

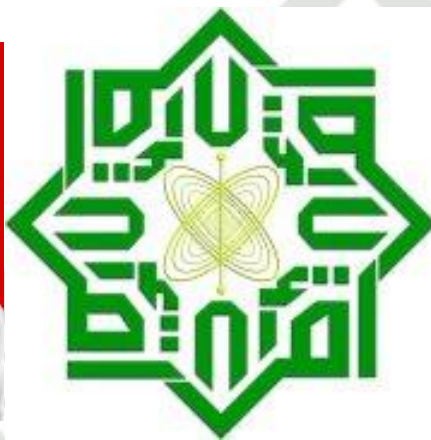


UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN SUSKA RIAU



**OLEH:**  
**DESMALIZA**  
**NIM : 01770223400**

**UIN SUSKA RIAU**

**PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PERUSAHAAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**PEKANBARU**

**2020**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**LEMBAR PERSETUJUAN  
TUGAS AKHIR**

**NAMA : DESMALIZA**  
**NIM : 01770223400**  
**JURUSAN : D-3 MANAJEMENPERUSAHAAN**  
**JUDUL : STRATEGI PENJUALAN PRODUK SEPATU NORTH  
STAR DI TOKO BATA MTC GIANT PANAM  
PEKANBARU**

Disetujui Oleh  
**Pembimbing**

**Sehani, SE, MM**

**NIP. 19741211 200710 2 004**

MENGETAHUI

Dekan  
Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial

Ketua Jurusan  
D-III Manajemen Perusahaan



**Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag. MM**  
**NIP. 196205121989031003**

**Qomariah Lahamid, SE, MSi**  
**NIP. 19750704 200710 2 001**



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


## LEMBAR PENGESAHAN

### TUGAS AKHIR

**NAMA** : DESMALIZA  
**NIM** : 01770223400  
**JURUSAN** : D-3 MANAJEMENPERUSAHAAN  
**JUDUL** : STRATEGI PENJUALAN PRODUK SEPATU  
NORTH STAR DI TOKO BATA MTC GIANT  
PANAM PEKANBARU  
**HARI/TANGGAL** : SENIN, 30 NOVEMBER 2020

Panitia Penguji

Ketua

  
FAKHRURROZI, SE. MM  
NIP.196707252000031002

Anggota Mengetahui

Penguji I



RIKIHANRIMALAU, SE. MM  
NIP.197101242007011020

Penguji II



MERISANDORA, SE. MM  
NIP. 197905052007102001

UIN SUSKA RIAU



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setinggi puji sedalam syukur, penulis ucapkan kehadiran Allah SWT hingga pada saat ini penulis masih diberikan nikmat berupa Islam, Iman, kehidupan, kesehatan, motivasi untuk berpikir, berkat rahmat dan kasih sayangnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Strategi Penjualan Produk Sepatu North Star Di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru”**.

Shalawat dan salam senantiasa tercurah seorang revolusioner sejati peradaban manusia, junjungan alam Rasulullah Muhammad SAW yang telah berjuang keras demi tegaknya Izzul Islam Wal Muslimin dijagat raya ini.

Tugas akhir ini merupakan untuk membuktikan kebenaran antara intelektualitas kampus dengan realita kehidupan sesungguhnya yang dihiasi dengan faktualisasi kepentingan individu, kelompok kepentingan dan dibungkus dengan kamufase sistematis.

Dalam usaha untuk menyelesaikan tugas akhir ini penulis telah banyak diberi bantuan baik berupa waktu, tenaga, kritik, saran dan kerjasama, diskusi dari pihak-pihak yang berkompeten dan berdedikasi demi kesempurnaan penulisan sebuah karya ilmiah yang dimuat dalam sebuah skripsi. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berpartisipasi kepada penulis terutama kepada :

