

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Deskripsi Singkat Ojek Penelitian

a. Profil Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung

Khoyiir Store adalah Toko yang berjalan dibidang peralatan sekolah, aksesoris, kecantikan serta jasa pengetikan yang bertempat di Jl. Raya Mojoarum No. 01, Dusun Krajan, Desa Bendungan, Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung yang didirikan oleh Ibu Elik Susanti pada tahun 2000 dan kini memiliki cabang di Jl. Dr. Sutomo Gg. 08 No. 82 Karangwaru, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung. Pada awalnya Khoyiir Store itu sendiri hanya rental computer seperti pengetikan file dan kursus computer, kemudian usaha ini ditambah lagi dengan membuka warung internet, karena dari teknologi yang semakin canggih maka Ibu Elik Susanti mengganti warung internet dengan menjual perlengkapan alat tulis, tas , dan aksesoris serta perlengkapan kecantikan.¹²¹

b. Produk Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung

Sama dengan Khoyiir Store Kecamatan Gondang, cabang Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung juga merupakan toko yang

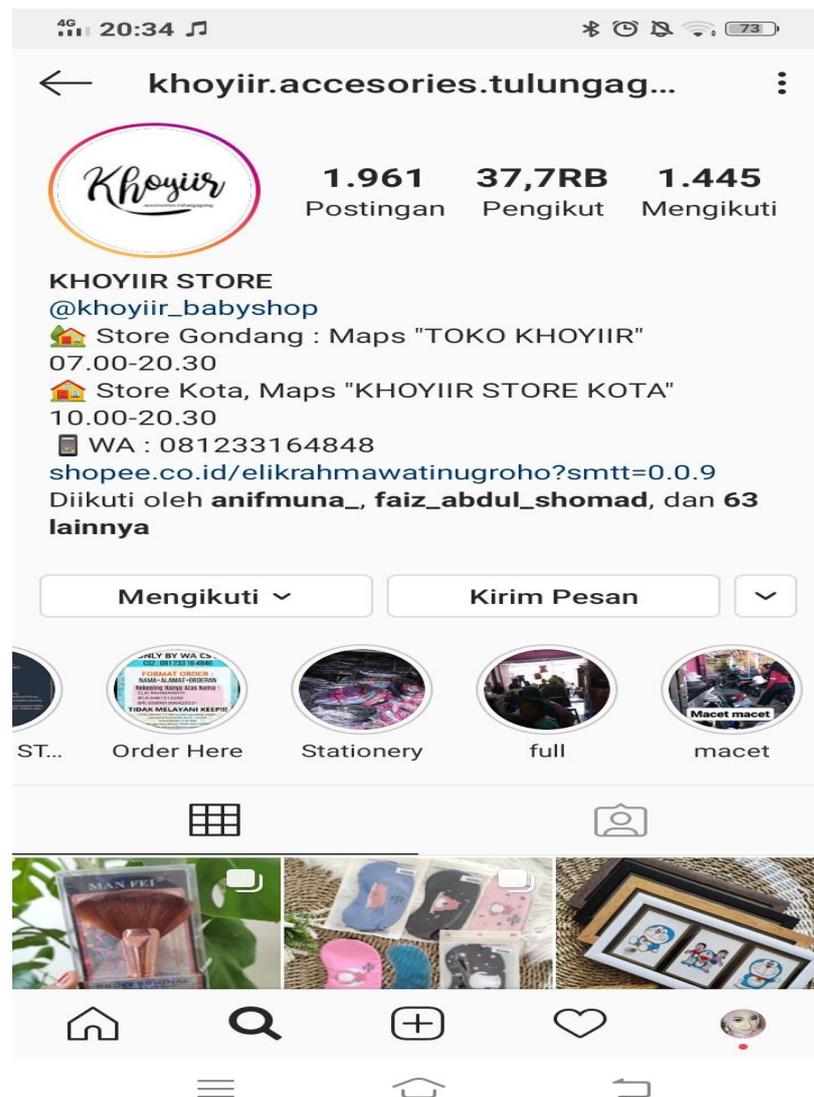
¹²¹ Wawancara dengan Ibu Elik Susanti via Whatsapp (Selaku Pemilik Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Kamis tanggal 16 Juni 2020 pukul 08.35 WIB

menjual peralatan sekolah, peralatan kecantikan atau kosmetik, mainan dan banyak lagi barang-barang fashion unik lainnya. Khoyiir Store mempunyai lebih dari 50 supplier untuk semua item yang dijual dengan 10 supplier terdapat di aksesoris dan sisanya ada di berbagai macam produk yang dijual di Khoyiir Store.

