Tangerang	Tangerang
20	R32	Jl. Tebet Barat Dalam Raya No. 58-59, Pasar Tebet Lt. 2	Jakarta Selatan
21	R33	Jl. Yos Sudarso No. 30, Koja Plaza, Tanjung Priok	Jakarta Utara
22	R34	Jl. Margonda Raya, Plaza Depok	Bogor
23	R35	Jl. Raya Serang, Mal Cilegon	Cilegon
24	R36	Jl. Jend. A. Yani, Plaza Jambu Dua	Bogor
25	R37	Jl. Raya Cibitung	Bekasi
26	R38	Jl. I Gusti Ngurah Rai, Mall Citra Klender	Jakarta Timur
27	R39	Jl. Veteran, Ciwangi Bungursari, Sadang	Purwakarta
28	R40	Jl. Lingkar Luar Barat, Cengkareng Timur	Barat Jakarta
29	R41	Jl. Sutomo Kel. Pahlawan	P. Siantar
30	R42	Jl. Raya Bogor, Mall Graha Cijantung	Jakarta Timur
31	R43	Jl. Raya Jakarta-Bogor, Cibinong	Bogor
32	R44	Jl. Pondok Raya, Plaza Bintaro, Bintaro	Tangerang
33	R45	Jl. Sultan Saha, Beringin, Ps. Jambi	Jambi
34	R46	Jl. Dr. Muwardi II, Pasar Muka	Cianjur
35	R47	Jl. Lapangan Tembak No. 8 Cibubur	Bogor
36	R48	Jl. R. Intan, Pasar Bawah, Tanjung Karang	Lampung
37	R49	Jl. HOS Cokroaminoto No. 13, Ciledug	Tangerang
38	R50	Jl. Andi Pettarani, Panakukang Mas	Ujung Pandang
39	R51	Jl. Sukarno, Plaza Muara Rapak	Balikpapan
40	R52	Jl. Pasar Pangkal Pinang, Bangka	Pangkal Pinang

41	R54	Jl. Letkol Iskandar, Kompleks Ilir Barat Permai	Palembang
42	R55	Jl. Pulau Irian, Karang Mumus	Samarinda
43	R57	Jl. Tanjung Pura, Benua Melayu Laut	Pontianak
44	R58	Jl. Sisingamangaraja, Teladan Barat, Medan Kota	Medan
45	R60	Jl. Gajah Mada No. 3, Pasar Simpang 3	Tarakan
46	R61	Jl. Lalamentik, Flobamora Mal	Kupang
47	R62	Jl. Iskandar Muda, Plasa Medan Baru	Medan
48	R63	Jl. P. Antasari, Pasar Sentra Antasari	Banjarmasin
49	R66	Jl. Pemuda Kel. Olo, Ramayana Plaza Andalas	Padang
50	R67	Jl. Tuparev Karawang Wetan, Nagasari	Karawang
51	R68	Jl. Alternatif, Cileungsi	Bogor
52	R70	Jl. Adiyaksa Panakukang Square Lt. 1	Makassar
53	R71	Jl. H. Juanda No. 1, Bogor Trade Mall	Bogor
54	R74	Jl. R.E Martadinata, Cikarang Kota	Bekasi
55	R75	Jl. Veteran No. 17, Kel Kota Baru	Serang
56	R77	Jl. A. Yani. No. 1, Kel Benteng Pasar Atas	Bukit Tinggi
57	R78	Jl. Jend. A Yani, Baturaja Timur, Baturaja Lama	Baturaja
58	R79	Jl. Perintis Kemerdekaan No. 26, Makasar Town Square	Makassar
59	R80	Jl. Jend. Sudirman, Bintan Dumai Timur	Dumai, Riau
60	R81	Jl. Mulawarman, Bontang Baru	Bontang, Kalimantan
61	R82	Jl. Raya Sesetan No. 122, Sesetan	Bali
62	R83	Jl. Adi Sucipto, Tukang Kayu	Banyuwangi
63	R85	Jl. Jenderal Sudirman, Duri Timur	Duri
64	R86	Jl. Maharaja Indra Kel. Kerinci Timur	Kerinci
65	R88	Jl. Jend. Sudirman, Labuhan Baru	Paya Kumbuh
66	R89	Jl. Jend. Sudirman, Deli, Tj. Marulak Hilir	Tebing Tinggi
67	R90	Jl. Jend. Sudirman, Cempedak	Kotabumi
68	R91	Jl Raya Abepura, Kec. Jayapura Selatan	Abepura
69	R93	Jl. Latumenten No. 33, Season City	Jakarta Barat
70	R94	Jl. M. Yamin, Gunung Kelua	Samarinda
71	R96	Jl. H. R. Subrantas KM 9, Tampan, Sidomulyo	Panam
72	R97	Jl. Raya Padalarang, Kab. Bandung Barat	Padalarang

73	R98	Jl. Panglima Sudirman, Kp. Dalem	Kediri
74	R99	Jl. Guntur, Kel. Pakuwon	Garut
75	R100	Jl. Raya Plered, Weru Lor	Cirebon
76	R101	Jl. Zaenal Abidin Pagar Alam, Mall Lampung	Lampung
77	R102	Jl. Pasar Kebayoran Lama	Jakarta Selatan
78	R103	Jl. Jend Ahmad Yani, Kel. Klademak	Sorong
79	R105	Jl. Raya Parung Bogor, Kab. Bogor	Bogor
80	R106	Jl. Raya Siliwangi Kamp. Sekarwangi, Cibadak	Sukabumi
81	R107	Jl. H. R. Lukman No. 3, Ciri Mekar Link. Kayu Manis	Bogor
82	R109	Jl. Raya Teratai Putih, Duren Sawit	Jakarta
83	R110	Jl. DR. Sutomo, Kel. Noyontaan Pekalongan	Pekalongan
84	R111	Maluku Mall City, Jl. Sultan Hassanudin	Ambon
85	R114	Jl. Bogor Baru, Kel. Kedaung Jaya	Bogor
86	R119	Mall Dinoyo City Square, Jl. MT Haryono	Malang
87	R120	Jl. Slamet Riyadi No. 437, Laweyan, Solo	Solo
88	R121	Jl. Raya Tajur RT 02/02, Sindangsari, Bogor Timur	Tajur
89	R123	Jl. Boulevard Kav. 9, Medan Satria, Bekasi	Bekasi
90	R124	Jl. Raya Serang No. 19, RT001/RW01, Cikupa	Tangerang
91	R125	Jl. Matraman Raya No.173-175, Jakarta Timur	Jakarta
92	R126	Jl. Ir. H. Juanda No. 115, Bekasi Juncion	Bekasi
93	R127	Jl. BSD Raya Utama, Tangerang (Q Big Mall)	Tangerang
94	R128	Jl. Alternatif Cibubur Cileungsi KM. 2-3, Jawa Barat	Cibubur
95	R129	Jl. H. M. Joyomartono Bulak Kapal, Bekasi Timur	Bekasi
96	R130	Jl. Sultan Hamengkubuwono IX KM 25, Cakung	Jakarta Timur
97	R131	Jl. Magelang KM 9,6, Tridadi, Sleman	Sleman
98	R132	Jl. Pahlawan, Kartoharjo, Kota Madiun, Jawa Timur	Madiun
99	RB03	Jl. Pemuda No. 2	Salatiga
100	RB05	Jl. Tipar Gede No. 17	Sukabumi
101	RB07	Jl. Pasuketan, Mal Cirebon, Lt. 1	Cirebon
102	RB09	Jl. Malioboro No. 124	Jogyakarta
103	RB10	Jl. Kusuma Bangsa, THR Mal Surabaya	Surabaya
104	RB11	Jl. Simpang Lima, Mal Citraland, Lt. 1	Semarang
105	RB12	Jl. Rio No. 1, Cimahi Mekar	Bandung

106	RB13	Jl. Merdeka Timur, Plaza Mataraman	Malang
107	RB14	Jl. Taman Jayeng Romo, Jembatan Merah	Surabaya
108	RB16	Jl. Gubernur Suryo, Plaza Multi Sarana	Gresik
109	RB17	Jl. Jend. A. Yani 66-74	Jogyakarta
110	RB20	Jl. Diponegoro No. 103-AI	Denpasar
111	RB21	Jl. Komplek Jodoh Marina, Lubuk Baja Kota	Batam
112	RB22	Jl. Bungur Asih	Surabaya
113	RB23	Jl. Raya Krian, Kompleks Pasar Krian	Sidoarjo
114	RB26	Jl. Wiratno, Kp. Baru	Tanjung Pinang
115	RB27	Jl. Diponegoro No. 2 Sidokumpul	Sidoarjo
116	RB28	Jl. Simpang Tujuh	Kudus
117	RB29	Jl. Jend. Sudirman No. 20, Daud Puri Klod	Denpasar
118	RB30	Jl. Kawasan Komersil Muka Kuning	Batam
119	RB31	Jl. Bubutan No 1-7, BG Junction	Surabaya

2. Sejarah Singkat Ramayana Departemen Store Cabang Kediri

Ramayana Departemen Store Kediri merupakan salah satu ritel yang bergerak pada bidang fashion yang berada di kota, departemen store ini berdiri sejak 11 Juli 2011 berada di Jl. Jendral Sudirman No. 50, Ringen Anom, kota Kediri, Jawa timur yang diresmikan oleh wali kota kediri Bpk. H. Samsul Ashar pada waktu itu. Dengan luas area 4.400 meter persegi terdiri atas empat lantai. Lantai pertama digunakan sebagai area parkir dan mushola untuk beribadah. Lantai dua berupa rest area yang meliputi tempat pijat refleksi, konter-konter makanan dan minuman. Lantai tiga ditempati khusus pakaian wanita, pria dewasa, dan remaja. Sedangkan lantai empat ditempati berbagai pakaian anak-anak, sepatu, serta gedung bioskop Cinema XII. Gedung yang ditempati Ramayana Kediri adalah milik Ramayana sendiri. Ramayana Kediri berada di salah satu sisi alun-alun Kediri, sisi utara. Ramayana Kediri sendiri memiliki

kurang lebih 123 karyawan yang terdiri dari 35 karyawan tetap dan SPG yang berjumlah 80 orang.⁷⁷

3. Visi dan Misi Perusahaan

Seperti perusahaan lainnya, Ramayana Lestari Sentosa Tbk memiliki visi dan misi agar perusahaan memiliki tujuan yang jelas dan terarah. Visi dan misi yang dimiliki Ramayana Lestari Sentosa Tbk Cabang Kediri berasal dari visi dan misi PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Visi dan misi PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk, sebagai berikut:

a) Visi

Sebagai perusahaan jaringan retail yang berkomitmen untuk melayani kebutuhan sehari-hari masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah, kami bertekad untuk menyajikan beragam produk dengan harga yang wajar dan terjangkau dengan layanan pelanggan yang ramah dan sopan.

b) Misi

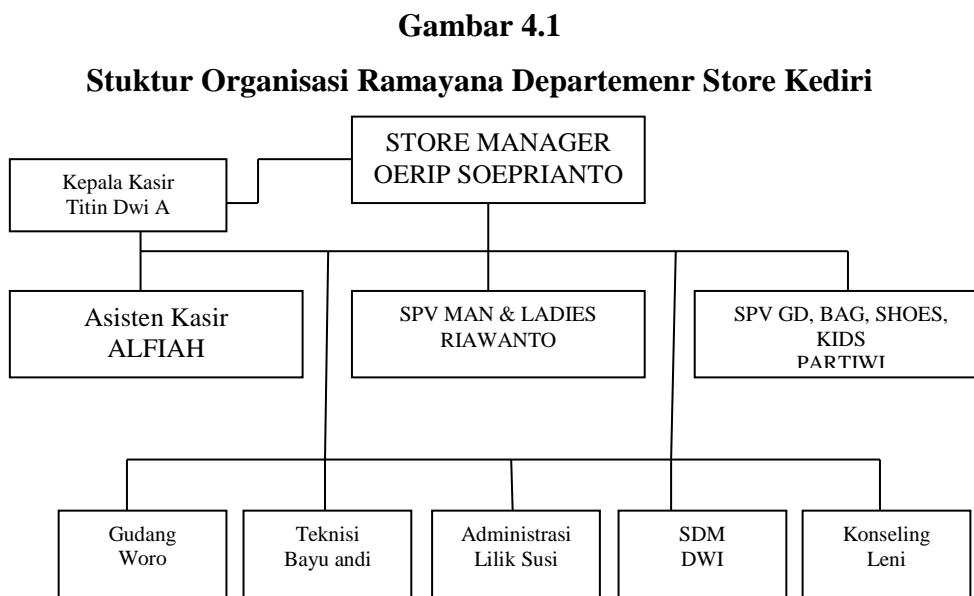
Perusahaan mampu mengembangkan usahanya dan menjaga citra perusahaan.

4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang dimiliki oleh Ramayana Kediri dipimpin oleh seorang manajer yang disebut store manajer atau kepala toko. Store manajer ini membawahi tiap divisi. Divisi dibagi berdasarkan

⁷⁷ Dokumentasi, *Ramayana Departement Store Kediri*, dikutip 15 September 2018.

pengelompokan produk, yaitu divisi fashion. Untuk lebih jelasnya, Struktur organisasi dan deskripsi jabatannya adalah sebagai berikut:⁷⁸



Sumber: Dokumentasi Peneliti di Ramayana Kediri

5. Lokasi Ramayana Departemen Store Kediri

Penentuan lokasi atau letak usaha sangat penting bagi perusahaan sebab dapat membawa pengaruh bagi keberhasilan, kelancaran dari aktifitas perusahaan serta keberlangsungan hidup dari perusahaan. Lokasi yang strategis akan membawa perusahaan mampu membuat perusahaan semakin dikenal, selain itu lokasi yang strategis juga akan memudahkan para konsumen untuk menemukan lokasi usaha.

Ramayana Kediri berada di Jl. Jendral Sudirman No. 50, Ringen Anom, kec. kota Kediri, kota Kediri, Jawa timur. Lokasi ini berada sekitar 600 meter dari alun-alun Kediri, utara alun-alun, tepat berada disebelah utara PT. Minerva Motor Indonesia. Lokasi Ramayana Kediri terbilang

⁷⁸ Dokumentasi, *Ramayana Departemen Store Kediri*, dikutip 15 September 2018.

strategis sebagai tempat usaha, karena berada di pusat atau jantung kota Kediri itu sendiri. Selain itu juga terdapat navigasi lokasi di *Googlemap* yang membuat semakin mudah menemukan lokasi dari Ramayana Departement Store Kediri.

6. Fasilitas Ramayana Departement Store Kediri

a) *Full AC* dan Akses Eskalator

Ramayana Kediri sudah menyediakan *full AC* yang membuat para pengunjung atau konsumen semakin betah berlama-lama untuk berbelanja, serta dimudahkannya lagi dengan akses Eskalator pada setiap lantainya agar pengunjung bisa dengan mudah berpindah dari satu lantai ke lantai yang lain tanpa khawatir capek atau kelelahan.

b) Tempat Parkir *Basement*

Ramayana Kediri memiliki area parkir yang luas yang berada dibawah pusat perbelanjaan tersebut (*basement*), yang memiliki sistem keamanan tiket elektronik dan *cctv* yang terjamin keamanannya, tempat parkir ini dapat digunakan untuk sepeda motor maupun mobil, dan apabila parkir ini penuh bisa juga menggunakan parkir yang berada di halaman depan Ramayana Kediri yang juga cukup luas.

c) Mushola dan Toilet

Ramayana Kediri juga dilengkapi dengan adanya mushola dan toilet yang berada di sebelah tempat parkir *basement*, fasilitas ini disediakan untuk karyawan dan juga para pengunjung, mushola ini bisa

menampung kurang lebih 10 orang sehingga memungkinkan untuk sholat berjamaah.

7. Hari dan Jam Kerja

Ramayana Departemen Store Kediri dalam menjalankan aktivitasnya menetapkan 7 hari kerja dalam satu minggu dalam artian setiap hari, untuk libur atau izin karyawan dalam satu bulan diberi kesempatan maksimal 3 kali libur dan harus konfirmasi terlebih dahulu, sedangkan setiap hari Ramayana Kediri buka mulai jam 8 pagi sampai dengan jam 10 malam. Sistem kerja karyawan SPG disini menggunakan sistem *shift*, *shif* pertama mulai dari jam 8 pagi sampai jam 3 sore, dan *shift* ke dua dimulai dari jam 3 sore sampai jam 10 malam.

8. Produk Fashion

Produk fashion yang ada di Ramayana Kediri sangat beragam, dari mulai pakaian dewasa, remaja, bahkan anak-anak sekalipun dengan merk-merk ternama seperti lois, fallas, cardinal, A&X, gabrielle, benhill, lea dan lain-lain namun dengan harga yang terjangkau dan masih ditambah diskon tentunya. Tak hanya itu Ramayana Kediri juga menyediakan berbagai produk sepatu, tas, dan aksesoris lainnya yang berada pada lantai empat.

B. Paparan Data

Setelah melakukan penelitian melalui observasi, wawancara dan dokumentasi pada sumber-sumber informasi yang bersangkutan terlibat langsung dalam Strategi Promosi melalui Diskon dan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan di Ramayana Departemen Store Kediri, maka diperoleh data-data sebagai berikut:

1. Penerapan Strategi Promosi *Discount Everyday*

Persaingan pada dunia bisnis tidak pernah ada hentinya, demikian pula pada bisnis fashion atau pakaian, banyak sekali sekarang toko-toko yang menawarkan berbagai produk fashion yang berlomba-lomba untuk menarik para calon konsumennya dengan iming-iming harga yang murah, produk dengan kualitas baik, diskon yang diberikan, sampai dengan paket penjualan. Untuk itu bisnis pakaian tentunya harus memiliki keunggulan dalam strategi pemasaran khususnya dalam hal promosi. Dalam meningkatkan penjualan, tentunya Ramayana Kediri memiliki strategi promosi melalui promo atau diskon dan juga menggunakan pendekatan atau komunikasi agar konsumen tetap terus bertambah. Untuk itu Ramayana Kediri menerapkan strategi promosi melalui Diskon dan media sosial Instagram, yaitu sebagai berikut:

Seperti yang disampaikan oleh Bu Dwi selaku bagian sumber daya manusia (SDM) dan promosi Ramayana Kediri, ketika diwawancarai oleh peneliti terkait bagaimana penerapan strategi promosi melalui Diskon yang dilakukan oleh Ramayana Kediri, Bu Dwi menyatakan bahwa,

“ Untuk penerapan promo Diskon, sebenarnya kita sudah menerapkan promosi berbentuk diskon seperti pada umumnya, yaitu pemberian diskon pada hari besar saja mas, tapi pada awal tahun 2018 yaitu pada bulan februari, nah dari situ alhamdulillah penjualan kita meningkat dan memenuhi target pusat, dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang terus mengalami penurunan, kita fokus menggunkan program *discount everyday*,Dimana kalau *discount everyday* kita memberikan berbagai diskon pada item-item tertentu baik itu pakaian, sepatu, tas, maupun aksesoris. Nah setiap hari konsumen pasti akan mendapati berbagai produk yang didiskon oleh Ramayana, ya walaupun tidak semua merk, namun setidaknya pasti ada produk yang diberi diskon baik itu produk lama bahkan produk baru sekalipun. *Discount everyday* ini biasanya sudah mencakup dari diskon-diskon lainnya, seperti diskon di hari valentine, implek, puasa, hari libur nasional, dan lain-lain, tinggal melihat ada hari spesial apa di tiap bulannya.”

Dari penjelasan Bu Dwi tersebut dapat diketahui bahwa penerapan sistem diskon *discount everyday* pada awal tahun 2018, dimana memberikan diskon pada konsumen terhadap item-item tertentu yang sudah di tentukan sebelumnya baik itu pakaian, tas, sepatu, maupun aksesoris lainnya, dan *discount everyday* ini biasanya sudah mencakup dari diskon-diskon lainnya seperti valentine, implek, dan hari-hari besar lainnya, tergantung terdapat perayaan apa pada tiap bulan. Peneliti juga sempat mewawancarai beberapa konsumen Ramayana Kediri seputar tanggapan mereka tentang promo *discount everyday* ini, berikut tanggapan mereka:

“Saya sempat bingung juga ya mas, gimana bisa Ramayana disini memberi diskon setiap hari? Apa enggak rugi? Saya sebagai konsumen cukup suka sih kalau ada diskon-diskon kayak gini”⁷⁹

“Saya sebagai konsumen yang cukup sering berbelanja *t-shirt* disini mas, disamping harganya terjangkau dan banyak pilihannya,

⁷⁹ Adelina, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 4 September 2019.

ditambah lagi dengan diskon yang saya kira cukup menguntungkan”⁸⁰

“suka sekali dengan program diskon kayak gini mas, gk perlu nunggu lebaran buat belanja”⁸¹

“Menurut saya diskon setiap hari di Ramayana itu cukup konsisten ya mas, karena setiap saya kesini pasti ada yang sedang didiskon, ya walaupun saya kesinipun jarang tapi saya selalu menjumpai sesuatu yang sedang didiskon”⁸²

“Kalau menurut saya *discount everyday* yang diterapkan Ramayana ini berbeda ya mas dengan toko lain, biasanya toko-toko lain kan ada promo diskon ketika ada hari besar atau libur saja, tapi di Ramayana ini malah memberi diskon ditiap harinya, ya walaupun enggak semua *item* sih”⁸³

“Kalau buat orang yang konsumtif mah seneng banget mas mungkin kalau tahu promo-promo kayak gini, tapi kalau untuk orang tipikal kayak saya gini, mungkin masih pikir-pikir kalau cuma buat beli baju hehehe, tapi cukuplah untuk menarik perhatian”⁸⁴

“Sebagai konsumen yang baru pertamakali berbelanja disini mah pasti kaget mas, karena diskon yang diberikan disini cukup banyak dan macam-macam, tapi kalau untuk orang yang sudah pernah berbelanja disini, itu hanya sebuah gimik aja mas untuk menarik konsumen, tapi saya salut sama marketingnya disini karena kreatif bikin promo-promo kayak gini”⁸⁵

Dari beberapa wawancara tersebut dapat dilihat bahwa para konsumen merasa tertarik dan cukup terkejut akan promo *discount everyday* yang dilakukan oleh Ramayana, bagaimana tidak kalau biasanya diskon hanya diberikan pada saat momen-momen tertentu, tetapi di Ramayana malah memberikan diskon tiap harinya walaupun tidak semua

⁸⁰ Bagus, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 4 September 2019.

⁸¹ Agil, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 4 September 2019.

⁸² Ika, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 4 September 2019.

⁸³ Leny, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 4 September 2019.

⁸⁴ Fadli, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 4 September 2019.

⁸⁵ Indah, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 4 September 2019.

barang yang didiskon. Berikut promo-promo yang ada di *discount everyday*:

Gambar 4.2
Foto Sebagian Promo Discount Everyday
Sumber: Dokumentasi Peneliti di Ramayana Kediri

2. Penerapan Strategi Promosi *midnight sale*

Selanjutnya peneliti menanyakan strategi diskon apa lagi yang diterapkan oleh Ramayana Kediri selain *discount everyday*, dan ternyata masih ada strategi dengan sistem diskon yang diterapkan Ramayana Kediri, berikut penjelasan beliau mengenai Promosi *midnight sale*:

“Sebenarnya masih ada satu lagi strategi promosi kita mas, ini juga dari pusat dan penerapannya juga berbarengan dengan *discount everyday*, yaitu *midnight sale*, diskon ini juga digunakan untuk mendongkrak penjualan kita, dimana kalau *midnight sale* kita lakukan pada beberapa bulan sekali dan bertepatan pada hari besar

seperti Idul Fitri, Idul Adha, Implek, dan lain-lain, di mana kita memberikan diskon yang tidak tanggung-tanggung pada semua item yang kita jual hingga mencapai 90% tetapi *midnight sale* ini hanya berlangsung selama 2 jam saja, yaitu pada jam 10 sampai jam 12 malam saja.”⁸⁶

Dari penjelasan Bu Dwi diatas bisa kita ketahui bawasannya Ramayana Kediri tidak tanggung-tanggung dalam melakukan promosi atau memberikan diskon pada konsumennya melalui *midnight sale* dengan memberikan diskon mencapai 90% tetapi dalam waktu yang sangat singkat yaitu selama 2 jam saja, dan diskonn seperti ini hanya dilakukan beberapa bulan saja yang bertepatan dengan hari besar. Hal tersebut diharapkan membuat konsumen akan tertarik dan berbelanja di Ramayana Kediri, agar mencapai target penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Kemudian peneliti disana juga mewawancarai beberapa konsumen Ramayana Kediri seputar tanggapan mereka tentang adanya diskon *midnight sale*, berikut tanggapan mereka:

“Ya memang saya tertarik datang kesini karena gembor-gembor promo *midnight sale* ini mas, mau buktiin beneran enggak gitu”⁸⁷

“Tanggapan saya mengenai *midnight sale* cukup menarik sih mas, unik aja gitu belum pernah tahu soalnya promo-promo kayak gini”⁸⁸

“Saya suka sih kalau ada promo-promo seperti ini, banyak banget diskonnya”⁸⁹

⁸⁶ Dwi Ernawati, Bagian SDM dan Promosi Ramayana Kediri, di Kota Kediri, 12 januari 2019.