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Kepada Ayahanda terkasih Jarkasih dan Ibunda Nuraini tercinta yang telah memberikan kasih sayangnya, telah banyak pengorbanan yang telah dicurahkan kepada penulis, sejak dalam kandungan hingga sekarang ini rasa cinta mereka kepada anak-anaknya tidak pernah luntur. Hanya Allah SWT yang akan membalas kebaikan ayahanda dan ibunda yang tercinta. Dan tak lupa juga untuk orang tua saya tercinta Siti Khalijah selaku tante tercinta sehingga penulis yang senantiasa menjadi inpirasiku dalam hidupku, semoga selalu dalam keadaan sehat walafiat, serta dalam lindungan Allah SWT.
2. .Bapak Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag, MM sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau
3. Ibu Qomariah Lahamid, SE, M.Si dan Ibu Abdiana Ilosa. Sap, MPA sebagai Ketua dan Wakil Jurusan Diploma 3 Manajemen Perusahaan
4. Ibu Sehani, SE, MM selaku pembimbing yang bersedia membimbing penulis hingga sampai selesai serta memberikan motivasi dan wawasan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak / Ibu Dosen khususnya Jurusan Manajemen Perusahaan di UIN SUSKA RIAU yang telah membekali penulis dengan beberapa disiplin ilmu yang berguna.
6. Terima kasih kepada Perusahaan Bata MTC Giant Panam Pekanbaru selaku tempat penulis meneliti membantu dalam penulisan tugas akhir ini di waktu yang tepat.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Semoga apa yang telah kalian sumbangkan terhadap penulis dapat menjadi amal ibadah kalian semua dan mendapatkan ridho disisi Allah SWT.

7. Terimakasih kepada semua rekan-rekan sahabat-sabahat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam penulisan tugas akhir ini di waktu yang tepat.

Semoga apa yang telah kalian sumbangkan terhadap penulis dapat menjadi amal ibadah kalian semua dan mendapatkan ridha disisi Allah swt. Amin...

Pekanbaru 2020

Penyusun

**DESMALIZA**  
**NIM : 01770223400**

UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat .....	5
1.4 Metode Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penuisan Laporan .....	8
<b>BAB II SEJARAH PERUSAHAAN</b>	
2.1. Sejarah Umum Perusahaan .....	10
2.2. Struktur Organisasi .....	12
2.3. Uraian Tugas (Job Description) Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru .....	12
2.4. Visi dan Misi .....	13
<b>BAB III TINJAUAN TEORI DAN PRAKTEK</b>	
3.1. Tinjauan teori .....	14
3.1.1. Pemasaran.....	14
3.1.2. Bauran Pemasaran .....	15
3.1.3. Pengertian Strategi .....	21
3.1.4. Macam-Macam Strategi .....	21
3.1.5. Pengertian Penjualan .....	23
3.1.6. Jenis-jenis Penjualan .....	24
3.1.7. Strategi Penjualan.....	25
3.1.8. Karakteria Tenaga Penjualan .....	26
3.1.9. Strategi-Strategi Penjualan.....	27
3.1.10. Pengertian Produk .....	28



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.1.11. Tingkatan Produk .....	29
3.1.12. Klafikasi Produk.....	29
3.1.13. Krateristik Produk .....	32
3.1.14. Kualitas Ptoduk .....	33
3.1.15. Jenis-Jenis Produk .....	33
3.1.16. Perencanaan Produk .....	33
3.1.17. Pandangan Islam Terhadap Pembelian.....	35
3.2. Tinjauan praktek.....	35
3.2.1 Jenis-Jenis Produk Sepatu Di Toko Bata MTC giant Panam Pekanbaru .....	35
3.2.2 Strategi Produk Di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru .....	36
3.2.3 Strategi Harga Di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru .....	41
3.2.4 Strategi promosi .....	42
3.2.5 Kendala yang dihadapi dalam penjualan produk sepatu north star .....	43
3.2.6 Solusi yang dihadapi dalam penjualan produk sepatu north star di toko bata MTC giant panam pekanbaru .....	44
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
4.1. Kesimpulan .....	45
4.2. Saran.....	46

**DAFTAR PUSTAKA  
DOKUMENTASI**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Sepatu North Star .....	5
Tabel 3.2 Jenis-Jenis Sepatu Di Toko Bata MTC .....	36



UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi.....	12
-------------------------------------	----



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman di Indonesia, maka kebutuhan manusia cenderung pula berkembang. Semua kegiatan atau aktivitas manusia tidak lepas dari usaha memenuhi kebutuhannya, terutama kebutuhan yang bersifat dasar. Kebutuhan dasar adalah kebutan pokok yang harus dipenuhi manusia untuk menjamin kelangsungan hidupnya, dimana salah satu dari kebutuhan pokok tersebut adalah kebutuhan akan sandang yang berupa pakaian seperti sepatu sebagai unsur penting yang tidak lepas dari kehidupan sehari-hari manusia.