c. Akun Sosial Media dan Toko Online Khoyiir Store

1) Instagram

Gambar 4.1



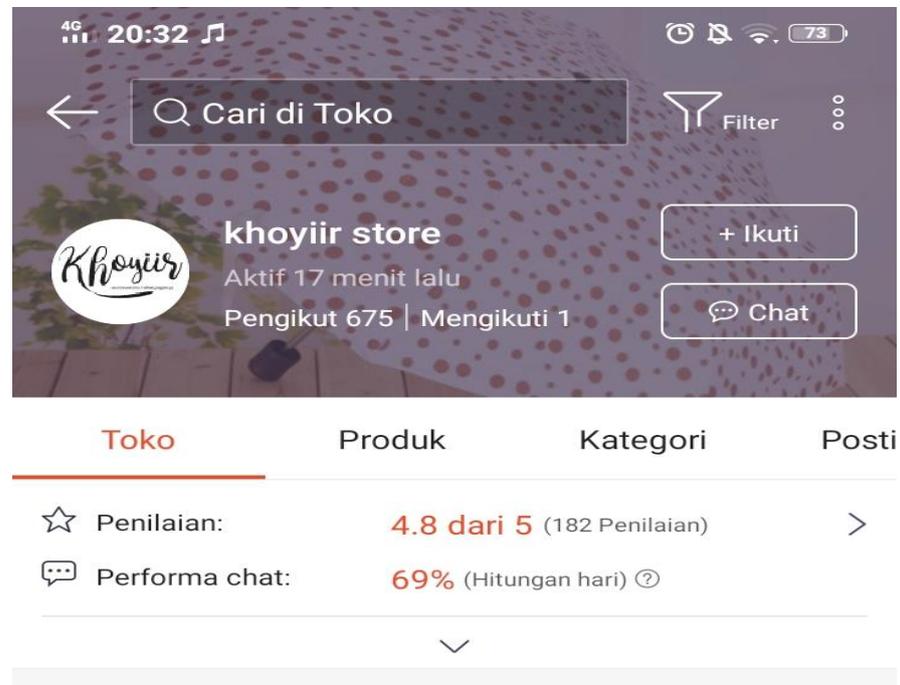
2) Facebook

Gambar 4.2



3) Shopee

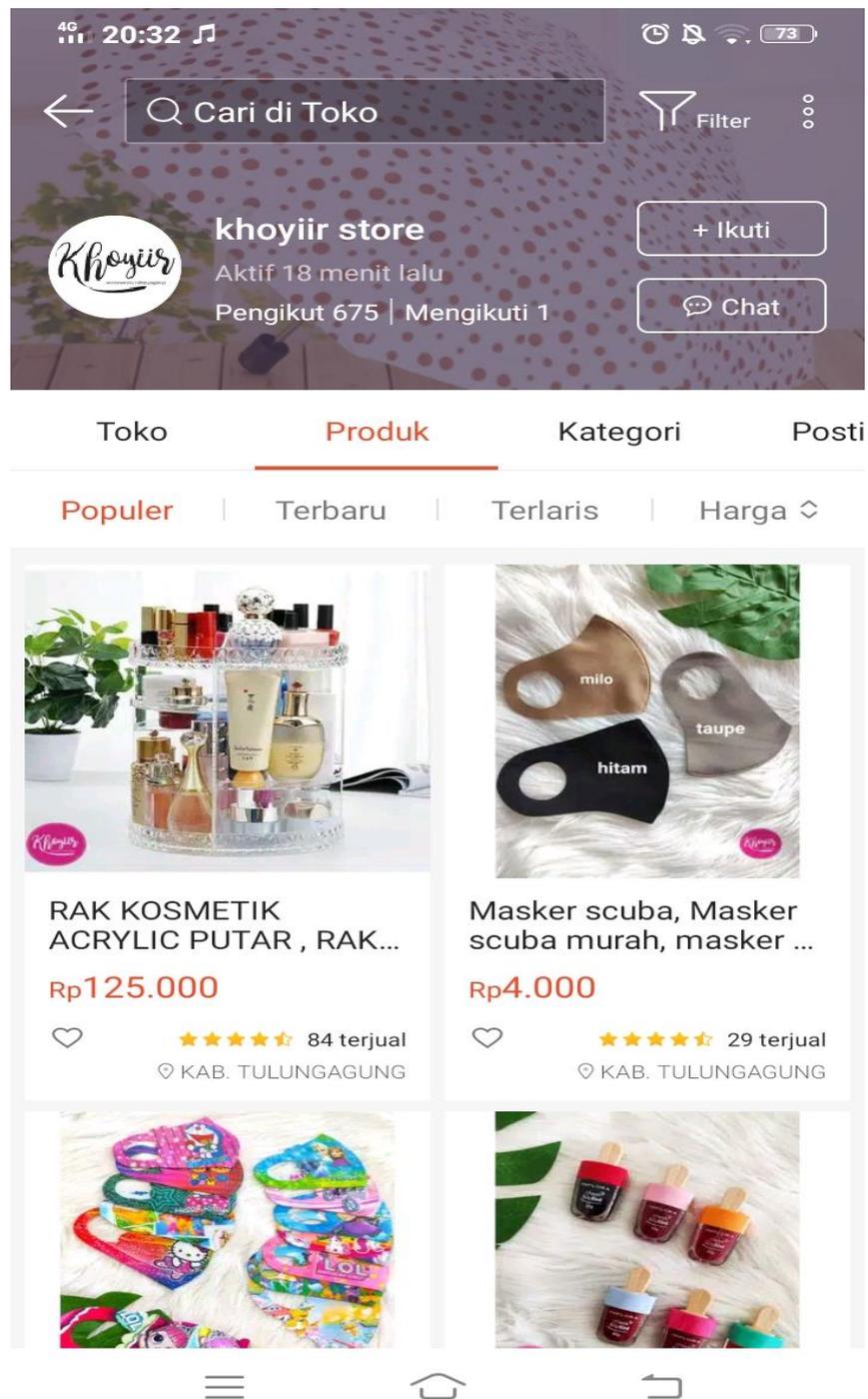
Gambar 4.3



Khoyiir Store adalah akun resmi Khoyiir Store di platform Shopee. Kami menyediakan berbagai accessories, kosmetik, mainan anak, peralatan bayi, barang unik, tas wanita, sandal, hijab, dll. Kami hadir untuk memenuhi kebutuhan customer Khoyiir Store yang berada diluar maupun dalam daerah kami dengan harga terjangkau. IG: @khoyiir.accesories.tulungagung & @khoyiir_babyshop
Maaf memberikan bintang dibawah 3 kami block



Gambar 4.4



2. Strategi Share in Jar di Khoyiir Store Tulungagung

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan selanjutnya dilakukan dengan beberapa tahapan analisis, yaitu tahapan analisis data dengan menjabarkan pokok-pokok temuan penelitian yang selanjutnya melakukan analisis dengan tiga tahap formulasi yaitu tahap masukan, tahap pencocokan, dan tahap pengambilan keputusan yang dilakukan dengan metode pendekatan SWOT (*Strengths, Opportunities, Weakness, Threats*) terhadap pemasaran syariah yang diterapkan pada objek penelitian.

a. Strategi Bauran Pemasaran pada Khoyiir Store

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa bauran pemasaran merupakan kegiatan mengkombinasikan berbagai kegiatan marketing agar dicapai kombinasi maksimal dan hasil yang memuaskan mencakup dalam bauran pemasaran. Adapun cakupan dari bauran pemasaran meliputi:

b. Produk

Ibu Elik merupakan pemilik dari Khoyiir Store Tulungagung yang dalam menjalankan usahanya beliau selalu mengutamakan kedisiplinan dan kejujuran, karena dengan disiplin etos kerja karyawannya akan menjadi lebih teratur dan memiliki rasa tanggungjawab akan tugas-tugasnya, dan beliau percaya bahwa masalah rezeki sudah diatur oleh Allah SWT.

