

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan

1. Sejarah Berdirinya Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan

Awal mula berdirinya Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan pada tahun 2016, didirikan oleh R. KH. Amin, selaku pengasuh Tahfidz di pondok pesantren Mambaul Ulum Bata-Bata, Usaha ini dibangun berangkat dengan modal hasil pinjaman dari Koppontren (Koperasi Pondok Pesantren) Mambaul Ulum Bata-bata, Koperasi Dengan modal pinjaman tersebut Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan berjalan. Seiring berjalannya waktu Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan berkembang dan banyak dikenal masyarakat, sehingga sedikit demi sedikit bisa mencicil modal yang dipinjam dari Koppontren (Koperasi Pondok Pesantren) Mambaul Ulum Bata-bata, dan sampai sekarang Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan masih berjalan, dan tetap bisa mempertahankan konsumennya. Adapun jenis barang yang dijual di Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan sama seperti Minimarket pada umumnya, dimana barang yang dijual seperti, sembako dan perlengkapan lainnya.¹

2. Slogan Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan

Kerja Keras, Kerja Ikhlas, Kerja Tuntas.²

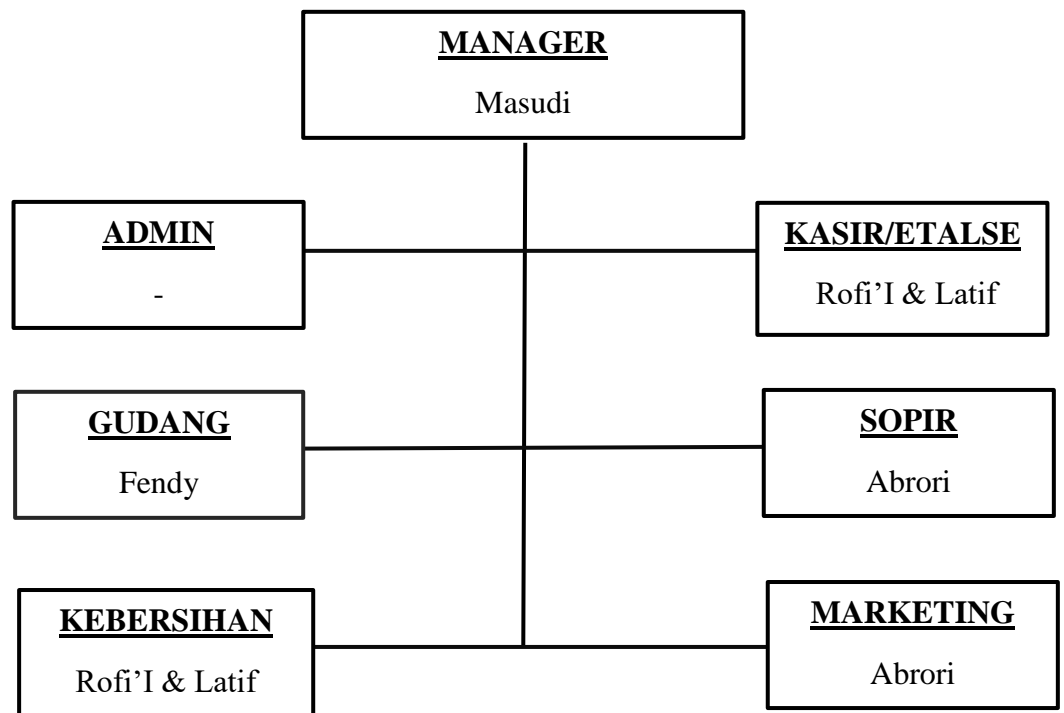
¹ Masudi, Manager Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (3 Juni 2022).

² Masudi, Manager Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (3 Juni 2022).

3. Struktur dan Pembagian Kerja Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan

Bagan 4.1

Struktur Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan



Berdasarkan gambar pada bagan 4.1 diatas tentang tanggung jawab dan wewenang masing-masing tugas yang terdapat dalam struktur organisasi dijelaskan secara singkat dibawah ini:

- a. Manager
 1. Pengendali dan pemegang otoritas pengelolaan usaha dan organisasi toko.
 2. Menganalisa usaha dan membuat kebijakan untuk kemajuan usaha

3. Koordinator pelaksana
 4. Mengkondisikan karyawan sesuai dengan tugas-tugas yang telah ditetapkan pada saat jam kerja
 5. Menganalisa efektivitas pelaksanaan tugas masing-masing karyawan
 6. Mengusahakan kelancaran dan ketertiban usaha
 7. Bertanggung jawab terhadap sukses tidaknya suatu perusahaan
 8. Bertanggung jawab atas barang-barang di toko
 9. Bertanggung jawab atas kelengkapan toko Bertanggung jawab atas harga, kualitas, kuantitas, dan kontinuitas barang
 10. Bertanggung jawab atas keuntungan dan hasil penjualan
 11. Bertanggung jawab kepada organisasi
- b. Admin
1. Memasukkan data barang masuk
 2. Memberi dan menempel kode barang yang tidak berkode
 3. Mengecek barang yang diterima apakah sudah memenuhi kualitas, kuantitas, dan kadaluarsa.
 4. Memberikan keterangan, tanggal penerimaan, jumlah, harga (berdasarkan persetujuan-manager) pada karton atau pembungkus kemasan
 5. Mengecek kesesuaian barang-barang yang ada di gudang dan etalase dengan daftar di komputer
 6. Bertanggung jawab kepada manager

c. Kasir/Etalase

1. Menghitung uang dilaci kasir sebelum buka toko
2. Melayani transaksi penjualan
3. Menghitung hasil penjualan saat jam tutup
4. Mentransaksikan Penjualan
5. menerima Kas Laci dari shift sebelumnya
6. Mencetak hasil akhir penjualan setiap harinya
7. Menyetor Hasil Penjualan Beserta Cetakan Hasil Penjualan
Setiap Harinya Bertanggung Jawab Kepada Manager
8. Melayani pembeli dengan baik dan sopan santun
9. Menyapa Pelanggan Masuk (*Greeting*)
10. Melengkapi Dan Menata Barang Di Etalase
11. Membersihkan Rak Dan Barang Agar Tidak Kotor
12. Menawarkan Keranjang Untuk Penempatan Barang kepada
Pelanggan
13. Memasukkan barang yang sudah dibeli pelanggan ke tas plastik
14. Mengantar, dan atau menyerahkan, dan atau mengambilkan
barang pembeli yang mencari barang
15. Mengawasi pembeli
16. Mengecek barang - barang yang kosong
17. Menyetok barang-barang sesuai dengan kebutuhan
18. Bertanggung jawab kepada manager

d. Gudang

1. Memasukkan barang yang sudah terdaftar di komputer ke gudang
 2. Menjaga keamanan dan kerapian barang di gudang
 3. Menuliskan deskripsi, tanggal penerimaan, jumlah, harga (berdasarkan persetujuan manajer) pada karton
 4. Mengatur jumlah barang yang akan dipajang atau disimpan di gudang.
 5. Mengatur dan menata barang di gudang
 6. Jika barang di etalase terjual, maka barang yang dietalase dikeluarkan
 7. menjaga kebersihan gudang
 8. Bertanggung jawab kepada manager .³
- e. Sopir
1. Mengecek kendaraan sebelum dioperasikan
 2. Bertanggung jawab dalam hal membersihkan kendaraan
 3. Mengambil barang di gudang
 4. Mengecek barang yang akan dikirim kepada pelanggan
 5. Bertanggung jawab terhadap kondisi barang yang akan dikirim kepada pelanggan.⁴
- f. Kebersihan

³ Dokumentasi Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, (3 Juni 2022)

⁴ Masudi, Manager Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* , (12 Juni 2022)

1. Membersihkan area dalam toko , mulai dari menyapu lantai, mengepel, produk yang dipajang di rak dibersihkan, apabila ada produk yang rusak atau bocor dipisahkan, membersihkan meja kasir, jendela
2. Membersihkan area luar toko, seperti menyapu halaman toko, membuang sampah.

g. Marketing

1. Mempertahankan dan meningkatkan penjualan
2. Analisis data keuangan klien untuk evaluasi investasi
3. Merekomendasikan strategi investasi yang menguntungkan untuk klien
4. Menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan
5. Pastikan target penjualan terpenuhi
6. Melaporkan kegiatan perusahaan kepada atasan.⁵

B. Paparan Data

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan dilapangan, baik secara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Maka peneliti akan memaparkan data-data yang diperoleh dari lapangan antara lain sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan

⁵ Dokumentasi Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, (3 Juni 2022)

Strategi pemasaran yang pertama produk, peneliti mewawancarai

Bapak Masudi selaku Manager toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan,

menyatakan bahwa:

“Strategi yang dilakukan toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan, dari segi produk adalah dengan cara menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan sehari-hari masyarakat/konsumen, pada dasarnya produk yang kami jual sama dengan produk yang dijual di minimarket pada umumnya, seperti sembako, selain sembako toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan juga menjual produk-produk lain, seperti tissue, make up, alat mandi dan sebagainya.. Untuk produk sembako salah satunya seperti beras dan minyak, kami menjual beberapa macam merk beras dan minyak mulai dari kualitas sedang merk pena dan kualitas baik merk berlian, sania. Hal ini agar membuat konsumen bisa memilih produk beras mana yang cocok dan akan dibeli oleh konsumen.”⁶

Selanjutnya peneliti mewawancarai Bapak Latif selaku karyawan Toko

Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa:

“Untuk strategi produk di toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan adalah dengan menjual produk yang dibutuhkan konsumen sehari-hari, seperti sembako, selain sembako toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan juga menjual produk-produk lain, seperti tissue alat make up juga ada dan banyak lagi. Untuk produk sembako salah satunya seperti beras, minyak, gula, itu tersedia di toko mumtaz bukan hanya satu merk, namun toko mumtaz menyediakan bermacam-macam merk, yang tentu kualitasnya berbeda, seperti beras, untuk kualitas sedang dengan merk pena, astana, dan sip. Sedangkan kualitas yang paling baik, seperti fortune, berlian dan sania. Gula kualitas yang paling bagus seperti raja gula, dan untuk minyak merk yang dijual seperti siip, sovia, fraiswell, fitri, bimoli dan sunco. Ketersediaan produk dengan berbagai macam merk tersebut agar konsumen lebih leluasa memilih produk mana yang akan dibeli.”⁷

Selanjutnya peneliti mewawancarai Ibu Fitriya selaku konsumen Toko

Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa:

“Untuk produk yang dijual di toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan salah satunya memang untuk kebutuhan sehari-hari, seperti sembako, dan merk

⁶ Masudi, Manager Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (3 Juni 2022).

⁷ Latif, Karyawan Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (3 Juni 2022).

yang dijual pun bermacam-macam dengan kualitas berbeda tentunya, sehingga saya sebagai konsumen dapat memilih produk dengan kualitas yang saya butuhkan akan saya beli ”⁸

Selanjutnya mewawancara Ibu Fatimatus Zahroh konsumen Toko Mumtaz

Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa:

“Saya sering belanja disini, produk yang saya beli seperti minyak goreng, gula dan kebutuhan sehari-hari lainnya, dan selama saya berbelanja disini saya merasa sangat puas karena apa yang saya butuhkan selalu ada dan disetiap produk itu ada beberapa pilihan merk dengan kualitas berbeda-beda, salah satunya beras, biasanya saya membeli dengan harga kualitas sedang, menyesuaikan isi kantong. Intinya toko mumtaz ini mempermudah saya sebagai konsumen dimana saya dapat memilih mana produk yang sesuai dengan yang saya inginkan dan tentunya sesuai dengan kantong juga”⁹

Dari hasil wawancara diatas dan diperkuat dengan hasil observasi dapat peneliti simpulkan bahwa, strategi produk Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan yaitu dengan menjual produk yang dibutuhkan konsumen sehari-hari, seperti sembako. Disetiap produk yang dijual ada berbagai macam merk produk yang ditawarkan dengan kualitas berbeda-beda pula. Salah satunya produk sembako. Seperti beras, untuk kualitas sedang dengan merk pena, astana, dan sip. Sedangkan kualitas yang paling baik, seperti fortune, berlian dan sania. Gula kualitas yang paling bagus seperti raja gula, dan untuk minyak merk yang dijual seperti siip, sovia, fraiswell, fitri, bimoli dan sunco. Hal tersebut agar mempermudah konsumen untuk memilih dan memilih produk mana yang akan cocok untuk di beli.

⁸ Fitriya, Konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (4 Juni 2022).

⁹ Fatimatus Zahroh, Konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (3 Juni 2022).

Strategi pemasaran yang kedua adalah harga peneliti mewawancarai Bapak Masudi selaku Manager toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan. Menyatakan bahwa:

“Dari segi harga kami tidak mematok harga terlalu mahal, alasan kami menentukan harga dengan harga murah agar produk yang kami jual cepat laku, tetapi masih dalam kondisi menguntungkan, harga murah bukan berarti kami tidak ingin mendapatkan keuntungan, karena tidak ada orang atau pun perusahaan yang mau rugi, untung sedikit tidak masalah yang terpenting toko tetap berjalan dan konsumen banyak berbelanja ditoko ini. Untuk kisaran harga toko mumtaz dengan toko lain memang tentunya beda, dan perbedaanya itu sedikit. Untuk harga produk yang murah ditoko mumtaz Jungcangcang Pamekasan dengan toko lain, salah satunya dari minuman seperti teh pucuk, biasanya di toko kami satu kardus itu kisaran harga Rp. 54.000-55.000, dan untuk diluar toko mumtaz itu kisaran Rp. 56.000-57.0000. Untuk pembelian 1 pcs harga the pucuk disini Rp 3.000 dan biasanya ditoko lain Rp. 3500.”¹⁰

Selanjutnya peneliti mewawancarai Bapak Rofi'i selaku karyawan Toko

Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa:

“Untuk harga Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan lebih murah dibanding toko lainnya, jika dalam pembelian satu produk lebih dari tiga barang, itu akan dikasih harga grosir, biasanya perbedaan harga grosir dibanding toko lainnya itu kisaran Rp.500-1.500. Dan pembelian satu disetiap produk itu tetap murah, namun kisaran harganya lebih sedikit seperti Rp.200-500. Seperti teh pucuk untuk di toko kami jika pembelian satu pcs seharga Rp. 3.000 untuk di toko lain itu biasanya Rp. 3.500.”¹¹

Selanjutnya peneliti mewawancarai Bapak Abd Hayyik selaku konsumen

Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa.

“Dari segi harga dibanding toko lain memang lebih murah, dan benar untuk harga satuan teh pucuk di toko ini Rp. 3.000 untuk toko lain biasanya Rp. 3.500.”¹²

¹⁰ Masudi, Manager Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (11 Juni 2022).

¹¹ Rofi'i, Karyawan Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (11 Juni 2022).

¹² Abd. Hayyik, Konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (11 Juni 2022).

Selanjutnya peneliti mewawancarai Ibu Mufarrohah selaku konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa:

“Saya sudah hampir tiga tahun berbelanja disini, karena memang toko Mumtaz ini sudah terkenal dengan harga yang relatif murah apalagi jika pembeliannya banyak dikasih dengan harga grosir, cocoklah buat saya kulakan dan untuk dijual kembali, untuk harga teh pucuk satu kardus disini harganya murah dibanding toko lain saya pernah beli ditoko lain untuk mencari harga yang paling murah namun harganya lebih mahal kisaran antara Rp. 1.500-2.000.”¹³

Berdasarkan hasil wawancara dari informan dan diperkuat dengan hasil observasi peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam penentuan harga disetiap produk di Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan sangat terjangkau dan relatif murah dibanding toko-toko lainnya, dan konsumen rata-rata dalam mengambil keputusan untuk membeli di Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan salah satunya karena dari segi harga yang relatif murah salah satunya seperti dari segi minuman seperti teh pucuk lebih murah dibanding toko lain biasanya satu kardus itu kisaran harga Rp. 54.000-55.000, dan untuk diluar toko mumtaz itu kisaran Rp. 56.000-57.0000. dan untuk harga satuan untuk teh pucuk di toko mumatz Rp. 3.000 dan biasanya harga toko lain Rp. 3.500 dan ketika pembeliannya lebih dari tiga barang dalam satu produk maka akan diberikan harga grosir, dimana cocok untuk konsumen yang akan dijual kembali dari barang yang dibelinya.

Strategi pemasaran yang ketiga adalah tempat/lokasi dimana peneliti mewawancarai Bapak Masudi selaku manager toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa:

¹³ Mufarrohah, Konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (3 Juni 2022).

“Untuk lokasi memang toko kami dikatakan kurang strategis, karena tempatnya agak jauh dengan jalan raya besar, tapi poin plusnya dari toko ini karena berada di kota, sehingga kami tidak terlalu khawatir soal pelanggan, dan kami percaya setiap penjual pasti ada pembelinya. Tapi meskipun dengan lokasi yang kurang strategis Alhamdulillah tetap ada konsumen yang berbelanja ditoko ini.”¹⁴

Selanjutnya peneliti mewawancarai Bapak Rofi'i selaku karyawan toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa:

“Dari segi lokasi memang lokasi atau tempat toko mumtaz ini kurang strategis, kurang strategisnya karena tempat ini, letaknya kurang dekat dengan jalan raya besar, tapi meskipun begitu tetap banyak pelanggan yang membeli disini.”¹⁵

Selanjutnya peneliti mewawancarai Ibu Fitriya selaku konsumen toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan, mengatakan bahwa:

“Lokasi toko ini kurang strategis karena keberadaanya bukan di jalan besar, tapi saya lihat meskipun tempatnya tidak begitu strategis banyak konsumen berbelanja disini, karena saya sering berbelanja disini..”¹⁶

Selanjutnya peneliti mewawancarai Ibu Mufarrohah selaku konsumen toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan.

“Untuk Toko ini dari lokasi saya rasa memang kurang strategis, karena letaknya jauh dari jalan raya besar, tapi untungnya itu ada dikota bukan pedesaan, kalau kota banyak tuh orang beralalu lalang jadi masih bisa diketahui konsumen toko ini.”¹⁷

Dari hasil wawancara manager, karyawan serta konsumen toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan, dan diperkuat dengan hasil observasi peneliti, dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk lokasi toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan

¹⁴ Masudi, Manager Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (13 Juni 2022).

¹⁵ Rofi'i, Karyawan Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (5 Junii 2022)

¹⁶ Fitriya, Konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (4 Juni 2022).

¹⁷ Mufarrohah, Konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (3 Juni 2022).

dirasa kurang strategis, karena letaknya terlalu jauh dari jalan raya besar, namun meskipun lokasi/tempat dikatakan kurang strategis, namun toko mumtaz ini tidak pernah sepi pelanggan, satu persatu pelanggan datang, pelanggan satu pulang pelanggan satu masuk, banyaknya konsumen berbelanja disana karena tempat/lokasinya diperkotaan.

Strategi pemasaran yang keempat adalah promosi, peneliti mewawancarai Bapak Masudi selaku manager toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa:

“Untuk promosi ditoko ini kami hanya menggunakan promosi secara *offline*, biasanya jika ada barang yang lagi promo, kami hanya menempelkan pamflet atau brosur didepan jendela, dan memajang barang yang sedang promo di depan toko, dan kadang jika tidak dipajang didepan kami tetap memajang dirak seperti biasanya, namun hanya saja diberi tulisan pemberitahuan, agar pembeli tau kalau produk tersebut sedang promo, selebihnya untuk hal promosi ditoko ini kita hanya melakukan promosi dari mulut kemulut. Alasan toko kami tidak menggunakan promosi secara online, meskipun saat ini semua serba canggih kami rasa masih banyak masyarakat yang belum terbiasa menggunakan hp dan internet, sehingga promosi tidak sampai pada masyarakat, kadang hanya mencari informasi produk lewat internet, namun tetap melakukan pembelian secara *offline*. Dan barang yang dijual ditoko kami barang-barang sembako, dan sasarannya kebanyakan ibu-ibu jadi saya rasa cukuplah untuk promosi secara *offline* saja.”¹⁸

Selanjutnya wawancara dengan Bapak Rofi'i selaku karyawan Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa:

“Selama saya bekerja ditoko ini dalam melakukan promosi hanya melalui antar konsumen, dimana jika ada pembeli atau pelanggan datang ketoko, saya sebagai karyawan memberikan informasi dan menawarkan barang/produk yang lagi promo ditoko ini.”¹⁹

¹⁸ Masudi, Manager Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (13 Juni 2022).

¹⁹ Rofi'i, Karyawan Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (5 Juni 2022)

Selanjutnya wawancara dengan Ibu Mufarrohah selaku konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa.

“saya mengetahui Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan ini, dari tetangga saya yang memang sering berbelanja di toko Mumtaz, tetangga saya merekomendasikan toko ini dikarenakan harganya relatif murah dan cocok untuk bisa dijual lagi, karena orang tua saya dirumah bangun bisnis kecil-kecilan, toko kelontong. Kadang jika saya tidak bisa ketokonya langsung, saya menghubungi karyawan toko ini, untuk memesan barang seperti aqua, minuman, tepung, untuk disuruh antar kerumah.”²⁰

Selanjutnya wawancara dengan Bapak Ahmad Riadi selaku konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan.

“Mengetahui Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan ini karena memang lewat disini, dan hanya mampir untuk membeli rokok dan minuman ditoko ini.”²¹

Selanjutnya wawancara dengan Ibu Fatimatus Zahroh selaku konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan.

“Saya mengetahui Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan ini karena memang saya orang sini, saya sering belanja disini untuk barang kebutuhan sehari-hari, untuk promosi toko ini memang jarang melakukan promosi, biasanya hanya karyawan yang memberikan informasi ketika ada pelanggan membeli, namun yang saya lihat walaupun dari segi strategi promosi kurang, tapi toko mumtaz tetap banyak konsumen yang mampir ditoko ini.”²²

Dari hasil wawancara diatas dan diperkuat dengan hasil observasi tentang promosi, peneliti dapat menyimpulkan bahwa, dalam strategi promosi Toko Mumtaz jungcangcang Pamekasan dalam melakukan promosinya bukan melalui media sosial, melainkan dengan promosi secara *offline*, dimana promosi tersebut

²⁰ Mufarrohah, Konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (3 Juni 2022)

²¹ Ahmad Riadi, Konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (5 Juni 2022)

²² Fatimatus Zahroh, Konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (3 Januari 2022)

hanya melalui antar konsumen, dari mulut kemulut. dan menempelkan pamflet dan memajang barang jika ada promo, dan rata-rata dari sekian banyaknya pelanggan yang saya wawancarai mereka mengatakan bahwa mengetahui toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan melalui informasi dan rekomendasi dari konsumen lain yang memang pernah berbelanja di toko mumtaz, dan ada yang memang sekedar lewat dan mampir untuk membeli di toko ini. Meskipun saat ini sudah memasuki era digital semua serba canggih, berbelanja bisa dilakukan secara online, namun ditoko mumtaz Jungcangcang Pamekasan tidak menggunakan promosi secara online, adapun alasan tidak menggunakan promosi secara online, karena menurut manager toko mumtaz masih banyak masyarakat yang belum terbiasa menggunakan gadget dan internet, sehingga promosi tidak sampai pada masyarakat, dan ditoko mumtaz barang yang dijual kebutuhan sehari-hari seperti sembako, meskipun ada produk lain, tapi yang paling laku terjual memang kebanyakan sembako, untuk sembako sasarannya kebanyakan ibu-ibu, dan ibu jarang memakai gadget, kalau pun memakai gadget biasanya hanya untuk telepon saja, jadi manager toko mumtaz merasa bahwa promosi secara offline dirasa sudah cukup.

2. Strategi Pemasaran Syariah Toko MumtaJungcangcang Pamekasan

Karaktersistik pemasaran syariah yang pertama yaitu Ketuhanan (*Rabbaniyah*) peneliti mewawancarai Bapak manager toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa:

“Untuk peraturan dalam hal ibadah, tentunya sangatlah dipikirkan, karena memang disini pemilik tokonya merupakan Kiai. Untuk sholat disediakan tempat dibelakang. dan untuk peraturannya, untuk hari-hari biasa, jika

masuk waktu sholat karyawan bisa saling bergantian jaga kasir dengan karyawan satunya, jika salah satu karyawan tidak masuk biasanya itu saya yang ganti menjaga kasir dikarenakan takut ada pembeli, setelah sholat maka akan kembali pada bagian tugas masing-masing. Untuk sholat maghrib toko kami tutup selama 30 menit lalu karena memang untuk shift malam hanya satu karyawan, dan untuk hari jum'at toko kami tutup mulai dari jam 11.00-13.00.”²³

Selanjutnya wawancara dengan Bapak Rofi'i selaku karyawan Toko

Mumtaz Jungcangcang Pamekasan menyatakan bahwa:

“Untuk hari jum'at toko kami tutup pada jam 11.00-13.00 untuk melaksanakan sholat jum'at di masjid. Untuk hari hari biasa dan untuk shift pagi kami saling bergantian untuk sholatnya, dan untuk sholat maghrib toko kami tutup, dikarenakan untuk shift malam hanya satu karyawan, untuk tempat sholat memang sudah disediakan lengkap dengan kamar mandinya.”²⁴

Selanjutnya wawancara dengan Ibu Narti selaku konsumen Toko Mumtaz

Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa:

“Dalam hal ibadah saya melihat karyawan di toko ini sangat menjaga sholatnya, yang saya lihat, waktu itu waktu sholat dzuhur mereka saling bergantian, yang jaga dikasir mau sholat dan karyawan yang dikasir memanggil temannya untuk menggantikan posisinya. Dan memang untuk waktu maghrib toko ini tutup karena saya tau soalnya sempat lewat ditoko ini.”²⁵

Selanjutnya wawancara dengan Bapak Taufiq selaku konsumen Toko

Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa:

“Saya rasa untuk ibadah mereka sangat mengedepankan dalam hal tersebut, terbukti jika sudah waktunya sholat jum'at mereka tutup. Karena saya pernah mau beli ternyata toko ini tutup, setelah jam duaan saya coba kembali dan menanyakan kepada karyawannya, ternyata memang benar

²³ Masudi, Manager Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (11 Juni 2022).

²⁴ Rofi'i Karyawan Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (11 Juni 2022).

²⁵ Narti, Konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (11 Juni 2022).

untuk hari jum'at tutup untuk melaksanakan sholat jum'at dan dibuka kembali setelah jam 13.00.”²⁶

Berdasarkan hasil wawancara kepada manager, karyawan serta konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan dan diperkuat dengan hasil observasi, peneliti dapat menyimpulkan bahwa dari segi ibadah karyawan Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan sangat menjaga dalam ibadahnya, dan sudah di sediakan ruangan dibelakang tempat untuk sholat lengkap dengan kamar mandinya. Untuk peraturannya, untuk hari jumat tutup dari jam 11.00 dan buka kembali pada jam 13.00, untuk melaksanakan sholat jum'at di masjid dan untuk sholat magrib toko ditutup selama 30 menit karena untuk shift malam hanya satu karyawan, dan hari-hari biasa ketika sudah masuk waktu sholat mereka saling bergantian untuk melaksanakan kewajibannya.

Karakteristik pemasaran syariah yang kedua yaitu Etis (*Akhlaqiyyah*), dimana peneliti mewawancarai Bapak Masudi selaku manager toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan.

“Sesuai dengan slogan toko kami kerja keras, kerja ikhlas, kerja tuntas, dimana kami akan melakukan semaksimal mungkin untuk melakukan yang terbaik demi kemajuan toko mumtaz, apalagi dalam pelayanan, kami selain mengedepankan kualitas produk, kami juga mengedepankan akhlak dan tingkah laku yang baik dalam melayani konsumen, dimana kita harus sopan, dimana dalam melayani konsumen tersenyum memasang muka yang ceria, ramah disini, menyapa konsumen dengan tutur kata yang baik, mengucapkan terima kasih ketika sudah berbelanja..”²⁷

²⁶ Taufiq, Konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (11 Juni 2022).

²⁷ Masudi, Manager Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (3 Juni 2022).

Hasil wawancara dengan Latif selaku karyawan Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa:

“Dalam pelayanan saya sebagai karyawan akan melakukan pelayanan yang terbaik dan semaksimal mungkin kepada konsumen .Agar konsumen merasa nyaman berbelanja ditoko ini, sehingga bisa kembali sewaktu-waktu.”²⁸

Hasil wawancara dengan Sinta, selaku konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa:

“Untuk pelayanan karyawan toko mumtaz ini cukup baik, ramah menyapa pelanggan yang datang, dengan tutur kata yang baik. Sopan, selalu tersenyum tidak emosi dalam melayani pelanggan dan tentunya sabar dalam menghadapi pelanggan, apalagi pelanggan seperti saya, yang selalu banyak tanya, intinya dari segi pelayanan baik.”²⁹

Hasil wawancara dengan Yanti, selaku konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa:

“Untuk pelayanan dari toko ini, sudah baik, ramah kepada konsumen, karyawan ketika bertanya mereka dengan baik menjelaskan produk-produk apa saja yang bagus di antara sekian banyaknya produk yang saya mau beli sebelum saya memutuskan untuk membeli.”³⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas dan di perkuat dengan hasil observasi peneliti dapat menyimpulkan bahwa dari segi pelayanan toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan ini cukup baik, ramah dan sopan kepada konsumen. ramah disini seperti, menyapa konsumen yang datang dengan tutur kata yang baik, tersenyum, melayani pelanggan dengan sabar, jika konsumen ada kesulitan segera dibantu. Dan pelayanan yang baik juga dilihat dari kesopanan, kesopanan disini bisa ditunjukkan dengan berbicara kepada konsumen secara halus, tersenyum, tidak emosi serta tidak membentak konsumen, mengucapkan maaf jika ada produk yang

²⁸ Latif, karyawan Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan *Wawancara Langsung* (5 Juni 2022)

²⁹ Sinta, Konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan *Wawancara Langsung* (5 Juni 2022)

³⁰ Yanti, Konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan *Wawancara Langsung* (9 Juni 2022)

dicari tidak ada, dan mengucapkan terimakasih ketika sudah selesai berbelanja. Karyawan di toko mumtaz Jungcangcang pamekasan akan melakukan segala cara demi kebaikan dan kemajuan toko mumtaz, salah satunya dari segi pelayanan yang baik kepada konsumen.

Karakteristik pemasaran syariah yang ketiga yaitu Realistis (*Al-waqi'iyah*) peneliti mewawancarai Bapak Masudi selaku manager toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan.

“Untuk di Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan ini memang kami tidak menggunakan seragam, yang terpenting bagi kami baju yang dipakai tentunya pasti harus bersih, rapi, dan sopan. Sopan disini kami tidak melarang karyawan kami memakai celana dan memakai sarung, yang terpenting itu dalam berpenampilan menyesuaikan dengan keadaan di toko mumtaz apalagi toko mumtaz disini milik pesantren jadi untuk penampilan diutamakan juga, seperti celana itu tidak boleh sobek bukan buat gaya-gayaan.”³¹

Selanjutnya peneliti mewawancarai Bapak Latif selaku karyawan Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan.

“Dalam peraturan toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan ini, dalam hal berpenampilan tidak ada larangan. Memakai celana dan sarung, selama hal tersebut masih sopan itu tidak dipermasalahkan. Sopan disini tidak memakai kaos, celana sobek-sobek atau pun celana pendek., kami juga dalam berpenampilann sangat menyesuaikan dengan keadaan dimana toko mumtaz ini milik pesantren tentunya kami harus berpenampilan sopan dan rapi, rapi disini seperti memakai kemeja, celana pun kami memakai celana panjang.”³²

Hasil wawancara dengan Abd Somad selaku konsumen Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, menyatakan bahwa:

“Dari segi penampilan karyawan toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan, saya rasa tidak ada masalah mereka penampilannya rapi meskipun mereka

³¹ Masudi, Manager Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (3 Juni 2022).

³² Latif, Karyawan, Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (9 Juni 2022)

tidak menggunakan seragam, selama saya berbelanja disini saya melihat mereka menggunakan baju yang sopan bukan seperti kaos atau pun celana pendek, kadang mereka juga memakai sarung dan saya rasa itu tidak masalah apalagi kan toko ini milik pesantren jadi masih masuk sih alasan kenapa mereka memakai sarung.³³

Dari hasil wawancara dari manager, karyawan dan konsumen, serta diperkuat dari hasil observasi, maka dapat disimpulkan bahwa dalam berpenampilan karyawan toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan tidak ada larangan, seperti memakai sarung, hal tersebut tidak dipermasalahkan karena toko mumtaz Jungcangcang pamekasan ini berbasis pesantren, dan toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan tentunya tidak menolak yang namanya konsep modernitas, dimana mereka kadang memakai celana, namun bukan celana yang sobek-sobek untuk gaya-gayaan, dan baju yang dipakai seperti kemeja, baik kemeja panjang maupun pendek hal tersebut menandakan bahwa karyawan toko mumtaz jungcangcang Pamekasan tidak ketinggalan zaman. Yang terpenting baju yang dipakai sudah rapi dan sopan meskipun tidak menggunakan seragam, dikatakan rapi karena baju yang dipakai seperti kemeja, celana tidak sobek intinya mereka menggunakan baju seperti kemaja dan celana, selama yang dipakai masih sopan maka tidak dipermasalahkan oleh manager begitu pun dengan konsumen.

Karakteristik pemasaran yang keempat yaitu tentang karaktersistik pemasaran syariah Humanitas (*Insaniyyah*) peneliti mewawancarai Bapak Masudi selaku manager toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan.

“Karyawan toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan tentunya dalam melayani konsumen tidak akan membeda-bedakan konsumen yang satu

³³ Abd Somad, Konsumen, Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (9 Juni 2022)

dan konsumen yang lain, karena jika hal tersebut terjadi tentunya citra perusahaan atau toko mumtaz Jungcang Pamekasan buruk bagi masyarakat.”³⁴

Hasil wawancara dengan Latif selaku karyawan toko mumtaz

Jungcang Pamekasan mengatakan bahwa:

“Selama saya melayani pelanggan saya tidak merasa membeda-bedakan pelanggan satu dengan yang lain, semua saya usahakan dalam melayani pelanggan dengan semaksimal mungkin, karena bagi saya pelanggan adalah raja yang harus dilayani dengan baik.”³⁵

Hasil wawancara dengan Narti selaku konsumen toko mumtaz

Jungcang Pamekasan mengatakan bahwa:

“Selama saya berbelanja disini saya tidak merasa bahwa saya merasa dibeda-bedakan dari konsumen satu dengan konsumen lain, saya rasa semua pelayanan karyawan di toko ini sama, tidak membedakan karena konsumen cantik atau pun karena orang kaya, dan sebaliknya, mereka pasti melayani konsumen dengan baik.”³⁶

Dari wawancara diatas, dan diperkuat dengan hasil observasi peneliti, dan dapat disimpulkan bahwa karyawan toko mumtaz Jungcang Pamekasan dalam melayani konsumen tidak membeda-bedakan konsumen satu dengan yang lain. Semua dilayani dengan sebaik mungkin, pelayanan karyawan di toko ini sama, tidak membedakan karena konsumen cantik, jelek, berkulit hitam atau pun putih, baik dari segi kelas sosial, baik kelas atas, bawah maupun menengah.

C. Temuan Penelitian

³⁴ Masudi, Manager Toko Mumtaz Jungcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (9 Juni 2022).

³⁵ Latif, Karyawan, Toko Mumtaz Jungcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (9 Juni 2022).

³⁶ Narti, Konsumen, Toko Mumtaz Jungcang Pamekasan, *Wawancara Langsung* (11 Juni 2022)

1. Strategi Pemasaran Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan.

- a. Menyediakan macam-macam merk produk di setiap produknya, dan tentunya dengan kualitas yang berda-beda. Seperti: beras dan minyak, beberapa macam merk beras dan minyak mulai dari kualitas sedang merk pena dan kualitas baik merk berlian, sania.
- b. Harga relatif murah dibandingkan toko-toko lain
- c. Tempat dirasa kurang strategis karena letak toko jauh dari jalan raya, namun masih bisa dijangkau konsumen
- d. Promosi dilakukan hanya secara offline dengan menempelkan pamflet jika ada barang yang sedang promo serta memajangnya di depan toko, selebihnya dari mulut kemulut. tidak menggunakan pemasaran secara offline karena sasarannya ibu-ibu jadi dirasa cukup menggunakan pemasaran offline, karena menurut Manager toko Mumtaz Bapak Masudi, ibu-ibu jarang memakai gadget dan internet.

2. Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

- a. Dalam hal ibadah sangat dikedepankan, dari segi tempat disediakan lengkap dengan kamar mandi, untuk peraturannya, seperti ketika sholat jum'at toko tutup mulai dari jam 11.00 dan dibuka kembali pada jam 13.00, dan untuk hari-hari biasa jika masuk waktu sholat

karyawan bergantian untuk melaksanakan sholatnya, untuk sholat maghrib ditutup selama 30 menit.

- b. Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, diantaranya bertuturkata yang baik, sopan dan ramah. ramah disini seperti, menyapa konsumen yang datang dengan tutur kata yang baik, tersenyum, melayani pelanggan dengan sabar, jika konsumen ada kesulitan segera dibantu. Sopan disini bisa ditunjukkan dengan berbicara dengan konsumen secara halus, tersenyum, tidak emosi serta tidak membentak konsumen, mengucapkan maaf jika ada produk yang dicari tidak ada, dan mengucapkan terimakasih ketika sudah selesai berbelanja.
- c. Dari segi penampilan, tidak ada larangan seperti memakai sarung, karena toko mumtaz Jungcangcang pamekasan ini berbasis pesantren, namun toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan tidak menolak yang namanya konsep modernitas, dimana mereka kadang memakai celana, namun bukan celana yang sobek-sobek untuk gaya-gayaan, dan baju yang dipakai seperti kemeja, baik kemeja panjang maupun pendek.
- d. karyawan di toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan tidak membedakan dalam pelayanannya, semua sama. Tidak membedakan karena konsumen cantik, jelek, berkulit hitam atau pun putih, baik dari segi kelas sosial, baik kelas atas, bawah maupun menengah semua tidak dibeda-bedakan semua dilayani sebaik mungkin.

D. Pembahasan

Setelah beberapa data yang diinginkan ditemukan, baik berupa hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, maka peneliti akan menganalisa temuan yang peneliti temui dilapangan. Adapun data yang dipaparkan peneliti sesuai dengan fokus penelitian dari judul skripsi Analisis Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Toko Mmumtaz Jungcangcang Pamekasan Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

1. Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan

Menurut Sofjan Assauri, strategi pemasaran adalah suatu rencana yang menyeluruh, terpadu dan terpadu di bidang pemasaran yang menjadi pedoman kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan.³⁷ Ada empat bauran pemasaran (Marketing Mix) yang merupakan indikator strategi pemasaran, keempat indikator yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran antara lain: produk, harga, lokasi, dan promosi.

a. Produk

Menurut Kotler Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan. Intensitas persaingan pasar memaksa perusahaan untuk berusaha keras untuk adaptasi produk tingkat tinggi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif atas pesaing mereka, karena adaptasi produk dapat

³⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar*, Konsep dan Strategi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 154.

memperluas basis pasar lokal dan meningkatkan preferensi lokal tertentu. Semakin banyak konsumen yang memiliki pilihan dan sangat berhati-hati dalam mengambil keputusan pembelian, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti permintaan, manfaat produk, layanan dan perbandingan harga sebelum membuat keputusan pembelian.³⁸

b. Harga

Penetapan harga menjadi pertimbangan yang sangat penting, mengingat harga merupakan salah satu alasan dijualnya produk dan jasa yang ditawarkan. Penetapan harga yang salah akan berdampak fatal terhadap produk yang ditawarkan dan mengakibatkan produk tersebut tidak tersedia di pasaran. Penetapan harga harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Tujuan umum perusahaan menentukan harga adalah sebagai berikut:

Pertama, untuk bertahan hidup, penetapan harga semurah mungkin. Tujuannya adalah untuk menawarkan produk dan layanan yang tersedia di pasar dengan harga murah, tetapi tetap dalam kondisi yang menguntungkan. Yang *kedua* adalah profit yaitu meningkatkan penjualan dan memaksimalkan keuntungan. *Ketiga*, meningkatkan pangsa pasar, yaitu menambah jumlah pelanggan. *Keempat*, kualitas produk, yang memberikan kesan bahwa kualitas produk atau jasa yang diberikan lebih tinggi dari pesaing. *Kelima*, karena adanya pesaing, tujuannya agar harga

³⁸ Ahmad Mas'ari, dkk. "Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau", *Jurnal Teknik Industri* Vol. 5, No. 2, (2019). 82

yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh pesaing.³⁹

c. Lokasi/Tempat

Tempat letak tempat atau lokasi perusahaan akan berpengaruh terhadap berhasil tidaknya suatu perusahaan yang dijalankan, lokasi sangat erat kaitannya dengan pasar potensial perusahaan. Selain itu, lokasi juga mempengaruhi dimensi strategis seperti fleksibilitas, daya saing, positioning dan fokus. Fleksibilitas lokasi merupakan ukuran seberapa responsif suatu perusahaan terhadap perubahan kondisi ekonomi. Keputusan memilih lokasi terkait dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek padat modal, sehingga perusahaan memang harus mempertimbangkan dan memilih lokasi yang responsif terhadap kondisi ekonomi, demografi, budaya, dan persaingan di masa depan.⁴⁰

d. Promosi

Menurut Tanton, promosi adalah elemen dalam bauran pemasaran perusahaan yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan produk perusahaan. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran dan merupakan kegiatan pemasaran yang dirancang untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan meningkatkan pasar sasaran atas produknya sehingga mereka mau menerima, membeli dan

³⁹ Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), 85.

⁴⁰ Christian A.D, "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado", *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 3, (Juni 2013), 73

loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.⁴¹

Berdasarkan temuan penelitian di toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan terkait dengan indikator dari strategi pemasaran. *Pertama* produk, dimana produk yang dijual di toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan menyediakan barang yang dibutuhkan konsumen sehari-hari, seperti sembako. Disetiap produk yang dijual ada berbagai macam merk produk yang ditawarkan dengan kualitas berbeda-beda pula. Salah satunya produk sembako. Seperti beras, untuk kualitas sedang dengan merk pena, astana, dan sip. Sedangkan kualitas yang paling baik, seperti fortune, berlian dan sania. *Kedua* harga, dari segi harga toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan relatif murah dibanding toko lain. Perbedaannya pun hanya sedikit, salah satunya seperti dari segi minuman seperti teh pucuk lebih murah dibanding toko lain biasanya di toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan satu kardus itu kisaran harga Rp. 54.000-55.000, dan untuk diluar toko mumtaz itu kisaran Rp. 56.000-57.0000, dan untuk harga satuan untuk teh pucuk di toko mumatz Rp. 3.000 dan biasanya harga toko lain Rp. 3.500 *Ketiga* tempat, dari segi tempat di toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan kurang strategis karena letaknya jauh dari jalan raya, tetapi masih bisa dapat dijangkau oleh konsumen. *Keempat* dari segi promosi, promosi yang dilakukan toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan melalui offline, dimana promosi dilakukan

⁴¹ Ahmad Mas'ari, dkk. "Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau", *Jurnal Teknik Industri* Vol. 5, No. 2, (2019). 82

hanya melalui antar konsumen/dari mulut kemulut dan meletakkan pamflet didepan jendela serta memajang barang didepan toko jika ada produk yang sedang promo. adapun alasan tidak menggunakan promosi secara online, karena menurut manager toko mumtaz masih banyak masyarakat yang belum terbiasa menggunakan gadget dan internet, sehingga promosi tidak sampai pada masyarakat, dan ditoko mumtaz barang yang dijual kebutuhan sehari-hari seperti sembako, meskipun ada produk lain, tapi yang paling laku terjual memang kebanyakan sembako, untuk sembako sasarannya kebanyakan ibu-ibu, dan ibu jarang memakai gadget, kalau pun memakai gadget biasanya hanya untuk telepon saja, jadi manager toko mumtaz merasa bahwa promosi secara offline dirasa sudah cukup.

Dari paparan diatas peneliti menganalisis bahwa data yang diperoleh dari lapangan dari segi produk, harga, dan promosi sudah sesuai dengan teori indikator pemasaran diatas, namun untuk dari segi tempat belum dinyatakan sesuai dengan teori. Adapun penjelasannya *Pertama*, dari segi produk toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan menjual kebutuhan sehari-hari konsumen, seperti sembako. Disetiap produk yang dijual ada berbagai macam merk produk yang ditawarkan dengan kualitas berbeda-beda pula, hal tersebut agar mempermudah konsumen produk dengan kualitas mana yang akan dibeli. *Kedua*, dari segi harga di toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan sudah sesuai dan sejalan dengan teori, dimana harga yang di tawarkan toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan relatif murah dan dapat dijangkau oleh pelanggan. sehingga hal tersebut

dapat menarik minat beli konsumen untuk berbelanja di toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan. *Ketiga*, promosi yang dilakukan toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan sudah terbilang sesuai dengan teori, dimana promosi di toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan dengan meletakkan pamflet didepan jendela ketika ada produk yang sedang promo dan memajang produk yang sedang promo tersebut didepan toko, selebihnya konsumen mengetahui toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan dari antar konsumen. Adapun alasan tidak menggunakan promosi secara online, karena menurut manager toko mumtaz masih banyak masyarakat yang belum terbiasa menggunakan gadget dan internet, sehingga promosi tidak sampai pada masyarakat, dan ditoko mumtaz barang yang dijual kebutuhan sehari-hari seperti sembako, meskipun ada produk lain, tapi yang paling laku terjual memang kebanyakan sembako, untuk sembako sasarannya kebanyakan ibu-ibu, dan ibu jarang memakai gadget, kalau pun memakai gadget biasanya hanya untuk telepon saja, jadi manager toko mumtaz merasa bahwa promosi secara offline dirasa sudah cukup. *Keempat*, dari segi tempat belum dikatakan sesuai dengan teori karena untuk tempat/lokasi toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan dirasa kurang strategis, karena letaknya terlalu jauh dari jalan raya besar, tapi berada dikota sehingga tetap bisa dijangkau oleh konsumen.

2. Strategi Pemasaran Syariah Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan

Nasuka mendefinisikan pemasaran Syariah sebagai penerapan disiplin bisnis strategis yang sejalan dengan nilai dan prinsip Syariah dan dilakukan sesuai dengan konsep Islam yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW.⁴²

Islam memaknai pemasaran sebagai dakwah karena pada dasarnya dakwah ini adalah menjual atau mempromosikan apa yang kita yakini sebagai nilai-nilai Islam yang benar. Seorang muslim yang baik, dalam muamalahnya, dalam hal ini pemasaran, baik sebagai pemimpin perusahaan, pemilik, pemasar, pesaing, atau pelanggan, harus adil, jujur, transparan, etika dan etika. dari urusan bisnis.

Pemasaran Syariah memiliki 4 karakteristik yang menjadi indikator pemasaran Syariah, antara lain sebagai berikut:

a. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Salah satu ciri pemasaran syariah adalah sifatnya yang religius. Jiwa marketer Syariah percaya bahwa Syariah yang suci adalah hukum yang paling adil, sehingga mereka akan mematuhi dalam setiap kampanye pemasaran yang mereka lakukan. Pada setiap langkah, kegiatan dan kegiatan yang dilakukan harus selalu berlandaskan pada syariat Islam. Seorang marketer Syariah, bahkan jika dia tidak bisa melihat Tuhan, dia selalu merasa bahwa Tuhan mengawasinya setiap saat. Dengan cara ini dia bisa menghindari segala macam perilaku yang membuat orang lain tertipu dengan produk yang dia jual. Karena

⁴² Rhenald Kasali, dkk, *Modul Kewirausahaan Intuk Program Strata 1*, (Jakarta:PT.Mizan Publika, 2010), 146-147.

pemasar syariah selalu merasa bahwa setiap tindakan yang diambil diperhitungkan.

b. Etis (*Akhlaqiyyah*)

Ciri khas pemasar syariah lainnya adalah mereka mengutamakan etika dalam segala aspek aktivitasnya. Pemasaran Syariah adalah filosofi pemasaran yang sangat menekankan nilai-nilai moral dan etika, tanpa memandang agama, karena bersifat universal.

c. Realistis (*Al-waqi'yyah*)

Pemasaran syariah bukanlah konsep eksklusif, fanatik, anti modern, kaku, tetapi konsep pemasaran yang fleksibel. Pemasar syariah tidak berarti pemasar harus terlihat seperti orang Arab dan melarang untuk memakai dasi. Namun, pemasar Syariah harus tetap terlihat bersih, rapi, dan bersahaja apa pun gaya atau gaya yang mereka kenakan.

d. Humanistis (*Insaniyyah*)

Ciri lainnya adalah kemanusiaannya yang universal. Humanitisa adalah bahwa hukum Syariah diciptakan untuk manusia, sehingga status mereka ditinggikan, kemanusiaan mereka dipertahankan dan dilestarikan, dan sifat hewani mereka dapat diatur oleh aturan Syariah. Manusia Syariah diciptakan untuk manusia sesuai

dengan kemampuannya, tanpa memandang ras, warna kulit, kebangsaan dan status. Jadi pemasaran Syariah bersifat universal.⁴³

Berdasarkan temuan penelitian di toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan terkait dengan indikator pemasaran Syariah. *Pertama*, Ketuhanan (*Rabbaniyah*) dimana dari segi ibadah karyawan Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan sangat menjaga dalam ibadahnya. Tempat ibadah sudah dipersiapkan lengkap dengan kamar mandinya. Adapun peraturannya, dimana untuk hari jumat tutup dari jam 11.00 dan buka kembali pada jam 13.00, dan untuk sholat magrib toko ditutup selama 30 menit karena untuk shift malam hanya satu karyawan, dan hari-hari biasa ketika sudah masuk waktu sholat mereka saling bergantian untuk melaksanakan kewajibannya. *Kedua*, Etis (*Akhlaqiyyah*) dimana toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, diantaranya bertuturkata yang baik, sopan dan ramah kepada konsumen. Ramah menyapa konsumen yang datang dengan tutur kata yang baik, tersenyum, melayani pelanggan dengan sabar, jika konsumen ada kesulitan segera dibantu. Sopan bisa ditunjukkan dengan berbicara dengan konsumen secara halus, tersenyum, tidak emosi serta tidak membentak konsumen, mengucapkan maaf jika ada produk yang dicari tidak ada, dan mengucapkan terimakasih ketika sudah selesai berbelanja. *Ketiga*, Realistis (*Alwaqiyyah*) Dari segi penampilan, tidak ada larangan seperti memakai sarung, karena toko Mumtaz Jungcangcang

⁴³ Khozin Zaki, *Manajemen Syariah Viral Marketing dalam Perspektif Pemasaran Syariah Studi Kasus Pada Perusahaan Start Up Sosial*, (Purwokerto: CV. Amerta Media, 2020), 45-46

pamekasan ini berbasis pesantren, namun toko Mumtaz tidak menolak yang namanya konsep modernitas, dimana mereka kadang memakai celana, namun bukan celana yang sobek- sobek untuk gaya-gayaan, dan baju yang dipakai seperti kemeja, baik kemeja panjang maupun pendek. *Keempat*, Humanitas (*Insaniyah*) dimana karyawan toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan dalam melayani konsumen tidak membedakan konsumen satu dengan yang lainnya semua sama. Tidak membedakan karena konsumen cantik, jelek, berkulit hitam atau pun putih, baik dari segi kelas sosial, baik kelas atas, bawah maupun menengah semua tidak dibeda- bedakan semua dilayani sebaik mungkin.

Dari paparan diatas peneliti menganalisis bahwa data yang diperoleh dari lapangan sudah sesuai dengan teori indikator pemasaran Syariah. *Pertama*, toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan sudah sesuai dengan karaktersistik Ketuhanan (*Rabbaniyyah*) dari segi ibadah karyawan Toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan sangat menjaga dalam ibadahnya, dari segi tempat ibadah sudah ada lengkap dengan kamar mandi. Untuk peraturannya, dimana untuk hari jumat tutup dari jam 11.00, buka kembali pada jam 13.00. Untuk sholat magrib toko ditutup selama 30 menit karena untuk shift malam hanya satu karyawan, dan hari-hari biasa ketika sudah masuk waktu sholat mereka saling bergantian untuk melaksanakan kewajibannya. *Kedua*, toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan sudah sesuai dengan karaktersistik Etis (*Akhlaqiyyah*) dimana toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan sangat menekankan nilai moral

dan etika kepada konsumen, dengan melayani konsumen sebaik mungkin. seperti bertuturkata baik, ramah, dan sopan kepada konsumen. ramah disini seperti, menyapa konsumen yang datang dengan tutur kata yang baik, tersenyum, melayani pelanggan dengan sabar, jika konsumen ada kesulitan segera dibantu. Sopan disini bisa ditunjukkan dengan berbicara dengan konsumen secara halus, tersenyum, tidak emosi serta tidak membentak konsumen, mengucapkan maaf jika ada produk yang dicari tidak ada, dan mengucapkan terimakasih ketika sudah selesai berbelanja.

Ketiga, toko Mumtaz Jungcangcang Pamekasan sudah sesuai dengan karaktersistik Realistik (*Al-waqiyyah*) dimana karyawan toko mumtaz Jungcangcang dalam berpenampilan karyawan toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan sudah rapi dan sopan tidak ada larangan seperti memakai sarung, karena toko mumtaz Jungcangcang pamekasan ini berbasis pesantren, namun toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan tidak menolak yang namanya konsep modernitas, dimana mereka kadang memakai celana, namun bukan celana yang sobek-sobek untuk gaya-gayaan, dan baju yang dipakai seperti kemeja, baik kemeja panjang maupun pendek. *Keempat*, toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan sudah sesuai dengan karaktersistik Humanitas (*Insaniyyah*) dengan prinsip (*Ukhuwah Insaniyah*) persaudaraan antar manusia, dimana toko mumtaz Jungcangcang Pamekasan, dalam melayani konsumen tidak membedakan konsumen satu dengan yang lain semua sama. Tidak membedakan karena konsumen cantik, jelek, berkulit hitam atau pun putih, baik dari segi kelas

sosial, baik kelas atas, bawah maupun menengah semua tidak dibedakan semua dilayani sebaik mungkin.