Dengan adanya kebutuhan manusia yang bermacam-macam dengan keinginan yang berbeda-beda maka peranan pemasaran menjadi sangat penting bagi perusahaan dalam usaha memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut. Dengan kemajuan pola hidup masyarakat maka permintaan barang-barang semakin bervariasi, yang didukung pula oleh kemajuan teknologi yang makin pesat. Perkembangan penjualan sepatu di Indonesia yang semakin berkembang disebabkan oleh berbagai hal, diantaranya perkembangan mode yang terus menerus berubah. Hal ini menyebabkan tingkat konsumsi sepatu di Indonesia semakin tinggi dalam menghadapi situasi pasar yang demikian, setiap perusahaan harus memikirkan suatu upaya untuk dapat mempertahankan keberadaannya. Usaha yang dapat dilakukan perusahaan dalam mengatasi persaingan tersebut adalah dengan mengadakan peningkatan produk perusahaan terhadap peningkatan produk tersebut dapat memenuhi harapan konsumen akan peruduk



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang dihasilkan dan jika konsumen merasa puas maka penjualan bisa meningkat dan tujuan penjualan dapat tercapai. Para pengusaha akan terus berlomba meningkatkan penjualan produnya untu dapat menawarkan suatu produk yang inovatif, berkualitas dan memberikan nilai lebih bagi konsumen Begitupun dengan sector industry alas kaki untuk memenuhi kebutuhan alas kaki.

Sepatu merupakan salah satu perlengkapan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam berbagai macam hal, baik untuk kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan resmi seperti untuk bekerja, pegi kepesta, hingga hal lain yang dibutuhkan untuk berpenampilan rapi. Sepatu merupakan salah satu komonitas dalam negri yang paling siap bersaing di pasar bebas yang semakin ketat. Pesrsaingan industri seperti dijelaskan sebelumnya menunjukkan cukup ketat hal ini disebabkan oleh banyaknya produk sepatu impor yang memasuki pasar, terutama cina yang menawarkan produk dengan harga lebih murah.

Belakangan ini gaya hidup sehat menjadi tren didalam kehidupan sehari-hari, oleh karena itu sepatu menjadi semakin eksis. Dengan begitu maka produk sepatu dapat bersaing dipasaran, sehingga menjadikan konsumen menjadi banyak alternative pilihan produk yang ditawarkan dan sangat memperhatikan kualitas produk yang cacat maupun rusak akan diganti. Tujuan yaitu agar konsumen lebih tertarik untuk melakukan pembelian terhadap produk yang dijual oleh perusahaan, produk yang berbeda serta memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan dengan produk yang dibuat oleh perusahaan lain sehingga penjualan perusahaan akan meningkat. Peningkatan produk yang dilakukan tidak semata-mata harus menciptakan produk yang benar-benar baru, melainkan dapat juga dengan





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memodifikasi produk yang sudah ada, melakukan peningkatan produk yang dilakukan akan mendorong tingkat perkembangan penjualan perusahaan karena dengan penjualan yang menguntungkan, perusahaan akan dapat melangsungkan kehidupannya.

Perkembangan usaha di era globalisasi semakin meningkat hal ini mengakibatkan persaingan semakin banyak dan ketat. Berbagai dunia usaha juga bermunculan dalam menghadapi persaingan. Berbagai macam produk yang ditawarkan sekarang dipasaran saat ini, sepatu menjadi salah satu usaha yang tidak pernah mengalami kelesuan, peningkatan usaha sepatu membuat persaingan yang terjadi semakin tinggi. Sebagai akibatnya sekarang banyak bermunculan berbagai merek-merek sepatu lokal maupun dari luar.

Begian merek sepatu dengan kualitas masing-masing saling berlomba-lomba agar dipilih konsumen dari sekian merek yang dipersiapkan secara berbeda-beda. Peranan merek bukan lagi sekedar nama ataupun pembeda merek pesaing. Pesaing yang semakin meningkat membuat usaha sepatu ini mempunyai banyak pesaing sehingga setiap perusahaan harus berlomba-lomba agar produknya bisa dipilih oleh konsumen. Selain itu sekarang banyak sekali merek-merek sepatu yang sudah unggul dan dikenal oleh masyarakat. Kondisi ini mengharuskan perusahaan-perusahaan melakukan perbaikan agar produknya bisa unggul.

Salah satu pendukung penampilan setiap orang agar lebih sempurna adalah sepatu yang selalu dibutuhkan dan digunakan oleh semua orang dari mulai bayi yang baru lahir hingga kakek nenek yang sudah berumur membutuhkan sepatu. Memilih sepatu yang baik dan aman merupakan perlengkapan penampilan yang



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perus berkembang layaknya perkembangan model busana. Fungsi tidak hanya sebatas alas kaki, maka tak heran jika model dan jenis sepatunselalu berkembang dan semakin bervariasi. Hai ini dilakukan dengan cara menonjol kan produk yang berkualitas tinggi, serta memiliki keunikan jika dibandingkan dengan produk lain. Faktor harga harus benar-benar dipertimbangkan secara matang karena berpengaruh dalam meraih banyaknya konsumen.