Secara sederhana produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi/memuaskan kebutuhan atau keinginan manusia, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud. Dalam menanggapi hal ini,

Ibu Elik tetap menjaga kualitas baik dari produk yang dijualnya agar tidak mengecewakan konsumen. Dalam hal ini Ibu Elik Susanti memberikan penjelasan sebagai berikut: “Produk yang saya jual saya usahakan selalu yang terbaik jadi jangan sampai ada yang mengecewakan konsumen kita selalu jual produk yang terbaik dengan harga yang kompetitif”.¹²²

Penjelasan tersebut diperkuat oleh pernyataan dari Mbak Agninda selaku konsumen, yang menjelaskan bahwa:

Menurut saya produk yang dijual ditoko Khoyir kualitasnya sudah bagus, tidak ada cacat sama sekali, saya mengetahui produk toko khoyir karena disetiap produk terdapat label khoyir, kalau produk yang saya senang adalah make up.¹²³

Berdasarkan penjelasan diatas menyimpulkan bahwa Toko Khoyiir selalu meningkatkan kualitas produk yang dijualnya ke konsumen.

d. Harga

Harga merupakan jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dalam hal ini toko Khoyir menawarkan harga relatif murah dan terjangkau oleh semua kalangan dari pelajar, mahasiswa dan wanita yang berkarir, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Elik Susanti sebagai berikut: “Harga yang saya jual relatif terjangkau, saya berusaha menjual produk yang bisa

¹²² Wawancara dengan Ibu Elik Susanti (Selaku Pemilik Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Selasa 16 Juni 2020, pukul 08.40 WIB

