

BAB II

GAMBARAN UMUM RITEL TONG HIEN SEMARANG

2.1 Sejarah Singkat Tong Hien Semarang

Tong Hien Semarang merupakan salah satu ritel yang terletak di Jl Sultan Agung No. 61, Gajahmungkur, Kota Semarang, Jawa Tengah. Produk – produk yang dijual oleh Tong Hien Semarang berupa produk konsumsi harian, perabotan rumah tangga, dan perlengkapan kebutuhan sehari – hari. Dengan fasilitas penunjang seperti lokasi parkir yang luas dan lokasi ritel yang strategis membuat Tong Hien menjadi salah satu ritel tujuan masyarakat kota Semarang.

Keberadaan Tong Hien memiliki sejarah yang panjang sebagai salah satu ritel tertua di kota Semarang. Di dalam sejarahnya, Tong Hien telah didirikan sejak tahun 1952 sebagai ritel konvensional di kota Semarang hingga saat ini. Manajer sekaligus pemilik dari toko ini merupakan warga Indonesia berdarah tionghoa yang berusia 49 tahun dan telah memasuki generasi keduanya. Filosofi nama Tong Hien sendiri diambil dari bahasa *Hakka* yang berarti “Menghadap Timur” karna toko tersebut dibangun menghadap kearah timur. Pada awalnya toko ini berada di Jl. Guntur. Lalu pindah ke Jl. Sultan Agung dengan mengontrak. Lalu pada saat pemilik tanah akan meninggal, beliau meminta pendiri toko Tong Hien untuk membeli tanahnya. Dari awal toko ini merupakan toko yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari, dan termasuk toko yang sangat besar pada jamannya. Pada 23 Maret 2015 terjadi kebakaran besar yang melahap toko Tong Hien Semarang. Meskipun sehabis terbakar namun toko Tong Hien kembali dibangun, dan beroperasi kembali pada tahun 2016. Produk – produk yang dijual oleh Tong Hien Semarang berjumlah kurang lebih sekitar 14.000 jenis dengan ratusan distributor

sebagai mitra pendukung usaha. Produk – produk tersebut Terdiri atas berbagai variasi harga mulai dari produk komsumsi harian yang dijual memiliki kisaran harga antara Rp. 500,- hingga Rp. 110.000,-. Sedangkan untuk bahan baku yang dijual memiliki kisaran harga antara Rp.1000,- hingga Rp.115.000,-. Dan terakhir untuk Perabotan rumah tangga memiliki kisaran harga antara Rp.5000,- hingga Rp. 250.000,-. Seiring dengan perkembangan zaman, Toko Tong Hien telah dipercaya untuk melayani kebutuhan masyarakat Semarang selama puluhan tahun.

2.2 Visi, Misi, dan Logo Perusahaan

a. Visi dan Misi

Perusahaan bisnis yang bergerak dalam bidang apapun, akan selalu memiliki visi dan misi yang hendak dicapai. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan betapa pentingnya menetapkan tujuan atau cita cita perusahaan yang terangkum dalam visi dan misi perusahaan, sehingga eksistensi perusahaan terus berkembang di benak konsumen. Sebagaimana pula ritel Tong Hien Semarang yang memiliki visi dan misi sebagai landasan utama mereka sebagai suatu perusahaan bisnis. Hal ini mendorong ritel untuk berjalan tetap pada arah dan tujuan yang telah ditetapkan. Sehingga visi dan misi sangat penting untuk dimiliki oleh Tong Hien Semarang. Berikut adalah visi serta misi yang dimiliki oleh Tong Hien Semarang:

1. Visi Perusahaan

Visi diciptakan oleh perusahaan sebagai landasan tujuan yang menawarkan nilai nilai baik yang mengandung arti kesinambungan dan kesuksesan jangka panjang perusahaan. Visi yang diharapkan oleh perusahaan adalah visi yang menyatakan cita cita yang diinginkan oleh perusahaan, singkat/padat/jelas, realistis, mampu menimbulkan daya tarik kuat untuk meningkatkan antusias

bagi organisasi, mudah diingat, serta terpecaya. Sedangkan visi yang dikatakan buruk dan tidak diharapkan apabila visi tersebut tidak mencakup nilai nilai hal hal tersebut serta tidak memberikan dorongan kuat bagi organisasi untuk mencapainya. Tong Hien sendiri memiliki visi berupa “Menjadi penyedia utama dan terdepan dari seluruh kebutuhan pokok masyarakat mulai dari bahan kebutuhan sehari hari masyarakat kota Semarang“. Terlihat bahwa pada visi tersebut memusatkan nilai integrasi yang tinggi serta cita cita yang kuat untuk menjadi ritel yang terdepan. Pentingnya visi tersebut bagi Tong Hien adalah mewujudkan seluruh pemenuhan kebutuhan harian dari masyarakat kota semarang, sehingga ketika konsumen hendak membutuhkan sesuatu hal yang terlintas dipikirannya adalah Tong Hien yang siap menyediakan segala kebutuhan masyarakat. Alasan dari pemilihan visi tersebut adalah Tong Hien mengharapkan agar ritelnya menjadi yang unggul dan orisinil dalam lingkup independen sehingga menjadi opsi pertama bagi masyarakat kota semarang dalam berbelanja. Sebaliknya apabila visi tersebut tidak mampu tercapai, maka akan berakibat pada gagalnya Tong Hien untuk menjadi ritel yang mampu melayani seluruh kebutuhan masyarakat kota semarang, dan tidak menjadi pilihan pertama saat masyarakat kota semarang hendak berbelanja memenuhi kebutuhannya.

