

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN INDOMARET KUALA TUNGKAL DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF DI MASYARAKAT

Ardi Rizki Riyanto, Supriono
Suprionolecturer@gmail.com

Dosen Prodi Komunikasi Penyiaran Islam STAI An-Nadwah Kuala Tungkal
Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi

Abstrak

Untuk menciptakan citra positif dimasyarakat bukan sebuah perkara yang mudah, terlebih minimarket Indomaret merupakan minimarket yang pada awal kemunculannya diwarnai dengan komplik sehingga melahirkan kesepakatan yang membuat minimarket harus menjual barang dagangannya dengan harga yang relative tinggi. Salah satu cara untuk meningkatkan citra positif tersebut yaitu dengan strategi komunikasi yang baik dan benar karena komunikasi adalah cara untuk menyampaikan informasi dan maksud kepada seseorang, maka dari itu dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat dalam upaya meningkatkan citra positif tersebut.

Adapun yang menjadi tujuan pada Penelitian ini adalah untuk mengetahui Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran yang digunakan, mengetahui pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran Indomaret Kuala Tungkal dalam meningkatkan citra positif di masyarakat dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi pemasaran Indomaret kuala tungkal dalam meningkatkan citra positif di masyarakat.

Manfaat penelitian yaitu untuk menganalisa strategi komunikasi pemasaran yang digunakan minimarket Indomaret dalam meningkatkan citra positif di masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan system Observasi, Wawancara dan Dokumentasi dalam upaya mendapatkan data yang akurat dan akuntabel sehingga hasil penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan.

Hasil penelitian ini berguna bagi pembaca terutama penulis sebagai pengetahuan dalam meningkatkan citra positif dimasyarakat, terlebih kepada pembaca yang ingin memajukan nama baik sebuah usaha melalui strategi komunikasi.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi, Pemasaran

A. Pendahuluan

Menjalankan sebuah bisnis bukanlah sebuah perkara yang mudah karena pada dasarnya didalam dunia bisnis banyak terdapat faktor yang dapat

mempengaruhi maju mundur sebuah usaha, maka dari itu dalam menjalankan bisnis kita membutuhkan strategi dan tehnik yang tepat mengingat kondisi dan situasi yang dihadapi setiap orang itu berbeda-beda. Pentingnya strategi didalam dunia usaha memang sangat menentukan maju dan mundurnya usaha tersebut, karena strategi merupakan cara dan tehnik yang digunakan usahawan dalam menjalankan bisnisnya. Pada dunia wirausaha strategi memang sangat dituntut sebagai bentuk antisipasi dalam menghadapi persaingan di era globalisasi dibidang ekonomi, terutama dalam memberikan pelayanan maksimal kepada konsumen ataupun pembeli.

Dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dan khalayak ramai kita sangat dituntut untuk melakukan komunikasi yang sopan, ramah dan santun sehingga apa yang kita sampaikan dapat diterima dan dipahami oleh audien dengan lapang dada. Pada dasarnya Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin, yaitu *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya comunias yang bermakna umum atau bersama-sama.¹ Maka didalam menarik minat pelanggan Strategi Komunikasi wirausahawan sangat dituntut terlebih dalam melaksanakan kegiatan pemasaran terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Didalam melaksanakan pekerjaan sudah selayaknya kita lakukan sesuai dengan yang diajarkan dalam syariat Islam karena didalam melakukan pekerjaan kita juga bisa melaksanakan amal shaleh, sebuah perbuatan yang dianjurkan oleh Allah SWT, seperti praktek jualbeli yang terjadi di Indomaret Kuala Tungkal salah satu pusat perbelanjaan yang baru berdiri di Kuala Tungkal. Maka pada prakteknya memberikan pelayanan prima kepada pelanggan hendaknya semua itu juga dilakukan sesuai dengan syariat Islam sebagaimana firman Allah SWT pada surah Al-Jatsiyah ayat 30 yang berbunyi :

فَأَمَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ فَيُدْخِلُهُمْ رَبُّهُمْ فِي رَحْمَتِهِ ذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْمُبِينُ

¹Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cetakan ke 4, (Jakarta: PT Grasindo Anggota Ikapi, 2008), hal. 5

Artinya: Adapun orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan, maka Tuhan memasukkan mereka ke dalam rahmat-Nya (surga). Demikian Itulah kemenangan yang nyata.² (Q.S. Al-Jatsiyah: 30)

Bekerja sambil beramal merupakan istilah yang tepat untuk anjuran diatas dan baik untuk ditekuni, karena bagaimanapun mencari nafkah mungkin memang sudah menjadi kewajiban. Terlebih kepada seorang kepada keluarga yang memiliki tanggung jawab terhadap keluarganya.

