

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, PEMBAHASAN

A. Paparan Data

Pada bab ini akan dipaparkan tentang hal-hal yang berkaitan dengan temuan-temuan penelitian yang dilakukan melalui observasi dan wawancara. Tetapi sebelum data yang berkenaan dengan fokus penelitian dipaparkan maka terlebih dahulu perlu diketahui profil atau sekilas tentang Toko Sumber Rezeki di Jalan Kanganan Kabupaten Pamekasan.

1. Profil Toko Sumber Rezeki

Toko Sumber Rezeki adalah salah satu toko yang bergerak dibidang elektronik dan menyediakan kebutuhan rumah tangga. Beberapa alat elektronik dan kebutuhan rumah tangga yang tersedia seperti setrika, blander, kompor gas, termos, kipas angin, dan masih banyak lagi. Toko Sumber Rezeki juga melayani jasa untuk memperbaiki alat elektronik yang rusak. Toko Sumber Rezeki berlokasi di Jalan Kanganan, sebelah utara Pasar Panempan tepatnya di depan Kantor Pegadaian. Jam buka Toko Sumber Rezeki mulai dari pukul 08:00 sampai pukul 17:00 WIB, kecuali hari Jum'at tutup sampai pukul 11:00 WIB. Harga di toko ini beragam, mulai dari harga 2 ribuan sampai 2 jutaan dengan berbagai macam produk yang ditawarkan. Toko Sumber Rezeki tidak memiliki karyawan sehingga pemilik yang terjun langsung untuk melayani para pelanggan yang ingin membeli dan memperbaiki barang alat elektronik yang rusak.¹

¹ Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung (20 Maret 2020)

2. Visi dan Misi

Visi

Menjadikan “Toko Sumber Rezeki” sebagai usaha mandiri, unggul dalam kualitas produk, dan berdaya saing dengan selalu memberikan kepuasan dan manfaat pada pelanggan serta masyarakat.

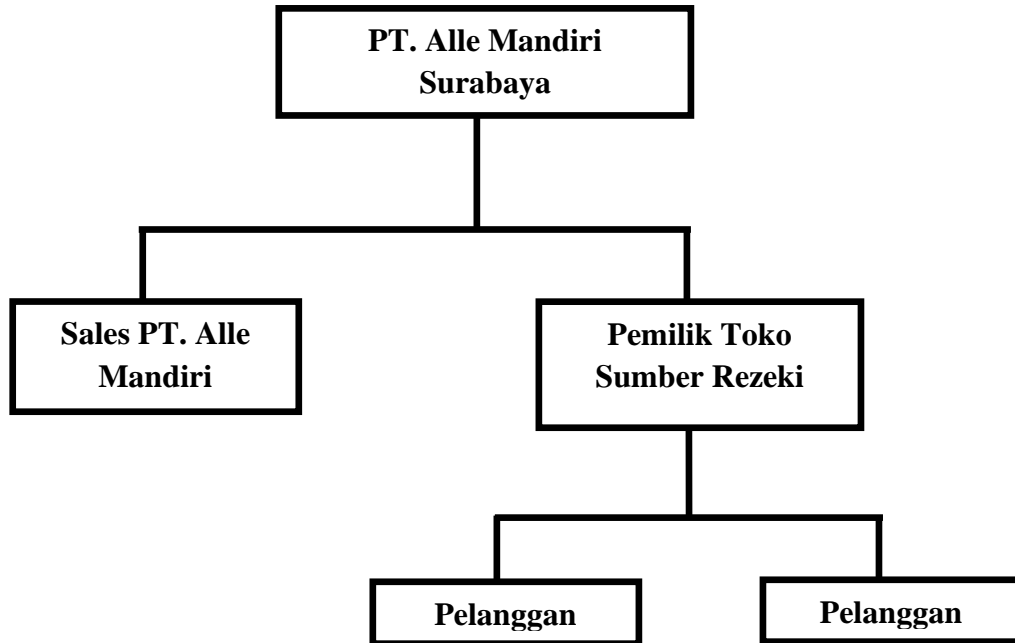
Misi

- a. Memenuhi kebutuhan pelanggan dan masyarakat sekitar khususnya alat elektronik dan kebutuhan rumah tangga.
- b. Meningkatkan kualitas marketing guna memuaskan pelanggan.
- c. Menjaga kualitas dan meningkatkan barang guna meningkatkan kesejahteraan Toko Sumber Rezeki.
- d. Membangun jaringan silaturahmi dengan pelanggan serta masyarakat sekitar.²

² Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung (20 Maret 2020)

3. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Toko Sumber Rezeki



Sumber : Pemilik Toko Sumber Rezeki

4. Data Lapangan

- a. Strategi yang Diterapkan Toko Sumber Rezeki dalam Memasarkan Produknya

Dalam perkembangan jual beli ada beberapa strategi yang dilakukan pemilik usaha dalam memasarkan barang atau jasa yang ditawarkannya. Strategi yang baik akan memudahkan sebuah usaha bisnis mengatur segala sesuatu sesuai dengan harapan sehingga tercapailah keberhasilan usahanya. Dengan berbagai macam strategi yang digunakan pemilik toko yaitu salah satunya dengan memberikan potongan harga kepada pelanggan. Strategi tersebut berlaku pada toko sumber rezeki agar mendapatkan pelanggan baru jika toko tersebut sepi pelanggan.

Pemberian potongan harga terhadap barang yang ingin akan dijual kemudian para pelanggan dapat melakukan tawar menawar terhadap barang yang ingin mereka beli sehingga terjadi kesepakatan harga antar penjual dengan pembeli. Beberapa pelanggan yang melakukan transaksi jual beli ditoko yang masih menginginkan potongan harga dari penjual tentunya dengan berbagai alasan. Sehingga tidak jarang, penjual memberikan potongan harga seribu sampai dua ribu rupiah per masing-masing barang. Ada juga pelanggan yang tidak melakukan tawar-menawar harga dan langsung membeli barang yang mereka inginkan. Namun, pemberian potongan harga ini tidak diberikan setiap harinya.

Selain memberikan potongan harga, Toko Sumber Rezeki juga memberikan keringanan dalam melakukan transaksi pembayaran (utang). Strategi ini diberikan pada orang yang dapat dipercaya dan diyakini bahwa mereka pasti akan membayarnya kembali sesuai dengan waktu yang telah disepakati bersama. Strategi ini tidak dilakukan setiap harinya tetapi hanya kepada orang-orang tertentu, karena ditakutkan orang tersebut tidak dapat dipercaya dan kesulitan dalam membayar sisa pembayaran. Hal ini menjadi pertimbangan penjual akan pendapatan dan keuntungan yang dihasilkan tiap harinya. Seperti yang disampaikan pemilik Toko Sumber Rezeki yaitu Achmad Komari pada tanggal 20 Maret 2020 mengatakan bahwa:

“Ada dua strategi mbak. Pertama itu saya memberikan potongan harga kepada pelanggan karena kadang ada pelanggan yang ngomel sama harga yang saya berikan daripada tidak ada pelanggan ya kan, oh iya saya juga memberikan potongan harga sama pelanggan yang sering membeli ke toko ini. Kedua itu saya memberikan keringanan harga (utang) kepada pelanggan tapi saya memberikannya sama orang yang benar-benar saya percayai dan kadang sebelum saya memberikan kesempatan berutang terlebih dahulu saya minta nomer hp nya karena dengan begitu saya

dengan mudah mengingatkan kalau mereka punya tanggungan gitu mbak. Kemudian saya kasik waktu selama 3 hari lamanya”.³

Banyaknya bisnis usaha mulai dari level kecil hingga besar menggunakan strategi memberikan potongan harga. Potongan harga merupakan salah satu strategi marketing dalam bisnis yang terbukti masih efektif hingga saat ini. Dalam memberikan potongan harga harus dilakukan dengan benar dan tepat agar omset penjualan bisa meningkat sehingga keuntungan yang didapat stabil. Potongan harga diberikan jika ada salah satu pelanggan yang berkeras hati ingin menawarnya sehingga membuat penjual terpaksa untuk memberikannya dengan harga yang sudah ditawarkan pelanggan. Begitu juga dengan omset penjualan dengan memberikannya harga yang sudah ditawarkan pelanggan sehingga memberikan kesan baik terhadap toko tersebut. Seperti yang disampaikan pemilik Toko Sumber Rezeki yaitu Achmad Komari pada tanggal 20 Maret 2020 mengatakan bahwa:

“Saya memberikan potongan harga karena sebagian ada konsumen yang suka maksa pada saat menawar harga. Ada juga yang membandingkan harga produk yang disini dengan toko lainnya sehingga dengan sangat terpaksa saya memberikan potongan harga agar bisa memberikan kesan baik bahkan bisa membuat omset penjualan meningkat pada toko ini”.⁴

Pernyataan lainnya juga disampaikan oleh pelanggan tentang potongan harga Toko Sumber Rezeki yaitu Ibu Subaidah pada tanggal 20 Maret 2020 yang mengatakan bahwa:

“Waktu itu saya ingin membeli kipas angin mini dan saya menawarnya ke pemilik toko, awalnya tidak dikasik karena harganya sudah murah kalau ditoko lainnya mungkin lebih mahal, begitu kata bapaknya itu tapi lama kelamaan bapaknya memberikan kipas angin yang ingin saya beli dengan harga yang sudah ditawarkan”.⁵

³ Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung, (20 Maret 2020)

⁴ Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung (20 Maret 2020)

⁵ Ibu Subaidah, Pelanggan Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung (20 Maret 2020)

Setiap pemilik usaha bisnis tentunya memiliki strategi marketing masing-masing antara satu dengan lainnya yang mempunyai perbedaan dan keunikannya sendiri. Tidak terkecuali usaha bisnis alat elektronik dan barang kebutuhan rumah tangga pada Toko Sumber Rezeki. Strategi marketing yang tepat tidak hanya sebatas menyusun bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai taktik dalam marketing namun dari itu toko juga harus menyusun strategi segmentasi, targeting dan positioning. Berikut penyusunan strategi segmentasi, targeting dan positioning yang dilakukan Toko Sumber Rezeki

Strategi pertama adalah menentukan segmentasi pasar dengan cara membagi pasar menjadi beberapa kelompok berdasarkan kebutuhan konsumen. Segmentasi pasar merupakan kegiatan memilih pasar kedalam kelompok berdasarkan karakteristik dengan kebutuhan yang diinginkan. Golongan pembeli pada Toko Sumber Rezeki yaitu kebanyakan orang dewasa pria atau wanita, tetapi tidak dipungkiri bahwa anak muda yang berumur sekitar belasan tahun membeli barang karena atas perintah dari orang tuanya. Seperti yang disampaikan oleh pemilik Toko Sumber Rezeki yaitu Achmad Komari pada tanggal 20 Maret 2020 mengatakan bahwa:

“Disini memang kebanyakan yang membelinya itu para orang dewasa pria maupun wanita usia sekitar 20 tahun ke atas. Tetapi kadang ada pelanggan yang masih dini berusia sekitar 11 tahun. Mereka bilang kalau kedatangannya untuk membeli disini atas perintah dari orang tuanya. Jadi menurut saya tidak masalah karena itu tindakan yang bagus bagi orang tua agar anaknya tidak bermalas-malasan dirumahnya dan bisanya tidak hanya bermain saja”.⁶

Setelah membagi pasar berdasarkan kebutuhan konsumen, langkah selanjutnya yaitu targeting. Targeting adalah mengevaluasi keaktifan setiap

⁶ Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, wawancara langsung, (20 Maret 2020)

segmen, kemudian memilih segmen mana yang akan dilayani. Menentukan target pasar tentunya dipikirkan secara matang agar tujuan terlaksana sesuai dengan rencana. Seperti halnya dengan Toko Sumber Rezeki yang menargetkan pasar sasarannya jauh-jauh hari sebelum memutuskan untuk membuka usaha yang sedang dijalankannya. Target pasar tersebut kepada konsumen menengah ke atas, karena semua kebutuhan mereka tersedia di toko ini. Toko Sumber Rezeki juga menyediakan jasa memperbaiki barang alat elektronik yang sudah rusak. Seperti yang disampaikan pemilik Toko Sumber Rezeki yaitu Achmad Komari pada tanggal 20 Maret 2020 mengatakan bahwa:

“Kalau dalam hal memilih sasaran, saya ini menentukannya dari jauh hari sebelum memutuskan mendirikan usaha ini dengan dipikirkan secara matang dan ditargetkan kepada pelanggan menengah ke atas dan masyarakat sekitar, karena mayoritas kebutuhan mereka sudah tersedia disini. Selain memenuhi kebutuhan mereka disini juga menyediakan jasa untuk memperbaiki barang elektronik yang rusak. Jadi bisa mempermudah pelanggan apabila ingin memperbaiki barangnya yang rusak”.⁷

Setelah menentukan target pasar, hal selanjutnya yang harus dilakukan yaitu menentukan positioning. Positioning merupakan cara pelaku usaha dalam menentukan posisi pasar agar produk yang dipasarkan terbentuk dibenak konsumen. Proses positioning tidak kalah penting dalam menjalankan roda usaha. Positioning bertujuan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan dalam benak konsumen sehingga konsumen selalu ingat dengan produk kita atau yang sering dikenal dengan istilah *brand image*. Sama halnya dengan Toko Sumber Rezeki yang memberikan kesempatan bagi konsumen untuk memilih sendiri produk apa yang ingin dibelinya, tetapi tetap dengan pantauan dari penjual karena tanpa adanya CCTV untuk mengetahui gerak-gerik konsumen. Seperti yang

⁷ Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, wawancara langsung (20 Maret 2020)

disampaikan oleh pemilik Toko Sumber Rezeki yaitu Achmad Komari pada tanggal 20 Maret 2020 mengatakan bahwa:

“Produk yang saya jual alhamdulillah disini sudah sesuai dengan kebutuhan konsumen. Berbagai harga dengan merek yang berbeda sudah saya sediakan. Saya mengizinkan konsumen memilih sendiri produk yang diinginkan dengan pengawasan saya, tujuannya agar konsumen tidak menunggu lama ketika ada konsumen lainnya yang akan membeli. Karena tanpa adanya kamera pengintai atau CCTV, jadi tidak dapat mengetahui gerak-gerik dari konsumen yang membeli disini. Apabila barang yang mereka cari tidak ada, kemudian saya menjanjikannya antara lusa atau paling lambat semingguan barang itu ada”.⁸

Posisi atau tata letak juga dapat menentukan kesuksesan sebuah usaha bisnisnya. Para pelaku bisnis selalu memiliki pertimbangan yang matang mengenai lokasi sebelum membuka usahanya. Apabila berada dalam kondisi bisnis yang memiliki persaingan ketat, maka perlu adanya lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau konsumen. Begitu juga apa yang dilakukan oleh Toko Sumber Rezeki untuk memposisikan usahanya di dekat pasar dan jalan raya. Dengan lokasi tersebut banyak masyarakat atau pelanggan yang membelinya. Seperti yang disampaikan oleh pemilik Toko Sumber Rezeki yaitu Achmad Komari pada tanggal 20 Maret 2020 mengatakan bahwa:

“Menurut saya sudah strategis, karena tidak hanya dekat dengan pasar yaitu pasar Panempen, akan tetapi posisi toko ini berada di jalan raya. Otomatis banyak orang yang melihat keberadaan toko ini dan tertarik untuk membeli disini. Intinya lokasi ini dapat dijangkau oleh masyarakat”.⁹

Pernyataan lainnya juga disampaikan oleh pelanggan Toko Sumber Rezeki yaitu ibu Subaidah pada tanggal 20 maret 2020 yang mengatakan bahwa:

⁸Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, wawancara langsung (20 Maret 2020)

⁹ Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, wawancara langsung (20 Maret 2020)

“Alhamdulillah jarak toko sama rumah saya dekat, jadi saya bisa menjangkau toko apabila saya ingin membeli barang atau produk yang ada di toko ini”¹⁰

Sebelum menentukan harga alangkah baiknya Toko Sumber Rezeki menentukan dulu produk seperti apa yang diinginkan oleh konsumen karena produk yang baik akan menentukan tingkat harga yang ditawarkan. Ketika suatu perusahaan salah dalam memasarkan produknya, maka akan menjadi bomerang bagi mereka sendiri. Apabila terjadi kesalahan atas produk yang dijual, pelanggan bisa mengkomplain bahkan *me-return* kembali pada perusahaan yang menjadi owner dari tempat usaha tersebut. Seperti yang disampaikan oleh pemilik Toko Sumber Rezeki yaitu Achmad Komari pada tanggal 18 Maret 2020 mengatakan bahwa:

“Persediaan produk disini memiliki merek yang berbeda-beda. Apabila ada masalah dengan produk yang dijual dan konsumen sudah membelinya. Tindakan saya yaitu menggantinya dengan yang baru lalu kemudian di return dan saya akan complain kepada sales PT Alle Mandiri Surabaya karena saya melakukan pemesanan produk yang saya jual ke PT Alle Mandiri”.¹¹

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk atau jasa yang dijual. Salah satu hal yang bisa berakibat fatal adalah ketika salah dalam menentukan harga yang ditawarkan. Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 19 maret 2020 dengan bapak Achmad Komari selaku pemilik mengatakan bahwa:

“Harga yang ditentukan tergantung dengan merek. Misalkan jika saya membeli produk dengan seharga Rp 100.000,00 yang terlebih dahulu sudah dilakukan pemesanan pada PT. Alle Mandiri Surabaya. Kemudian saya menentukan harga jual 20% sehingga dapat dihitung: harga beli

¹⁰ Ibu Subaidah, Pelanggan Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung (20 Maret 2020)

¹¹ Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung (18 Maret 2020)

dikalikan dengan harga jual yang menjadi Rp.120.000. Jadi saya mendapat keuntungan sebesar Rp. 20.000 per item pada setiap penjualan”¹²

Pernyataan mengenai harga yang ditentukan Toko Sumber Rezeki juga disampaikan oleh pelanggan Toko Sumber Rezeki pada tanggal 20 Maret 2020, Ibu Subaidah mengatakan bahwa:

“Iya, apalagi kalau saya tau ada toko yang menjual barang itu tidak sesuai antara kualitas dengan harga yang ditawarkan”¹³

Pernyataan lainya juga disampaikan oleh pelanggan produk Toko Sumber Rezeki pada tanggal 20 Mei 2020, yaitu Ibu Yuli mengatakan bahwa:

“Tidak, karena menurut saya kualitas yang cukup bagus pasti sesuai dengan harga yang ditentukan”

Strategi marketing merupakan pedoman yang dijadikan dasar untuk melakukan kegiatan penjualan yang berdampak pada kondisi bisnis kedepannya. Hal ini untuk mencapai tujuan toko yang diinginkan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Adapun dalam dunia bisnis marketing juga harus dilandasi nilai-nilai islami seperti jujur, amanah dan dapat dipercaya para pelanggan. Toko Sumber Rezeki dalam menerapkan marketing islam terhadap pelanggannya dengan mempunyai *attitude* yang baik dan jujur dalam menyampaikan kualitas barang yang akan dijual agar konsumen tertarik untuk membelinya. Toko sumber rezeki juga dapat dipercaya untuk memperbaiki barang yang rusak. Seperti yang disampaikan oleh pemilik Toko Sumber Rezeki yaitu Achmad Komari pada tanggal 28 April 2020 mengatakan bahwa:

“Setiap penjual harus memiliki attitude baik terhadap konsumennya. Toko ini menerapkan perilaku baik dan sopan terhadap konsumen karena dengan begitu berpengaruh juga terhadap bisnis yang sedang dijalankan supaya bisa balik modal. Selain itu toko ini mendapat kepercayaan dari konsumen

¹² Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung (19 Maret 2020)

¹³ Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung (20 Maret 2020)

untuk memperbaiki barangnya yang rusak. Menurut saya itu amanah dari konsumen yang harus saya kerjakan dengan baik supaya menarik hati para konsumen”.¹⁴

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh pelanggan Toko Sumber Rezeki pada tanggal 28 April 2020, Bapak Zainul mengatakan bahwa:

“Alasan saya membeli di toko ini ya karena toko ini memiliki attitude baik terhadap konsumennya mbak. Meskipun tidak memiliki karyawan yang bisa membantu dalam usahanya tapi toko ini mempunyai semangat yang luar biasa. Apalagi dengan keahlian yang dimiliki pemilik toko ini juga bisa mempermudah toko ini dengan gampang nya mendapatkan pelanggan selain lokasinya mudah terjangkau”.¹⁵

Selain baik dan jujur dalam menyampaikan kualitas produk atau barang yang dijualnya. Toko juga harus bersikap selayaknya kepada pelanggan seperti Toko Sumber Rezeki yang menjalankan usahanya dengan bersikap sopan dan ramah kepada setiap konsumen yang berkunjung untuk membeli. Selain itu Toko Sumber Rezeki tidak banyak mengambil keuntungan dari setiap barang yang dijualnya, hal itu agar konsumen merasa puas dengan kualitas dan harga yang ditawarkan dan akan terus membeli barang di Toko Sumber Rezeki. Seperti yang disampaikan oleh pemilik Toko Sumber Rezeki yaitu Achmad Komari pada tanggal 28 April 2020 mengatakan bahwa:

“Caranya dengan bersikap sopan dan ramah pada semua pelanggan. Selain itu disini tidak mengambil keuntungan yang banyak. Keuntungan yang diambil sesuai kualitas barang dengan harga yang ditawarkan agar konsumen merasa puas pada saat membeli di toko ini”.¹⁶

Hal yang sama juga disampaikan oleh pelanggan dari Toko Sumber Rezeki pada tanggal 20 Maret 2020 Ibu Subaidah mengatakan bahwa :

“Yang saya ketahui bahwa toko ini mempunyai cara sendiri pada usahanya. Saya lihat toko ini bersikap sopan kepada semua pelanggannya

¹⁴Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung (28 April 2020)

¹⁵Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung (28 April 2020)

¹⁶ Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung (28 April 2020)

dan mudah akrab terhadap pelanggannya. Saya pribadi merasa puas pada saat membeli di toko ini”.¹⁷

b. Dampak Strategi yang Digunakan Toko Sumber Rezeki dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produknya

Di era yang serba canggih sekarang ini seringkali strategi potongan harga diterapkan dalam proses penjualan yang terjadi pada setiap pelaku usaha. Menurut pelaku usaha mungkin masih ada yang sedang mencari strategi potongan harga sehingga bisa menambah pelanggan atau ingin menghabiskan stock barang agar terjual. Ketika bisnis sedang tidak stabil, pelanggan mulai sepi atau kehilangan pelanggan maka strategi potongan harga akan sangat membantu untuk meningkatkan penjualan. Memberikan potongan harga adalah salah satu cara bagi Toko Sumber Rezeki agar bisa menciptakan pelanggan-pelanggan baru bahkan bisa meningkatkan penjualan. Jika pada saat kondisi usaha sepi maka bisa menggunakan strategi dengan memberikan potongan harga. Seperti yang disampaikan oleh pemilik Toko Sumber Rezeki pada tanggal 14 Juli 2020 yang mengatakan bahwa:

“Menurut saya iya daripada tidak terjual sama sekali apalagi toko ini sepi, kadang cuma ada pelanggan yang memperbaiki barangnya yang rusak. Jadi dengan memberikan potongan harga bisa ada produk yang terjual atau bisa menambah pelanggan baru tapi saya tidak memberikannya tiap hari bak cuma kalau ada pelanggan yang ngeluh sama harga yang diberikan”.¹⁸

Pernyataan lainnya disampaikan oleh pelanggan dari Toko Sumber Rezeki yaitu Bapak Saiful pada tanggal 5 Agustus 2020 yang mengatakan bahwa:

“Seorang pembeli juga berhak menawar jika bisa ditawar dan diperbolehkan penjual kan tidak ada masalah. Semua penjual tidak

¹⁷ Ibu Subaidah, Pelanggan Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung (20 Maret 2020)

¹⁸ Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung (14 Juli 2020)

semuanya kan bisa memperbolehkan harga yang sudah ditentukan ditawar apalagi keuntungannya tidak banyak, bisa jadi rugi tokonya. Hehehehe”¹⁹

Penghasilan toko sumber rezeki juga didapat dari pelanggan yang memperbaiki barang mereka yang rusak. Dengan adanya jasa memperbaiki barang elektronik tersebut banyak pelanggan yang merasa terbaik sehingga mereka memberikan pengalaman ke orang lain tentang toko ini. Secara tidak langsung terjadi promosi dari mulut ke mulut sehingga muncul pelanggan baru. Sedangkan hasil dari memberikan keringanan pembayaran (utang) kepada pelanggan, jika pelanggan tersebut membayar kembali maka hasil tersebut yang dijadikan modal untuk membeli barang baru untuk produsen. Seperti yang disampaikan oleh pemilik toko sumber rezeki pada tanggal 5 Agustus 2020 mengatakan bahwa:

“Biasanya dari pelanggan yang memperbaiki barang rusak. Kadang toko ini cuma ada pelanggan yang memperbaiki barang, tidak ada yang beli barang. Dan kalau masalah saya memberikan keringanan pembayaran (utang), jika ada pelanggan yang membayarnya maka uang tersebut akan saya buat kulakan barang baru yang sudah habis. Jadi, tokonya tidak kosong”.²⁰

Hal lainnya tentang pemilik toko memberikan keringanan transaksi (utang) yang disampaikan oleh pelanggan Toko Sumber Rezeki yaitu bapak jumali pada tanggal 5 Agustus 2020 mengatakan bahwa:

“Tidak pernah, karena saya termasuk pelanggan baru. Jadi, saya tidak mengetahui kalau disini memberikan keringanan pembayaran (utang) di toko ini”.²¹

¹⁹ Bapak Saiful, Pelanggan Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung (5 Agustus 2020)

²⁰ Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung (5 Agustus 2020)

²¹ Bapak Jumali, Pelanggan Toko Sumber Rezeki, Wawancara Langsung (5 Agustus 2020)

c. Analisis SWOT Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang Dialami Toko Sumber Rezeki Pada Strategi Marketing yang Diterapkan dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Menjalankan bisnis memang menjadi salah satu alternatif bagi seseorang untuk menambah penghasilan tiap bulannya. Baik pemula maupun yang sudah lama menjalankan bisnis pastinya setiap perusahaan mempunyai kekuatan dan kelemahan dalam menjalankan strategi pemasarannya baik dari pesaing ataupun konsumen. Kekuatan adalah usaha yang ada dan berasal dari diri sendiri yang memiliki sifat atau memiliki tujuan untuk melemahkan dan menghalangi pesaing. Sedangkan kelemahan adalah suatu hal yang bisa membuat sebuah perusahaan kalah bersaing dengan pesaing. Seperti yang disampaikan oleh pemilik Toko Sumber Rezeki yaitu Achmad Komari pada tanggal 20 Maret 2020 mengatakan bahwa:

“Di toko lainnya yang memiliki karyawan tetapi hanya bisa memasarkan. Beda dengan Toko Sumber Rezeki, disini pemilik terjun langsung dalam memasarkan produknya. Dan disini konsumen juga bisa memperbaiki barang alat elektronik yang rusak seperti kompor, blender, kipas angin dan lain-lain”.²²

Setiap toko pasti memiliki kelemahan dalam bisnis usahanya. Kelemahan ini mengarah pada perbandingan dengan pesaing baik dalam hal produk maupun tempat. Toko Sumber Rezeki yang tidak memiliki fasilitas yang lengkap dibandingkan dengan toko pesaing membuat keadaan itu menjadi kelemahan tersendiri bagi Toko Sumber Rezeki. Dan Toko Sumber Rezeki memiliki tempat tidak terlalu luas dibandingkan dengan toko lainnya. Seperti yang disampaikan

²²Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, wawancara langsung (20 Maret 2020)

oleh pemilik Toko Sumber Rezeki yaitu Achmad Komari pada tanggal 20 Maret 2020 mengatakan bahwa:

“Dibandingkan dengan toko lainnya yang menjual produk sama. Kebanyakan toko yang lain tempatnya itu memiliki lantai berkeramik sedangkan disini lantainya tidak berkeramik, tidak memiliki fasilitas seperti AC, tempat tidak terlalu luas dan karyawan untuk melayani konsumen melainkan saya sendiri yang terjun langsung dalam hal menjual maupun memperbaiki barang yang rusak. Tidak hanya memiliki kekurangan toko ini juga memiliki kelebihan yaitu disini bisa memperbaiki alat elektronik yang rusak sedangkan ditoko lainnya tidak ada meskipun memiliki karyawan banyak”.²³

Ancaman yang ada pada setiap usaha itu pasti ada. Baik berupa produk ataupun ancaman dari pesaing. Ancaman berupa produk ialah produk pengganti, konsumen mengganti produknya karena manfaat atau kinerjanya lebih baik dan mudah ditemukan di toko lainnya. Sedangkan ancaman pesaing berupa inovasi terbaru dari produk untuk menghindari kejenuhan, meningkatkan kualitas dan tetap menekankan harga pasar yang dapat dijangkau konsumennya. Seperti yang disampaikan oleh pemilik Toko Sumber Rezeki yaitu Achmad Komari pada tanggal 20 Maret 2020 mengatakan bahwa:

“Persaingan yang semakin ketat membuat toko ini dengan menjual produk alat elektronik dan kebutuhan rumah tangga yang berada di kota pamekasan ini. Saya melihat beberapa toko pesaing menjual produk dengan kualitas bagus dengan harga mahal disertai fasilitas yang membuat konsumen nyaman dan memiliki karyawan membuat, semua itu menjadi ancaman bagi Toko Sumber Rezeki sendiri”.²⁴

Peluang adalah program yang memanfaatkan kekuatan yang ada, pasar sasaran yang didalamnya terdapat keinginan dan kebutuhan yang ingin dipenuhi. Setiap toko menginginkan agar bisnis usahanya bisa memiliki perkembangan yang pesat pada setiap harinya dengan melakukan berbagai cara, misalnya

²³Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, wawancara langsung (20 Maret 2020)

²⁴Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, wawancara langsung (20 Maret 2020)

memanfaatkan teknologi dengan melakukan promosi pada saat kondisi usahanya tidak kondusif agar bisa mendapatkan pendapatan pada setiap bulannya. Seperti yang disampaikan oleh pemilik Toko Sumber Rezeki yaitu Achmad Komari pada tanggal 20 Maret 2020 mengatakan bahwa:

“Perkembangan zaman sekarang yang apa-apa menggunakan media sosial, sedikit-dikit ada promosi. Kalau disini menunggu pelanggan bukannya menjemput pelanggan. Kalau bisa saya ingin lebih mengembangkan usaha saya lebih luas lagi karena setiap harinya kadang cuma beberapa konsumen yang datang membeli atau sekedar melihat-lihat bahkan tidak ada konsumen sama sekali. Kadang ada konsumen yang tidak membeli tapi hanya memperbaiki barangnya yang rusak, jadi saya harus meningkatkan lagi kualitas dari produk dan harga yang relatif murah agar bisa meningkatkan penjualan setiap bulannya”.²⁵

B. Temuan penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan mengumpulkan data dan kemudian memaparkan sesuai dengan perolehan dilapangan, sehingga peneliti menemukan beberapa hal sebagai bentuk temuan penelitian. Beberapa hasil temuan yang dilampirkan dalam bentuk tulisan adalah sebagai berikut:

1. Strategi yang Digunakan Toko Sumber Rezeki dalam Memasarkan Produknya Kepada Pelanggan

- a. Segmentasi pasar yang dipilih oleh Toko Sumber Rezeki termasuk segmentasi demografis. Karena kebanyakan pelanggan yang membeli di Toko Sumber Rezeki pria dan wanita dewasa berusia sekitar 20 tahun keatas. Namun tidak dipungkiri bahwa ada pembeli berusia belasan tahun karena atas perintah dari orang tua mereka.

²⁵Achmad Komari, Pemilik Toko Sumber Rezeki, wawancara langsung (20 Maret 2020)

- b. Target pasar yang dipilih Toko Sumber Rezeki adalah pelanggan menengah ke atas maupun masyarakat sekitar, karena kebutuhan mereka sudah tersedia di toko tersebut.
- c. Positioning yang dilakukan Toko Sumber Rezeki yaitu selain memiliki tempat yang strategis karena terjangkau oleh masyarakat pemilik memberikan izin pada konsumen untuk memilih sendiri produk apa yang mereka inginkan, sehingga konsumen mengetahui kualitas produk dan hal ini menarik konsumen.
- d. Potongan harga atau *discount* sebagai strategi Toko Sumber Rezeki yang diberikan kepada pelanggan yang sering tawar-menawar harga yang sudah ditentukan. Strategi tersebut diberikan kepada pelanggan yang melakukan pembelian berkali-kali (pelanggan tetap).
- e. Tidak hanya potongan harga tetapi juga memberikan keringanan pembayaran atau utang bisa mempermudah pelanggan sampai waktu yang telah disepakati. Strategi ini tidak diberikan kepada sembarang orang, terlebih dahulu Toko Sumber Rezeki mengenal baik pelanggan yang akan diberikan utang.
- f. Toko Sumber Rezeki melayani konsumen dengan berperilaku baik, jujur, dan dapat dipercaya dalam menjalankan usahanya.
- g. Toko Sumber Rezeki mempunyai cara dalam menerapkan marketing islamnya terhadap konsumen yaitu dengan cara bersikap sopan pada konsumen agar konsumen merasa nyaman.
- h. Selain menjual Toko Sumber Rezeki juga diberikan amanah oleh konsumen dengan memperbaiki barang elektronik yang rusak seperti kompor gas, blender, kipas angin dan lain-lain.

- i. Toko Sumber Rezeki memiliki produk dengan berbagai macam merek, apabila terjadi cacat produk maka Toko Sumber Rezeki menggantinya dengan yang baru. Setelah itu di return ke PT. Alle Mandiri Surabaya melalui salesnya dan memberikan komplain agar kejadian ini tidak terulang lagi.
- j. Apabila terjadi kesalahan pada produk yang ditawarkan tentunya Toko Sumber Rezeki menggantinya dengan yang baru.
- k. Selain itu Toko Sumber Rezeki juga *me-return* produk tersebut dengan meninggalkan komentar agar kejadiannya tidak terulang.

2. Dampak Strategi yang Digunakan Toko Sumber Rezeki dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produknya

- a. Strategi yang digunakan Toko Sumber Rezeki adalah memberi izin pada pelanggan untuk memilih sendiri produk apa yang mau dibeli, potongan harga dan memberikan keringanan pembayaran (utang) kepada pelanggan.
- b. Dampak adanya potongan harga adalah penjualan Toko Sumber Rezeki meningkat karena adanya pelanggan baru baik dari yang membeli maupun dari yang memperbaiki barang elektronik yang rusak.
- c. Dampak adanya memberikan keringanan pembayaran (utang) dari Toko Sumber Rezeki adalah jangkauan pelanggan yang lebih luas karena pelanggan yang tidak memiliki dana *cast* yang cukup juga dapat membeli barang yang dijualnya dengan jangka waktu selama 3 hari.
- d. Pelanggan baru toko sumber rezeki muncul karena adanya komunikasi pelanggan lama terhadap orang lain atau bisa disebut mulut ke mulut.

3. Analisis SWOT Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang Dialami Pada Strategi Marketing yang Dilakukan Toko Sumber Rezeki dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Usaha Toko Sumber Rezeki dalam menjalankan bisnisnya ini mampu memanfaatkan kondisi internal maupun kondisi eksternal dalam perkembangan bisnisnya. Suatu bisnis tidak terlepas dari pemahaman tentang lingkungan yang ada, baik didalam maupun diluar lingkungan perusahaan karena pengaruh lingkungan tersebut senantiasa berinteraksi.

a. Hasil analisis SWOT faktor internal

1) Kekuatan (*Strenght*)

- i. Memberikan potongan harga kepada pelanggan.
- ii. Memberikan keringanan pembayaran kepada pelanggan yang tidak memiliki dana *cast*.
- iii. Melayani perbaikan barang elektronik yang rusak.
- iv. Pemilik terjun langsung dalam pemasaran.
- v. Lokasi penempatan toko sumber rezeki strategis dan dapat dijangkau masyarakat sekitar.
- vi. Harga produk yang ditawarkan menarik konsumen untuk membeli produk yang dijual dan keuntungan dari penjualan yang diambilnya tidak terlalu banyak.

2) Kelemahan yang dimiliki Toko Sumber Rezeki

- i. Fasilitas yang kurang memadai dibandingkan dengan toko milik pesaing.
- ii. Memiliki ruang yang tidak terlalu luas sebagai tempat usahanya.
- iii. Tata letak barang kurang rapi dan ergonomis.

- iv. Tidak tersedia lapangan parkir dan petugas parkir bagi pelanggan toko.
- b. Hasil Analisis SWOT faktor Eksternal
- 1) Ancaman yang dimiliki Toko Sumber Rezeki
 - i. Toko pesaing yang banyak menjual produk yang lebih bervariasi.
 - ii. Kualitas pelayanan dari pesaing yang lebih baik.
 - iii. Waktu buka toko pesaing yang lebih lama sehingga bisa mendapatkan pelanggan lebih banyak.
 - iv. Tidak memiliki karyawan sehingga waktu yang dibutuhkan untuk melayani pelanggan lama.
 - 2) Peluang yang dimiliki Toko Sumber Rezeki
 - i. Masyarakat sekitar toko yang belum menjadi pelanggan ikut mempromosikan toko.
 - ii. Daya beli masyarakat yang meningkat.
 - iii. Pemilik toko sumber rezeki dapat mengembangkan usahanya dengan sarana online untuk menciptakan pemasaran maksimal.
 - iv. Sangat mudah bagi pelanggan mencari lokasi toko sumber rezeki.

C. Pembahasan

Berdasarkan temuan penelitian yang diperoleh dari paparan data tersebut, bahwa temuan penelitian tersebut akan dibahas secara lebih detail dengan memaparkan letak ketertarikan atau bahkan ketidaksesuaian dengan kajian teori yang telah dipaparkan sebelumnya pada BAB II. Dalam pembahasan ini peneliti mencoba untuk memaparkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan tentang strategi marketing pada Toko Sumber Rezeki di Jalan Kanganin Kabupaten Pamekasan, yaitu:

1. Strategi yang Digunakan Toko Sumber Rezeki dalam Memasarkan Produknya

Setiap bisnis usaha yang mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang tidak hanya mempunyai satu strategi pada setiap usahanya. Seperti strategi yang digunakan toko sumber rezeki yaitu dengan cara memberikan keringanan dalam pembayaran atau utang kepada pelanggannya. Sebelumnya toko tersebut tidak memberikan utang kepada sembarang orang karena bisa saja orang tersebut bisa memanfaatkan kebaikan seseorang. Jadi sebelum memberikan utang kepada pelanggan pemilik toko meminta nomer HP terhadap pelanggan karena dengan begitu jika suatu hari pelanggan tiba-tiba tidak mau membayarnya bisa langsung dihubungi dan segera membayarnya.

Strategi marketing adalah suatu perencanaan yang disusun dan disimpulkan berdasarkan kondisi pasar terhadap barang atau jasa suatu perusahaan. Dalam dunia bisnis usaha saat ini seiring perkembangan zaman yang semakin maju, dimana semua orang menggunakan teknologi sebagai alat menghasilkan uang. Banyak sekali yang menjadi faktor penentu strategi marketing bagi sebuah usaha bisnis. Apalagi sekarang semakin mudah dan semakin banyak cara untuk melakukan kegiatan marketing atau pengenalan produknya. Namun, ada cara yang tepat dalam strategi marketing sebagai pemula dalam menjalankan usahanya yaitu menerapkan strategi segmentasi, targeting dan positioning yang merupakan rangkain penting yang harus dijalankan dalam bisnis usahanya.

Strategi pertama yaitu segmentasi pasar, dimana segmentasi pasar merupakan proses pengelompokkan ke dalam kelompok pembeli yang potensial,

memiliki kebutuhan yang sama atau karakteristik yang disukai dan memperlihatkan hubungan pembelian yang sama.²⁶ Tujuan segmentasi adalah membuat para pemilik usaha mampu menyelesaikan kegiatan marketing untuk memenuhi kebutuhan satu atau lebih segmen pasar tertentu. Segmentasi memungkinkan bisnis atau toko untuk lebih fokus dalam mengalokasikan sumber daya. Dengan menganalisa hasil pengelompokan segmen pasar sehingga perusahaan mempunyai pandangan untuk menetapkan segmen mana yang akan dilayani.

Adapun beberapa jenis segmentasi pasar yaitu segmentasi geografis, demografis, psikografis dan perilaku. Segmentasi geografis memerlukan pembagian pasar menjadi beberapa unit geografis seperti negara, negara bagian, wilayah, kabupaten kota atau ingkungan sekitar. Dalam segmentasi demografis, membagi pasar menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel seperti usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kebangsaan dan kelas sosial. Segmentasi psikografis, pembeli dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan sifat psikologis/kepribadian, gaya hidup atau nilai. Sedangkan segmentasi perilaku, pemasar membagi pembeli menjadi beberapa kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan atau respon terhadap sebuah produk.

Berdasarkan hasil penelitian wawancara peneliti dengan pemilik Toko Sumber Rezeki, segmentasi yang dipilih oleh Toko Sumber Rezeki adalah segmentasi demografis. Segmentasi demografis adalah membagi pasar menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel seperti usia, ukuran keluarga, siklus

²⁶ Nur Rianto Al Arif, “*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* “,(Bandung : Alfabeta, 2010)

hidup keluarga, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kebangsaan dan kelas sosial. Toko sumber rezeki adalah salah satu toko yang menjual berbagai alat elektronik dan peralatan rumah tangga seperti magic com, blender, kipas angin, kompor gas dan masih banyak lagi. Mayoritas pelanggan dari Toko Sumber Rezeki adalah usia menengah keatas sekitar 30 tahun keatas.

Pemilik toko sumber rezeki juga mengatakan bahwa ada pelanggan yang berusia belasan tahun dan hal tersebut tidak dipermasalahkan oleh pemilik Toko Sumber Rezeki yang terpenting produk kebutuhan mereka bisa terpenuhi dengan membeli di Toko Sumber Rezeki. Bisa dilihat dari pelanggan yang berkunjung ke Toko Sumber Rezeki, segmentasi pasar yang dipilih termasuk dalam kategori segmentasi demografis yaitu dengan membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan pada variabel usia, jenis kelamin, besar keluarga, siklus kehidupan keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras dan kebangsaan. Mengenai hal segmentasi lainnya seperti segmentasi geografis, Toko Sumber Rezeki tidak menggunakan segmentasi tersebut karena toko tersebut masih belum mengalami peningkatan dalam penjualan yang masih saja sepi akan pelanggan. Kemudian untuk segmentasi lainnya juga sama apa yang disampaikan oleh pemilik toko soal karena terhalang oleh minimnya pelanggan yang berkunjung pada toko tersebut.

Setelah menentukan segmentasi pasar, langkah selanjutnya dalam proses pemasaran adalah menetapkan target pasar. Targeting pasar atau menetapkan pasar sasaran artinya mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani.²⁷ Dalam menentukan target

²⁷Kasmir, "*Pemasaran Bank*", (Jakarta: Kencana, 2010)

pasar, pemilik toko wajib menilai dengan hati-hati berbagai macam segmen untuk nantinya ditentukan segmen mana yang akan diambil oleh pemilik toko. Pemilihan segmen yang terlalu sempit bisa berdampak pada kegagalan dalam mencapai volume penjualan serta omset yang diinginkan. Akan tetapi jika segmen yang dipilih terlalu luas, akan berdampak pada biaya yang akan melebihi kenaikan penjualan serta omset. Menetapkan target pasar terdiri dari merancang strategi untuk membangun hubungan yang tepat dengan pelanggan yang tepat. Manfaat targetting adalah memudahkan dalam menyesuaikan produk dan strategi marketing mix (bauran pemasaran) yang dijalankan dengan target pasar.

Berdasarkan hasil penelitian wawancara peneliti dengan pemilik Toko Sumber Rezeki, pemilik toko sumber rezeki memilih target pasarnya kepada pelanggan usia menengah keatas sekitar 20 tahun karena disana hanya menjual barang peralatan rumah tangga dan tidak menjual kebutuhan lainnya seperti bahan pokok (sembako). Seperti yang disinggung sebelumnya, kalau ada pelanggan berusia sekitar 11 tahun yang membeli produk di Toko Sumber Rezeki. Menurut pemilik toko pembeli yang masih anak-anak tersebut tidak lain karena disuruh oleh orang tuanya, kemungkinan orang tuanya masih ada kerjaan yang tidak bisa ditinggal jadi menyuruh anaknya untuk membelikan barang yang dibelinya. Pemilik toko mengatakan bahwa anak tersebut membeli seperti sarang burung atau semacam makanan untuk burung.

Langkah terakhir yaitu menentukan posisi pasar (*positioning*), positioning adalah menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau jasa suatu pasar. Untuk menentukan posisi pasar janganlah dilakukan sembarangan, tetapi perlu dilakukan strategi yang benar, sehingga posisi pasar yang diinginkan tepat pada

sasarannya.²⁸ Pengembangan strategi pemasaran (positioning) ini bertujuan untuk mempengaruhi tentang bagaimana suatu segmen pasar tertentu menilai produk maupun jasa ketika dibandingkan dalam persaingan antar pasar. Positioning yang dilakukan oleh pemilik toko dianggap baik apabila produk tersebut lebih mudah diingat di benak konsumen daripada produk lain yang sejenis. Pemilik toko dapat menentukan posisinya melalui persepsi pelanggan atau produk pesaing yang dihasilkan.

Berdasarkan hasil penelitian wawancara peneliti dengan pemilik Toko sumber rezeki dalam melakukan kegiatan marketingnya memilih tempat yang strategis karena terjangkau oleh masyarakat sekitar. Dengan begitu toko tersebut berharap agar banyak pelanggan yang membeli di Toko Sumber Rezeki. Selain itu, pemilik toko membiarkan kepada pelanggan untuk memilih langsung produk seperti apa yang mereka inginkan, tujuannya agar pelanggan dapat mengetahui kualitas produk yang dijual Toko Sumber Rezeki dan hal ini dapat menarik pelanggan agar setiap hari membeli di Toko Sumber Rezeki. Hal tersebut juga bisa menjadikan kepuasan tersendiri bagi setiap pelanggan yang berkunjung pada Toko Sumber Rezeki dengan memilih secara langsung produk yang ingin dibelinya. Pemilik toko juga berharap bisa meningkatkan penjualan pada setiap harinya dan bisa meningkatkan jumlah pelanggan yang ada sehingga menjadi pelanggan tetap di toko sumber rezeki.

Strategi juga sangat menentukan bagaimana pelanggan berminat pada produk yang di Toko Sumber Rezeki karena strategi yang baik berperan sangat penting bagi toko tersebut. Pemilik toko menggunakan dua strategi dalam

²⁸ Kasmir, "*Pemasaran Bank*", (Jakarta : Kencana,2010)

kegiatan pemasarannya yaitu potongan harga supaya pelanggan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Selain potongan harga, Toko Sumber Rezeki menggunakan strategi memberikan keringanan pembayaran (utang) kepada pelanggan yang tidak memiliki dana *cast* pada saat membeli produk di toko tersebut.

Dalam dunia bisnis tentunya juga sangat dibutuhkan sebuah strategi dalam proses marketing agar usaha yang dijalani dapat berkembang seperti yang diinginkan. Penerapan strategi yang baik serta tepat sasaran sangat dibutuhkan untuk aktivitas apapun, terutama dalam menjalankan bisnis usahanya. Strategi yang tepat dan disusun dengan baik akan membuat sebuah usaha bisnis tersebut dapat lebih mudah melaksanakan misi dalam mencapai tujuan. Ada banyak strategi yang bisa menjadi peluang bahkan bisa menjadi keuntungan untuk meningkatkan penjualan bagi pemilik usaha.

Strategi merupakan daya kreativitas dan daya cipta (inovasi) serta merupakan cara pencapaian tujuan yang sudah ditentukan oleh pimpinan puncak perusahaan.²⁹ Pada usaha bisnis, kegiatan tawar-menawar merupakan hal yang lazim karena baik pembeli maupun penjual juga ingin mendapatkan keuntungan dari transaksi yang dilakukan. Bagi pembeli, mereka bisa mendapatkan harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama sebagai keuntungan dari tawar-menawar harga. Sedangkan untuk penjual, keuntungannya adalah semakin banyak pembeli yang membeli dari tokonya. Sebagian besar yang melakukan tawar-menawar yaitu kaum ibu-ibu yang terkenal paling suka menawar dengan berbagai macam strategi.

²⁹Agus Hermawan, "*Komunikasi Pemasaran*" (Universitas Negeri Malang : Erlangga, 2012)

Bagi pemilik toko yang masih pemula sebaiknya melakukan potongan harga atau discount terlebih dahulu sebelum membuka toko secara resmi. Dimana potongan harga ini sangat berguna untuk mendapatkan banyak keuntungan atau juga mendapatkan banyak pelanggan. Penentuan potongan harga atau discount ini dilihat pula dari untung atau ruginya barang tersebut sehingga jika barang atau produk tersebut diberikan discount maka pemilik usaha tetap mendapatkan keuntungan meskipun tidak besar.

Toko Sumber Rezeki melakukan strategi memberikan potongan harga pada setiap pembelian membuat toko tersebut mendapatkan pelanggan baru dengan cepat. Tidak hanya itu menggunakan strategi potongan harga ini untuk meningkatkan volume penjualan gunakan strategi ini semaksimal mungkin. Pemilik toko memberikan strategi potongan harga pada pelanggan yang sudah melakukan pembelian berkali-kali (pelanggan tetap). Strategi ini juga harus menjangkau pelanggan pada segmen baru sehingga membuka pasar baru bagi anda. Dengan demikian, volume penjualan bukan hanya meningkat pada strategi potongan harga tetapi juga meningkat karena bertambahnya pelanggan-pelanggan baru dari keberhasilan strategi potongan harga yang diberikan.

Persaingan zaman sekarang yang semakin ketat tentu membutuhkan strategi dan kehati-hatian serta kejelian terhadap kesalahan yang tidak boleh dilakukan. Kadang ada toko yang mengalami kebangkrutan bukan karena kesalahan tanpa sadar dilakukan terus menerus. Sebagian besar pelanggan toko adalah orang-orang sekitar yang sudah dikenal, maka akan mudah saja bagi pemilik toko untuk memberikan hutang. Padahal ini akan menyulitkan ketika hutang pelanggan sudah menumpuk akibatnya modal tidak berputar sama sekali.

Pemilik toko harus bertindak dengan cara memintanya nomer HP yang bisa dihubungi agar pemilik toko dengan mudah berkomunikasi dengan pelanggan yang ingin melakukan keringanan dalam bertransaksi. Selain itu pemilik toko juga harus mengenal identitas seperti tempat tinggal pelanggan tersebut, jika sewaktu-waktu ada pelanggan yang ingin melakukan keringanan pembayaran tapi belum juga melunasinya bisa saja pemilik toko mengunjungi rumahnya. Dengan begitu toko tersebut mendapatkan sedikit keuntungan dari strategi memberikan keringanan pembayaran dan bisa jadi ketika ada stock barang yang habis, maka toko tersebut bisa membeli produk baru kembali dengan hasil pemberian hutang kepada pelanggan.

Setelah strategi marketing diterapkan oleh sebuah usaha bisnis maka diharapkan untuk menerapkan dan merencanakan rincian bauran pemasaran (marketing mix). Bauran pemasaran adalah alat yang digunakan pemilik toko dalam menjalankan strategi yang telah dipilih untuk mencapai tujuan dalam usaha bisnisnya. Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan setiap pemilik toko untuk mempengaruhi permintaan pelanggan akan produknya yang terdiri 4P yaitu, produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Berikut adalah bauran pemasaran (marketing mix) yang diterapkan oleh toko sumber rezeki.

a. Produk (*product*)

Produk adalah semua jenis barang atau jasa yang dihasilkan oleh sebuah usaha lalu ditawarkan kepada pelanggan dan bisa digunakan pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya. Produk atau jasa yang dihasilkan haruslah memiliki kualitas dan keunikan yang mampu meningkatkan daya saing produk atau jasa

tersebut di kalangan toko pesaing. Dengan persaingan usaha yang semakin ketat, berbagai inovasi dan keunikan pada produk yang ditonjolkan para pemilik usaha baik itu yang bersekala kecil, menengah atau besar. Tak dapat dipungkiri keunikan atau guna dari produk tersebut adalah kunci dalam memenangkan persaingan usaha pada bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian wawancara peneliti dengan pemilik Toko Sumber Rezeki, produk yang akan dijualnya memiliki merek dan kualitas yang berbeda-beda. Ketika ada pelanggan yang mengkomplain terhadap produk mengalami kerusakan, pemilik toko mengambil tindakan untuk menggantinya dengan yang baru. Tidak hanya itu, kemudian pemilik toko juga melakukan return terhadap produk yang dibelinya pada perusahaan lain yaitu PT. Alle Mandiri Surabaya melalui sales yang bekerja di perusahaan tersebut. Setidaknya pemilik toko ikut bertanggung jawab terhadap apa yang dijualnya. Apa yang dilakukan pemilik toko merupakan tindakan agar pelanggan tersebut bisa membelinya kembali. Lain halnya pemilik toko juga harus berhati-hati dalam memesan produk apabila kejadian terulang lagi maka pelanggan tidak akan membelinya kembali.

b. Harga (*price*)

Harga adalah sejumlah uang yang digunakan untuk mendapatkan barang atau jasa. Harga memiliki berbagai macam istilah, tergantung pada jenis produknya apa.³⁰ Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan presentase laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat

³⁰Suharno, "Marketing in Practice", (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010)

konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang dijual.

Berdasarkan hasil penelitian wawancara peneliti dengan pemilik Toko Sumber Rezeki sebelum melakukan pemasarannya, Toko Sumber Rezeki terlebih dahulu menentukan harga dari semua produk yang ingin dipasarkan. Toko Sumber Rezeki mengambil keuntungan yang tidak terlalu banyak dari harga normalnya. Produk atau barang yang akan dijual, terlebih dahulu Toko Sumber Rezeki melakukan pembelian kepada PT Alle Mandiri sebelum dijualnya lagi. Menurut pemilik Toko Sumber Rezeki keuntungan yang diambilnya dalam setiap penjualannya sebesar 20 ribuan. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Dalam menentukan harga pemilik toko memikirkannya dengan hati-hati, ketika ada pelanggan yang minta discount atau penurunan harga kepada penjual.

c. Tempat (*place*)

Tempat atau *place* merupakan salah satu faktor penentu bisnis karena pilihlah lokasi yang tepat seperti lokasinya strategis dan benar. Lokasi strategis merupakan lokasi ramai, dilalui oleh banyak orang sehingga calon pelanggan dan pelanggan tertarik serta mudah untuk menentukan tempat melakukan kegiatan pemasaran. Memilih lokasi yang tepat juga dapat menciptakan pelanggan baru dalam kegiatan marketingnya.

Berdasarkan hasil penelitian wawancara peneliti dengan pemilik Toko Sumber Rezeki yang menentukan posisi atau letak untuk menjalankan kegiatan pemasarannya di Jalan Kangingan Kabupaten Pamekasan. Lokasi usaha yang

dipilih Toko Sumber Rezeki sudah termasuk strategis dan mudah dijangkau pelanggan toko, karena toko sumber rezeki dekat dengan pasar Panempen dan berada di dekat jalan raya. Pelanggan dengan mudah mengetahui posisi toko sumber rezeki apabila pelanggan ingin membeli produk yang diinginkannya.

d. Promosi (*promotion*)

Promosi bukan hanya sekedar alat komunikasi antar produsen dengan konsumen, melainkan juga alat dalam mempengaruhi konsumen agar terjadinya pembelian yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Promosi adalah sarana paling ampuh untuk menarik pelanggan dan mempertahankannya. Dengan promosi pelanggan bisa mengetahui tentang produk tersebut dan akhirnya memutuskan untuk membelinya.

Toko Sumber Rezeki tentunya memerlukan promosi sebagai media pemasarannya karena tanpa adanya promosi usahanya sulit untuk toko bisa dikenal oleh pelanggan. Lain halnya dengan Toko sumber rezeki yang tidak menggunakan kegiatan promosi dalam pemasarannya. Dengan beberapa hal yang menjadi hambatan pemilik toko untuk melakukan promosi untuk kegiatan pemasarannya. Satu hal yang perlu diketahui bahwa promosi dalam pemasaran membutuhkan biaya yang tidak sedikit dan pemilik toko harus pintar-pintar memilih cara promosi apa yang memang sesuai dengan produk atau barang yang ingin dijual sehingga hasilnya optimal.

Selain menggunakan bauran pemasaran/marketing mix pada saat melakukan pemasaran, tetapi para pelaku usaha juga bisa melakukan tindakan seperti marketing islam pada setiap usaha pemasarannya. Strategi marketing adalah upaya sebuah perusahaan untuk memasarkan suatu produk dalam rangka

mencapai tujuan tertentu. Strategi marketing memiliki peran sangat penting dalam bisnis usahanya karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi pada usahanya, baik barang maupun jasa. Tujuan strategi marketing ialah sebagai ukuran hasil marketing atas standar pencapaian yang sudah ditentukan. Kegiatan marketing sebenarnya merupakan kegiatan yang sangat mulia karena pada kegiatan tersebut selalu memunculkan ide dan kreativitas untuk melakukan pendekatan, inovasi, perubahan dan pembaharuan dalam banyak hal.

Namun zaman sekarang pemahaman tentang marketing menurut islam sudah berkurang. Pemahaman yang didapat hanya menginginkan keyakinan yang instan. Rasulullah telah mengajarkan umatnya berdagang dengan menjunjung tinggi nilai keislaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat islam dilarang melakukan tindakan bathil. Kegiatan marketing seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sebenarnya yakni relegius, ber-etika, realistis dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Inilah yang dinamakan marketing islam.

Marketing islam adalah kegiatan seseorang dalam menjalankan bisnisnya disertai landasan nilai-nilai islam, baik penawaran maupun sikap seorang penjual kepada pelanggannya.³¹ Marketing islam meyakini perbuatan seseorang akan dimintai pertanggung-jawabannya kelak. Selain itu, marketing islam mengutamakan nilai-nilai akhlak dan etika moral dalam setiap pelaksanaannya. Oleh karena itu, marketing islam menjadi penting bagi para tenaga pemasaran pada dunia bisnis.

Bedasarkan hasil penelitian wawancara peneliti dengan pemilik Toko Sumber Rezeki, perilaku yang baik dan jujur dalam dunia bisnis menjamin

³¹ H. Idri, M.Ag, "*Hadis Ekonomi; Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*", Ed.1 (Jakarta : Prenada Media Group,2015)

keberhasilan suatu usaha bisnisnya. Dengan berperilaku baik, Toko Sumber Rezeki bisa membuat pelanggan merasa nyaman dengan perlakuan yang diberikan dan dapat pula meningkatkan volume penjualan pada setiap harinya. Selain berperilaku baik dan jujur dalam marketingnya, Toko Sumber Rezeki diberikan amanah oleh pelanggan untuk memperbaiki barang eletroniknya yang rusak. Dengan begitu bisa mempermudah bagi pelanggan yang ingin memperbaiki barang elektronik yang rusak dan juga bisa menjadi peluang bagi Toko Sumber Rezeki untuk menambah pendapatan dari memperbaiki barang elektronik yang rusak.

Berkepribadian baik dan simpatik serta menghargai hak dan milik orang secara benar. Sikap simpatik dan menghargai hak orang lain akan membuat orang lain bahagia dan senang. Islam melarang seseorang mengambil hak orang lain secara bathil, tidak baik dan tidak simpatik.³² Tugas pemasaran adalah untuk menciptakan kesadaran pelanggan terhadap produk atau layanan melalui strategi pemasaran. Agar proses penjualan produk dapat berjalan dengan lancar yang ditandai dengan keinginan pelanggan untuk membeli produk yang disertai pelayanan baik dari pemilik toko. Pelayanan yang baik bagi pelanggan seperti bersikap sopan terhadap pelanggan, melayani pelanggan dengan penuh kesabaran meskipun ada pelanggan yang memiliki sifat berbanding terbalik dengan orang lain. Dengan kepribadian baik kepada pelanggan maka sebuah usaha bisa menarik pelanggan untuk membeli produk dan bisa meingkatkan penjualan toko tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian wawancara peneliti dengan pemilik Toko Sumber Rezeki, marketing islam yang diterapkan Toko Sumber Rezeki yaitu

³² H. Idri, M.Ag, "*Hadis Ekonomi; Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*",Ed.1 (Jakarta : Prenada Media Group,2015)

dengan bersikap sopan terhadap konsumen walaupun kadang tidak ada yang tahu akan kepribadian setiap orang. Dengan begitu Toko Sumber Rezeki bisa meningkatkan penjualannya pada setiap harinya dan bisa mengembangkan usahanya agar lebih banyak orang yang tau akan keberadaannya. Selain itu, Toko Sumber Rezeki diberikan amanah atau kepercayaan oleh pelangganya sendiri untuk memperbaiki barang yang rusak menjadi tidak rusak dan itu sebuah tanggung jawab yang bisa membuat Toko Sumber Rezeki mendapatkan pelanggan sendiri.

Kegiatan marketing seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sebenarnya. Strategi marketing Toko Sumber Rezeki sudah menerapkan teori dan konsep strategi marketing yang dianjurkan Rasulullah SAW, namun ternyata menerapkan juga strategi pemasaran islami yaitu karakteristik pemasaran islami. Karakteristik strategi pemasaran islami yang diterapkan Toko Sumber Rezeki yaitu realistik (Al-Waqiyah).

Realistik yang artinya sesuai dengan kenyataan, jangan mengada-ngada apalagi yang menjurus kepada kebohongan. Semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita, tidak membeda-bedakan orang, suku, warna kulit. Semua tindakan penuh dengan kejujuran.³³ Bahkan ajaran Rasulullah SAW, tentang sifat realistik ini ialah jika anda menjual barang ada cacatnya, maka katakan pada calon pembeli, bahwa barang ini sedikit cacat. Jika pembeli setelah diberitahu masih tetap ingin memiliki barang tersebut, itu lebih baik. Tidak boleh anda bersumpah bahwa barang tersebut benar-benar baik dan sempurna, padahal ada cacatnya. Demikian mulianya ajaran Rasulullah SAW. sangat realitas, jangan

³³ Buchari Alma, "Manajemen Bisnis Syariah", (Bandung : Alfabeta, 2016)

sekali-kali mengalabui orang dan ini harus diikuti oleh umatnya. Ajaran Rasulullah SAW sangat membantu pelaku usaha agar menjalankan usahanya dengan jalan yang bathil.

Berdasarkan hasil penelitian wawancara peneliti dengan pemilik Toko Sumber Rezeki, apabila ada kejadian tentang produk yang dijual Toko Sumber Rezeki mengalami cacat. Setelah konsumen membelinya yang dilakukan Toko Sumber Rezeki ialah menggantinya dengan yang baru dan meminta maaf atas kejadian tersebut. Tidak hanya itu Toko Sumber Rezeki juga melakukan komplain terhadap PT. Alle mandiri Surabaya karena sebelum menjual kepada pelanggan toko sumber rezeki terlebih dahulu melakukan pemesanan pada PT. Alle Mandiri Surabaya dan melalui salesnya Toko Sumber Rezeki meng-komplain barang yang sudah dibeli dari perusahaannya.

2. Dampak Strategi yang Digunakan Toko Sumber Rezeki dalam Meningkatkan Penjualan Produknya

Kegiatan pemasaran hanya dikenal dengan kegiatan distribusi dari penjualan ,tetapi sekarang menjadi luas yaitu bagaimana cara penjual menarik keuntungan yang baik tidaklah cukup hanya dengan menghasilkan produk baru. Melainkan memasarkan produknya dengan berbagai strategi untuk meningkatkan volume penjualan. Selain itu juga bisa mendapatkan pelanggan baru dan meluas. Strategi yang baik akan memudahkan perusahaan mengatur segala sesuatu sesuai dengan harapan sehingga tercapailah keberhasilan usaha bisnisnya. Berbagai macam strategi yang digunakan salah satunya seperti memberikan potongan harga kepada pelanggan. Potongan harga atau sering disebut *discount* memudahkan

pemilik toko untuk mendapatkan pelanggan dan menghasbiskan stock barang yang belum terjual.

Volume penjualan yang diukur berdasarkan unit produk yang terjual, yaitu jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode tertentu, sedangkan nilai produk yang terjual (omzet penjualan), yaitu jumlah nilai penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode tertentu.³⁴ Pemilik toko yang baik akan memikirkan secara matang sebelum mengambil keputusan bahkan sekecil apapun keputusan tersebut, karena pemilik toko akan memikirkan dampak dari keputusan tersebut terhadap usaha bisnis yang dijalkannya. Semua pemilik toko menginginkan dampak yang positif terhadap usahanya, baik itu berdampak dari meningkatnya jumlah pelanggan atau meningkatkan penjualan dari masing-masing produk yang berhasil dijualnya.

Berdasarkan hasil penelitian wawancara peneliti dengan pemilik Toko Sumber Rezeki, Toko Sumber Rezeki menggunakan strategi potongan harga. Strategi ini berpengaruh pada produk yang dijualnya sehingga meningkatkan volume penjualan. Strategi potongan harga diberikan kepada pelanggan Toko Sumber Rezeki yang sudah melakukan pembelian berkali-kali (pelanggan tetap). Ada juga pelanggan yang melakukan tawar-menawar harga sehingga pemilik toko memberikan potongan harga agar produknya bisa terjual. Tidak hanya meningkat pada hasil penjualan dari produknya tetapi toko bisa meningkat karena bertambahnya pelanggan-pelanggan baru sebagai dampak keberhasilan strategi potongan harga yang diberikan.

³⁴ Basu Swastha dan Irawan, "*Manajemen Penjualan*", (Yogyakarta : Liberty, 1998)

Strategi yang lain digunakan adalah memberikan keringanan pembayaran (utang). Toko Sumber Rezeki memerlukan strategi yang tepat untuk mengelola bisnisnya agar tidak merugikan usaha pada toko tersebut. Strategi memberikan keringanan pembayaran (utang) kepada pelanggan karena tidak memiliki dana *cast* untuk membeli produk yang diinginkannya. Toko sumber rezeki memberikan waktu sampai tiga hari lamanya untuk pelanggan supaya membayar produk yang telah dibelinya. Bagi Toko Sumber Rezeki, hal terpenting agar bisnis usahanya tetap berjalan yaitu dengan cara mengelola perputaran uang keluar dan masuk agar tetap aman. Pemberian keringanan pembayaran merupakan strategi secara bertahap untuk melakukan perputaran uang Toko Sumber Rezeki agar bisnis usahanya berjalan lancar. Apabila hasil dari pelanggan sudah membayar dari memberikannya keringanan pembayaran, maka yang dilakukan toko sumber rezeki dari hasil tersebut yaitu dijadikannya modal untuk membeli produk yang sudah kosong agar toko tidak memperlihatkan bahwa barang yang mau dijual tidak ada.

Salah satunya dengan menggunakan keahlian lebih dari orang-orang yang terlibat dari usaha bisnis tersebut yaitu ahli dalam memperbaiki segala barang yang mengalami kerusakan. Kemudian pendapatan tersebut bisa menjadi pendapatan tambahan bagi usaha bisnis Toko Sumber Rezeki dan juga bisa menciptakan pelanggan-pelanggan baru. Sehingga toko dapat mempertahankan posisi pasar di benak pelanggan dan menjadikan toko sumber rezeki sebagai toko langganannya.

Berdasarkan hasil penelitian dari wawancara peneliti dengan pemilik toko yang mengatakan bahwa selain menjual produk yang ada penghasilan Toko

Sumber Rezeki juga di dapat dari pelanggan yang memperbaiki barang elektronik mereka yang rusak. Dengan adanya jasa memperbaiki barang elektronik tersebut, banyak pelanggan yang merasa terbantu dan memberikan kesan yang baik terhadap toko sumber rezeki. Kesan baik dari pelanggan yang merasa puas dengan mereka yang memperbaiki barang elektronik sehingga mereka memberikan pengalaman ke orang lain tentang Toko Sumber Rezeki. Secara tidak langsung terjadi promosi dari mulut ke mulut sehingga dapat memunculkan pelanggan baru.

3. Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang Dialami pada Strategi Marketing yang Dilakukan Toko Sumber Rezeki dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Sudah menjadi suatu keniscayaan bahwa setiap usaha dalam menjalankan kegiatan pemasaran dan kebijakan yang telah ditentukan pastilah tidak selalu sesuai dengan yang diharapkan. Disisi lain pasti selalu ada halangan dan rintangan yang menerpa. Hal demikian yang nampaknya bisa juga terjadi pada kegiatan marketing dalam meningkatkan volume penjualan oleh Toko Sumber Rezeki.

Analisis SWOT adalah analisa yang sangat dikenal dalam proses pembuatan strategi bisnis. Analisa SWOT sendiri merupakan singkatan dari *strengths, weakness, opportunity, dan threat*.³⁵ Analisis SWOT juga bisa menjadi alat yang sangat membantu pelaku usaha untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih baik lagi. Dari analisis SWOT juga dapat ditentukan strategi yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan.

Adapun kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam strategi marketing yang terdapat pada Toko Sumber Rezeki yang telah dilakukan analisis

³⁵ Ahmad Subagyo, "Marketing in Business", (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2010)

internal dan eksternal pada temuan penelitian dapat diketahui hasil dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sebagai berikut:

a. *Strength* (Kekuatan)

Kekuatan (*strenght*) adalah situasi atau kondisi yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan pengaruh positif pada saat ini ataupun masa yang akan datang. Berikut kekuatan yang dimiliki Toko Sumber Rezeki dalam usahanya.

1) Memberikan potongan harga kepada pelanggan

Toko sumber rezeki memberikan potongan harga pada pelanggan yang melakukan pembelian berkali-kali terhadap produk yang di jualnya. Selain itu, potongan harga diberikan pada pelanggan yang suka tawar-menawar guna menjaga kepercayaan pelanggan agar pelanggan menggunakan terus produk yang ada di toko sumber rezeki.

2) Memberikan keringanan pembayaran (utang) kepada pelanggan yang tidak memiliki dana *cast*

Strategi memberikan keringanan pembayaran (utang) diberikan Toko Sumber Rezeki apabila pelanggan tersebut tidak memiliki dana *cast* untuk membeli barang yang diinginkannya. Strategi tersebut tidak diberikan setiap hari kepada pelanggan tetapi pemilik toko memberikannya kepada pelanggan yang sudah dikenalnya dan mempunyai No HP pelanggan, jadi mudah bagi pemilik toko jika sewaktu-waktu pelanggan tersebut tidak membayarnya. Sedangkan jangka waktu pelunasannya pemilik toko memberi waktu sampai 3 hari lamanya kepada pelanggan.

- 3) Toko Sumber Rezeki selain menjual barang elektronik juga memudahkan konsumen apabila ada barang yang rusak bisa diperbaiki oleh Toko Sumber Rezeki

Toko sumber rezeki merupakan sebuah toko yang menjual beberapa alat elektronik dan kebutuhan rumah tangga seperti magic com, kompor gas, blender, kipas angin, panci, gas elpiji dan masih banyak lagi. Dalam kegiatan lainnya toko sumber rezeki juga ahli dalam memperbaiki barang yang rusak khususnya di bidang elektronik. Misalnya seperti bisa memperbaiki kompor gas, blender, kipas angin dan lainnya.

- 4) Pemilik toko terjun langsung dalam pemasaran

Pada kegiatan pemasarannya pemilik toko sumber rezeki terjun langsung dalam hal menjual barang atau produk yang ada di toko sumber rezeki. Pemilik toko melakukannya secara sendirian dan meskipun begitu pemilik toko sangat bekerja keras akan hal tersebut.

- 5) Harga produk yang ditawarkan toko sumber rezeki menarik pelanggan untuk membeli produk yang dijual dan keuntungan dari penjualan per item yang diambilnya tidak terlalu banyak

Pada saat menjual produknya toko sumber rezeki menawarkan harga yang sudah ditentukan sehingga pelanggan tertarik untuk membeli di toko tersebut. Selain itu, toko sumber rezeki menjual barang atau produknya per item tidak terlalu banyak mengambil keuntungan.

- 6) Lokasi penempatan toko sumber rezeki strategis dan dapat dijangkau masyarakat

Pemilihan lokasi adalah modal awal bagaimana usaha akan menjadi maju dan berkembang atau tidak. Pemilihan lokasi sangat penting bagi sebuah usaha contohnya seperti pemilihan lokasi yang strategis. Toko sumber rezeki beralokasikan di Jalan Kanginan tepatnya dekat pasar Panempan dan dekat jalan raya. Lokasi tersebut dikatakan strategis karena terjangkau oleh masyarakat sekitar sehingga memudahkan pelanggan untuk mencari posisi toko tersebut.

b. *Weaksnesess* (Kelemahan)

Weaksnesess (Kelemahan) adalah situasi atau kondisi yang dimiliki perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan pengaruh negatif pada saat ini atau dimasa yang akan datang. Kelemahan yang dimiliki oleh Toko Sumber Rezeki sebagai berikut:

- 1) Banyaknya pesaing yang menjual produk sama dan memiliki tempat nyaman dengan segala fasilitasnya. Sedangkan toko sumber rezeki berbanding terbalik dengan toko lainnya mengenai tempat usahanya.

Persaingan usaha menjadi salah satu resiko besar yang harus dihadapi para pemilik toko. Minat untuk menjalankan usahanya saat ini sangat besar, bahkan banyak sekali yang menjalankan usaha bisnisnya di bidang yang sama seperti produk yang dijualnya sama. Tempat yang bersih dan mempunyai fasilitas lengkap juga dapat memudahkan pemilik toko untuk menarik begitu banyak pelanggan. Seperti halnya dengan Toko Sumber Rezeki mempunyai tempat usaha yang berbanding terbalik dengan tempat usaha pesaing lainnya. Contohnya toko

sumber rezeki tidak mempunyai fasilitas lengkap seperti tidak memiliki AC dan ruangan yang tidak berkeramik.

- 2) Toko Sumber Rezeki memiliki ruang tidak terlalu luas dibandingkan toko lainnya

Luas ruang juga bisa menjadikan kekurangan bagi pemilik toko dalam kegiatan marketingnya. Dengan persaingan yang ketat cenderung membuat kondisi yang tidak nyaman bagi pelanggan yang datang sehingga hal tersebut bisa saja menjadi pertimbangan tersendiri bagi pelanggan yang berniat untuk membeli tetapi berpaling dan membeli barang atau produk di toko lainnya. Kalau melihat perbandingan dengan toko lainnya yang menjual barang atau produk yang sama, toko sumber rezeki memiliki tempat atau ruang yang tidak terlalu luas.

- 3) Tata letak barang yang ada di Toko Sumber Rezeki kurang tertata dengan rapi

Pada setiap tempat usaha harus memiliki letak barang yang rapi agar pelanggan yang masuk bisa memberikan kesan yang baik bagi toko. Dengan menempatkan produk yang ingin dijual menurut ukuran dari yang paling atas barang kecil dan semakin kebawah semakin besar untuk barang yang sama akan tetapi berbeda ukurannya. Atau barang bisa diletakkan menurut merek yang sama agar pelanggan bisa memilih produk yang ingin dibeli dengan kualitas pilihannya.

Tata letak barang Toko Sumber Rezeki masih kurang tertata dengan rapi menurut pelanggan yang berkunjung di toko tersebut. Pelanggan berharap Toko Sumber Rezeki bisa memperindah atau memperbaiki tata letak barang atau produk yang mau dijualnya. Sebelum menatanya pemilik toko bisa membersihkan tempat yang mau diletakkan barang atau produk yang akan dijual. Dengan tata letak

barang yang rapi bisa membuat pelanggan dengan mudah melihat jenis barang secara langsung dihadapannya.

- 4) Tidak adanya anggota keamanan bagi toko atau lapangan parkir bagi pelanggan toko

Tidak adanya anggota keamanan ataupun lapangan parkir bagi pelanggan tidak menjadi masalah bagi Toko Sumber Rezeki. Seperti yang sudah diketahui bahwa memiliki luas Toko Sumber Rezeki yang tidak terlalu luas apalagi lokasi toko berada di pinggir jalan raya. Tetapi tidak menutup kemungkinan bagi Toko Sumber Rezeki mendapatkan pelanggan. Pelanggan bisa saja memaklumi kondisi toko tersebut memang toko kecil dibandingkan toko yang lebih besar dari Toko Sumber Rezeki.

c. *Oppourtunities* (Peluang)

Oppourtunities (peluang) adalah situasi atau kondisi yang menjadi peluang bagi perusahaan atau organisasi dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa akan datang. Berikut yang menjadi peluang bagi Toko Sumber Rezeki:

- 1) Masyarakat sekitar toko menjadi target pasar

Target pasar memungkinkan bagi pelaku usaha untuk membuat produk terjual dan hasil penjualannya akan meningkat. Toko sumber rezeki sudah menentukan target pasar sebelum membuka usaha bisnis yang sedang dikelolanya. Lokasi toko yang berdekatan dengan pasar Panempan dan masyarakat di sekitar bisa juga menjadi target pasar dari toko sumber rezeki. Dengan bertambahnya target pasar bisa menjadi peluang bagi toko untuk lebih meningkatkan lagi penjualan pada setiap harinya.

- 2) Melihat tingkat daya beli masyarakat agar pendapatan tiap bulan meningkat

Bagi pelaku usaha, meningkatnya pendapatan tiap bulannya menjadi peluang agar bisnis usahanya berjalan dengan lancar. Toko Sumber Rezeki berharap supaya tingkat daya beli dari pelanggan bisa meningkat. Dengan meningkatnya pendapatan tiap bulannya pada toko tersebut. Toko dapat menghasilkan produk baru yang akan dipasarkan dan menarik lebih banyak pelanggan toko tersebut.

- 3) Makin sedikitnya pelanggan, maka mengembangkan usahanya dengan kemajuan media sosial dan promosi untuk menciptakan pemasaran yang maksimal

Sedikitnya pelanggan tidak memudahkan pelaku usaha untuk menyerah dalam memasarkan produknya. Dengan memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi terhadap produknya agar menciptakan pemasaran yang maksimal. Begitu dengan Toko Sumber Rezeki yang terkadang sepi pelanggan. Media sosial menjadi peluang bagi toko dengan mempromosikan produknya supaya datangnya pelanggan baru.

- 4) Sangat mudah bagi pelanggan mencari toko sumber rezeki

Toko Sumber Rezeki merupakan toko yang mudah diketahui oleh pelanggan. Mengingat kembali bahwa lokasi toko berada di pinggir jalan raya tepatnya di Jalan Kanginan. Secara langsung jika ada masyarakat yang ingin mencari produk alat elektronik dan kebutuhan rumah tangga maka masyarakat tersebut bisa mengetahui karena tempatnya berada di pinggir jalan.

d. *Threats* (ancaman)

Threats (ancaman) adalah situasi atau kondisi yang merupakan ancaman bagi sebuah perusahaan atau organisasi dan dapat mengancam eksistensi organisasi dimasa yang akan datang. Selanjutnya ancaman yang akan dihadapi Toko Sumber Rezeki sebagai berikut:

1) Toko pesaing yang banyak menciptakan produk yang lebih bervariasi

Produk baru dari toko pesaing menjadi ancaman bagi toko sumber rezeki karena toko pesaing memiliki lebih banyak variasi dari produknya. Toko sumber rezeki hanya memiliki produk seadanya tetapi produknya juga berbeda-beda akan kualitasnya. Kualitas dari masing-masing produknya memiliki manfaat yang berbeda dan harganya juga berbeda.

2) Waktu penjualan perusahaan pesaing yang lebih lama sehingga bisa mendapatkan pelanggan lebih banyak lagi

Waktu penjualan Toko Sumber Rezeki mulai dari pukul 08:00 WIB sampai 17:00 WIB, sedangkan waktu penjualan dari toko pesaing lebih lama yaitu sampai malam hari sekitar pukul 21:00 WIB. Hal tersebut menjadi ancaman tersendiri bagi Toko Sumber Rezeki dan kemungkinan toko pesaing mudah mendapatkan pelanggan baru.

3) Tidak memiliki karyawan

Berbeda dengan toko pesaing, toko sumber rezeki tidak memiliki karyawan dalam memasarkan produknya. Pemilik toko terjun langsung, baik itu memasarkan produknya maupun memperbaiki barang elektronik yang rusak milik pelanggan. Meskipun tidak memiliki karyawan Toko Sumber Rezeki tidak patah semangat dalam menjalankan bisnis usahanya.

4) Kualitas pelayanan pesaing yang lebih baik

Toko pesaing yang memiliki pelayanan yang baik menjadi ancaman bagi Toko Sumber Rezeki karena setiap pelanggan yang datang pastinya akan senang jika mendapat pelayanan yang baik dari pemilik toko. Dengan kualitas pelayanan yang baik akan tercipta pelanggan yang biasanya akan merekomendasikan toko tersebut kepada orang lain sehingga akan bertambah lagi pelanggan-pelanggan baru