Menurut **Rangkuti (2009:207)** selain itu dengan menggunakan merek ternama juga dapat menunjang penjualan mereka dipasaran. Perusahaan sepatu telah mampu memasarkan produknya sehingga daerah lain harga yang relative murah menjadi daya tarik bagi konsumen. Selain itu kualitas yang tidak kalah bagus dengan merek-merek terkenal membuat pasaran sepatu menjadi semakin laris, tetapi perusahaan perlu memperhatikan pembelian yang dilakukan oleh konsumen agar perusahaan dapat menggunakan strategi penjualan yang tepat untuk mendorong terjsadinya pembelian. Situasi pasar yang semakin kompleks, persaingan yang semakin tinggi menyebabkan konsumen semakin selektif dalam memilih produk. Konsumen akan memberikan nilai lebih terhadap produk melalui kesan pertama yang diberikan bata melalui produk tersebut, maka perusahaan akan meningkatkan inovasi-inovasi terbaru dan baiknya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap merek tersebut.

Peneliti memilih seaptu bata karena bergerak dalam industri penjualan retail alas kaki. Perusahaan ini memasarkan alas kaki yang terdiri atas sepatu kulit,sandal,sepatu north star, sepatu santai,sepatu olahraga dll. Produk yang dipasarkan dengan merek seperti bata,yang merupakan merek utamanya; North

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

star. Perusahaan ini tersedia di berbagai kota di Indonesia. Peneliti memilih objek penelitian di Giant Panam Pekanbaru karena sebagian besar masyarakat Pekanbaru tertarik memiliki produk sepatu North Star di toko bata MTC Giant Panam Pekanbaru.

**Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Sepatu North Star**

No	Tahun	Pasang Sepatu	Total Penjualan
1	2015	809	Rp 121.269.100
2	2016	1.094	Rp 168.690.600
3	2017	1.303	Rp 210.469.700
4	2018	1.381	Rp 226.061.900
5	2019	804	Rp 126.318.800

Sumber : Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru 2020

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Penjualan Produk Sepatu North Star Di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru”**.

**1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu

1. Bagaimana Strategi Penjualan Produk Sepatu North Star Di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru
2. Kendala-kendala yang dihadapi dalam penjualan produk Sepatu North Star Di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru

**1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan laporan ini adalah untuk mengetahui

## Strategi Penjualan Produk Sepatu North Star Di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru.

### 2. Manfaat penulisan

Adapun manfaat dari penulisan laporan ini adalah:

#### a. Manfaat bagi penulis

Adapun manfaat dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti adalah menambah ilmu dan pengetahuan tentang strategi penjualan produk sepatu serta informasi yang digunakan dalam penulisan penelitian ini.

#### b. Manfaat bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat demi kemajuan perusahaan tersebut dimasa yang akan datang.

#### c. Manfaat bagi akademik

Adapun manfaat penelitian ini sebagai menambah informasi, data bagi fakultas, khususnya perpustakaan referensi mahasiswa yang memerlukan.

#### d. Bagi peneliti selanjutnya

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai informasi dan bahan referensi bagi penulis selanjutnya dengan bahan yang sama.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1.4 Metode Penelitian

### 1. Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian dilakukan di pekanbaru dengan objek penelitan di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru yang beralamat di JL.H.R. Soebrantas, Simpang Baru, Tampan, Kota Pekanbaru. Waktu penelitian dilakukan tanggal 01 Juli – 31 Agustus 2019.

### 2. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data sebagai berikut:

#### a. Data Primer

Data Primer di peroleh dari hasil penelian dilapangan dan melakukan wawancara langsung dengan pimpinan perusahaan dan staf lainnya di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru.

#### b. Data Sekunder

Studi perpustakaan dan buku-buku penunjang lainnya yang membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir

### 3. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Wawancara (interview)

Wawancara yaitu cara pengumpulan data dengan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Menurut **Sanusi (2011:105)** Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian. Pada saat mengajukan pertanyaan, peneliti dapat berbicara berhadapan langsung dengan responden atau bila hal itu

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak mungkin dilakukan, juga bisa melalui alat komunikasi.

#### 4. Teknik Analisis Data

Analisis yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu memaparkan atau menggambarkan suatu keadaan atau fenomena yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat untuk memperoleh kesimpulan kemudian menganalisis data tersebut berdasarkan teori-teori yang mendukung pemecahan masalah.

#### 1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

##### **BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.**

Bab ini berisikan tentang sejarah singkat perusahaan, dilengkapi dengan struktur organisasi, serta informasi terkait aktifitas Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru.