2. Misi Perusahaan

Misi diciptakan berdasarkan gambaran rinci terhadap tujuan dan visi perusahaan yang mampu dijabarkan kedalam kalimat yang mengandung pemfokusan serta skala prioritas dari perusahaan. Misi yang diharapkan oleh perusahaan adalah misi yang memiliki tujuan yang spesifik, memiliki skala ukur, realistis,

relevansi dengan visi perusahaan, serta memiliki tenggat waktu. Sedangkan misi perusahaan yang buruk dan tidak diharapkan adalah misi yang abstrak, tidak memiliki tolak ukur keberhasilan, mengawang, tidak relevan dengan visi perusahaan, serta tidak ada tenggat waktu yang ditentukan. Aktivitas – aktivitas yang dilakukan oleh Tong Hien sebagai ritel dalam rangka menjangkau tujuan yang telah ditetapkan adalah dengan menciptakan misi berupa “memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen dengan harga yang terjangkau dan menciptakan pengalaman berbelanja yang aman dan nyaman untuk konsumen”. Kegiatan ini sangat penting bagi Tong Hien mengingat bahwa dengan memberikan harga yang terjangkau, maka konsumen lebih tertarik untuk berbelanja di Tong Hien dibandingkan ritel lainnya. Alasan pemilihan misi tersebut, adalah Tong Hien ingin menonjolkan daya tarik harga pada konsumen, sehingga konsumen akan senantiasa menjadikan Tong Hien sebagai pilihan pertama dalam berbelanja. Sedangkan pelayanan terbaik diciptakan oleh Tong Hien untuk memberikan pengalaman berbelanja yang tidak terlupakan saat berada didalam Tong Hien, kondisi ini akan mendukung keinginan konsumen untuk datang kembali ketika hendak berbelanja karna merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan Tong Hien, dan mendorong Tong Hien menjadi pilihan utama dalam berbelanja bagi masyarakat kota Semarang. Sebaliknya, apabila kedua misi tersebut tidak mampu dijalankan dalam bentuk aktivitas harian ritel Tong Hien, maka besar kemungkinan ritel tersebut akan gagal untuk mencapai visi serta cita cita perusahaan sehingga Tong Hien pun tidak mampu bersaing dengan ritel lainnya dalam rangka menjadi ritel pilihan pertama masyarakat kota Semarang. Sehingga Tong Hien akan terus memastikan

bahwa landasan tersebut tetap kokoh dan kekal sehingga menjadikan karakteristik pembeda Tong Hien dari ritel ritel lainnya yang ada di kota Semarang.

b. Logo Tong Hien Semarang

Pentingnya logo bagi suatu perusahaan menunjukkan identitas serta ciri khas yang membedakan perusahaan tersebut dengan yang lainnya. Kriteria logo yang baik dan diharapkan oleh suatu perusahaan adalah 1)tidak menggunakan inisial yang abstrak, 2)merancang sesuai usaha bisnis yang dijalankan, 3)standarisasi lambang, 4)Hindari ilustrasi atau bentuk yang aneh, 5)tidak terlalu padat atau ramai, 6)Rancanglah dengan imajinasi, 7)memberi makna untuk mempertegas. Sebaliknya, logo yang buruk adalah logo yang abstrak, tidak sesuai dengan bisnis yang dijalankan, tidak memiliki standarisasi, memiliki bentuk dan ilustrasi yang aneh, dan tidak memiliki makna. Bagi Tong Hien sendiri logo menjadi hal yang krusial karena menganut identitas dari usaha yang dimilikinya dan tidak dimiliki oleh pesaing ritel lainnya. Selain itu, logo memberikan citra dari perusahaan ketika konsumen hendak untuk membeli produk di Tong Hien. Logo yang didesain oleh Tong Hien ditujukan untuk memberikan sebuah identitas dan pembeda dengan pesaing agar tidak tertukar dengan pesaing sejenisnya. Sehingga dalam membuat logo yang dapat diingat tersebut, maka logo harus divisualisasikan secara unik dan memberikan makna jelas tentang usaha yang dijalankan. Berikut ini adalah logo yang dimiliki oleh Tong Hien Semarang.

