

6. ANALISA DATA

Pendataan dilakukan bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai bisnis yang ada di kawasan Baliwerti. Pengolahan data dilakukan untuk mengolah data yang dikumpulkan menjadi informasi yang berarti, sehingga kita dapat melakukan analisa yang mendalam terhadap keadaan bisnis di kawasan Baliwerti.

6.1 Analisa Penyebaran Bisnis

Kawasan Baliwerti memang terkenal sebagai tempat perbelanjaan bahan bangunan, khususnya keramik. Hasil pendataan menunjukkan bahwa dari 84 tempat usaha, sebanyak 39 tempat usaha (46,43 %) bergerak di bidang penjualan *tile* dan *sanitary*. Tempat usaha yang bergerak di bidang penjualan cat menduduki posisi kedua, sebanyak 12 tempat usaha (14,29 %). Tempat usaha yang bergerak di bidang penjualan kunci, pintu dan aksesoris menempati posisi ketiga, dengan jumlah 8 tempat usaha (9,52 %). Tempat usaha lain jumlahnya tidak begitu banyak, misalnya untuk bidang penjualan peralatan teknik, yang jumlahnya hanya satu tempat usaha.

6.2 Analisa Kepemilikan Gudang

Pendataan terhadap kepemilikan gudang menunjukkan bahwa 53 tempat usaha (63.1 %) memiliki gudang penyimpanan barang. Hal ini menunjukkan bahwa tempat usaha tersebut memiliki persediaan yang memadai untuk penjualan barang (ready stock).

Tempat usaha yang bergerak di bidang penjualan *tile* dan *sanitary* mayoritas memiliki gudang, di mana dari 53 tempat usaha yang memiliki gudang, 34 tempat usaha menjual *tile* dan *sanitary*. Jika kita lihat dari jenis barang yang dijual, berarti 87,18 % dari tempat usaha yang bergerak di bidang penjualan *tile* dan *sanitary* memiliki gudang.

Ada kelompok usaha yang tidak memiliki gudang, yaitu tempat usaha yang menjual produk kayu, suku cadang kendaraan, besi, dan obat. Sebaliknya, semua tempat usaha terdata, yang bergerak di bidang penjualan alat teknik, pipa, produk PVC, pompa dan pemanas air memiliki gudang.

6.3 Analisa Data Cara Pembayaran

Berdasarkan cara pembayaran yang berlaku, semua tempat usaha menerima pembayaran secara tunai. Pembayaran melalui transfer bank lebih diterima daripada pembayaran menggunakan cek. Tempat usaha yang menerima pembayaran cek hanyalah 42 tempat usaha (50 %), sedangkan yang menerima pembayaran melalui transfer sebanyak 67 tempat usaha (79,76 %). Pembayaran menggunakan kartu debit dan kartu kredit masih sulit diterima.

Semua tempat usaha yang bergerak di bidang penjualan obat dan suku cadang kendaraan hanya menerima pembayaran secara tunai.

6.4 Analisa Data Pemesanan Barang Lewat Telepon

Pendataan menunjukkan mayoritas tempat usaha yang ada memberikan fasilitas pemesanan barang. Sebanyak 20 tempat usaha (23,81 %) tidak memberikan fasilitas pemesanan barang, 30 tempat usaha (35,71 %) memberikan fasilitas pemesanan bagi semua pelanggan, dan 34 tempat usaha (40,48 %) memberikan fasilitas pemesanan bagi pelanggan yang telah dikenal identitasnya.

Semua tempat usaha yang bergerak di bidang penjualan obat, alat teknik, besi, dan suku cadang kendaraan tidak memberikan fasilitas pemesanan barang.

6.5 Analisa Data Pengiriman Barang

Tempat usaha yang didata mayoritas memberikan fasilitas pengiriman barang hanya untuk pelanggan tertentu, tercatat 59 tempat usaha memberikan fasilitas ini. Tempat usaha yang tidak memberikan fasilitas pengiriman barang sebanyak 12 tempat usaha, sedangkan yang memberikan fasilitas pengiriman barang bagi semua pelanggan sebanyak 13 tempat usaha.

Fasilitas pengiriman barang bagi pelanggan tertentu biasanya diberikan dengan melihat pada jumlah barang yang dibeli.

Tempat usaha yang bergerak di bidang penjualan tile dan sanitary mayoritas memberikan fasilitas pengiriman barang bagi pelanggan tertentu (28 tempat usaha), hanya satu tempat usaha saja yang tidak memberikan fasilitas pengiriman barang.

Semua tempat usaha yang bergerak di bidang penjualan suku cadang kendaraan tidak memberikan fasilitas pengiriman barang.

6.6 Analisa Data Pemberian Garansi

Pendataan menunjukkan jumlah tempat usaha yang memberikan garansi dan tidak seimbang jumlahnya. Dari 84 tempat usaha yang didata, sebanyak 41 tempat usaha (48,81 %) memberikan garansi, dan sisanya sebanyak 43 tempat usaha (51,19 %) tidak memberikan garansi.

Pemberian garansi terutama diberikan oleh tempat usaha yang menjual lampu dan peralatan listrik, alat teknik, obat, pompa dan pemanas air, pipa, dan produk PVC. Garansi yang diberikan bentuknya bermacam-macam, tergantung pada jenis barang yang dijual. Tempat usaha yang menjual obat memberikan garansi terhadap produk yang sudah kadaluwarsa. Tempat usaha yang menjual pipa dan produk PVC memberikan garansi bahwa kondisi produk yang mereka jual bagus. Tempat usaha yang menjual peralatan listrik, pompa air dan pemanas air memberikan garansi dalam bentuk layanan servis.

Tempat usaha yang bergerak di bidang penjualan cat, umumnya tidak memberikan garansi atas barang yang mereka jual. Semua tempat usaha yang menjual besi, produk kayu, suku cadang kendaraan, dan pelumas tidak memberikan garansi.

6.7 Analisa Data Retur

Dalam hal retur barang, mayoritas tempat usaha tidak memperbolehkan retur terhadap barang yang sudah dibeli. Tercatat sebanyak 64,29 % dari tempat usaha yang didata tidak memperbolehkan retur terhadap barang yang dibeli. Tempat usaha yang menjual suku cadang kendaraan, alat teknik, besi, pump dan water heater, pipa, PVC, dan obat tidak memperbolehkan retur. Sisanya, sebanyak 35,71 % memperbolehkan retur.

Semua tempat usaha yang menjual produk aluminium memperbolehkan retur. Sebaliknya semua tempat usaha yang menjual alat teknik, besi, obat, pipa tidak menerima retur.

Tempat usaha yang menjual *tile* dan *sanitary*, lampu dan alat listrik, serta pelumas, umumnya tidak memperbolehkan retur terhadap barang.

6.8 Analisa Data Pemasangan Iklan

Tingkat pemasangan iklan yang dilakukan oleh tempat usaha yang didata ternyata masih rendah. Dari 84 tempat usaha yang didata, tercatat hanya 34 tempat usaha yang memasang iklan, semuanya menggunakan *yellow pages* sebagai sarana promosi mereka. Pemanfaatan media massa, seperti surat kabar, hanya dilakukan oleh tiga tempat usaha, yaitu Jawa Pos sebanyak dua tempat usaha, dan Surya, sebanyak satu tempat usaha. Ketiga tempat usaha tersebut bergerak dalam penjualan *tile* dan *sanitary*.

Tempat usaha menjual pelumas, alat teknik, produk kayu, pump dan water heater tidak pernah memasang iklan. Sebaliknya semua tempat usaha yang menjual besi, aluminium, pipa, dan PVC pernah memasang iklan.

6.9 Analisa Data Promosi Penjualan

Dari 84 tempat usaha yang didata, terlihat bahwa secara umum tingkat penggunaan promosi penjualan sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan ternyata masih relatif rendah. Tercatat sebanyak 25 tempat usaha yang pernah mengadakan promosi penjualan, sedangkan 59 tempat usaha tidak pernah melakukan promosi penjualan.

Tempat usaha yang bergerak di bidang penjualan cat, suku cadang kendaraan, pelumas, alat teknik, produk kayu, dan obat tidak pernah mengadakan promosi penjualan. Sebaliknya semua tempat usaha yang menjual produk PVC, pipa, pompa dan pemanas air pernah melakukan promosi penjualan.

Dari 25 tempat usaha yang pernah mengadakan promosi penjualan, sebanyak 16 tempat usaha bergerak di bidang penjualan *tile* dan *sanitary*.

Metode promosi penjualan yang paling banyak digunakan adalah dengan memberikan paket penjualan dengan harga khusus, di mana sebanyak 22 tempat usaha pernah melakukannya.

6.10 Analisa Data Daerah Pasar Utama

Jika dilihat dari daerah pasarnya, Surabaya merupakan daerah pasar utama bagi tempat usaha yang didata. Dari 84 tempat usaha, 81 tempat usaha menyebut Surabaya sebagai tempat usaha mereka. Bahkan tercatat ada 52 tempat usaha yang daerah pasar utamanya hanya di Surabaya. Sisanya sebanyak 32 tempat usaha memiliki daerah pasar lain di luar Surabaya. Daerah pemasaran tersebut meliputi daerah lain di Jawa Timur, Kalimantan, Sulawesi, Bali, Maluku, Nusa Tenggara, dan Papua.

Semua tempat usaha yang menjual suku cadang kendaraan, alat teknik, besi, pipa, PVC, obat, serta pompa dan pemanas air memiliki daerah pasar utama di Surabaya saja.

Dari 32 tempat usaha yang memiliki daerah pasar utama lain selain Surabaya, sebanyak 13 tempat usaha menjual *tile dan sanitary*, 7 tempat usaha menjual cat, 6 tempat usaha menjual kunci, pintu, dan aksesoris, 2 tempat usaha menjual lampu dan alat-alat listrik, serta masing-masing satu tempat usaha menjual produk kayu, aluminium, pelumas, dan produk kayu.

Tiga tempat usaha tidak memiliki pasar yang dominan di Surabaya, yaitu Moro Dadi, Lancar, dan Gunung Mas.

6.11 Keunggulan dan Kelemahan Pemetaan Bisnis

Pemetaan bisnis yang dilakukan dalam tugas akhir ini memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

- Pencarian informasi dapat dilakukan secara lebih cepat dan mudah, terutama jika kita hendak mencari informasi dalam jumlah besar. Hal ini dapat tercapai karena penggunaan bantuan komputer
- Informasi yang diberikan merupakan informasi yang mendetil. Pengguna tidak saja dapat memperoleh data mengenai tempat usaha mana saja yang menjual produk yang mereka cari, namun mereka juga dapat memperoleh

informasi mengenai cara pembayaran yang berlaku, *ready stock* tidaknya tempat usaha yang bersangkutan, menyediakan fasilitas pengiriman barang/tidak, dan sebagainya.

- Database yang ada dapat dipadukan dengan Sistem Informasi Geografis, sehingga aplikasi yang terbentuk menjadi lebih luas lagi, di mana konsumen dapat melihat lokasi tempat usaha yang dimaksud di peta, secara otomatis. Pencarian lokasi tempat usaha yang terdekat dengan yang ada sekarang juga dimungkinkan.

Meskipun menguntungkan dalam beberapa segi, namun pemetaan bisnis yang dilakukan memiliki beberapa kelemahan, antara lain :

- Semakin banyak dan semakin detil informasi yang hendak diberikan pada pengguna/user, maka data yang dibutuhkan semakin banyak, penyusunan aplikasi database yang dikehendaki akan semakin kompleks.
- Bila ada jenis informasi baru yang hendak ditambahkan ke dalam *database*, maka dapat terjadi struktur *database* yang ada harus diperbaiki pula. Misalnya jika kita ingin menambahkan informasi mengenai kredit yang sebelumnya tidak terdapat di dalam database, maka kita harus mengubah struktur database yang ada sekarang, karena hubungan antar datanya juga berubah.
- Pelaksanaan pendataan memakan waktu yang lama, untuk melakukan pendataan yang berskala luas dibutuhkan sumber daya yang besar.
- Umur informasi yang disajikan tidak begitu panjang, karena informasi yang disajikan adalah informasi detil yang cepat berubah, misalnya informasi mengenai harga. Jika kita bandingkan dengan *yellow pages*, yang hanya mencantumkan jenis usaha/komoditi yang dijual, maka umur informasi yang ada di *yellow pages* menjadi lebih panjang, karena mereka tidak menyediakan informasi harga yang cepat berubah. Informasi yang *disediakan yellow pages* relatif sulit berubah.