##### **BAB III : TINJAUAN TEORI DAN PRAKTEK**

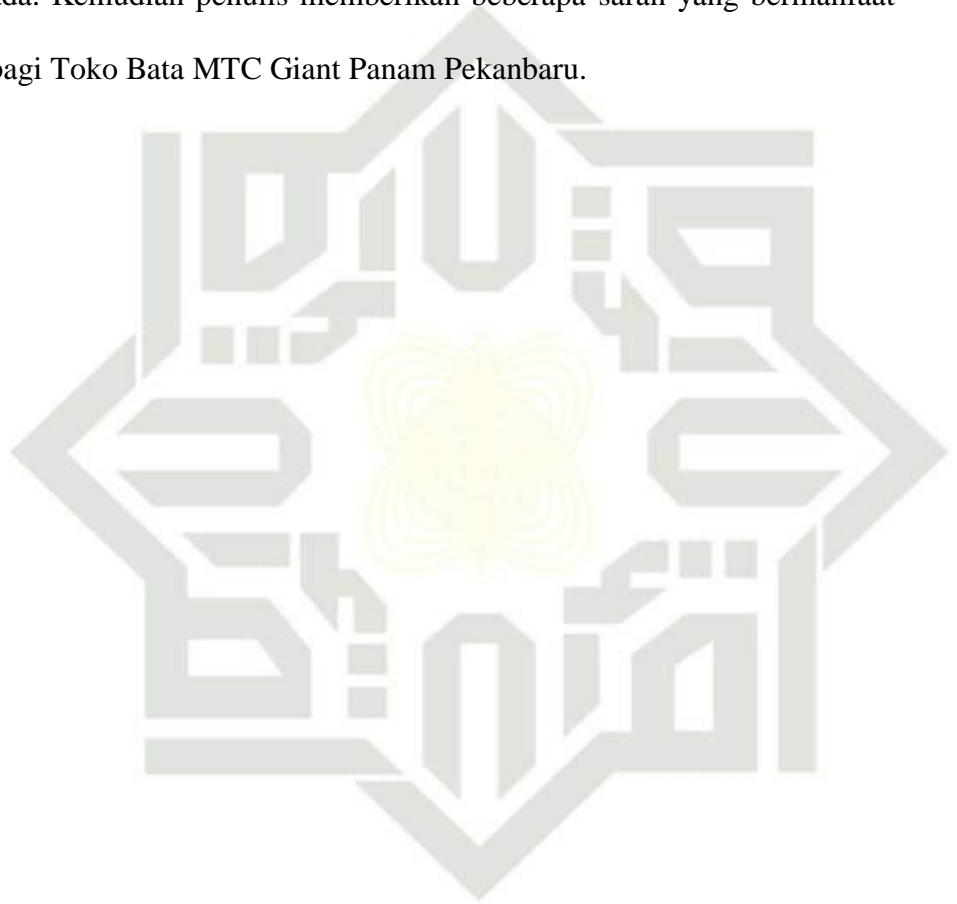
Menguraikan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengertian strategi pemasaran, pengertian strategi penjualan yang diterapkan Di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **BAB IV : PENUTUP**

Pada bab ini, penulis menguraikan beberapa kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan data dan teori yang ada. Kemudian penulis memberikan beberapa saran yang bermanfaat bagi Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM SEJARAH PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Perusahaan Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru

Perusahaan sepatu bata pertama kali di dirikan pada tanggal 24 Agustus 1894, ketika antonin bata mendaftarkan nya di kota zlain, ceko. Thomas bata meninggal dunia akibat kecelakaan pesawat pada tanggal 12 juli 1932. Sepatu bata Tbk (BATA) di dirikan tanggal 15 Oktober 1931. Pabrik pertamanya berada di kalibata, jakarta selatan sedangkan pabrik keduanya terletak dikalibata, oleh karena itu banyak orang mengira nama bata diambil dari nama kawasan bata pertama kali berdiri. Ternyata yang paling tepat nama bata diambil dari nama pendiri perusahaan bata yaitu Thomas Bata.