Gambar 2.1
Logo Tong Hien
Semarang



Sumber: <https://tong-hien.business.site/>

Seperti yang tergambar pada logo diatas, warna merah dalam tionghoa yang berarti kemakmuran dan keberkahan. Tong hien ingin menunjukkan prinsip dari tionghoa yang bersemangat untuk mencari rezeki untuk membangun kemakmuran bagi perusahaan. Huruf “TH” yang berarti inisial 2 huruf depan dari nama ritel agar konsumen mampu mengingat secara jelas ritel.

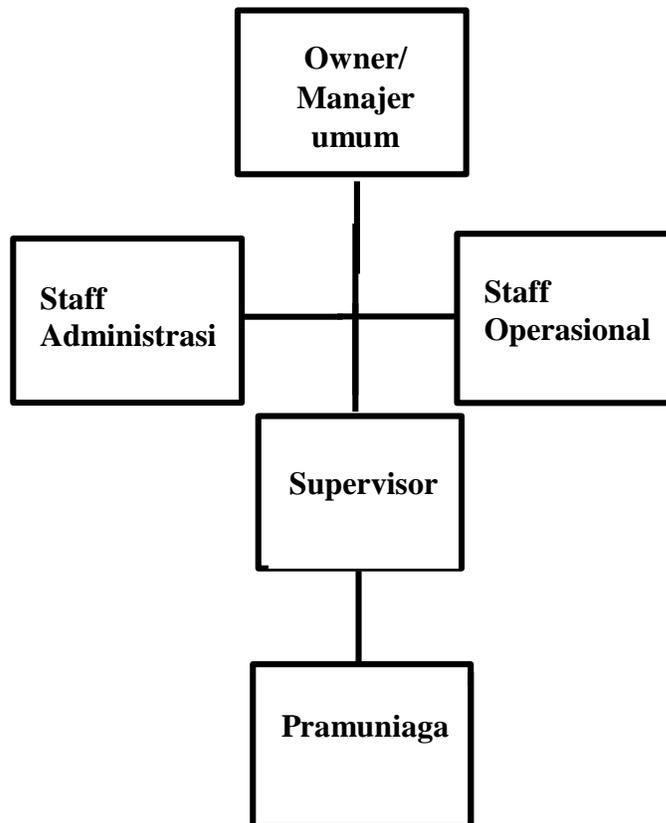
2.3 Struktur Organisasi dan Ketenagakerjaan

a.Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan hal penting yang harus disusun oleh perusahaan sebagai wadah operasional kerja dan memudahkan dalam pembagian sistem kerja. Hal yang diharapkan oleh perusahaan dengan adanya struktur organisasi tersebut adalah analisa deskriptif struktur yang tergambar, mengetahui wewenang, serta mengatur hubungan koordinasi antar bagian dan sub bagian. Pelaksanaan tugas pada Tong Hien sendiri merupakan tanggung jawab masing-masing dan berdasarkan spesialisasi bagian dan sub bagian dalam ritel Tong Hien Semarang. Pentingnya struktur organisasi tersebut adalah memberikan petunjuk secara pasti bagi karyawan tentang pengetahuan operasional kegiatan perusahaan, acuan dan tata cara administratif dalam ritel, serta koordinasi antar bagian dalam lingkungan Tong Hien. Sebaliknya tanpa

adanya struktur organisasi pada suatu ritel, maka operasional perusahaan tidak akan berjalan dengan baik karena struktur organisasi adalah pondasi berdirinya suatu organisasi. Sehingga penting untuk pelaku usaha dalam menetapkan bentuk dan struktur organisasi. Tong Hien Semarang sendiri menggunakan struktur organisasi linier dalam skala sederhana, yang ditunjukkan dalam bagan sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Skema Struktur Organisasi Tong Hien Semarang



Sumber: Tong Hien 2019

Lalu, uraian masing masing bagian tersebut adalah sebagai berikut:

A. Owner atau pemilik usaha

Pemilik usaha merupakan seorang yang berperan sebagai penanam modal atas usaha dan memiliki hak atas sebagian besar atau seluruh profit perusahaan atau

dalam hal ini ritel. Tugas/Fungsi yang dilakukan oleh seorang owner adalah sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab atas semua kelangsungan ritel
2. Merencanakan strategi dan mengawasi seluruh kegiatan didalam ritel Tong Hien serta kinerja para karyawannya
3. Memegang kendali penuh atas hubungan ritel dengan pihak-pihak luar seperti pemasok, distributor, maupun produsen yang menjalin kerja sama dengan Tong Hien
4. Menerima pertanggungjawab-an berupa laporan dari masing-masing bagian.
5. Melakukan evaluasi terhadap produk-produk yang dijualkan oleh Tong Hien Semarang

B. Staff Administrasi

Staf Administrasi merupakan bagian yang berfungsi sebagai penghubung dan mengkoordinasi kegiatan pada organisasi, serta merupakan perpanjangan tangan dari pemilik usaha yang mengatur segala kebutuhan dalam ritel. Tugas/fungsi yang dilakukan oleh seorang Staff Administrasi adalah sebagai berikut:

1. Mengakomodasi kepentingan pihak luar terkait yang hendak bekerja sama dengan ritel
2. Melakukan pencatatan seluruh kegiatan baik transaksi maupun administratif lainnya
3. Mengumpulkan informasi terkait harga dan produk

4. Menggantikan peran owner untuk melakukan pengawasan harian
5. Mengarsipkan seluruh informasi berupa database terkait produsen maupun pemasok lainnya.
6. Membuat laporan keuangan perusahaan Tong Hien Semarang

C. Staff Operasional

Staf Operasional bertugas sebagai bagian yang mengatur penyaluran dan penyediaan produk yang tersedia didalam ritel, sehingga tetap terjaga baik secara kualitas maupun kuantitasnya. Tugas/Fungsi yang dilakukan oleh Staff operasional adalah sebagai berikut:

1. Menjamin *Supply chain* tetap terjaga jumlahnya sesuai dengan stok batas minimum Tong Hien.
2. Menerima dan memastikan produk yang sampai dari tangan produsen/distributor
3. Membuat laporan logistik ritel Tong Hien
4. Mengatur pengelompokkan produk pada masing masing lini kategori pada ritel Tong Hien

D. Supervisor

Supervisor atau pengawas merupakan bagian dari supervisi perusahaan yang secara aktif melakukan peninjauan dan penilaian langsung terhadap staff atau pramuniaga saat berada di lapangan. Tugas/fungsi yang dilakukan oleh Supervisor adalah sebagai berikut.

1. Mengawasi dan melakukan tinjauan terhadap kinerja staff dan pramuniaga Tong

Hien

2. Memastikan kebijakan serta aturan dari owner dapat dijalankan dengan baik oleh staff dan pramuniaga tong Hien
3. Memberikan panduan terhadap standar operasi perusahaan terhadap karyawan Tong Hien
4. Memastikan rutinitas harian tetap berjalan di lingkungan ritel Tong Hien

E. Pramuniaga

Pramuniaga adalah karyawan toko yang membantu pelayanan toko sehingga memudahkan konsumen dalam membeli produk yang dibutuhkannya. Tugas/fungsi yang dilakukan oleh Pramuniaga adalah sebagai berikut:

1. Membantu konsumen dalam melakukan transaksi pembelian pada kasir Tong Hien
2. Menciptakan lingkungan yang nyaman dan bersih bagi konsumen Tong Hien
3. Meletakkan serta merapihkan produk berdasarkan lini kategori yang sudah ditentukan oleh staff operasional Tong Hien
4. Berkoordinasi dengan supervisor apabila ada situasi atau kondisi yang membutuhkan peran serta supervisor Tong Hien

b. ketenagakerjaan

1. Jam Operasional

Jam operasional adalah waktu kerja dari organisasi sejak buka hingga tutup. Hal ini penting bagi Tong Hien mengingat bahwa jam operasional adalah waktu kunjungan konsumen ketika akan mengunjungi ritel, sehingga waktu yang

ditentukan harus ditetapkan secara konsisten. Apabila jam operasional tidak ditetapkan secara konsisten, maka konsumen akan merasa bingung dan jarang berkunjung ke Tong Hien apabila waktu buka maupun tutup tidak konsisten. Ritel Tong Hien Semarang menetapkan jam beroperasi sebagai berikut:

Hari Kerja : Senin – Minggu

Jam Kerja : *Shift* Pagi : 07.00 – 14.30

Shift Sore : 14.30 – 22.00

Jam Kerja yang ditetapkan oleh Tong Hien adalah mulai sejak pukul 07.00 hingga pukul 22.00 WIB setiap harinya. Durasi waktu hingga 15 jam ini mampu memberikan waktu yang cukup bagi pengunjung yang datang untuk berkeliling maupun melakukan transaksi pada Tong Hien Semarang. Jam kerja inipun tetap berlaku sama pada tanggalan merah atau hari libur nasional.

2. Sistem dan prosedur Penggajian

Gaji adalah upah yang dibayarkan terhadap karyawan sebagai balas jasa atas kinerja yang telah dilakukan oleh karyawan. Gaji tersebut dapat berupa insentif yang diberikan kepada karyawan setiap awal/akhir bulan. Tujuan dari pemberian gaji tersebut adalah sebagai bentuk apresiasi terhadap karyawan yang telah mampu menyelesaikan atau memberikan jasa terhadap bidang pekerjaan tersebut. Selain itu, pemberian gaji ditunjukkan agar dapat memberikan dorongan terhadap karyawan sehingga termotivasi untuk bekerja lebih baik kedepannya. Hasil yang diberikan telah disesuaikan berdasarkan tingkat kesulitan serta keahlian yang dibutuhkan untuk menyelesaikan bagian pekerjaan tersebut. Seperti halnya

karyawan dari tong Hien yang menerima gaji atas pekerjaan yang telah mereka lakukan setiap tanggal 25 secara rutin. Selain gaji pokok, Tong Hien juga memberikan insentif berupa tunjangan lainnya seperti tunjangan kehadiran, tunjangan makan, serta tunjangan hari raya (THR). Tujuan dari pemberian tunjangan tersebut adalah untuk mensejahterakan karyawan serta merawat kenyamanan karyawan selama bekerja pada Tong Hien.