Pada praktek jual beli kita mungkin pernah mendengar beberapa kasus yang sering terjadi seperti adanya kecendrungan pembeli yang kurang nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh pemilik toko kepada konsumennya, ataupun adanya kata-kata kasar yang kerap menyinggung perasaan konsumen. Sementara sebagaimana yang kita ketahui konsumen adalah raja dimana penjual mempunyai kewajiban memberikan pelayanan prima kepada pembeli sehingga mereka merasa nyaman.

Komunikasi merupakan cara untuk menyampaikan Informasi kepada konsumen yang sekaligus menjadi cara untuk melakukan pendekatan kepada khalayak ramai sehingga terjalinlah hubungan yang baik, pendekatan hubungan antar manusia berkembang sebagai reaksi terhadap perhatian eksklusif factor fisik dalam mengukur keberhasilan organisasi. Salah satu asumsi dasar dari pendekatan hubungan antar manusia adalah kenaikan kepuasan kerja akan mengakibatkan kenaikan produktifitas. Seorang karyawan yang berbahagia adalah karyawan yang produktif. Oleh karena itu, fungsi manajemen adalah menjaga agar karyawan terus merasa puas.³

Oleh karena itulah komunikasi merupakan sarana untuk memberikan pelayanan kepada publik atau masyarakat karena hanya dengan komunikasi yang baik dan benar maka pelayanan yang diberikan kepada masyarakat bisa maksimal, untuk itu dibutuhkan pengembangan kualitas pelayanan dengan

² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : 2016, Refika Aditama), hlm 109

³ Wiryanto, *Op-Cit*, hal. 57

cara memperbaiki satu persatu cara memberikan pelayanan salah satunya yaitu perbaikan komunikasi karena untuk memberikan pelayanan kepada publik hal yang pertama diberikan adalah komunikasi kepada masyarakat atau publik.

Minimarket Indomaret merupakan Minimarket yang baru berdiri dan beroperasi di Kuala Tungkal Kabupaten Tanjung Jabung Barat tepatnya di Jalan Panglima Abdul Hamid pada tahun 2016, kehadiran Minimarket Indomaret ini di Kuala Tungkal pada awalnya tidak disambut dengan baik oleh masyarakat kuala tungkal sehingga mengakibatkan terjadinya sebuah problematika. namun hal itu dapat diatasi berkat musyawarah dan kesepakatan antara Pemerintah daerah Kabupaten Tanjung Jabung Barat dengan pihak Minimarket Indomaret sehingga sampai saat ini bisa beroperasi di Kuala Tungkal.

Adanya kejadian tersebut memang memberikan pengaruh kepada minat konsumen terhadap Minimarket Indomaret, maka untuk mengatasi masalah tersebut adanya strategi dalam menjalankan aktivitas sebagai salah satu pusat perbelanjaan di Kuala Tungkal sangatlah dibutuhkan.

Pentingnya strategi komunikasi tidak hanya sebatas dalam menjalankan bisnis yang dalam hal ini yaitu pada Minimarket Indomaret Kuala Tungkal, namun jauh lebih mendasar pada praktiknya pemaksimalan pelayanan kepada konsumen itu merupakan bentuk sikap tolong-menolong dalam menjalankan aktivitas jual beli di Minimarket Indomaret Kuala Tungkal,

Tolong menolong dalam menjalankan kebajikan merupakan perintah Allah SWT karena penegakan *Amar ma'ruf nahi munkar* memang merupakan visi dan misi dalam menjalankan ajaran agama Islam yang merupakan agama yang diwahyukan Allah SWT kepada Nabi Muhammad SAW. Islam mengajarkan manusia tentang segala hal dalam menjalankan kehidupan di bumi ini yang mencakup dari berabagai sektor, salah satunya yaitu perniagaan atau jual beli salah satu praktik yang dilakukan di Indomaret Kuala Tungkal. yang dijelaskan didalam Al-Qur'an yang Artinya :

Hai Orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan seka sama suka diantara kamu.⁴ (Q.S. An-Nisa : 29)

Banyaknya pusat perbelanjaan yang berdiri di Kuala Tungkal saat ini merupakan salah satu tantangan bagi wirausahawan dalam menarik minat pelanggan, banyak strategi dan tehnik yang digunakan agar tujuan tersebut terealisasi maka sebagai umat muslim berpedoman pada surah An-Nisa ayat 29 diatas merupakan kewajiban. Adanya problematika yang terjadi pada Indomaret Kuala Tungkal diawal kemunculannya tentu memberikan dampak terhadap sudut pandang masyarakat yang terhadap minimarket tersebut, maka dalam menyikapinya dibutuhkan strategi yang tepat dalam kegiatan operasionalnya sehingga dapat menumbuhkan citra yang positif minimarket Indomaret di mata para konsumennya.

khususnya dan masyarakat kuala tungkal kabupaten tanjung jabung barat pada umumnya. Karena pada dasarnya menanamkan sebuah kepercayaan dan kebaikan kepada orang lain bukanlah perkara yang mudah maka disinilah pentingnya penggunaan strategi yang tepat, terlebih dalam bersaing mengembangkan usaha dengan usahawan dan minimarket lainnya.

B. Metodologi

Penelitian yang penulis lakukan ini merupakan penelitian lapangan, Penelitian ini dilaksanakan di Indomaret Kuala Tungkal Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang berguna untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data.⁵ Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam. Dalam pembentukannya, penelitian kualitatif ini dikemas secara deskriptif.

⁴*Ibid*, hal, 401.

⁵ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2007), hlm.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Observasi, Wawancara, Dokumentasi. Sebagaimana dikutip Sugiono, analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman dilakukan secara interaktif melalui proses data *reduktion, data display, dan verivication*.⁶

C. Hasil Penelitian

Minimarket Indomaret Kuala Tungkal terletak di Jalan Panglima Cama Kelurahan Tungkal II Kecamatan Tungkal Ilir Kabupaten Tanjung Jabung Barat yang berdiri pada bulan Desember 2016, kehadiran Minimarket Indomaret di Kuala Tungkal Kabupaten Tanjung Jabung Barat ini tidak disambut baik oleh para pemilik warung-warung kecil yang berada di sekitar minimarket Indomaret Kuala Tungkal, sehingga terjadi aksi unjuk rasa yang dilakukan oleh organisasi mahasiswa dan para pemilik warung-warung kecil terhadap minimarket Indomaret. Aksi unjuk rasa tersebut berujung dengan sebuah kesepakatan antara kedua belah pihak, dimana pihak Indomaret harus menaikkan harga barang-barang agar tidak merusak harga pada warung-warung kecil.

Adanya kesepakatan antara Minimarket Indomaret dengan massa yang menolak kehadirannya di Kuala Tungkal secara tidak langsung menjadi kendala untuk meningkatkan minat pelanggan terhadap minimarket Indomaret Kuala Tungkal, maka untuk menyikapi hal tersebut diperlukan upaya agar nama minimarket Indomaret Kuala Tungkal dapat menimbulkan citra positif dimata masyarakat kuala tungkal agar para pelanggan tetap berminat terhadap Indomaret Kuala Tungkal tersebut.

Selain itu komunikasi merupakan salah satu cara untuk menyampaikan sesuatu kepada seseorang ataupun sekelompok dengan secara langsung maupun secara tidak langsung, karena komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara tergantung dengan situasi dan kondisi bagaimana pesan tersebut ingi disampaikan. Sementara itu Indomaret merupakan salah satu

⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013) Cet 18, 243.

minimarket yang saat ini masih dikategorikan minimarket baru di Kuala Tungkal, maka untuk dapat bersaing dalam upaya meningkatkan citra positif yang pertama kali dilakukan adalah merencanakan strategi pemasaran agar nama Indomaret dan produk-produk yang ditawarkan dapat diminati dan memiliki daya saing.

Komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan dua orang atau lebih untuk berinteraksi satu sama lain atau untuk menyampaikan suatu hal. Sedangkan menurut Fisher Ilmu komunikasi mencakup semua yang bersifat efektif. Sifat efektif ilmu komunikasi digambarkan oleh Wilbur Schramn sebagai jalan simpang yang ramai, semua disiplin ilmu melintasinya, Schramn membandingkan Ilmu komunikasi dengan kota purba. Dikota itu para pengembara lewat, singgah, dan meneruskan perjalanan. Bekas persinggahan para pengembara tersebut menunjukkan keluasan ilmu komunikasi.⁷

Komunikasi adalah salah satu cara untuk menyampaikan dakwah kepada khalayak ramai, karena salah satu cara untuk menyampaikan dakwah adalah dengan tehnik billisan atau dengan cara menyampaikan ceramah secara langsung. Untuk melakukan dakwah tersebut maka diperlukannya pendekatan dakwah melalui pendekatan filosofis pragmatis dapat dilakukan oleh juru dakwah, maka pesan-pesan dakwah dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat karena dapat mengatasi-persoalan hidup masyarakat.⁸

Seperti persoalan Pendirian Minimarket Indomaret di Kuala Tungkal sempat diwarnai dengan perdebatan antara pedagang-pedagang kecil dengan pihak indomaret karena dikhawatirkan dapat merusak pasaran harga penjualan warung-warung kaki lima, maka berdasarkan hasil kesepakatan bersama Indomaret diizinkan untuk beroperasi dengan ketentuan harus memberikan penawaran harga lebih tinggi dari pada harga-harga barang yang ada di toko-toko kecil. tentunya hasil kesepakatan ini memberi pengaruh terhadap minat masyarakat terhadap Minimarket Indomaret, maka dibutuhkan

⁷Wiryanto, *Op-Cit*, hlm,3.

⁸Samsul Munir Amin “*Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islami*” , cetakan ke 1, (Jakarta : Amzah, 2008), hlm 38.

sebuah strategi dalam menyelesaikan persoalan ini agar hubungan disekitar pendirian tetap berjalan dengan baik.

Menurut kamus lengkap Bahasa Indonesia Terbaru Strategi berarti cara, langkah-langkah yang disusun untuk melakukan sesuatu.⁹ Maka dapat disimpulkan berdasarkan kamus bahasa Indonesia Strategi adalah Langkah-langkah yang disusun untuk melakukan sesuatu agar hal tersebut menjadi sempurna. Strategi kerap disusun sebagai jalan dan cara untuk mencapai sebuah tujuan seseorang maupun sebuah organisasi.

Adapun perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan Minimarket Indomaret di Kuala Tungkal yaitu:

1. Menyediakan pelayanan jasa

Pelayanan jasa yang dimaksud adalah menyediakan jasa-jasa pembayaran angsuran seperti FIF, WOM Finance, Loker PLN bagi mereka yang ingin membayar tagihan listrik, loket pembelian pulsa elektrik maupun pulsa handphone, pembelian tiket pesawat, kereta api, master union dan lain-lainnya. Semua pelayanan tersebut tersedia di Indomaret Kuala Tungkal ini”. Fasilitas pelayanan jasa yang ditawarkan sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan citra positif, adanya kemudahan yang ditawarkan Indomaret kepada pelanggan untuk melakukan transaksi menjadi salah satu daya tariknya. Sehingga Indomaret Kuala Tungkal dapat menjadi pilihan dalam menentukan lokasi dalam melakukan transaksi segala kebutuhan masyarakat menjadi mudah.

2. Program Indomaret berbagi

Program Indomaret berbagi yang digunakan oleh Indomaret Kuala Tungkal adalah berupa pemberian hadiah kepada konsumennya yang melakukan transaksi dengan jumlah tertentu, Sebagaimana penjelasan Supervisor Indomaret dalam wawancara yang peneliti lakukan “Indomaret merupakan perusahaan yang besar diprovinsi jambi, memiliki cabang di

⁹M.K. Abdullah, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Terbaru*” Cetakan Ke1, (Jakarta: Sandoro Jaya, 2015), hal. 324.

beberapa kabupaten kota. Layaknya perusahaan yang bergerak berdasarkan system kelompok tentunya ada kebijakan yang diambil dalam menyikapi problematika dalam pendirian indomaret. Maka salah satu yang kami lakukan adalah dengan menawarkan bonus kepada pelanggan terhadap pembelian sebuah produk dalam jumlah tertentu”.

Program Indomaret berbagi sebagai salah satu strategi komunikasi minimarket Indomaret dalam meningkatkan citra positif dirasa efektif, karena dengan promosi ini diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap minimarket Indomaret serta isu terhadap perjanjian tersebut akan hilang dengan sendirinya meskipun pada faktanya perjanjian tersebut tetap dilaksanakan namun tertutupi dengan adanya strategi perdagangan yang diterapkan.

3. Program Bulanan

Diskon harga kerap menjadi faktor penentu pengambilan keputusan pelanggan dalam memilih lokasi perbelanjaan, diskon pada umumnya adalah potongan harga yang diberikan oleh sebuah pusat belanja kepada pelanggan yang melakukan transaksi terhadap barang tersebut. melalui program bulanan inilah yang diterapkan oleh Minimarket Indomaret Kuala Tungkal dalam meningkatkan minat pelanggan terhadap minimarket Indomaret Kuala Tungkal, semua itu dilakukan karena adanya opini yang berkembang dimasyarakat bahwa harga-harga di Indomaret itu sangat mahal yang dikhawatirkan dapat mengurangi minat pelanggan.

Pemberian diskon adalah bentuk dari komunikasi informal dimana pihak Minimarket Indomaret Kuala Tungkal mencoba memberikan informasi penawaran kepada pelanggannya melalui tulisan, strategi yang digunakan oleh Minimarket Indomaret Kuala Tungkal dalam meningkatkan Citra Positif di Masyarakat Kuala Tungkal menggunakan diskon tersebut sudah tepat. Karena diskon merupakan sesuatu yang kerap dicari pelanggan, namun hendaknya diskon yang diberikan tidak hanya pada moment-moment tertentu tetapi bisa berkelanjutan sehingga diskon

bisa menjadi salah satu alasan pelanggan untuk tetap memilih Minimarket Indomaret Kuala Tungkal sebagai lokasi untuk mencari kebutuhan.

Strategi komunikasi dan manajemen bisnis berupa pemberian diskon ini diharapkan mampu menjadi solusi dalam meningkatkan citra positif Indomaret di Kalangan Masyarakat, karena diskon kerap menjadi daya tarik tersendiri untuk konsumen yang ingin melakukan pembelian barang. Terlebih dalam upaya menekan penyerapa anggaran rumah tangga.

4. Program HUT RI Setiap Tahun

Hari ulang tahun republik Indonesia kerap menjadi ajang untuk menyelenggarakan berbagai macam kegiatan, baik dari pemerintah daerah, element masyarakat serta perusahaan-perusahaan sebagai salah satu wujud untuk memeriahkan hari kemerdekaan Indonesia. begitu juga dengan Indomaret Kuala Tungkal dalam meningkatkan citra positif di Kuala Tungkal Kabupaten Tanjung Jabung Barat, maka salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menyelenggarakan kegiatan tahunan tepatnya pada hari ulang tahun republik Indonesia guna menarik minat para masyarakat terhadap minimarket Indomaret Kuala Tungkal.

Supervisor minimarket Indomaret Kuala Tungkal mengatakan “Kegiatan itu memang kita laksanakan sebagai hiburan sekaligus pendekatan kepada konsumen dan masyarakat”.

Menurut kamus bahasa Indonesia yang baik dan benar sesuai dengan ejaan yang dibenarkan Pelanggan adalah bahasa lain dari konsumen atau pembeli yang berarti seseorang atau sekelompok orang yang melakukan pembelian barang pada suatu tempat perbelanjaan.¹⁰

Menurut *A. Arker, Jhon G. Mayer*, citra merupakan seperangkat anggapan, impresi atau gambaran seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu objek bersangkutan dalam bukunya *Public Relations Technique*, citra merupakan kesan seseorang individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil pengetahuan dan pengalamannya. citra akan terbentuk sepenuhnya

¹⁰ Mk. Abdullah, *Op-Cit*, hal. 309

sangat ditentukan oleh bagaimana sebuah perusahaan membangun persepsi yang didasari atas realitas. Walaupun persepsi tidak sama dengan realitas yang muncul. Namun, persepsi tidak akan timbul tanpa adanya realitas yang mendasar.¹¹

Dalam menciptakan citra positif tentunya harus memiliki Upaya yang relevan dan mengantisipasi Hambatan Strategi Komunikasi yang akan terjadi. Adanya hambatan dalam upaya memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan bukanlah hal yang jarang terjadi, terlebih dalam upaya meningkatkan citra positif kepada masyarakat. Namun disamping adanya hambatan tentunya juga ada faktor-faktor pendukung dalam mencapai tujuan tersebut, sebagai salah satu solusi dan cara dalam menghadapi sebuah problematika dalam meningkatkan citra positif pada masyarakat Kuala Tungkal.

Adapun upaya strategi komunikasi Indomaret dalam meningkatkan Citra Positif di Masyarakat Kuala Tungkal adalah sebagai berikut:

1. Mengadakan Event

Banyak upaya yang dilakukan Minimarket Indomaret Kuala Tungkal dalam meningkatkan citra positif di masyarakat, karena dalam upaya meningkatkan citra positif dibutuhkan tindakan ataupun upaya yang tepat agar dampak yang diberikan pada pelaksanaan kegiatan tersebut memberikan dampak yang positif dimata masyarakat. Banyak strategi komunikasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan citra positif, karena jangkauan dari kata komunikasi tersebut meliputi berbagai aspek sehingga strategi yang digunakan pun memiliki banyak keaneka ragaman.

Salah satu upaya yang dilakukan Minimarket Indomaret dalam meningkatkan citra positif adalah dengan mengadakan event-event pada acara tertentu, event yang diselenggarakan oleh Indomaret ini sudah menjadi salah satu kegiatan rutinitas yang diselenggarakan oleh Indomaret diseluruh Indonesia. yang membedakannya hanyalah waktu

¹¹John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, cetakan ke 4, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hlm, 150

pelaksanaannya, dimana pada pelaksanaan event tersebut banyak promosi, diskon dan bonus yang ditawarkan kepada para konsumen.

Seperti yang diungkap oleh pelanggan dalam wawancara berikut “Indomaret ini memang sering mengadakan acara. Saya taunya kemarin waktu mendapat brosur yang diberikan di jalan-jalan, mereka menawarkan bonus-bonus misalnya setiap pembelian minyak bimoli ukuran jumbo dapat hadiah rinso ukuran 500 ml, atau setiap pembelian sejumlah Rp. 150.000,- mendapatkan hadiah.

Berdasarkan keterangan di atas dapat disimpulkan bahwasannya event-event yang diselenggarakan ternyata dapat menarik simpatik seluruh masyarakat, bonus-bonus dan diskon yang ditawarkan cukup menarik minat para Ibu-ibu dalam mencari kebutuhannya. Upaya ini adalah bentuk dari strategi komunikasi dalam meredam konflik yang telah muncul sejak indomart ini berdiri.

2. Personil karyawan yang menarik

Dalam proses rekrutmen tenaga kerja atau karyawan banyak perusahaan yang mencantumkan bentuk badan yang ideal sebagai salah satu syarat pelamar agar dapat mengikuti rekrutmen tersebut, hal ini dikarenakan adanya karyawan yang menarik pada dasarnya kerap menjadi faktor untuk menarik minat pelanggan terhadap perusahaan tersebut. tindakan inilah yang juga digunakan oleh minimarket Indonaret dalam melakukan rekrutmen, seperti yang diungkapkan supervisor kepada peneliti “karyawan yang diletakan pada kasir memang para karyawan yang sudah dipilih, selain pintar dia juga cantik sebagai daya Tarik.

Karyawan yang memiliki paras cantik dan menarik memang kerap menjadi alasan pelanggan untuk datang ke sebuah pusat perbelanjaan, begitu juga dengan Indomaret Kuala Tungkal dalam meningkatkan citra positif. Dengan memanfaatkan karyawan yang menarik dan sikap yang ramah diharapkan mampu membuat para pelanggan betah dan tertarik untuk berbelanja di Indomaret Kuala Tungkal.

3. Kebersihan Lingkungan

Lingkungan yang bersih, nyaman dan kondusif merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan, terlebih dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Sebagai salah satu pusat perbelanjaan yang ada di Kuala Tungkal maka adanya lingkungan yang bersih dan nyaman untuk para pelanggan memang perlu diperhatikan, karena hal itu merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan daya tarik pelanggan terhadap sebuah pusat perbelanjaan.

Asisten Kepala Indomaret Kuala Tungkal mengungkapkan “Dari awal kita memang selalu ditekankan untuk menjaga kebersihan lingkungan, kita disini sama-sama karyawan memang harus saling menjaga kebersihan baik diri sendiri maupun lingkungan kerja. Ketertarikan pelanggan untuk melakukan transaksi semakin meningkat ketika lingkungan tempat berbenja bersih dan higienis”

Menjaga kebersihan lingkungan kerja memang merupakan salah satu kegiatan yang perlu diterapkan dalam upaya meningkatkan citra positif, karena lingkungan yang bersih akan menciptakan suasana yang nyaman bagi masyarakat yang sedang berada didalamnya. Terlebih dalam meningkatkan citra positif ini maka Indomaret mewajibkan untuk seluruh karyawan-karyawatnya untuk menjaga kebersihan lingkungan sebagai salah satu daya tarik terhadap masyarakat di Kuala Tungkal.

Untuk meningkatkan citra positif dimasyarakat sebuah perusahaan dituntut untuk mampu meyakinkan publiknya untuk memahami pesan yang disampaikan demi menjaga reputasi atau citra lembaga atau perusahaan yang diwakilinya, Karena citra perusahaan adalah persepsi yang berkembang dalam benak publik mengenai realitas (yang terlihat) dari perusahaan itu. Dalam melakukan penelitian terhadap citra, perusahaan dapat mengetahui secara pasti sikap publik terhadap organisasi maupun terhadap produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Dari penelitian tersebut, perusahaan juga mengetahui apa yang

disukai dan tidak disukai publik tentang kebijakan perusahaan. Sehingga dapat diambil langkah-langkah kebijakan yang tepat.¹²

Sementara itu adapun yang menjadi hambatan strategi komunikasi Indomaret Kuala Tungkal dalam meningkatkan citra positif di Kuala Tungkal yaitu :

1. Banyaknya Minimarket di Kuala Tungkal

Berdirinya perusahaan yang sama pada daerah yang sama merupakan sebuah tantangan bahkan bencana bagi perusahaan lain yang lebih dulu ada meskipun sebenarnya pendirian tersebut memberikan dampak positif terhadap perkembangan daerah. Begitu juga di Kuala Tungkal Kabupaten Tanjung Jabung Barat ini, meskipun Minimarket Indomaret merupakan minimarket yang baru berkembang sebagai warna baru yang ditawarkan namun jika Indomaret tidak dapat bersaing dengan minimarket lainnya maka dikhawatirkan akan berakibat terhadap perkembangannya di Kuala Tungkal Kabupaten Tanjung Jabung Barat ini.

supervisor mengungkapkan kepada peneliti “problematika kami yang utama yaitu di Kuala Tungkal ini minimarket sudah mulai banyak, toko-toko besar juga sudah mulai rame jadi tuntutan bersaing itu bisa dikatakan cukup tinggi. Kalau tidak mampu bersaing dikhawatirkan kita bisa gulung tikar”.

Tingginya angka persaingan didunia wirausaha perlu menjadi pertimbangan dalam pengambilan kebijakan, karena setiap keputusan yang diambil akan member dampak baik itu dampak yang bersifat positif maupun dampak yang sifatnya negatif. Terlebih kini banyaknya minimarket-minimarket yang ada di Kuala Tungkal yang tentunya membawa suasana baru bagi masyarakat serta membawa penawaran baru bagi pembeli, hal inilah yang menjadi salah satu faktor penghambat minimarket indomaret kuala tungkal dalam meningkatkan citra positif di

¹²*Ibid*, hlm, 155

Kuala Tungkal. Karena setiap minimarket yang ada di kuala tungkal khususnya ini tentu memiliki strategi dan tehnik masing-masing dalam mencapai misinya yaitu meningkatkan jumlah pelanggan.

2. Kelengkapan produk

Sebagaimana yang kita ketahui tujuan konsumen datang ke sebuah pusat perbelanjaan adalah untuk mencari kebutuhan sehari-hari mereka, maka yang harus dipenuhi oleh sebuah pusat perbelanjaan adalah menyediakan segala macam keperluan tersebut agar konsumen yang datang tidak kecewa. Begitu juga dengan minimarket Indomaret kuala tungkal sebagai salah satu pusat perbelanjaan yang ada di kota kuala tungkal ini, untuk meningkatkan citra positif dimasyarakat serta sebagai upaya dalam bersaing dengan minimarket lainnya maka tuntutan yang utama adalah tersedianya produk-produk yang menjadi kebutuhan masyarakat pada umum.

Selain itu harga juga merupakan faktor utama pengambilan keputusan konsumen dalam memilih lokasi perbelanjaan, diskon ataupun potongan harga yang ditawarkan kerap menjadi alasan mereka memilih sebuah lokasi, maka selain ketersediaan barang-barang adanya harga yang terjangkau dan relatif murah hendaknya juga perlu menjadi pertimbangan. Sebagaimana keterangan salah satu konsumen yang ditemui di minimarket indomaret kuala tungkal, ia mengatakan:

“Pelayanan di minimarket indomaret kuala tungkal ini lumayan bagus kalau menurut saya, Cuma disini belum begitu lengkap karena ada beberapa barang yang tidak saya temui disini peralatan UAN yang lengkap 1 tempat itu tidak ada, terus buku isi 100 juga tidak ada. Jadi paling nanti cari di potocopian”.

Jika kita simpulkan dari keterangan di atas maka dapat kita tarik kesimpulan bahwa di Indomaret Kuala Tungkal ini belum memiliki ATK yang lengkap, maka kekurangan ini sebenarnya adalah bahan evaluasi bagi pengurus minimarket Asean Kuala Tungkal agar bisa dilengkapi. Karena kekurangan ketersediaan barang dapat menjadi pemicu kurangnya minat pelanggan terhadap minimarket asean kuala tungkal.

Dengan adanya evaluasi terhadap kinerja serta sarana prasarana diharapkan mampu menjadi faktor pendorong dalam upaya mengatasi adanya hambatan strategi komunikasi minimarket indomaret Kuala Tungkal dalam meningkatkan pelanggan terhadap minimarket indomaret Kuala Tungkal, maka menyikapi hal tersebut pengurus minimarket indomaret Kuala Tungkal menyerahkan tugas ini kepada leader dan kepala gudang untuk melaksanakan evaluasi terhadap ketersediaan barang yang ada di minimarket indomaret Kuala Tungkal. hal ini diungkapkan langsung oleh Supervisor saat diwawancarai di minimarket Indomaret Kuala Tungkal kemarin, beliau mengatakan:

“Evaluasi dilakukan untuk memonitor juga terhadap kinerja karyawan ini melalui sisi tv setiap harinya, Cuma kalau masalah chaking barang sudah kita serahkan ke bagian gudang. Kita kan Cuma 1 orang kepala gudang yang masing-masing memiliki tugas menjaga keamanan, ketersediaan barang di masing-masing gudang. Kalau ada barang yang habis mereka harus lapor atau ada barang yang hampir habis biar tidak putus. Cuma kalau masalah tidak lengkapnya barang yang kami sediakan sebenarnya itu Cuma masalah tehnis aja.

Hambatan seperti ini tidak akan diketahui jika tidak ada evaluasi berbentuk observasi partisipan, karena hanya dengan berpartisipasi langsung dalam praktek jual beli yang terjadilah maka kendala ini bisa diketahui. Dengan adanya penelitian yang dilakukan penulis terhadap Minimarket Indomaret Kuala Tungkal ini diharapkan dapat menjadi refrensi pengurus dalam meningkatkan minat pelanggannya terhadap minimarket Indomaret kuala tungkal.

Pendekatan hubungan antarmanusia berkembang sebagai reaksi terhadap perhatian eksklusif faktor fisik dalam mengukur keberhasilan organisasi, salah satu asumsi dasar dari pendekatan keberhasilan dari pendekatan hubungan antarmanusia adalah kenaikan kepuasan kerja akan menaikkan produktifitas. Seorang karyawan yang bahagia adalah karyawan

yang produktif, oleh karena itu fungsi manajemen adalah menjaga agar karyawan terus merasa puas.¹³

Untuk itu komunikasi merupakan sebuah unsur dalam membangun citra positif sebuah perusahaan baik itu dengan upaya perencanaan strategi maupun upaya yang dilakukan dalam bentuk praktis dalam pengamatan pada sebuah organisasi. Maka dari itu pesan yang disampaikan harus benar-benar sampai dan menjadi tolak ukur pada setiap proses aktivitas yang tidak terlepas dari sebuah komunikasi.

Adapun Unsur-unsur Komunikasi yaitu :

- a) Komunikator, komunikator merupakan pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan dalam proses komunikasi
- b) Pesan atau informasi
- c) Sarana Komunikasi atau *Receiver*
- d) Umpan Balik atau *Feedback*
- e) Dampak atau Efek.¹⁴

Pendekatan hubungan antarmanusia sangat menghargai pemimpin demokratis, pemimpin ini mendorong anggotanya untuk berpartisipasi dalam menjalankan organisasi dengan memberikan saran-saran, umpan balik, dan menyelesaikan masalah dan keluhan mereka sendiri. Semua anggota organisasi harus berpartisipasi dalam pembuatan keputusan, yang pada akhirnya mempengaruhi mereka. Komunikasi merupakan salah satu alat penting manajemen dalam usaha mencapai hasil tersebut, pendekatan antar manusia, mengakui pentingnya kelompok sosial, informasi di dalam organisasi dan memberikan pertimbangan khusus kepada komunikasi antar pribadi didalam sub kelompok organisasi itu.¹⁵

Jadi pesan adalah suatu materi yang disampaikan kepada orang lain dalam bentuk gagasan baik verbal maupun nonverbal, untuk menyatakan

¹³Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cetakan ke 4, (Jakarta: PT Grasindo Anggota Ikapi, 2008), hlm, 56

¹⁴Wiryanto, *Op-Cit*, hlm.6.

¹⁵*Ibid*, hlm, 57

maksud tertentu sesuai dengan kebutuhan orang lain berkenaan dengan manfaat dan kebutuhannya.¹⁶

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Minimarket Indomaret dalam meningkatkan citra positif di Kuala Tungkal, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

- a. Menyediakan Pelayanan Jasa.
- b. Program Indomaret Berbagi
- c. Program Bulanan
- d. Program peringatan HUT RI setiap tahun

Adapun upaya dan hambatan strategi komunikasi pemasaran Indomaret dalam meningkatkan citra positif dimasyarakat yaitu:

- a. Mengadakan Event.
- b. Personil yang menarik
- c. Kebersihan Lingkungan

Hambatan dalam strategi komunikasi pemasaran Indomaret dalam meningkatkan citra positif dimasyarakat yaitu:

- a. Banyaknya minimarket di kuala tungkal.
- b. Kelengkapan Produk.

¹⁶*Ibid*, hlm. 225

DAFTAR PUSTAKA

- Wiryanto, 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cetakan ke 4, (Jakarta: PT Grasindo Anggota Ikapi.
- Departemen Agama RI, 2016. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung :, Refika Aditama
- Rachmat Kriyantono, 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi* Jakarta: Kencana,
- Sugiono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Bandung: Alfabeta,
- Samsul Munir Amin, 2008. “*Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islami*” , cetakan ke 1, (Jakarta : Amzah,
- M.K. Abdullah, 2015. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Terbaru*” Cetakan Ke1, (Jakarta: Sandoro Jaya,
- John Fiske, 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, cetakan ke 4, (Depok: PT Raja Grafindo Persada,