Di Indonesia, toko sepatu bata pertama kali beroperasi pada tahun 1939 dengan pabrik yang berlokasi di kalibata, sejakarta selatan dan dan di kota medan, sumatera utara. Karena lokasi ini beberapa orang mengira bahwa nama toko sepatu ini di ambil dari nama ayah anna dan antonin, thomas bata. Kedua pabrik sepatu bata ini menghasilkan kurang lebih sebanyak tujuh juta pasang sepatu setiap tahunnya yang terdiri dari 400 model sepatu, sepatu sandal serta sandal yang terbuat dari kulit, karet maupun plastik. Namun pada tahun 1978, status bata di indonesia yang merupakan perusahaan dengan penanam modal asing (PMA) mendapat tantangan dari berbagai pihak, sehingga untuk di jual secara bebas di pasaran.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sepatu bata masuk ke tanah air sejak 1931 melalui jalur impor yang didatangkan dari Singapura (dulu Malaysia). Pengimporannya yaitu perusahaan penyalur sepatu NV Nederlandch-Indische di kawasan pergudangan Tanjung Priok. Kemudian, 6 tahun setelah sepatu bata masuk ke Indonesia, Thomas Bata sang pemilik perusahaan, membuang pabrik raksasa di Kalibata. Banyak warga sekitar (Tajawati, Kalibata) yang turun temurun bekerja di Bata. Dari sinilah bisnis sepatu bata menyebar keseluruh pelosok tanah air. Saat itu, sepatu kulit dan karet menjadi sepatu andalan tahan lama dan nyaman di pakai. Perusahaan Bata menikmati masa kejayaan hingga era 1980. Pada tanggal 24 Maret 1984, perusahaan Associate dari Bata Shoe Organization yang berpusat diusanne, swiss, tercatat di bursa Efek Jakarta sebagai sepatu Tbk. Dalam perkembangannya yang signifikan, di tengah serbuan banyak merek sepatu lain yang membanjiri pasaran di Indonesia, perkembangan produk sepatu bata di Era 20-an sebagai brand sepatu asal Switzerland, sepatu bata yang telah dikenal selama 80 tahun di Indonesia kembali dan saat ini kembali hadir, hadir dengan inovasi terbaru di tahun 2013 Bata membuka lokasi di Giant Panam Pekanbaru.

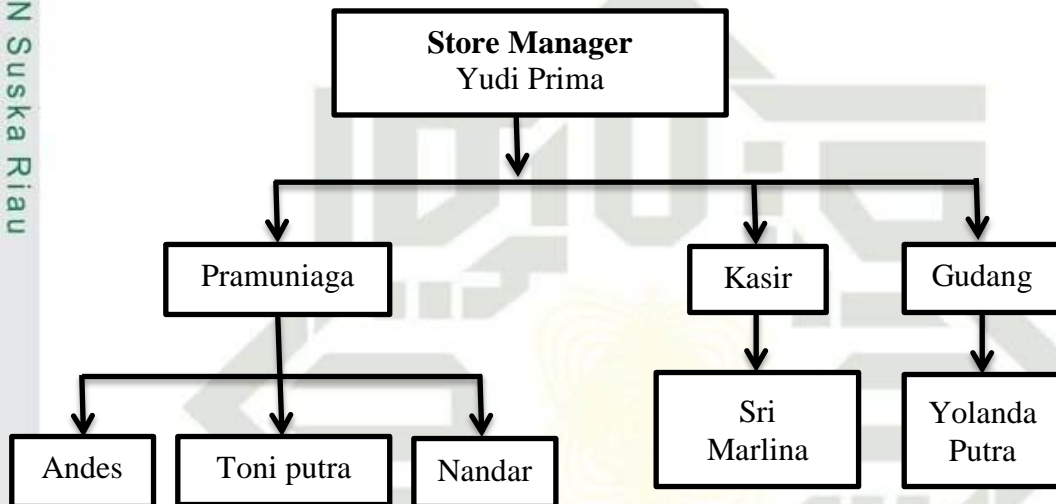
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Adapun struktur organisasi pada Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru sebagai berikut:

**Gambar 2.1 Struktur Organisasi**



Sumber : Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru 2020

## 2.3 Uraian Tugas (Job Description) Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru

### 1. Store Manager

Store Manager adalah seorang yang bertanggung jawab penuh atas kondisi seluruh toko dan para staff yang berada didalamnya.

### 2. Kasir

Kasir adalah seseorang yang mengurus dan menyimpan dan memasukan nya kedalam mesin kasir.

### 3. Pramuniaga

Pramuniaga adalah seseorang yang bekerja di sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan dengan tugas utamanya melayani konsumen di tempat tersebut.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4. Bagian Gudang

Bagian Gudang adalah yang bertanggung jawab menerima, menyimpan dan mendistribusikan material produksi, selanjutnya gudang menyimpan barang yang di terima sampai barang tersebut di distribusikan.