Adapun prosedur penggajian yang berlaku di Tong Hien Semarang adalah sebagai berikut:

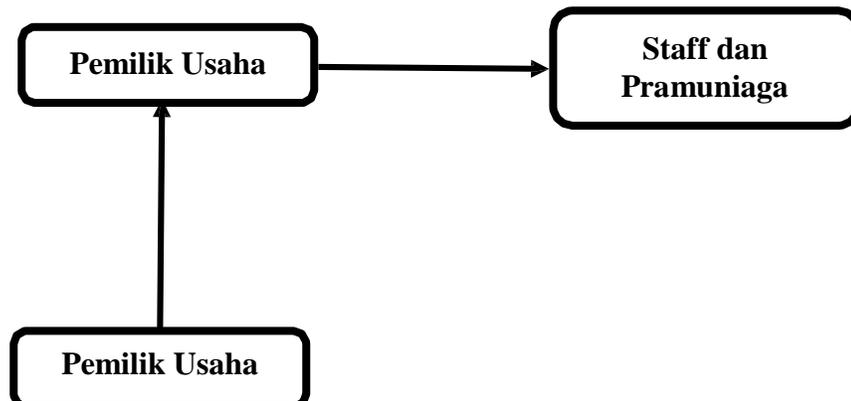
1. Supervisor

Supervisor digaji langsung oleh pemilik usaha Tong Hien yang disediakan dari hasil penjualan produk produk Tong Hien.



2. Staff dan Pramuniaga

Staff administrasi, staff operasional, dan pramuniaga digaji melalui pertimbangan dari supervisor sebagai pengawas di lapangan yang menilai kinerja karyawan, kemudian diberikan kepada pemilik usaha Tong Hien dan disediakan dari hasil penjualan produk produk Tong Hien.



2.4 Kegiatan Usaha

a. Kegiatan Penjualan

Tong Hien merupakan perusahaan bisnis yang bergerak dibidang ritel. Kegiatan yang dilakukan Tong Hien sendiri dalam sehari harinya adalah pengadaan barang. Kemudian sistem yang diterapkan oleh Tong Hien tersebut dalam melakukan kegiatan pengadaan barang adalah melalui proses *listing* atau pendaftaran produk serta *displaying* atau menampilkan produk yang dilakukan secara berkala. Proses ini melibatkan distributor ataupun produsen yang hendak mendaftarkan produknya untuk dijualkan didalam ritel. Proses ini melibatkan antara staff administrasi dan staff operasional untuk menentukan produk yang akan dijualkan didalam ritel. Biaya untuk satu jenis produk listing tersebut adalah sebesar Rp.140.000 yang kemudian ditentukan atas kesepakatan antara distributor dengan staff operasional dan pemilik usaha terkait letak dan posisi produk akan dipajang (planogram). Penempatan produk tersebut merupakan aspek utama yang disediakan oleh ritel Tong Hien bagi agen atau produsen. Staff operasional juga bertanggung jawab atas pencatatan persediaan produk setiap akhir hari untuk mengetahui kuantitas produk sisa yang ada. Kemudian staff administrasi memberikan faktur pembayaran setiap akhir bulan yang dibayarkan kepada produsen atau agen dan membuat tagihan pesanan barang yang kemudian akan dipesan untuk periode berikutnya. Selain itu Tong Hien menyediakan sarana pendukung proses penjualan seperti komputer, scanner, printer, pendingin ruangan, bangku tunggu, serta alat tulis kantor lainnya. Kemudian, Fasilitas pada Tong Hien penting untuk menjaga kenyamanan dalam toko sehingga konsumen tidak merasakan adanya desakan ataupun paksaan dalam berkeliling didalam ritel Tong Hien Semarang. Seperti

halnya pesaing ritel modern lainnya, yang mampu menawarkan kenyamanan bagi konsumen menyediakan fasilitas tambahan seperti pendingin ruangan, lahan parkir, dan suara suaraan. Tong Hien Semarang pun memiliki sarana prasana pendukung bagi konsumen, seperti:

1. Cone penyebrangan jalan raya
2. Lahan parkir yang luas (dengan petugas parkir yang mengamankan kendaraan)
3. Pendingin ruangan
4. Troli belanja
5. Speaker pengunjung

b. Kegiatan Pemasaran

Produk yang dipasarkan oleh Tong Hien menjadi salah satu daya tarik utama pada ritel. Sebagai ritel yang menyediakan produk dengan kurang lebih sebanyak 14.000 varian/ jenis, maka Tong Hien ingin memastikan bahwa segala kebutuhan konsumen dapat ditemukan didalam ritel serta mampu terjual seluruhnya dengan menggunakan bantuan pemasaran. Kegiatan pemasaran yang diharapkan oleh ritel adalah pemasaran yang tepat pada sasaran yang dituju, memiliki penawaran yang menarik, mampu menciptakan hubungan baik dengan calon konsumen, dan menerapkan strategi yang efektif. Sebaliknya Kegiatan pemasaran yang tidak efektif adalah pemasaran yang tidak memiliki sasaran yang dituju, tidak memberikan penawaran yang menarik, tidak dapat menciptakan hubungan baik dengan konsumen, serta strategi yang inefektif. Salah satu aspek penawaran menarik pada Tong Hien terkait dengan ragam produk yang disediakan oleh Tong Hien seperti produk konsumsi harian, bahan baku/sembako, serta perabotan rumah tangga dan cara untuk melakukan kegiatan pemasaran di setiap jenis produk tersebut. Produk komsumsi harian

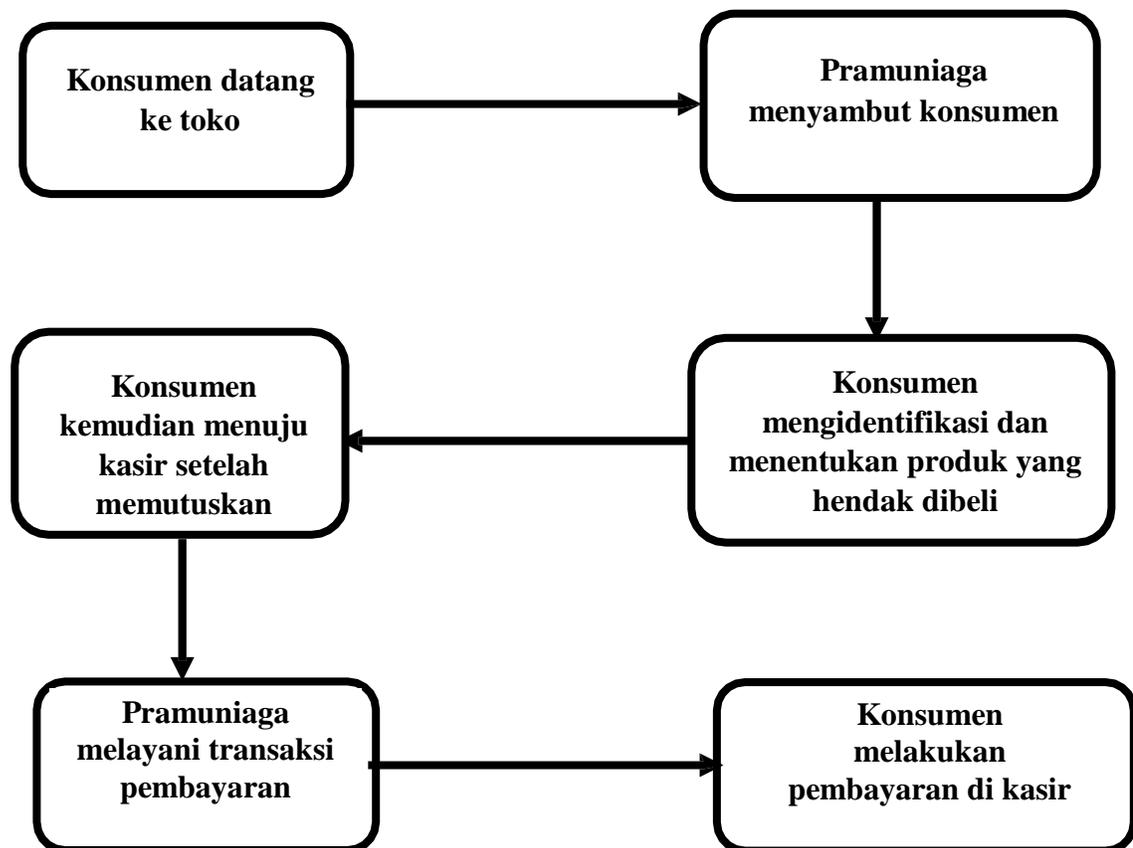
yang diletakkan disebelah timur toko memiliki kisaran harga antara Rp. 500,- hingga Rp. 110.000,-. Sedangkan untuk bahan baku yang diletakkan disebelah barat toko memiliki kisaran harga antara Rp.1000,- hingga Rp.115.000,-. Dan terakhir untuk Perabotan rumah tangga yang terletak di sebelah selatan toko memiliki kisaran harga antara Rp.5000,- hingga Rp. 250.000,-. Selain itu, ritel Tong Hien pun juga menyediakan layanan dalam pembelian jumlah besar serta pembelian via online melalui *marketplace* seperti *blibli.com*. Hal ini memberikan kesempatan bagi Tong Hien dengan memberikan program promosi penjualan seperti potongan harga berupa diskon sebesar Rp.2.500,- hingga Rp.12.500 pada produk konsumsi harian serta potongan sebesar Rp.5.000,- hingga Rp.15.000. Potongan tersebut dilakukan atas dasar kesepakatan antara agen yang memberikan informasi terkait program dari perusahaan bagi ritel ritel yang belum mencapai sasaran penjualan sehingga mendorong pembelian terhadap produk yang lebih tinggi lagi, selain itu terdapat produk permintaan yang mampu diasosiasikan dengan promosi penjualan dalam bentuk produk hadiah sejenisnya ataupun produk lainnya seperti: gelas, piring, tumbler, atau tempat makan yang disediakan pada produk kebutuhan sehari hari. Paket produk serta paket harga yang diberikan pada produk konsumsi harian. Pembelian produk serupa dapat mendorong peningkatan penjualan Tong Hien Semarang terhadap produk produk yang baru maupun kurang diminati.

