

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil PT. Al-maxyglow

Al-maxyglow perusahaan di Indonesia yang bergerak di sektor produk kecantikan di dirikan pada tahun 2019. Perusahaan ini fokus pada pengembangan dan produksi produk kecantikan yang berfokus pada *skincare*, kosmetik, dan perawatan tubuh yang aman dan berkualitas tinggi. Sesuai dengan akta pendirian perusahaan, PT. Al-maxyglow resmi di dirikan pada tanggal 3 Maret 2019.

Al-maxyglow merupakan hasil dari perjuangan panjang dengan tujuan untuk menjayakan produk-produk Halal berkualitas yang berasaskan tibunnawi yaitu membumikan memajukan dan mengaktualisasi ekonomi Islam di Indonesia melalui *entrepreneurship* dan juga turut serta dalam memberdayakan dan mengangkat UMKM nasional.¹

2. Produk Al-maxyglow

Al-maxyglow fokus pada kualitas produk yang berlandaskan alamiah, ilmiah dan ilahiyah. Produk yang Al-maxyglow jual adalah produk kualitas terbaik. Standar kualitas produk Al-maxyglow dibuktikan dengan produk-produk yang memiliki kelengkapan perizinan dan sertifikat Halal MUI. Al-maxyglow sebagai

¹ Buku panduan Al-maxyglow, (Kalimantan: PT Al-Maxyglow 2019), 16.

perusahaan bisnis yang berfokus pada bisnis produk-produk herbal yang terdiri dari produk kecantikan, kosmetik. Masing-masing jenis produk tersebut memiliki khasiat dan manfaat yang tidak perlu diragukan lagi karena telah dibuktikan oleh Reseller Al-maxyglow.²

Produk Al-maxyglow sangat banyak, untuk kebutuhan sehat keluarga sehari-hari yang setiap waktunya terus dikembangkan dan diperluas sektor pemanfaatannya, diantaranya yaitu:

- a. Produk kosmetik muslimah, fashial wash, toner, daycream dan night cream untuk kecantikan kulit wajah yang halal, sehat dan alami
- b. Produk food and drink seperti minuman collagen dan jelly collagen yang berkhasiat untuk menutrisi kesehatan kulit pada seluruh tubuh.

3. Pimpinan PT. Al-maxyglow

Pimpinan terdiri dari tiga dewan, yaitu sebagai berikut:

- a. Dewan Syariah
 - 1) Dr. H. Endy M. Astiwaru. MA. AAAH. FHS (BPH DSN-MUI)
 - 2) Dr. Oni Sahroni, MA (BPH DSN-MUI)
- b. Dewan Komisaris
 - 1) Hj. Pipit Mirza, ST (Komisaris utama)
 - 2) H. Supriyanto, SE (komisaris)
- c. Dewan direksi

²Ibid

1) Hj. Efa Mentari, SE, Ak, M. KOM (Direktur utama)

2) Hj Rosinta Aprilia, ST (Direktur)

d. Reseller Pamekasan Ponjangan Barat

1) Sitti Sayatun (Pemilik usaha)

2) Linda (Karyawan)

4. Visi dan misi PT. Al-maxyglow

Visi

Menjadi pimpinan industri halal kelas dunia (dari Indonesia)

Misi

- a. Menghasilkan pengusaha-pengusaha Muslim yang dapat di banggakan, baik sebagai pemasar, pembangunan jaringan maupun produsen.
- b. Menjadi wadah perjuangan penyediaan produk halal bagi ummat Islam.

5. Alamat PT. Almaxyglow

Serundung permai 2, tanjung niaga no 159, Sidomulyo, Kec. Nanga Pinoh,
Kabupaten Melawi, Kalimantan Barat 79672 Indonesia

Telepon: +62 815-2091-4441

Fax: +62 21-7850-9985

Website: Agen Al-maxyglow Kalimantan Barat - /p/Agen-Al-maxi-glow-

Kalimantan-Barat-100063762874580/208.

B. Paparan Data

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dalam bab ini peneliti akan menyajikan dan menjelaskan hasil temuan penelitian baik yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi (pengamatan), dan dokumentasi.

Adapun data yang peneliti kumpulkan di lapangan tidak lepas fokus penelitian dan tujuan penelitian ini sendiri. Sesuai dengan judul skripsi yang peneliti susun yaitu Strategi pemasaran Al-maxyglow di Ponjanan Barat Kabupaten Pamekasan dalam Perspektif Ekonomi Islam. Maka laporan ini peneliti memaparkan dan sesuai dengan fokus penelitian:

1. Strategi promosi Al-maxyglow di Ponjanan Barat Kabupaten

Pamekasan

Pemasaran berasal dari kata pasar atau dapat di artikan pula dalam konteks tradisonal tempat orang jual beli.³ Menurut kotler Pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Pada saat ini permintaan terhadap produk skincare Al-Maxyglow di Ponjanan Barat Kabupaten Pamekasan terus mengalami kenaikan. Selain dari kualitas yang dimiliki, kenaikan akan permintaan skicare Al-Maxyglow oleh konsumen juga dipengaruhi oleh strategi yang diterapkan dalam perusahaan.

³ Basu Swasta Dharmesta, *Manajemen Pemasaran* (Tagerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017)
2.

Adapun strategi pemasaran yang ditetapkan oleh perusahaan skincare Al- Maxyglow di Desa Ponjanan Barat diantaranya yakni

Berikut hasil wawancara dengan pemilik yang menjadi sampel penelitian, produk yang bercabang Di Ponjanan Barat Kabupaten Pamekasan:

"Awal mula bergabung menjadi reseller Al-maxiyglow yaitu pada tanggal 29 agustus 2019, di mana waktu itu saya sedang mengalami permasalahan kulit yaitu jerawat yang sudah cukup lama sembuhnya. Oleh karena itu ada salah satu teman saya yang mempunyai produk kosmetik berupa sabun, produk tersebut diberikan oleh teman saya secara gratis, dan saya gunakan selama 3 hari setelah bangun tidur dan sebelum tidur Alhamdulillah lumayan cepat reaksinya, jerawat yang saya derita menahun mulai membaik. Untuk itu saya bertanya kepada teman saya tentang produk ini dan saya berniat untuk berjualan dan bergabung menjadi reseller Al-maxyglow ini. Alasannya karena produk ini merupakan produk kecantikan yang memiliki manfaat dan aman hal itu dapat di buktikan dengsn sertifikat Halal MUI dan BPOM.

Tujuan saya bergabung menjadi reseller yaitu mengajak orang untuk mengutamakan pengobatan dengan cara memakai kosmetik yang Halal dan BPOM dengan cata pertama mempromosikan lewat WA-G dengan cara membagikan katalog berupa foto yang telah di sediakan oleh PT. Al-maxyglow itu sendiri, selain itu yang ke-2 saya juga membuat iklan sebagai pembuktian produk ini layak di pasarkan dengan cara membuat konten tutorial penggunaan Al-maxyglow dengan benar, tentu saya menggunakan produk ini sebelum di pasarkan, cara ke-3 yang saya lakukan yaitu saya selalu memanfaatkan kesempatan yang ada misalkan pada saat saya menghadiri acara arisan, saya meminta izin kepada orang orang yang berada di ruangan untuk mengenalkan produk yang saya pasarkan Al-maxyglow ini, ke-4 yaitu saya menjelaskan secara perlahan manfaat dan fungsi dari beberapa produk yang saya perjual belikan, cara ke-5 yaitu saya terkadang menawarkan produk ini dengan memberikan potongan diskon atau cashbon kepada costemer baru yang ingin mencoba produk Al-maxyglow.”⁴

Pada kesempatan yang sama peneliti juga mewawancarai mbak Aisyah selaku konsumen Al-maxyglow. (Iklan) Aisyah mengatakan:

“Semula saya tidak tertarik menggunakan produk ini karna saya kurang yakin dengan berbagai produk yang tidak masuk iklan TV takut abal-abal, pada saat itu kebetulan saya sudah capek mencoba beberapa skincare karna gak cocok di muka saya yang memiliki permasalahan jerawat, lama lama tertarik ke produk Al-maxyglow karna waktu menjelaskan produk tersebut

⁴ Siti sayatun, reseller penjual Al-maxyglow, wawancara Langsung, (8 Oktober 2023).

mba say ini membagikan nomer WA akhirnya saya catat setelah itu saya tertarik kepada iklan yang mba say share konsisten setiap hari harganya pun sama dengan harga iklan yang di share nya.”⁵

Dari hasil wawancara, Hal ini menunjukkan bahwa strategi iklan skincare Al-maxyglow sangat bagus serta konsisten dalam memasarkan produk tersebut.

Pada kesempatan yang sama peneliti juga mewawancarai mbak Laila selaku konsumen produk Al-maxyglow (penerapan promosi penjualan) yaitu sebagai berikut:

“Saya tertarik kepada promosi yang dishare mba say di SW nya yaitu bukti berupa vidio tutorial penggunaan produk Al-maxyglow pada vidio yang mba say unggahannya benar benar menggunakan produk ini sehingga saya tidak segan untuk segera membelinya, dengan keyakinan penuh bukti wajah mba say menggunakan cantik dan bersih berkat produk yang di jualnya saya percaya in sya allah produknya aman dan amanah.”⁶

Dari hasil wawancara, Hal ini menunjukkan bahwa penerapan promosi penjualan skincare Al-maxyglow sangat baik hingga menciptakan rasa percaya pada beberapa pelanggan untuk segera membeli Al-maxyglow.

Pada kesempatan yang sama peneliti juga mewawancarai mbak Friska selaku konsumen (penerapan hubungan masyarakat) pada pemasaran Al-maxyglow. Friska mengatakan:

“Pada saat menjelaskan rangkaian produk mba say sangat sabar menjawab pertanyaan calon costemer, penjelasannya sangat mudah di pahami mulai dari satuan produk, pembelian per item, harga satuan produk, perpaket dan gabungan reseller beliau juga mengajak kami untuk menjadi resellernya untuk menghasilkan uang dan reward dari penjualan skincare Al-maxyglow”.⁷

⁵ Aisyah, Konsumen, Wawancara Langsung, (8 Oktober 2023).

⁶ Laila, konsumen Al-maxyglow, wawancara Langsung, (8 Oktober 2023).

⁷ Friska, Konsumen, Wawancara Langsung, (8 Oktober 2023).

Adapun hasil wawancara dalam penjelasan secara rinci dari produk serta tidak adanya rahasia dalam penjelasan yang mudah di pahami sudah terbukti dalam hubungan kemasyarakatan sudah bisa di katakan baik.

Pada hari berikut nya peneliti juga mewawancarai mbak Aan selaku konsumen produk Al-maxyglow (penerapan pemasaran publisitas). Aan mengatakan:

“Menurut saya penjelasan yang mba say paparkan setiap kali mempromosikan produknya di depan umum sangat baik dan tentunya mudah di pahami adanya sesi tanya jawab memudahkan costemer untuk lebih mengetahui dan mengenal produk yang di jualnya selain itu produk yang di pasarkan juga ia pake jadi saya tidak ragu menggunakan produk ini.”⁸

Berdasarkan hasil wawancara yang telah di paparkan, dapat di simpulkan bahwa penerapan pemasaran publisitas dari reseller Al-maxyglow sudah baik dan benar dengan mengadakan sesi tanya jawab kepada costemer ia berusaha agar produk yang ia pasarkan mudah di kenali dan di terima masyarakat.

Pada hari yang sama peneliti juga mewawancarai mbak Aan selaku konsumen produk Al-maxyglow (pemasaran langsung). Aan mengatakan:

“Strategi promosi yang di lakukan mba say sangat bagus, saya mengenal produk ini karena ada acara arisan dirumah saya pada saat itu setelah arisan selesai, Mba Say mempromosikan produknya dengan menjelaskan produk-produk kecantikan Al-maxyglow serta cara kerja dari produk tersebut, ia meminta maaf berkali kali jika pada akhirnya produk yang ia pasarkan akan membuat pelanggan ingin memakainya nya kembali (ketagihan) karena beliau juga pemakai dan sangat takut untuk memasarkan produknya sebelum beliau mencobanya, setelah mendengarkan penjelasan dari beliau pun saya tertarik membeli produk berupa serum flek yang di gunakan pada wajah saya yang memiliki derita flek membandel, manfaatnya terasa setelah

⁸ Aan, Konsumen, Wawancara Langsung, (9 Oktober 2023).

setengah bulan saya menggunakan produknya. Dan terbukti flek saya memudar, terimakasih Al-maxyglow.”⁹

Berdasarkan hasil wawancara yang telah di paparkan, dapat di simpulkan bahwa strategi promosi pemasaran telah sesuai, promosi Al-maxyglow dilakukan dengan cara promosi online melalui WA-G dan menawarkan produknya secara langsung dengan cara menceritakan manfaat, cara penggunaan dan harga dari produk yang di pasarkan tersebut.

Dari hasil wawancara tanggapan konsumen terkait strategi pemasaran yang di lakukan oleh reseller dapat di peroleh kesimpulan bahwa terdapat serangkaian strategi yang di lakukan nya yaitu strategi bauran promosi. Menurut konsumen, strategi bauran promosi yang di lakukan oleh reseller menarik karena apa yang di jelaskan oleh konsumen terkait produk benar terbukti, pertama strategi produk dalam memperkenalkan kualitas dan manfaat produk sangat bagus terbuat dari bahan bahan pilihan, sudah terverifikasi Halal oleh MUI dan BPOM serta sudah terbukti manfaat yang langsung di rasakan, kedua promosi penjualan yang di terapkan sebanding dengan yang di tawarkan karena sudah ada di katalog produk yang sudah di jelaskan dari pusat Al-maxyglow, jadi tidak khawatir harga yang di tawarkan memang benar dan tidak mengandung riba. Ketiga strategi promosi hubungan masyarakat yang di lakukan cukup menarik dengan mengadakan potongan harga pada hari-hari tertentu dan juga memberikan testimoni dengan pembuktian produk memang benar tidak mengandung bahan berbahaya (*mercury*). Yang keempat publisitas, untuk penjelasan singkat dan padat dari beberapa customer serta tak lupa mengadakan sesi tanya jawab agar calon customer lebih mengenal produk yang di pasarkan tersebut. Yang kelima pemasaran langsung

⁹ Aan, Konsumen, Wawancara Langsung, (9 Oktober 2023).

berkomunikasi secara langsung dengan konsumen ternyata mampu memberikan rasa yakin dan percaya terhadap produk sehingga konsumen mudah tertarik akan produk yang di jual.

2. Strategi Promosi Al-Maxyglow di Ponjanan Barat Kabupaten Pamekasan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam melakukan kegiatan pemasaran dan penjualan tentu saja reseller tidak luput dari tinjauan perspektif Ekonomi Islam, bagaimana berbisnis yang benar dan baik sesuai Syariat Islam. Pemasaran dan penjualan ini memiliki posisi yang sangat strategis karena pemasaran Islam merupakan salah satu sistem pemasaran yang di dasarkan pada Al-quran dan Sunnah Rasulullah SAW. Pemasaran Islam merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip Islam muamalah (bisnis) dalam Islam.

Dalam Islam ketika melakukan kegiatan pemasaran harus sesuai dengan prinsip yang jelas, dan harus mengikuti ajaran Nabi Muhammad SAW dalam melakukan kegiatan pemasaran, pemasaran merupakan salah satu bentuk aktivitas yang harus di landasi semangat beribadah kepada Allah SWT. Dan dalam melakukan kegiatan pemasaran diperlukan strategi pemasaran yang baik dan sesuai dengan Syariat Islam. Hasil wawancara yang di sampaikan selaku pemilik Al-maxyglow yakni:

“Saya menjual produk ini terbukti memberikan manfaat, serta terverifikasi Halal dan teruji BPOM. Dalam pemasaran, terkadang saya mengadakan promosi di story WhatsApp misalnya setiap pembelian produk sebesar rp500.000 akan mendapatkan potongan harga sebesar sekian persen dan

melakukan pembuktian potongan harga serta testimoni agar konsumen tahu produk yang ditawarkan tidak mengandung bahan berbahaya. Bagi saya pribadi menanamkan nilai-nilai akhlakul karimah dengan menawarkan kualitas produk Al-maxyglow, bertutur kata yang baik, sopan, melayani konsumen secara profesional, mengedepankan nilai-nilai religius serta berpenampilan bersih rapi sesuai Syariat Islam. Karena prinsip Saya berjualan sekaligus membantu permasalahan kulit.”¹⁰

Dari hasil wawancara yang di dapat bahwa strategi pemasaran iklan yang dilakukan oleh agen sudah sesuai dengan prinsip syariah dengan menerapkan karakteristik pemasaran syariah yaitu teitis (*Rabbaniyah*) dengan menjauhi larangan Allah SWT seperti tidak melakukan penipuan karena semua perilaku kegiatannya selalu diawasi oleh Allah SWT. Kedua etis (*Akhlaqiyyah*) dengan menjaga setiap tutur kata yang baik dan sopan serta bersikap ramah kepada konsumen ketika menjelaskan atau menawarkan produk. Ketiga realistis (*Al-waqi`yah*) dengan melayani konsumen secara profesional tidak lupa mengedepankan nilai-nilai religius, serta berpenampilan yang rapi dan bersih, rapi sesuai syariat Islam, dan juga selalu senyum dengan konsumen apapun kondisinya. Keempat humanistik (*Al-insaniyah*) dimana reseller mempunyai prinsip ukhwah insaniyah (persaudaraan antar manusia) dengan tidak memandang konsumen baru dengan yang lama, serta tidak memandang dari statusnya, juga memiliki sifat berperikemanusiaan dengan meringankan konsumennya yang ingin membeli produk tersebut.

Adapun tanggapan dari konsumen terkait strategi pemasaran yang dilakukan oleh reseller Al-maxyglow, yaitu strategi pemasaran Islam dengan menerapkan karakteristik pemasaran Islam yang terdiri dari teitis (*Rabbaniyah*), etis

¹⁰ Siti Sayatun, Reseller Al-maxyglow, Wawancara Langsung, (10 Oktober 2023).

(Akhlaqiyah), realistis (Al-waqi`yyah) dan humanistik (Al-insaniyah). Peneliti mewawancarai Mba Aisyah selaku konsumen Al-maxyglow, MbK Aisyah mengatakan:

“Menurut saya Mba Say saat melakukan kegiatan pemasaran dan juga menawarkan produknya tidak melakukan penipuan, jujur hal ini di buktikan dalam menceritakan produknya karena memang sudah tertera didalam label dan masing-masing produk tersebut, mengenai penampilan juga oke, udah sesuai dengan Syariat Islam dan untuk pelayanannya cukup baik dan tidak suka membandingkan konsumen yang lama atau konsumen barunya.”¹¹

Pada kesempatan yang sama peneliti juga mewawancarai Mba Laila selaku konsumen Al-maxyglow, MbK Laila mengatakan:

“Menurut saya tidak ada penipuan yang dilakukan Mba Say kerana apa yang di jelaskan terkait kualitas produknya memang nyata manfaatnya dan terasa. Sampai saat ini jika produk yang saya gunakan habis saya selalu membeli kembali untuk keperluan saya dan orang tua saya, Mba Say dalam menceritakan produknya dengan menggunakan tutur kata yang sopan dan baik juga menceritakannya sesuai dengan apa yang dirasakannya juga sesuai dengan testimoni yang ada, cara berpenampilan yang rapi, bersih dan menutup aurat berpakaian sesuai Syari`at Islam, untuk pelayanannya juga baik dan sigap sehingga pembeli yang sedang berkeperluan untuk membeli produknya terlayani dengan cepat.”¹²

Pada hari berikutnya peneliti mewawancarai Mba Friska selaku konsumen Al-maxyglow, Adapun tanggapan dari MbK Friska yaitu:

“Untuk selama ini saya rasa tidak ada penipuan apapun karena sudah terbukti pada saat saya meneliti di Story *WhatsApp* nya itu sering mengadakan promosi Mba Say sendiri memakai produknya, untuk harga saya rasa tidak ada unsur penipuan sama sekali karna benar nyata dalam pembelian produk banyak kita dapat diskon 5-8%, saya tau itu nyata ya karna saya sudah membuktikan dan melihat secara langsung, dalam menjelaskan produknya pastinya penggunaan bahasanya selalu sopan serta jujur memberikan penjelasan yang sangat jelas mengenai produknya meskipun sudah tertera label penjelasan disetiap produknya. Untuk penampilannya sesuai dengan Syari`at Islam pastinya menutup aurat, rapi

¹¹ Aisyah, Konsumen, Wawancara Langsung, (8 Oktober 2023).

¹² Laila, Konsumen, Wawancara Langsung, (8 Oktober 2023).

dan bersih untuk pelayanannya juga sangat baik, selain ramah Ia juga tidak pernah membedakan konsumen lama/baru.”¹³

Pada hari yang sama peneliti juga mewawancarai Mba Mevi selaku konsumen Al-maxyglow, MbK Mevi mengatakan:

“Menurut saya tidak ada penipuan selama saya membeli produk di Al-maxyglow, karena apa yang di jelaskan oleh MbK Say itu memang benar nyata manfaatnya itu terasa. Meskipun banyak orang lain yang menawarkan produk kecantikan lain dan semacamnya saya tidak tertarik juga lumayan mahal harganya. Dan untuk promosi produknya sangat baik dan tutur kata yang sopan serta cara penyampaiannya sudah sangat baik. Untuk pelayanannya menurut saya bagus, tidak memandang konsumen yang lebih berada dan dari kalangan biasa beliau melayani dengan sangat baik dan tulus.”¹⁴

Dari hasil wawancara tanggapan konsumen terkait strategi pemasaran yang dilakukan oleh reseller Al-maxyglow dapat di peroleh kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang di lakukan oleh reseller sangat sesuai dengan prinsip Syariah dengan menerapkan karakteristik pemasaran Syariah yaitu teitis (*rabbaniyah*), MbK Say tidak melakukan penipuan karena ia tau semua kegiatan pemasaran yang ia lakukan selalu di awasi oleh Allah SWT serta sudah ada bukti yang disampaikan oleh reseller bahwa benar faktanya terkait kualitas serta manfaat produknya. Kedua etis (*akhlaqiyah*), yaitu agen dalam menjelaskan produknya bersikap ramah dan jujur. Ketiga realistis (*al-waqi`yyah*), pedagang Al-maxyglow dalam berpenampilan ia sesuai dengan Syari`at Islam yaitu rapi dan bersih. Keempat humanistis (*al-insaniyyah*), ia kepada konsumen tidak memandang dari konsumen lama dengan yang baru serta status.

¹³ Friska, Konsumen, Wawancara Langsung, (9 Oktober 2023).

¹⁴ Mevi, Konsumen, Wawancara Langsung, (9 Oktober 2023).

C. Temuan Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan mengumpulkan data dan kemudian mendeskripsikan sesuai dengan yang diperoleh di lapangan sehingga peneliti menemukan beberapa hal sebagai bentuk temuan penelitian. Beberapa hasil temuan yang bisa di laporkan dalam bentuk tulisan sebagaimana yang dipaparkan sebagai berikut:

1. Strategi promosi Al-maxyglow di Ponjanan Barat Kabupaten Pamekasan

- a. Pemasaran yang dilakukan oleh pedagang Al-maxyglow menggunakan strategi bauran promosi yang pertama periklanan, dengan cara membagikan katalog dari pusat.
- b. Kedua promosi penjualan, yaitu memberikan vidio singkat tutorial penggunaan melalui testi pribadi dari skincare Al-maxyglow.
- c. Ketiga hubungan masyarakat, memberikan potongan harga bagi siapa saja pada tanggal tertentu serta memberikan potongan harga bagi costemer yang stok banyak produk dari Al-maxyglow.
- d. Keempat publisitas, menjelaskan produk di depan umum secara detail dan rinci serta diperkuat dengan sesi tanya jawab yang bertujuan produk yang di pasarkan mudah dikenal.
- e. Kelima pemasaran langsung, promosi yang dilakukan yaitu secara langsung (*offline*) melalui penjelasan dalam acara dan tidak langsung (*online*) melalui stori WA.

2. Strategi Promosi Al-maxyglow di Ponjanan Barat Kabupaten Pamekasan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

- a. Selanjutnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh reseller sesuai dengan strategi pemasaran syariah, yaitu teitis (*rabbaniyah*), penerapan yang dilakukan agen dengan tidak melakukan penipuan karena semua perilaku kegiatannya selalu diawasi oleh Allah SWT.
- b. Kedua etis (*akhlaqiyyah*), penerapan yang dilakukan dengan mengutamakan sopan santun, besikap ramah serta akhlak yang baik.
- c. Ketiga realistis (*al-waqi`yyah*) penerapan yang dilakukan dengan berpakaian bersih, rapi dan menutup aurat berdasarkan dengan syariat Islam.
- d. Keempat humanistis (*al-insaniyyah*) penerapan yang dilakukan oleh reseller dengan tidak memandang konsumen yang baru dengan yang lama dan segi status nya, serta memiliki sifat berperilaku kemanusiaan dengan prinsip ukhwah insaniyah (persaudaraan antar manusia).

D. Pembahasan

1. Strategi promosi Al-maxyglow di Ponjanan Barat Kabupaten Pamekasan

Menurut Philip Kotler strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya strategi pemasaran mengandung keputusan dasar tentang pengeluaran pemasaran, bauran promosi dan

lokasi pemasaran.¹⁵ Jadi, strategi pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Strategi bauran promosi merupakan alat pemasaran yang baik digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pada saat pasar yang ditargetkan. Terdapat Lima strategi bauran promosi yaitu pertama Periklanan (*advertising*). Periklanan adalah komunikasi non-individu dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga nirlaba serta individu.¹⁶

Dalam iklan Al-maxyglow sudah termasuk produk layak di pasarkan karena sudah memenuhi kualitas dan manfaat yang baik, iklan yang tidak banyak mengeluarkan budget karena penerapan iklan nya sudah di sediakan yaitu berupa iklan foto produk dan kegunaan serta harga produk sesuai katalog Al-maxyglow.

Kedua Promosi penjualan (*sales promotion*) Promosi Penjualan adalah sebuah kegiatan promosi untuk melakukan rangsangan kepada konsumen agar dapat melakukan pembelian.¹⁷ Promosi penjualan ini merupakan bagian dari kegiatan promosi.

Pada bagian promosi iklan reseller memberikan video durasi singkat di mana di video tersebut ia menggunakan produknya dengan memberikan beberapa steps cara pemakaian dan manfaat pada produk yang ia pasarkan.

Ketiga Hubungan masyarakat dapat didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang memberikan penilaian tentang sikap masyarakat, identitas kebijaksanaan dan prosedur dari individu atau organisasi dengan keinginan

¹⁵ Freddy Rangkuti, "Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication" (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), 23.

¹⁶ Ibid., 28.

¹⁷ Tati Handayani dan Muhammad Anwar Fathoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, 115.

masyarakat, dan melakukan program tindakan untuk mendapatkan pengertian serta pengakuan masyarakat.¹⁸

Strategi promosi hubungan masyarakat yang dilakukan cukup menarik dengan mengadakan potongan harga pada hari-hari tertentu juga memberikan testimoni pembuktian produk memang benar tidak mengandung bahan berbahaya (*mercury*) bahan yang merusak kulit.

Keempat *Publisitas* merupakan usaha untuk merangsang permintaan terhadap suatu produk secara nonpersonal dengan membuat berita yang bersifat komersial tentang produk tersebut dalam media cetak ataupun media online, maupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut.¹⁹

Menjelaskan produk di depan umum secara detail dan rinci serta pengadaan sesi tanya jawab dengan tujuan produk yang di pasarkan mudah dikenal.

Kelima pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), Pemasaran Langsung adalah upaya perusahaan atau organisasi untuk berkomunikasi secara langsung dengan calon pelanggan sasaran dengan maksud untuk menimbulkan tanggapan atau transaksi penjualan.²⁰

Promosi yang dilakukan oleh reseller Al-maxyglow dengan cara langsung (*offline*) yaitu dengan cara mengikuti kajian dan suatu pertemuan atau arisan dengan ibu-ibu dan teman, serta ibu-ibu PKK sehingga nanti pedagang akan mempromosikan produk tersebut dengan cara menjelaskan manfaat dari setiap produk nya, selain itu pemasaran sistem promosi dari Al-maxyglow yaitu secara

¹⁸Basu Swasta, "*Azas-azas Marketing*", 269.

¹⁹ Freddy Rangkuti, "*Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*" (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), 27.

²⁰Morissan, "*Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*", 17.

tidak langsung (online), dengan mempromosikannya melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram.

Menurut peneliti strategi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang Al-maxyglow terbilang baik, karena penggunaan strategi bauran promosi yang sesuai dilakukan oleh reseller produk Al-maxyglow, pertama periklanan, dengan cara membagikan katalog dari pusat. Kedua promosi penjualan, dengan cara memberikan video singkat tutorial penggunaan melalui testimoni pribadi dari skincare Al-maxyglow. Ketiga hubungan masyarakat, memberikan potongan harga bagi siapa saja pada tanggal/hari tertentu serta memberikan potongan harga bagi customer yang memborong beberapa dari Al-maxyglow. Keempat publisitas, menjelaskan produk di depan umum secara detail dan rinci serta pengadaan sesi tanya jawab dengan tujuan produk yang dipasarkan mudah dikenal. Kelima pemasaran langsung, promosi yang dilakukan yaitu secara langsung (*offline*) melalui penjelasan langsung dan tidak langsung (*online*) melalui WA story.

2. Strategi promosi Al-maxyglow di Ponjanaan Barat Kabupaten Pamekasan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula Pemasaran Islam (*Syariah marketing*) adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu insitor kepada *stakeholders*-nya, dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.²¹

²¹ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Saykir Sula, 26.

Dalam menjalankan bisnis usaha. Bagi seorang pemasar Syariah sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam, yaitu karakteristik pemasaran syariah. Ada empat karakteristik pemasaran Syariah menurut Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula.²² Salahsatu ciri khas Syariah marketing yang tidak dimiliki dalam pemasaran konvensional yang dikenal selama ini adalah sifatnya yang religius. Kondisi ini tercipta tidak karena keterpaksaan, tetapi berangkat dari kesadaran akan nilai-nilai religius, yang di pandang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok kedalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain.

Teitis (*Rabbaniyah*) yaitu suatu keyakinan yang bulat, bahwa semua gerak-gerik manusia selalu berada dibawah pengawasan Allah SWT. Oleh sebab itu, seorang pemasar harus terus berhati-hati dalam melakukan kegiatannya dan meyakini akan suatu kegiatannya selalu diawasi oleh Allah SWT. Seperti tidak melakukan penipuan, menghindari segala yang haram, tidak ingkar janji dan tidak melakukan (riswah) suap, bahkan sumpah palsu.²³

Kedua Etis (*akhlakiyah*) yaitu dengan mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh kegiatannya seperti berbicara baik (jujur menceritakan kekurangan dan kelebihan produk yang di tawarkannya) kepada konsumen, bersikap ramah dan mendengar dengan baik (mampu menghargai pendapat orang lain), dan dapat melayani dengan tulus.

Ketiga realistis (*al-waqi`yyah*) yaitu seorang pemasar harus berpenampilan yang bersih, rapi dan bersahaja. Apapun model atau gaya yang dikenakannya dalam

²² Ibid, 28-38.

²³ Jimmy Novrianto Sharma, “Analisis Implementasi Karakteristik Syariah Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Meningkatkan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padang”, 18.

segala aktivitas pemasarannya. Keempat humanistis (*al-insaniyyah*) berarti diciptakan untuk manusia tanpa menghiraukan ras, warna kulit, ke bangsaan dan status dalam segala kegiatan pemasarannya. Hal tersebut dapat dikatakan prinsip ukhwh insaniyyah (persaudaraan antar manusia).²⁴

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh reseller Al-maxyglow menggunakan prinsip syariah dengan menetapkan empat karakteristik pemasaran syariah, yaitu teitis (*rabbaniyah*), penerapan yang dilakukan reseller dengan tidak melakukan penipuan menghindari segala yang haram, tidak ingkar janji dan tidak melakukan *riswah* (suap), serta tidak melakukan sumpah palsu karena semua perilaku kegiatannya ia mempercayai akan pengawasan selalu dari Allah SWT. Kedua pelayanan terhadap konsumen yang dilakukan menerapkan etis (*akhlaqiyah*) dengan mengutamakan sopan dan santun dalam menyampaikan penjelasan terhadap konsumen seputar produk yang di jual serta penggunaan akhlak yang baik dalam melayani para konsumen. Ketiga realistik (*al-waqi`yyah*) yaitu dengan berpakaian yang bersih, rapi dan menutup aurat apapun model dan gaya pakaian yang dikenakan tetap mementingkan nilai-nilai religius yang berdasarkan dengan syariat Islam. Keempat humanistis (*al-insaniyyah*). Dalam melakukan kegiatan pemasaran, reseller menetapkan humanistis (*al-insaniyyah*) yaitu dengan tidak memandang customer dari statusnya. Karena reseller mempunyai prinsip ukhwh insaniyyah (persaudaraan antar manusia).

Strategi yang ditetapkan oleh reseller Al-maxyglow sudah sesuai dengan prinsip Islam dalam memasarkan atau menawarkan produk kepada pembeli yaitu

²⁴ Ibid., 18.

dengan tidak melakukan penipuan serta pelayanan yang ramah, sopan dan santun serta berpenampilan yang sesuai dengan syariat Islam, reseller juga tidak memandang konsumen lama dengan yang baru baik dari status konsumen, sehingga konsumen merasakan kenyamanan dan kepuasan dalam berbelanja. Terbukti mendapatkan keuntungan penjualan yang diperoleh, dan terbukti untuk pemakaiannya produk kecantikan Al-maxyglow sudah menuai banyak manfaat.