### 2.4 Visi dan Misi

#### 1. Visi

Memperkuat posisi bata sebagai bisnis alas kaki Indonesia dan meningkatkan nilai pemegang saham dalam jangka pendek maupun panjang. Serta menjadi perusahaan besar yang terpadang, menguntungkan dan memiliki peran dominan dalam bisnis sepatu ini.

#### 2. Misi

- a. Sukses sebagai organisasi dunia yang paling dinamis, fleksibel, dan mengerti kondisi pasar alas kaki sebagai bisnis utamanya.
- b. Menghasilkan laba yang pantas untuk mendukung pengembangan perusahaan.
- c. Menjual berbagai jenis model sepatu yang terkait dengan keinginan para konsumen dengan mutu, harga dan kualitas yang berbeda yang berdaya saing tinggi melalui pengelolaan yang professional demi kepuasan pelanggan.
- d. Menjalin kemitraan kerja sama dengan pemasok dan penyalur yang saling menguntungkan serta menjadi yang terbaik.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV PENUTUP

### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapatlah ditarik kesimpulan dari penelitian ini yaitu Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru dilihat dari hasil penelitian mengenai pemasaran pada toko bata MTC Giant Panam Pekanbaru, bahwa pada strategi penjualan produk sepatu north star melakukan berbagai macam strategi yaitu:

1. Ada pun strategi yang dilakukan yaitu:
  - a. Toko bata MTC giant panam pekanbaru mengadakan promo-promo untuk memberitahukan atau menawarkan produk nya kepada konsumen.
  - b. Toko bata MTC giant panam pekanbaru mengikuti pameran iklan, agar konsumen dapat melihat langsung produk yang ditawarkan.
  - c. Toko bata MTC giant panam pekanbaru juga memberikan brosur kepada pelanggan giant dalam pengenalan produk north star baik dari segi kualitas maupun keunggulannya.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Toko bata MTC giant melakukan event-event untuk meningkatkan daya beli konsumen.

Adapun kendala-kendala yang dihadapi dalam penjualan produk sepatu north star adalah:

- a. Cuaca apabila cuaca kurang bagus (hujan) maka konsumen tidak dapat mengunjungi toko bata MTC giant panam pekanbaru untuk melakukan pembelian produk secara langsung
- b. User Minim terjadi saat konsumen yang datang hanya membeli keperluan perlengkapan sepatu (kaos kaki) namun tidak membeli produk sepatu.

**4.2 Saran**

Setelah penulis melakukan penelitian di toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru, maka untuk kemajuan dimasa yang akan datang penulis memberikan saran sebagaiberikut:

Penulis menyarankan agar toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru dapat meningkatkan dalam strategi penjualan untuk kedepannya diharapkan toko bata MTC giant panam pekanbaru membuat iklan menggunakan media televise, karena televise merupakan media sangat berpengaruh untuk meningkatkan penjualan.

Sebaiknya toko bata menetapkan strategi diskon diawal, bukan pada waktu konsumen memesan barang dalam jumlah yang banyak. Penetapan diskon diawal tersebut agar konsumen lebih tertarik untuk memesan barang dalam jumlah banyak sedangkan untuk doiskon obral, seharusnya bata lebih memperhatikan tata layout penempatan box obral agar lebih memikat konsumen.

Untuk pihak toko sepatu bata MTC giant panam pekanbaru, menambah jumlah tenaga penjual karena tenaga penjual yang dimiliki masih kurang karena hanya 2 orang, mungkin ditambah menjadi 3 agar penjualan bisa meningkat.



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an An-Nisa Ayat 29

AbdullahThamrin, Tantri Francis. 2017. *Manajemen pemasaran*. Cetakan Keenam. Depok: Rajagrafindo Pers.

Assauri, Sofyan. 2010 *Strategi Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers

Gitusudarmo, Indriyo. 2003. *Pengantar Bisnis*. Cetakan Kedelapan. Yogyakarta.

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta, Earlangga.

Hunger J, David & Wheelen Thomas I, 2003. *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: Andi

Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Index

Nurmansyah, 2018, *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: Unilak Press

Manaf, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media

Manullang, 2013, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Permata Putri Media

Purna Irawan , Agustinus. 2017. *Produk Munufaktur*. Yogyakarta: Andi.