c. Skema Pelayanan

Skema pelayanan menggambarkan alur yang terjadi saat ritel melayani konsumen yang berkunjung ke Tong Hien Semarang. Pentingnya skema pelayanan tersebut adalah mengetahui tahapan yang perlu dilakukan oleh konsumen dalam bertransaksi didalam Tong Hien sehingga tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi. Apabila tidak ada

skema pelayanan didalam toko, maka konsumen akan merasa kesulitan saat berbelanja di dalam toko, pramuniaga akan kesulitan dalam mengarahkan konsumen yang hendak berbelanja. Arah panah tersebut menunjukkan proses yang terjadi sejak konsumen tiba di toko hingga konsumen menyelesaikan transaksinya di kasir. Dan proses tersebut terjadi secara terus menerus didalam ritel Tong Hien. Berikut adalah skema pelayanan didalam Tong Hien Semarang.

Gambar 2. 2Skema Pelayanan Tong Hien Semarang



2.5 Identitas Responden

Identitas Responden diperlukan dalam rangka untuk mengetahui keadaan serta latar belakang responden sebagai sampel. Identitas Responden yang diharapkan adalah identitas yang lengkap sehingga berguna untuk mengetahui seluruh karakteristik sampel yang mengisi penelitian serta dapat mengetahui persebaran data yang dimiliki dalam suatu penelitian. Sebaliknya, identitas responden yang tidak diharapkan adalah identitas tidak lengkap yang membuat peneliti kesulitan dalam mengetahui latar belakang serta persebaran responden yang ada didalam kuesioner. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil responden sebanyak 100 orang dengan karakteristik berusia minimal 17 tahun, pengunjung yang pernah melakukan pembelian atau transaksi, serta berdomisili di kota Semarang baik sementara maupun permanen. Gambaran umum yang diperoleh pada pengisian identitas responden meliputi nama, usia, jenis kelamin, status marital, pendidikan terakhir, pekerjaan, serta penghasilan rata rata per bulan. Berikut adalah klasifikasi umum berdasarkan ciri responden:

2.5.1 Jenis Kelamin Responden

Toko Tong Hien Semarang dapat dikunjungi oleh berbagai kalangan masyarakat umum. Seluruh masyarakat dapat melakukan transaksi secara bebas di dalam ritel tersebut. Dalam penelitian ini, sampel dari masyarakat Kota Semarang memiliki latar belakang yang berbeda-beda, termasuk salah satunya adalah jenis kelamin. Sasaran atau konsumen

utama Tong Hien adalah masyarakat umum, dimana masyarakat umum tersebut terdiri dari laki-laki dan perempuan. Demikian pula responden dalam penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan. Berikut data mengenai jumlah responden yang melakukan pembelian berdasarkan sampel yang peneliti telah kumpulkan berdasarkan jenis kelamin responden.

Tabel 2. 1Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	37	37%
2	Perempuan	63	63%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.1 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yang pernah melakukan pembelian pada Tong Hien sebanyak 63 responden (63%) sedangkan responden laki-laki sebanyak 37 responden (37%). Dari data tersebut terlihat bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki, hal ini dimungkinkan karna kegiatan belanja seringkali dilakukan oleh perempuan. Kondisi ini menunjukkan bahwa konsumen ritel Tong Hien Semarang terdiri dari laki-laki dan perempuan.

2.5.2 Usia Responden

Dalam penelitian ini populasinya adalah target pasar dari Tong Hien, yaitu masyarakat umum. Oleh karena itu, produk yang disediakan oleh Tong Hien adalah barang barang kebutuhan rumah tangga seperti konsumsi harian, bahan pokok/baku, serta kebutuhan sehari hari lainnya. Sasaran target pasar Tong Hien adalah masyarakat umum, oleh karna itu mereka yang berbelanja produk produk di Tong Hien bila dilihat dari usianya

masing-masing berbeda, dengan demikian untuk usia responden yang terpilih sebagai sampel dalam penelitian ini juga berbeda-beda, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. 2Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	17-26	57	57%
2	27-36	19	19%
3	37-46	14	14%
4	47-56	7	7%
5	57-66	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.2, diketahui bahwa responden dari konsumen Tong Hien memiliki usia yang berbeda-beda, usia terbanyak berdasarkan kelompok umur 17-26 tahun yaitu sebanyak 57% dan responden dengan kelompok usia terkecil yaitu kelompok umur 57-66 tahun hanya sebanyak 3%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Tong Hien Semarang berada pada usia 17-26 tahun.

2.5.3 Status Marital Responden

Dengan usia responden yang berbeda-beda yaitu responden paling tua berusia 65 tahun dan responden paling muda berusia 17 tahun menyebabkan status marital responden berbeda pula. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui jumlah responden berdasarkan status marital ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 2. 3Jumlah Responden berdasarkan status Marital

No	Status Marital	Frekuensi	Persentase (%)
1	Belum Menikah	62	62%
2	Menikah	35	35%
3	Duda	0	0
4	Janda	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.3 status marital responden dalam penelitian ini sebagian besar didominasi oleh responden yang belum menikah sebanyak 62 responden (62%), lalu yang sudah menikah sebesar 35 responden (35%), dan sisanya adalah janda sebanyak 3 responden (3%).

2.5.4 Pendidikan Terakhir Responden

Target konsumen dari ritel Tong Hien Semarang adalah semua kalangan masyarakat dengan karakteristik yang sudah ditentukan sebelumnya maka, dan tentunya tingkat pendidikan masing masing responden dalam penelitian ini berbeda. Adapun data pendidikan terakhir responden dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2. 4Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1.	SD/Sederajat	2	2%
2.	SMP/Sederajat	4	4%
3.	SMA/SMK/Sederajat	57	57%
4.	Akademi	5	5%
5.	Sarjana	31	31%
6.	Pasca Sarjana	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.4 diatas, diketahui bahwa responden memiliki tingkat pendidikan terakhir yang berbeda, pada jenjang SMA/SMK/Sederajat sebanyak 57 responden (57%), pada jenjang akademi sebanyak 5 responden (5%), dan pada jenjang Sarjana sebanyak 31 responden (31%). Hal tersebut menunjukkan bahwa responden yang bersedia mengisi kuesioner peneliti sesuai dengan kriteria peneliti yakni memiliki latar belakang pendidikan terakhir yang cukup berbeda-beda.

2.5.5 Pekerjaan Responden

Dengan tingkat pendidikan yang berbeda sehingga jenis pekerjaan yang dimiliki juga berbeda. Oleh karena itu pekerjaan responden dalam penelitian ini juga berbeda-beda. Responden yang memiliki pekerjaan berbeda tersebut dapat mewakili sampel dalam penelitian ini. Berikut disajikan jenis pekerjaan responden dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2. 5Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	TNI/POLRI	1	1%
2.	Wiraswasta	12	12%
3.	Karyawan Swasta	27	27%
4.	Pensiunan	1	1%
5.	Pelajar/Mahasiswa	45	45%
6.	Lainnya	16	16%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.5 diatas, menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki jenis pekerjaan yang berbeda-beda, sebagian besar didominasi oleh pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebesar 45 responden (45%), kemudian disusul oleh karyawan swasta sebanyak 27 responden (27%), dan pekerjaan yang paling sedikit yaitu TNI/POLRI dan Pensiunan masing-masing sebanyak 1 responden (1%).

2.5.6 Pendapatan Responden

Jenis pekerjaan yang bervariasi tentu berpengaruh terhadap tingkat pendapatan yang berbeda. Oleh Sebab itu, maka pendapatan yang diterima oleh responden dalam sebulan pun berpengaruh dan dapat mewakili sampel penelitian ini. Berikut adalah tingkat pendapatan responden pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. 6 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

No.	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< Rp.1.000.000,-	18	18%
2.	Rp.1.000.001,- - Rp. 2.000.000,-	35	35%
3.	Rp.2.000.001,- - Rp. 3.000.000,-	23	23%
4.	> Rp.3.000.000	24	24%
Jumlah		100%	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.6 diatas, menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki tingkat pendapatan yang berbeda-beda, sebagian besar didominasi dengan pendapatan Rp.1.000.001,- - Rp. 2.000.000,- sebanyak 35 responden (35%), kemudian disusul dengan pendapatan >Rp.3.000.000 sebanyak 24 responden (24%), dan pendapatan yang paling sedikit yaitu < Rp.1.000.000,- sebanyak 18 responden (18%).