⁸⁷ Ayu, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 4 September 2019.

⁸⁸ Sofi, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 4 September 2019.

⁸⁹ Lely, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 4 September 2019.

“Kalau saya mengenai *midnight sale* kalau melihat dari penjelasannya mas tadi oke-oke aja sih toh promo-promo seperti itu menurut saya menguntungkan konsumen juga”⁹⁰

“Menurut saya sih promo seperti ini jarang ada ya mas, tentunya sangat menarik kalau sering diadain promo-promo kayak gini”⁹¹

“Sebenarnya ini kali pertama saya tahu tentang promo seperti *midnight sale*, belum familiar juga sih mas sama promosi kayak gini, tapi cukup interested bagi konsumen seperti saya”⁹²

“Jujur untuk saya pribadi promo seperti ini menurut saya biasa-biasa saja mas, tapi gk tahu lah ya kalau anak-anak muda”⁹³

“Kalau dibilang tertarik sih cukup tertarik mas, karena sepengetahuan saya masih jarang sistem diskon seperti ini”⁹⁴

Dari beberapa wawancara tersebut dapat dilihat bahwa para konsumen rata-rata tertarik akan promo *midnight sale* yang diterapkan oleh Ramayana Kediri, karena pada dasarnya promo yang diberikan juga sangat menguntungkan bagi konsumen, bagaimana tidak semua item yang dijual pada saat itu tanpa terkecuali didiskon sebesar 90% tanpa ada syarat apapun pada promo tersebut. Berikut promo-promo dan suasana yang ada di *midnight sale*:

⁹⁰ Andre, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 4 September 2019.

⁹¹ Gea, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 4 September 2019.

⁹² Rasty, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 4 September 2019.

⁹³ Mujiati, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 4 September 2019.

⁹⁴ Tia, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 4 September 2019.

Gambar 4.3
Promomo dan Suasana Midnight Sale
Sumber: Dokumentasi Peneliti di Ramayana Kediri



Selain itu Ramayana Kediri juga berkoalisi dengan beberapa pihak untuk mendukung program *discount everyday* dan *midnight sale* , salah satunya dengan alat pembayaran elektronik OVO koalisi ini tentunya dengan tujuan menarik para konsumen untuk berbelanja di Ramayana Kediri. Berikut pemaparan Bu Dwi mengenai hal tersebut:

“Kita juga berkoalisi dengan pihak lain untuk semakin menarik para konsumen untuk berbelanja di sini mas, salah satunya dengan alat pembayaran elektronik OVO, dimana konsumen yang melakukan pembayaran dengan OVO dalam berbelanja di Ramayana, mereka akan mendapatkan *cashback* sebesar Rp.50.000; dengan minimal berbelanja sebesar Rp.150.000; saja.”⁹⁵

Dari penjelasan Bu Dwi diatas bisa kita lihat Ramayana Kediri juga mengembangkan strategi promosi mereka dalam bentuk berkoalisi dengan berbagai pihak salah satunya alat pembayaran elektronik OVO, sebagai salah satu wujud strategi mereka untuk meningkatkan Penjualan.

Gambar 4.4
Foto Kerja Sama Ramayana dengan OVO
Sumber: Dokumentasi Peneliti di Ramayana Kediri



Gambar diatas merupakan salah satu bentuk promo Ramayana dengan OVO seperti diskon 75% dalam program *back to school* ditambah lagi *cashback* dari OVO.

Selanjutnya peneliti mewawancarai salah seorang pengunjung yang sedang berbelanja di Ramayana Kediri tersebut, berikut jawaban dari mas

⁹⁵ Dwi Ernawati, Bagian SDM dan Promosi Ramayana Kediri, di Kota Kediri, 12 januari 2019.

Habib menjawab pertanyaan peneliti tentang mengapa berbelanja di Ramayana Kediri dan apakah ini pertama kalinya:

“ Iya saya berbelanja di Ramayana sih yang pertama karena banyak model dan pilihan merknya mas, dan yang ke dua karena diskon yang diberikan Ramayana itu sendiri, gak tanggung-tanggung lah pokoknya. Kalau mengenai ini pertama kali belanja disini, tidak mas saya juga sering berbelanja disini dan biasanya kalau habis gajian,”⁹⁶

Peneliti juga mewawancarai pengunjung lainnya yang berada dikawasan Cinema XII, yaitu Bu Siti peneliti menanyakan apakah Ibu Siti juga berbelanja di Ramayana selain ingin menonton film dan apakah pernah berbelanja di Ramayana sebelumnya:

“Iya mas kebetulan ini tadi bareng-bareng sama keponakan mau nonton film sekalian mau lihat-lihat baju buat anak saya, kalau soal pernah berbelanja di Ramayana, pernah mas dan biasanya mendekati hari lebaran atau ketika bapaknya lagi libur kerja”⁹⁷

Berikut ini adalah foto mas Habibi dan Bu siti yang merupakan konsumen Ramayana Kediri,

Gambar 4.5
Foto Pengunjung Ramayana Kediri
Sumber: Dokumentasi Peneliti di Ramayana Kediri



⁹⁶ Habibi, Pengunjung Ramayana Kediri, di Kota Kediri, 11 April 2019.

⁹⁷ Siti, Pengunjung Ramayana Kediri, di Kota Kediri, 11 April 2019.

3. Penerapan Strategi Promosi melalui Media Sosial Instagram

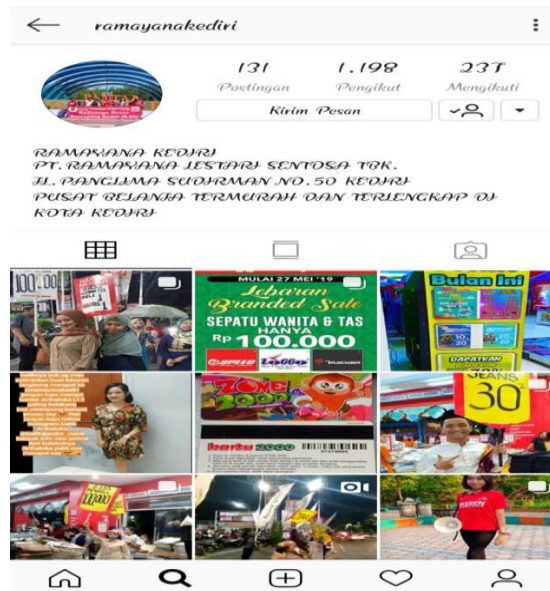
Selanjutnya mengenai promosi yang dilakukan Ramayana Kediri melalui media sosial Instagram Bu Dwi mengemukakan perihal sebagai berikut:

“Kalau mengenai promosi melalui Instagram kita ada tim khusus mas dimana terbagi menjadi 2 kelompok yaitu promosi intern dan ekster, nah tim promosi ektern ini yang bertugas mempromosikan promo-promo dan kegiatan-kegiatan Ramayana di media sosial, promosi lewat Instagram ini juga baru dimulai pada awal tahun 2018 juga, ya mungkin dulu kami belum sadar mengenai manfaat media sosial Instagram ini ya mas, jadi kita baru menerapkannya atau membuat pada awal tahun 2018 lalu, ada juga akun Facebook juga mas, tapi melihat respon konsumen yang lebih banyak *mem-follow* akun Instagram kita, akhirnya kita lebih fokus ke Instagram dari pada media sosial yang lain. Apalagi saat ini Instagram sangat digemari di kalangan anak muda.”⁹⁸

Dari penjelasan Bu Dwi tersebut dapat diketahui bahwa penggunaan media sosial Instagram dipilih karena saat ini menjadi media sosial yang banyak digunakan oleh para anak muda yang menjadi salah satu pangsa pasar dari Ramayana Kediri.

⁹⁸ Dwi Ernawati, Bagian SDM dan Promosi Ramayana Kediri, di Kota Kediri, 12 Januari 2019.

Gambar 4.6
Foto Beranda Akun Instagram @ramyanakediri
Sumber: Capture dari Instagram @ramyanakediri



Gambar diatas merupakan halaman beranda atau *Home* dari akun Instagram Ramayana Kediri, dari beranda akun @ramyanakediri terdapat informasi alamat dan tagline “Pusat belanja termurah dan terlengkap di Kota Kediri”. Jumlah pengikut akun @ramyanakediri juga terlihat di beranda, yaitu 1198 , mengikuti sebanyak 237, dan postingan sebanyak 131.

Strategi promosi merupakan hal yang harus benar-benar diperhatikan oleh suatu perusahaan agar perusahaan tersebut dapat tetap bertahan. Dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi Ramayana Kediri memanfaatkan berbagai macam fitur yang disediakan oleh media sosial Instagram, sesuai dengan yang disampaikan oleh Bu Dwi:

“ Kita memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram untuk promosi kita mas, biasanya kita memanfaatkan fitur *upload* foto, untuk *upload* foto promo-promo dan program kegiatan yang sedang kita tawarkan atau lakukan. Selain itu kita juga menggunakan tanda #ramyanakediri biar semakin banyak orang yang tahu promo-promo yang kita tawarkan mas.”⁹⁹

Dari penjelasan Bu Dwi dapat diketahui bahwa akun @ramyanakediri memanfaatkan berbagai fitur yang ada pada media sosial Instagram dan salah satunya mengupload promo-promo dan kegiatan yang ditawarkan Ramayana Kediri, seperti gambar dibawah ini:

Gambar 4.7 Foto Promo dan Kegiatan yang di lakukan Ramayana
Sumber: Capture dari akun Instagram @ramyanakediri

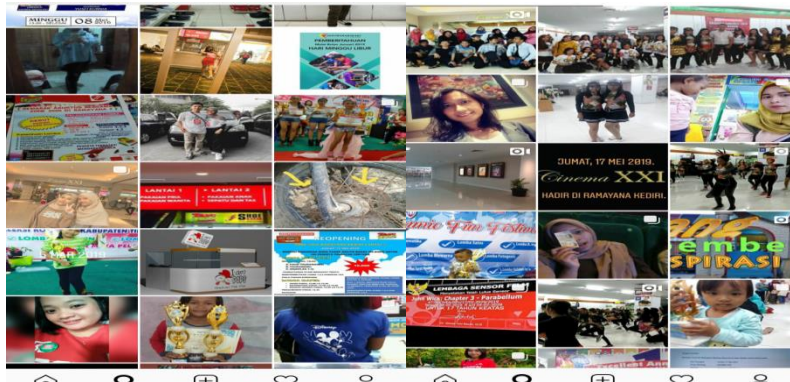


Foto di atas menunjukkan bahwa Ramayana Kediri mengupload promo dan kegiatan dan menuliskan caption bahwa ada promo cuci gudang terbesar sampai 75% pada semua merk dan kegiatan lomba yang akan dilakukan Ramayana Kediri dalam menyambut hari kasih sayang valentine, selain itu para konsumen disini juga bisa mentag @ramyanakediri atau bisa juga menggunakan fitur pagar

⁹⁹ Dwi Ernawati, Bagian SDM dan Promosi Ramayana Kediri, di Kota Kediri, 12 januari 2019.

(#ramyanakediri) untuk memberi tahu kalayak lain tentang kegiatan mereka di Ramayana Kediri, seperti foto berikut ini:

Gambar 4.8 Foto Pengunjung Ramayana Kediri yang Menggunakan Fitur Tag(@ramyanakediri) dan Pagar (#ramyanakediri)
Sumber: Capture dari akun Instagram @ramyanakediri



Ketika Bu Dwi menjelaskan tentang menggunakan fitur *upload* foto, peneliti mengingat bahwa pada Instagram terdapat pula fitur edit foto, yang akan membuat foto yang ditampilkan lebih bagus dari pada aslinya. Kemudian peneliti menanyakan hal tersebut kepada Bu Dwi, apakah Ramayana Kediri dalam meng-*upload* foto menggunakan aplikasi edit foto tersebut, dan berikut penjelasannya:

“Kita tidak memakai fitur edit foto mas kalau untuk *upload* promo yang ada, kelamaan juga kalau ngedit-ngedit dulu, kita cuman menampilkan semenarik mungkin dalam artian penataan konsepnya yang menarik, kecuali kalau foto kegiatan Ramayana Kediri, seperti lomba atau pengajian rutin, mungkin disempatkan kita untuk mengedit fotonya biar lebih bagus dan menarik tampilannya”¹⁰⁰

Dari penjelasan Bu Dwi diatas dapat diketahui bahwa Ramayana Kediri tidak memanfaatkan fitur edit foto pada promo mereka tetapi lebih pada penataan konsep promo tersebut dengan baik agar menarik, dan

¹⁰⁰ Dwi Ernawati, Bagian SDM dan Promosi Ramayana Kediri, di Kota Kediri, 12 januari 2019.

mereka menggunakan fitur edit foto tersebut pada kegiatan Ramayana seperti lomba atau pengajian saja.

Pengajian rutin yang di adakan Ramayana di beberapa bulan sekali sekaligus pemberian santunan anak yatim, tak hanya itu Ramayana Kediri juga mengadakan kegiatan lomba anak-anak seperti lomba tari, menggambar, dan hafiz Qur'an juz 30, yang juga dilakukan secara bertahap melalui media sosial Instagram. Berikut penjelasan Bu Dwi mengenai program sosial Ramayana Kediri:

“Kalau mengenai program sosial kita menggunakan dua program mas disini, yang pertama kita mengadakan pengajian rutin sekaligus juga santunan anak yatim, biasanya kita lakukan 2 sampai 3 bulan sekali. Selanjutnya yang ke dua kita mengadakan lomba-lomba untuk anak-anak seperti lomba menggambar, menari, sampai lomba menghafal al-quran juz 30 yang biasanya dilakukan beberapa periode sekali.”¹⁰¹

Gambar 4.9

Foto Kegiatan Sosial Ramayana Kediri

Sumber: Dokumentasi Peneliti di Ramayana Kediri



¹⁰¹ Dwi Ernawati, Bagian SDM dan Promosi Ramayana Kediri, di Kota Kediri, 12 januari 2019.

Dari penerapan promosi melalui media sosial Instagram yang diterapkan Ramayana Kediri, peneliti menanyakan kepada Bu Dwi apakah penggunaan Instagram berperan dalam penjualan yang ada di Ramayana Kediri, berikut penjelasan dari Bu Dwi:

“Penggunaan Instagram ya berperan lah mas untuk penjualan kita karena Instagram sendiri merupakan penghubung utama kita dengan para konsumen sekitar Kediri ini secara tidak langsung, namun dengan hasil yang efektif dan efisien, dan satu-satunya media sosial kita yang paling diminati selain *Facebook*, kita juga kan selalu meng-*upload* sesuatu yang baru ke akun Instagram kita, baik mengenai promo ataupun kegiatan-kegiatan yang diadakan Ramayana, jadi kalau ada promo atau kegiatan terbaru langsung *upload* di Instagram, kalau kita enggak menggunkan Instagram ya orang-orang mungkin tidak akan tahu kalau ada sesuatu yang baru di kita mas. Selain itu kan salah satu pangsa pasar kita kan anak milinial ya mas yang cenderung konsumtif, selalu aktif media sosial, dan selalu update informasi.”¹⁰²

Penjelasan yang disampaikan Bu Dwi juga menjelaskan bahwa banyak pengunjung atau konsumen yang datang karena mengetahui dan tertarik dengan promo-promo yang ada di Ramayana Kediri dari akun Instagram @ramayanakediri, pernyataan Bu Dwi dibenarkan oleh para pelanggan tetap yang lebih dari satu kali berbelanja di Ramayana, berikut hasil wawancara dengan para pengunjung:

“Saya tertarik berbelanja disini karena diberi tahu anak saya dari akun Instagramnya kemarin, kalau Ramayana lagi ada promo yang cukup menarik, dan akhirnya kita hari ini mampir sekalian mumpung akhir pekan”¹⁰³

“Awalnya sih saya enggak tahu mas mengenai Ramayana dan tidak tertarik, eh pas temen saya kasih tahu kalau di ramayana itu bajunya bagus-bagus, dan keren-keren, akhirnya pun saya cek akun

¹⁰² Dwi Ernawati, Bagian SDM dan Promosi Ramayana Kediri, di Kota Kediri, 12 januari 2019.

¹⁰³ Dina, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 11 April 2019.

Instagram Ramayana Kediri ini deh, dan ternyata emang banyak promo-promonya.¹⁰⁴

“Saya sering belanja disini sama temen-temen saya mas, biasanya sih saya lihat Instagramnya Ramayana Kediri dulu sebelum memutuskan berbelanja dengan temen-temen, lihat dulu ada diskon apa aja gitu”¹⁰⁵

“ Jujur ya mas meski saya enggak mem-*follow* akun Instagram Ramayana Kediri, tapi saya selalu ingin tahu promo-promo apa yang ditawarkan Ramayana Kediri, ya kalau lagi pas ada uang mampir gini jadinya”¹⁰⁶

“Saya tahunya promo-promo Ramayana ini dari Instagram mas, contohnya dulu saat ada promo pemilu kemeja *branded benhill* cuma dibandrol 100 ribu, langsung deh esoknya saya kesini”¹⁰⁷

“ Saya kesini tadi sih niatnya mau nonton film di Cinema XII saja mas, saya tahunya juga dari Instagramnya Ramayana katanya kan di buka bioskop baru gitu di Ramayana, tapi sekalian lihat-lihat baju tadi dan ada yang cocok akhirnya beli baju juga deh”¹⁰⁸

“Ramayana itu enak mas tempatnya nyaman, fasilitasnya lengkap, parkirnya juga terjamin keamanannya, produk-produk nya juga lengkap dari mulai anak kecil sampai dewasa, jadi kalau belanja ya gini satu keluarga ikut semua”¹⁰⁹

Dari beberapa wawancara tersebut dapat dilihat bahwa para konsumen tertarik datang karena mengetahui keberadaan promo-promo dan informasi-informasi yang diberikan pihak Ramayana pada akun Instagramnya, dan kebanyakan konsumen tertarik karena adanya promo diskon, produk dan merk yang bagus, serta adanya bioskop baru Cinema XII yang membuat semakin ramai pengunjung di Ramayana. Ketertarikan konsumen terhadap promo-promo Ramayana yang disampaikan di media

¹⁰⁴ Rini, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 11 April 2019.

¹⁰⁵ Yulfia, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 11 April 2019.

¹⁰⁶ Heru, , Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 11 April 2019.

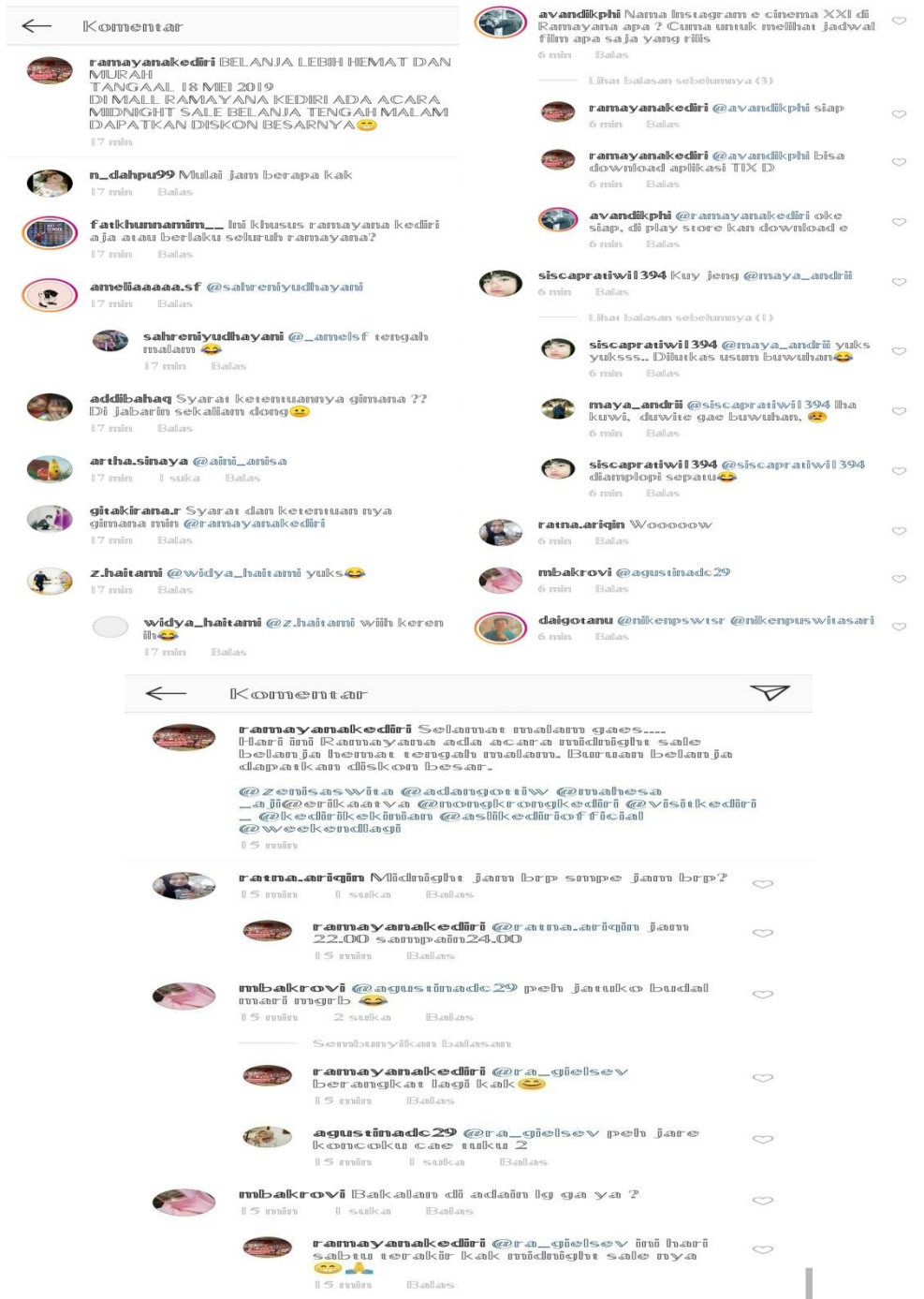
¹⁰⁷ Ridho, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 11 April 2019.

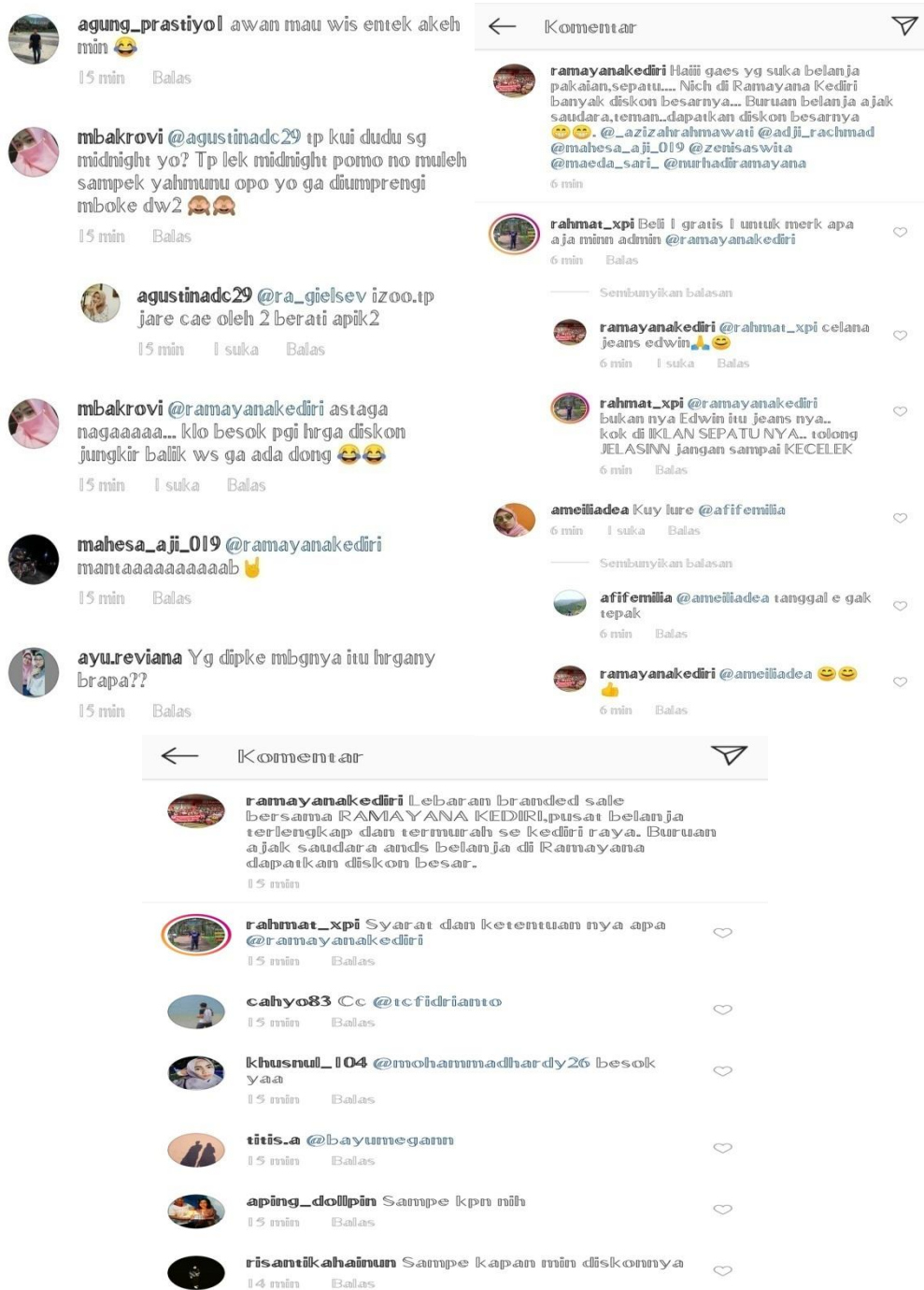
¹⁰⁸ Santi, , Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri, 11 April 2019.

¹⁰⁹ Sugianto, Konsumen Ramayana Kediri, Kota Kediri 11 April 2019.

sosial Instagram juga dapat dilihat dari komen para *followers* Instagram Ramayana sebagai berikut:

Gambar 4.10
Capture Komen-Komen Ketertarikan Konsumen di @ramyanakediri
Sumber: Instagram @ramyanakediri





Selanjutnya peneliti menanyakan kepada Bu Dwi, apa keuntungan dari menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana promosi, berikut penjelasannya:

“Memakai Instagram banyak keuntungannya mas, yang pertama tentunya kita bisa komunikasi langsung dengan para pengunjung atau calon konsumen yang *memfollow* kita tanpa harus bertatap muka langsung, selain itu juga ada yang selalu bertugas aktif membalass komentar-komentar yang ada serta aktif melihat siapa-siapa yang upload foto dan menandai kita dari situ kita bisa melihat kalau senadainya ada kritik atau ketidakpuasan dari pelanggan.”¹¹⁰

Menurut penjelasan Bu Dwi Instagram memiliki banyak manfaat untuk Ramayana Kediri karena dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan para konsumen secara langsung tanpa harus bertatap muka langsung.

Selanjutnya peneliti menanyakan kepada Bu Dwi, bagaimana penjualan harian yang ada di Ramayana Kediri dan hari apa yang biasanya Ramayana Kediri ramai, berikut penjelasannya:

”Karena kita usaha pakaian jadinya penjualannya ya naik turun mas tiap harinya, kita biasanya ramai pada akhir pekan hari (sabtu dan minggu), hari libur nasional seperti implek, mendekati lebaran dan akhir bulan saat orang-orang pada gajian mas. Kalau lagi ramai ya bisa sampai 10 juta sampai 15 juta mas dapatnya satu hari, kalau sepi ya sekitar 6 jutaan sudah bagus mas.”¹¹¹

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa penjualan Ramayana Kediri meningkat pada akhir pekan, hari libur nasional, dan akhir bulan pada saat orang-orang gajian.

¹¹⁰ Dwi Ernawati, Bagian SDM dan Promosi Ramayana Kediri, di Kota Kediri, 12 januari 2019.

¹¹¹ Dwi Ernawati, Bagian SDM dan Promosi Ramayana Kediri, di Kota Kediri, 12 januari 2019.

4. Peningkatan Penjualan melalui *Discount Everyday, Midnight Sale,* dan Media Sosial Instagram

Peningkatan penjualan yang dialami oleh Ramayana Kediri pada tahun 2018 silam merupakan suatu anugerah untuk cabang Ramayana Kediri untuk bangkit dan berkembang kembali, penyebab peningkatan ini tentunya didasari oleh strategi yang diterapkan Ramayana Kediri yaitu *Discount Everyday, Midnight Sale,* dan Media Sosial Instagram hal ini dibuktikan dengan pernyataan narasumber terkait dengan peningkatan penjualan yang dialami Ramayana pada tahun 2018 silam, berikut penjelasan beliau:

“ Ya alhamdulillah mas pada tahun 2018 kemarin Ramayana Kediri mengalami peningkatan penjualan dan bisa mencapai target yang ditentukan oleh pusat, yang mana dulu pada tahun-tahun sebelumnya kita sempat tidak bisa mencapai target tahunan, tetapi setelah ada kebijakan dari pusat untuk penerapan sistem promosi ini, akhirnya Ramayana Kediri perlahan bisa bangkit kembali, setidaknya strategi ini bisa membuat kita bertahan hingga sekarang”¹¹²

Dari penjelasan beliau bisa disimpulkan Ramayana Kediri perlahan mengalami peningkatan terhadap penjualan mereka, walaupun belum maksimal, setidaknya strategi tersebut bisa membuat Ramayana Kediri bertahan hingga sekarang, tetapi hal tersebut tidak membuat Ramayana Kediri putus asa, dan tetap terus berinovasi untuk bisa bertahan dari ketatnya persaingan industri retail *fashion* modern maupun *market online*.

¹¹² Dwi Ernawati, Bagian SDM dan Promosi Ramayana Kediri, di Kota Kediri, 12 Januari 2019.

Peneliti juga sempat mewawancarai beberapa pelanggan tetap ramayana Kediri yang mana sebelumnya mereka mulai meninggalkan Ramayana , berikut pernyataan mereka:

“ Dulu saya pernah sih berbelanja di Ramayana Kediri, dulu sih malahan pilih belanja pakain di toko-toko baju biasa yang ada didaerah Bandar, tapi beberapa kali saya dengar dan cek IG bahwa Ramayana banyak promo sekarang, ya siapa perempuan yang gak tertarik sama diskon mas? Dan akhirnya saya sekarang memutuskan berbelanja disini sambil ngadem juga, ya walaupun cuma beberapa bulan sekali belanjanya”¹¹³

“Saya jarang sih berbelanja pakaian paling-paling sering Cuma beli kaos di Ramayana ini, kadang satu bulan sekali, atau pas lagi ada uang, kalau soal diskon yang ditawarkan sih cukup menarik ya mas bagi saya”¹¹⁴

“Kebetulan rumah saya daerah penanggungan mas, jadi kalau cari baju atau sepatu sempat bingung juga karena banyak banget sekarang toko pakaian dan sepatu apalagi *online shop* sekarang berjibun jumlahnya, awalnya saya dulu cuma nemenin temen belanja di Ramayana, dan ternyata disini banyak banget model pilihannya, apalagi diskonnya yang diberikan menurut saya cukup menggiurkan ya mas kalau bagi cewek, dan mulai saat itu aku kalau cari sepatu atau baju selalu mampir kesini dulu mas, kalau belanja disini sih enggak sering amat sih, paling tiap 1 sampai 2 bulan sekali, tapi kalau pas mau lebaran atau tahun baru pasti beli disini”¹¹⁵

“Saya dulu sebelumnya juga pernah berbelanja di Ramayana, tapi menurut saya Ramayana yang sekarang berbeda dengan yang dulu, kalau dulu diskon-diskon kayak gini adanya Cuma pas lebaran atau tahun baru, tapi sekarang diskon-diskon itu ada tiap hari, gak perlu nunggu lebaran untuk beli baju”¹¹⁶

“Menurut saya sih diskon yang dikasih Ramayana gk kayak dulu mas, dulu mah nunggu ada momen-momen tertentu baru ada diskon, sekarang tiap haripun pasti ada diskon dan model-modelnya pun sekarang makin beragam”¹¹⁷

¹¹³ Sisi, Pengunjung Ramayana kediri, di Kota Kediri, 11 April 2019.

¹¹⁴ Weny, Pengunjung Ramayana kediri, di Kota Kediri, 11 April 2019.

¹¹⁵ Dindha, Pengunjung Ramayana kediri, di Kota Kediri, 11 April 2019.

¹¹⁶ Widya, Pengunjung Ramayana kediri, di Kota Kediri, 6 September 2019

¹¹⁷ Nur, Pengunjung Ramayana kediri, di Kota Kediri, 6 September 2019

“Kalau saya melihat perbedaan Ramayana yang dulu sama yang sekarang sih, makin banyak pilihan model-modelnya, sekarang gak cuma baju aja, tapi udah ada sepatu, tas, aksesoris, dll, makin maju perombakan tokonya sekarang ada bisokopnya juga, dan saya kira diskon yang diberikan makin banyak ya mas ke konsumen dan itu yang didiskon gk cuma barang cuci gudang aja tapi barang-barang baru pula”¹¹⁸

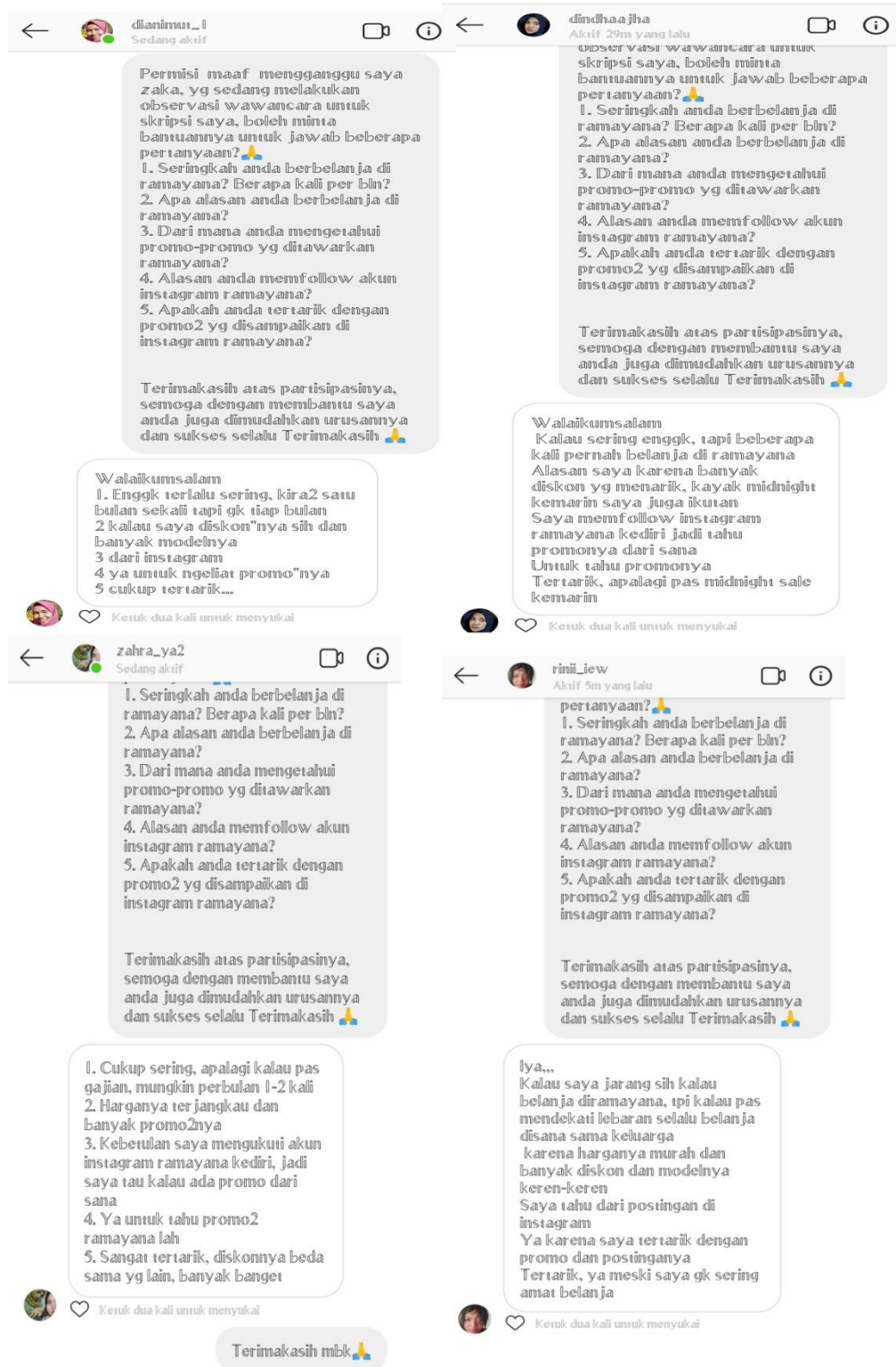
“Kalau menurut saya perbedaan yang mencolok Ramayana dulu dengan yang sekarang, hanya makin banyak diskon aja dan produk-produknya lebih banyak pilihannya”¹¹⁹

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bawasannya konsumen banyak yang tertarik dengan promo-promo yang diberikan Ramayana Kediri baik itu dari *Discount Everyday*, *Midnight Sale*, ataupun informasi promosi melalui Media Sosial Instagram, hal ini pun menjadi bukti bahwa Ramayana Kediri memang mengalami peningkatan *image* di dalam masyarakat yang tentunya akan mempengaruhi penjualan mereka pada akhirnya. Peneliti juga mewawancarai beberapa akun Instagram yang mem-*follow* akun Instagram @ramyanakediri:

¹¹⁸ Maya, Pengunjung Ramayana kediri, di Kota Kediri, 6 September 2019.

¹¹⁹ Gista, Pengunjung Ramayana kediri, di Kota Kediri, 6 September 2019.

Gambar 4.11
Capture Wawancara dengan Konsumen di @ramyanakediri
Sumber: Dokumentasi Peneliti di Ramayana Kediri



C. Temuan Penelitian

Dari pengamatan penulis terkait penerapan strategi promosi melalui diskon dan media sosial Instagram di Ramayana Kediri dalam meningkatkan pendapatan atau penjualan terdapat beberapa temuan, diantaranya:

1. Banyak konsumen yang menyukai promo diskon Ramayana Kediri

Banyak pengunjung yang datang ke Ramayana karena diskon yang ditawarkan Ramayana itu sendiri, dari *diskon everyday*, *midnight sale*, *cashback*, cuci gudang dan lain-lain bisa dibuktikan dengan hasil wawancara dengan para konsumen atau pengunjung yang antusias dengan promo-promo tersebut.

2. Penurunan penjualan pada hari-hari biasa

Konsumen Ramayana Kediri kebanyakan adalah remaja dan seseorang yang sudah memiliki pendapatan sendiri, sehingga ketika awal bulan atau hari biasa berimbas pada penjualan yang ada di Ramayana Kediri, sebaliknya penjualan akan naik ketika hari libur atau akhir bulan.

3. Peningkatan pengunjung

Dari pengamatan peneliti dan keterangan narasumber selama ini, terjadi peningkatan pengunjung atau kuantitas yang datang ke Ramayana, hal ini didasari karena semakin intensifnya pemberian promo-promo atau kegiatan yang dilakukan Ramayana, selain itu dibukanya bioskop baru Cinema XII yang ada di gedung Ramayana itu

sendiri yang membuat semakin tertariknya konsumen untuk datang ke Ramayana Kediri.

4. Terus berinovasi dengan perkembangan teknologi

Kedepannya Ramayana akan terus berinovasi pada sistem pemasaran produk ke ekspansi *fintech (market place)* bahkan Ramayana sekarang sudah membuat *market place* nya sendiri serta membuat berbagai iklan unik dan kreatif tentang promo dan produk Ramayana yang disisipkan pada media sosial *youtube* dengan bekerja sama dengan artis *youtube* dan *instagram* seperti Arif Muhammad bahkan Ramayana mendapatkan penghargaan iklan terbaik pada tahun 2018 lalu.

5. Bertahan dari persaingan

Ramayana Kediri terus berusaha dan berinovasi memberikan pelayanan sekaligus kualitas terbaik terhadap konsumennya dari mulai perombakan desain yang dilakukan pada tokonya, bekerja sama dengan pihak-pihak lain, sampai membuka cabang dengan sistem kontrak untuk semakin memudahkan konsumen dalam mengakses Ramayana (peluang). Hal ini didasari semata-mata hanya untuk bisa bersaing dan ikut andil dalam pasar agar tetap bertahan dan tidak kolaps atau bangkrut. Matahari Departemen Store yang merupakan pesaing terberat sekaligus rival Ramayana, yang juga memiliki keunggulannya dalam strategi promosinya, tak hanya itu muncul lagi beberapa pesaing besar dengan bisnis yang sama seperti Transmart

Kediri yang berdiri pada tahun 2015 silam, lalu a&r fashion yang berdiri tahun 2018 kemarin di Kediri yang lokasinya tak jauh dengan Ramayana Kediri, dengan hal ini ramayana terus berinovasi baik dari segi sarana atau fasilitas maupun strategi-strategi muktahir yang mereka buat kedepannya agar pelanggannya tidak pergi ke toko lain.