Purmansyah, 2018, *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: Unilak Press

Ratnasari, Ririn Tri & Aksa Mastuti H, 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia

Saydam, Gouzali. 2006. *Pengantar Bisnis*. Cetakan Pertama. Bandung: Alfabeta

Setyaningrum dan Ari & Efendi, 2015, *Prinsip-prinsip pemasaran*. Yogyakarta Andi

Somad, Rismi & Priansa Donni Juni. 2014. *Manajemen Komunikasi*. Bandung: Alfabeta

Sucipto Agus, 2011, *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: Uin Maliki Presss

Sukirno Sadono, 2014, *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Grup

Sopiah, Sangadji. 2016. *Strategi Penjualan*. Yogyakarta: Andi

- Gunyonto, Danang, 2013, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Caps
- Hjiptono, Diana. 2016. *Pengembangan Produk*. Yogyakarta Pers
- Yunus, Eddy, 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi

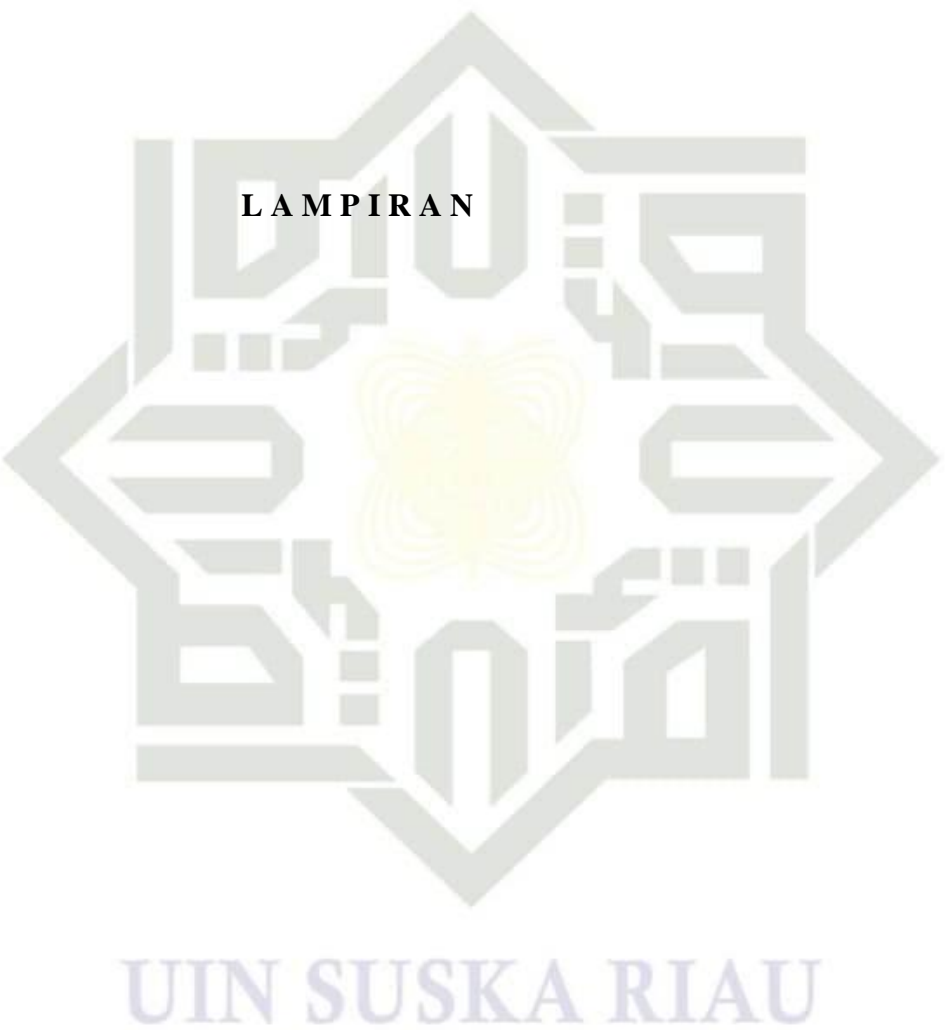


UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## LAMPIRAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



## Lampiran 1

### DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Hari/ Tanggal : Sabtu 14-Maret-2020  
 Tempat : Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru  
 Waktu : 15.05 WIB  
 Narasumber : Yudi Prima  
 Jabatan : Store Manager

1. Apa Jenis-Jenis Sepatu North yang ada di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru?
2. Bagaimana strategi produk yang dijual di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru?
3. Apa strategi harga yang ditetapkan di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru?
4. Bagaimana strategi distribusi yang dilakukan di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru?
5. Apa strategi promosi yang digunakan di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru?
6. Apa Kendala yang dihadapi dalam Penjualan Produk Sepatu North Star?
7. Bagaimana Solusi yang dihadapi dalam Penjualan Produk Sepatu North Star?

UIN SUSKA RIAU

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Lampiran 2

Wawancara bersama bapak: yudi prima selaku store manager di toko bata MTC Giant panam pekanbaru.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta



asim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU