# PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK SABUN PT. UNILEVER INDONESIA TBK DI INDOMARET JL. RAJA INAL BATUNADUA KOTA PADANGSIDIMPUAN

**Oleh :**

Nursaida Siregar S. Pd, nursaidahsrg71@gmail.com
Dr. Samakmur, M.M, samakmur17@gmail.com
Armansyah Lubis, S.E.,M.M, armansyahlubis80@gmail.com
Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas IPS dan Bahasa, IPTS

***Abstract***

*The objectives of the research are to know the effect of Excellent Service to Increase Sales of Soap Products at PT. Unilever Indonesia Tbk at Indomaret Jl. Raja Inal Batunaduna Padangsidimpuan. The population in this study were all of consutumers of IndomaretatJl. Raja Inal Batunadua Padangsidimpuan, and the total sample size is 40 people with the sampling technique using incidental sampling. The results showed: the average value (mean) 3.21 for variable X, namely Excellent Service. For the variable Y, namely the Increase in Product Sales, the average value is 2.89. So that, it can be concluded based on the results of the SPSS 20 ANOVA table, it is known that the significances test of the regression line equation obtained a calculated F value of 19.297 with a significant value of 0.000 <0.005 that Ha is accepted and H0 is rejected, which means that there is a significant influence between Excellent Service on Increased Sales of Soap Products. PT. Unilever Indonesia Tbk At Indomaret Jl. Raja Inal Batunadua Padangsidimpuan.*

***Keywords: Excellent Service, Increased Product Sales, Indomaret***

## A. PENDAHULUAN

Suatu usaha atau bisnis sudah sangat erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari. Menurut wikipedia, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang dan jasa kepada bisnis lainnya atau kepada konsumen agar organisasi maupun perusahaan tersebut memperoleh laba. Di dalam suatu bisnis tentulah diperlukan tenaga penjualan atau penjualan *marketing* pemasaran yang baik, hal ini berguna untuk mengembangkan sebuah bisnis agar bisnis tersebut dapat bertahan untuk jangka waktu yang panjang.

Setiap bisnis juga harus terus melakukan inovasi dan memperhatikan kebutuhan maupun keinginan dari konsumen yang terus mengalami perubahan. Sebuah perusahaan atau bisnis yang dapat membaca peluang yang ada dan menggunakan strategi yang tepat di dalam memasarkan produknya, memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk menarik minat konsumen. Sehingga konsumen baik secara sadar maupun tidak sadar akan memutuskan melakukan pembelian produk secara terus menerus pada perusahaan tersebut.

Strategi pemasaran yang efektif salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan perusahaan, hal ini tentunya akan lebih baik bila perusahaan dapat meningkatkan penjualan dari tahun ke tahun sesuai dengan kuantitas/kualitas produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan. Maka berdasarkan hal tersebut pihak manajemen seharusnya membuat suatu strategi yang mampu memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada untuk meningkatkan volume penjualan.

Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Pengukuran penjualan digunakan sebagai sarana manajemen untuk menganalisis dan mendorong efisiensi, maka tingkat penjualan akan memberikan pengaruh yang besar bagi perusahaan.

Tujuannya agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk sejenis, maka manajemen perusahaan harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik. Disisi lain supaya konsumen atau pelanggan yang

ada tidak beralih kepada perusahaan lain. Dan untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan mengolah strategi pemasaran dengan baik dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Produk yang dijual dari suatu perusahaan bermacam-macam dan di produksi oleh berbagai usaha, salah satunya adalah perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk. Sabun Lifebuoy adalah salah satu merek tertua dari PT. Unilever Indonesia, Tbk, suatu merek yang benar-benar mendunia sebelum istilah merek global diciptakan. Sabun Lifebuoy diluncurkan pada tahun 1933 sebagai suatu produk baru yang terjangkau di Inggris, untuk mendukung orang mendapatkan kebersihan diri yang lebih baik. Setelah diluncurkan, sabun mandi Lifebuoy menjangkau negara-negara seperti India dan Indonesia, dan produk sabun ini masih merupakan merek terkemuka di pasaran.

PT. Unilever Indonesia memanfaatkan kekuatan merek sabun mandi padat Lifebuoy dengan mengekstensifikasi ke sabun mandi cair Lifebuoy. Produk hasil produksi dari PT. Unilever Indonesia, Tbk banyak dipasarkan diberbagai perusahaan salah satunya pada PT. Indomarco Prismatama atau lebih dikenal dengan PT. Indomaret. Dan pada pembahasan ini peneliti merencanakan penelitian di Indomaret yang terletak di Jln. Raja Inal Batunadua Kota Padangsidimpuan Provinsi Sumatera Utara. Dari pengamatan observasi awal peneliti tepatnya pada perusahaan Indomaret yang terletak di Jln. Raja Inal Batunadua Kota Padangsidimpuan bahwa produk sabun merk Lifebouy, Lux, dan Dettol PT. Unilever Indonesia Tbk dalam penjualan masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan target yang di tetapkan perusahaan, informasi ini peneliti dapatkan berdasarkan wawancara awal dengan salah satu karyawan yang bekerja di Indomaret tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk membuat kajian penelitian dengan judul **"Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Sabun PT. Unilever Indonesia Tbk Di Indomaret Jl. Raja Inal Batunadua Kota Padangsidimpuan."**

## 1. Hakikat Peningkatan Penjualan Produk

Penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Perusahaan dalam menghasilkan barang/jasa, mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang/jasa tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan.

Menurut Herlambang (Hidayat dan Azmi, 2016:40) "Penjualan merupakan total barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu". Arifin (2005:4) menyatakan bahwa "Penjualan merupakan kunc kelangsungan hidup sebuah perusahaan apapun usahanya". Sedangkan menurut Basu Swastha (2010:63), "Penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain".

Selanjutnya Marwan (Tumbel, 2015:256) mengemukakan bahwa "Penjualan merupakan suatu usaha yang terpadu utuk mengembangkan rencana–rencana strategi yang diarahkan pada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba".

Berdasarkan pendapat tersebut diatas peneliti menyimpulkan penjualan adalah suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan secara kontinue untuk menjual produk lebih banyak lagi sesuai target perusahaan.

## 2. Hakikat Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah (*excellent service)* pelayanan prima yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan seseorang. Menurut Barata, (2014:4), "Pelayanan prima adalah kepedulian

kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya". Menurut Daryanto (2014:109) menyatakan bahwa "Pelayanan prima adalah pelayanan yang diberikan kepada masyarakat/ penggunan jasa (*customer)* pelanggan minimal sesuai dengan standar sehingga orang yang dilayani merasa puas, gembira, atau senang".

Sedangkan menurut Maddy (2009:8), "Pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas". Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan/masyarakat. Selanjutnya menurut Rahmayanty (2013:18), "Layanan prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisiten dan akurat."

Berdasarkan pendapat para ahli di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa pelayanan prima yaitu melakukan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggan.

## B. METODE PENELITIAN

Yang menjadi objek penelitian adalah Konsumen Indomaret Jl. Raja Inal Batunadua Kota Padangsidimpuan Dan Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Tujuan Penelitian untuk mengetahui pengaruh antara ke dua variabel. Sedangkan Populasi dalam penelitian yang diangkat peneliti adalah Seluruh Konsumen Indomaret Jl. Raja Inal Batunadua Kota Padangsidimpuan. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *sampling insidental. Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Adapun jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 40 konsumen.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Deskripsi Data Pelayanan Prima di Indomaret Di JL. Raja Inal Batunadua Kota Padangsidimpuan

Dari hasil pengumpulan data penelitian variabel X (pelayanan prima) diukur dengan menggunakan angket yang dibagikan kepada responden sebanyak 40 orang. Berdasarkan hasil *output* diatas, maka diperoleh nilai rata-rata *(mean) untuk variabel X (*pelayanan prima) dengan nilai 3,21, apabila dikonsultasikan pada klasifikasi penilaian Nilai Skor dan Kategori pada bab 3.2 berada pada posisi cukup, artinya pelayanan prima belum maksimal diterapkan di Indomaret Jl. Raja Inal Batunadua Kota Padangsidimuan dan masih perlu ditingkatkan dan nilai rata-rata *(mean) untuk variabel Y* (Peningkatan Penjualan) dengan nilai 2,89 apabila dikonsultasikan pada klasifikasi penilaian Nilai Skor dan Kategori pada bab 3.2 berada pada posisi cukup, artinya peningkatan penjualan di Indomaret Jl. Raja Inal Batunadua Kota Padangsidimpuan belum maksimal dan masih perlu ditingkatkan.

### 2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis untuk menjawab rumusan masalah nomor 3 (tiga). Sebelum dilakukan pengujian seberapa besar Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Sabun di Indomaret Jalan Raja Inal Batunadua Kota Padangsidimpuan, maka ada beberapa tahap pelaksanaan pengujian apakah hipotesis dalam penelitian ini diterima atau ditolak.

**Tabel 4.43**
**Uji Hipotesis (Uji F)**
**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 1571,804 | 1 | 1571,804 | 19,297 | ,000[b] |
| | Residual | 3095,171 | 38 | 81,452 | | |
| | Total | 4666,975 | 39 | | | |

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X
Sumber : Data Olahan SPSS V20

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.43 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai uji F sebesar 19,297 dan signifikan 0,000 (lebih kecil dari 0,005), artinya Ha diterima dan Ho ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan, bahwa terdapat Pengaruh yang signifikan antara Pelayanan Prima Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Sabun PT. Unilever Indonesia Tbk Di Indomaret Jl. Raja Inal Batunadua Kota Padangsidimpuan.

**Tabel 4.44**
**Uji t**
**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2,959 | 12,605 | | ,235 | ,816 |
| | X | ,857 | ,195 | ,580 | 4,393 | ,000 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan SPSS V20

Berdasarkan hasil perhitungan *outputs* SPSS Versi 20 pada tabel untuk pengujian hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung}$ = 4,393 sedangkan $t_{tabel}$ = 2,0243 dengan nilai sig = 0,000 pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% = 0,05. Dengan demikian maka dapat diketahui bahwa nilai sig. lebih kecil dari $\alpha$ = 0,05 (0,000<0,005). Artinya Terdapat pengaruh yang signifikan antara Pelayanan Prima Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Sabun PT. Unilever Indonesia Tbk Di Indomaret Jl. Raja Inal Batunadua Kota Padangsidimpuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis $H_a$ diterima dan $H_o$ ditolak dan hipotesis dapat diterima dan disetujui kebenarannya.

Pengujian koefesien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan pengolahan data dengan bantuan program SPSS Versi 20 didapatkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.45**
**Uji Koefisien Determinasi**
**Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ,580[a] | ,337 | ,319 | 9,025 |

a. Predictors: (Constant), X

Sumber : Data Olahan SPSS V20

Berdasarkan hasil pengujian seperti disajikan pada tabel 4.44 diatas, dapat dilihat Koefisien Determinasi R Square sebesar 0,337. Hasil ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel X (pelayanan prima) dapat memberikan sumbangan pengaruh terhadap variabel Y (peningkatan penjualan) sebesar 33,7% dan sisanya sebesar 66,3% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data yang diperoleh melalui uji regresi linier sederahana dengan bantuan program SPSS versi 20, tentang kajian penelitian Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Peningkatan Penjualan Produk di Indomaret Di JL. Raja Inal Batunadua Kota Padangsidimpuan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran Variabel X (Pelayanan Prima)dengan nilai rata-rata *(mean)* sebesar 3,21, apabila dikonsultasikan pada klasifikasi penilaian. Nilai Skor dan Kategori pada bab 3.2 berada pada posisi cuku p, artinya pelayanan prima yang diterapkan di Indomaret Jl. Raja Inal Batunadua Kota Padangsidimpuan dan masih perlu ditingkatkan.
2. Gambaran *variabel Y* (Peningkatan Penjualan) berdasarkan hasil *output* Ukuran Pemusatan Data Pada Tabel 4.2 diperoleh nilai rata-rata *(mean)* dengan nilai 2,89 apabila dikonsultasikan pada klasifikasi penilaian Nilai Skor dan Kategoripada bab 3.2 berada pada posisi cukup, artinya peningkatan penjualan di Indomaret Jl. Raja Inal Batunadua Kota

Padangsidimpuan belum maksimal dan masih perlu ditingkatkan.

3. Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.43 bahwa nilai uji F sebesar 19,297dan signifikan 0,000 (lebih kecil dari 0,005), artinya Ha diterima dan Ho ditolak, dengan demikiandapat disimpulkanbahwa terdapat Pengaruh yang signifikan antara Pelayanan Prima Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Sabun PT. Unilever Indonesia Tbk Di Indomaret Jl. Raja Inal Batunadua Kota Padangsidimpuan. Hasil ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel X (pelayanan prima) dapat memberikan sumbangan pengaruh terhadap variabel Y (peningkatan penjualan) sebesar 33,7% dan sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien pada tabel 3.3 berada pada kategori sangat kuat.

**B. Implikasi Hasil Penelitian**

Hasil penelitian ini sebagai masukan dalam pemberian pelayanan yang maksimal kepada konsumen di Indomaret dan masukan dalam starategi manajemen perusahaan khususnya dalam peningkatan penjualan Produk Sabun PT.Unilever Indonesia Tbk Di Indomaret Jl. Raja Inal Batunadua Kota Padangsidimpuan.

**C. Saran**

Ada beberapa hal yang penulis sarankan antara lain::

a. Sebagai masukan bagi pimpinan Toko Indomaret dalam meningkatkan hasil penjualan produk di Indomaret.
b. Sebagai masukan kepada karyawan untuk menerapkan pelayanan prima di Indomaret.
c. Bagi para peneliti dan rekan-rekan mahasiswa, bahwa hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian sejenis lainnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

Anoraga. 2009. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.

Arifin. 2005. *Seni Menjual.* Yogykarta: Cv. Andi Offset.

Barata, 2014, *Manajemen Pemasaran, Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Edisi Kedua, Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.

Basu, Swastha.2010. *Manajemen Pemasaran Analisa dan Perilaku Konsumen.* Yogyakarta:BPFF UGM.

Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.

Hasan, Ali. 2014. *Marketing Dan Kasus Kasus Pilihan*. Jakarta:CAPS.

Kotler. 2010. *Prinsip Prinsip Pemasaran.* Edisi 12, Jilid 1dan 2. Jakarta: Erlangga.

Kurnia. 2017. *Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan* Industri *Kerajinan Tikar Mendong Mekar Putra Tasikmalaya.* Jurnal J- Ensitec. Vol.04. No. 01.

Maddy, Khairul. 2009. Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima. Jakarta: Chama Digit.

Parasuraman. 2005. *Problem and Strategies in Services Marketing*. Jurnal of Marketing Vol. 49. Spring.

Rahmayanty.2010. Manajemen Pelayanan Prima. Yogyakarta: Graha Ilmu.

_____. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima Mencegah Pembelotan dan Membangun Costomer Loyality*. Jakarta: Graha Ilmu.

Setyobudi, Ismanto, Daryanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima.* Yogyakart: Gava Media.