¹²³ Wawancara dengan Mbak Agninda (Selaku Konsumen Toko Khoyiir Tulungagung) pada hari Selasa 16 Juni 2020, pukul 09.20 WIB

dijangkau oleh banyak masyarakat luas dengan harga yang kompetitif”.¹²⁴

Hal tersebut juga diungkapkan oleh mbak Iis selaku konsumen sebagai berikut:

Harganya terjangkau ya , apalagi untuk seperti saya yang masih bersekolah sangat recommend dengan harga yang murah, untuk harga itu sendiri ya sudah sebanding dengan kualitas produk yang dijual.¹²⁵

Dari ketiga penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa harga yang ada di Khoyiir Store relative terjangkau oleh seluruh kalangan masyarakat dan konsumen.

e. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk membuka pangsa pasar yang baru atau memperluas jaringan pemasaran yang ada. Khoyiir Store dalam melaksanakan strategi promosi menerapkan promosi melalui sosial media yaitu Instagram dengan akun Khoyiir Store. Hal tersebut sesuai dengan mengikuti perkembangan zaman yang mana masyarakat sekarang lebih memilih menggunakan sosial media untuk mengisi waktu luang mereka. Berikut penjelasan Mbak Elik Susanti selaku pemilik toko Khoyir:

Kami menggunakan sosial media yaitu Instagram karena sekarang hampir setiap orang memegang handphone, mulai dari anak kecil hingga dewasa kan hampir semuanya pegang hp jadi memanfaatkan itu saja untuk media promosi, kemudian dari semua media sosial saya lihat mereka lebih memakai di

¹²⁴ Wawancara dengan Ibu Elik Susanti (Selaku Pemilik Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Selasa 16 Juni 2020, pukul 08.40 WIB

¹²⁵ Wawancara dengan Mbak Iis (Selaku Konsumen Toko Khoyiir Tulungagung) pada hari Selasa 16 Juni 2020, pukul 10.10 WIB

Instagram, jadi saya menggunakan kesempatan ini untuk melakukan promosi di Instagram, Alhamdulillah sampai saat ini ketika kita posting gambar produk Khoyiir Store selalu ada yang berkomentar di akun Instagram meskipun hanya sekedar basa basi bertanya tentang seputar produk. Promosi dari mulut ke mulut juga kami lakukan tapi hanya sebatas dari teman ke teman dan sanak saudara.¹²⁶

Mbak Iffa sebagai admin instagram dari akun Khoyiir Store menambahkan mengenai pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh Khoyiir Store sebagai berikut: “Untuk promosi kita menggunakan media sosial dan dari mulut ke mulut, kadang orang itu tahu toko Khoyir dari temannya yang sudah pernah beli di sini”.¹²⁷

Dari penjelasan di atas dapat dinyatakan bahwa Khoyir Store di Tulungagung dalam melaksanakan kegiatan promosi yaitu melalui media social yaitu Instagram, dari mulut ke mulut dan endorse. Akan tetapi dari ketiga kegiatan tersebut toko Khoyir mengutamakan promosi dengan menggunakan sosial media yaitu Instagram.

f. Distribusi/Tempat

Tempat merupakan dimana bertemunya antara penjual dan pembeli yang kegiatan menyalurkan suatu produk, baik itu barang atau jasa dari produsen ke konsumen sehingga produk yang terjual tersebar luas dimasyarakat. Khoyiir Store memiliki 2 toko yang letaknya berbeda di wilayah Tulungagung. Khoyiir Store berpusat

¹²⁶ Wawancara dengan Ibu Elik Susanti (Selaku Pemilik Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Selasa 16 Juni 2020, pukul 08.40 WIB

¹²⁷ Wawancara dengan Mbak Iffa (Selaku admin instagram Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Selasa 16 Juni 2020, pukul 13.00 WIB

pada Desa Bendungan Kecamatan Gondang yang memiliki cabang toko di Kecamatan Tulungagung. Khoyiir Store dapat dikatakan strategis karena dekat dengan jalan raya dan sekolah. Seperti yang diungkapkan oleh Mbak Elik Susanti selaku pemilik Khoyiir Store sebagai berikut:

Dari awal saya memang mempertimbangkan tata letak Khoyiir Store dari toko pusat sampai dengan dua cabang yang saya dirikan. Jadi Khoyiir Store itu letaknya di dekat jalan raya dan sekolah jadi dengan letak yang sedemikian itu secara tidak langsung menguntungkan pihak tokokarena lokasi yang ramai dan kebanyakan pelanggan kita itu dari kalangan pelajar.¹²⁸

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Mbak Ayuni selaku karyawan di Khoyiir Store sebagai berikut:

Tempatnya menurut saya strategis ya, bisa dijangkau oleh semua orang, kami juga menyediakan tempat parkir yang cukup luas sehingga pelanggan merasa nyaman dan leluasa untuk membawa atau memarkirkan kendaraan mereka di toko ini.¹²⁹

Kemudian ada Agninda selaku konsumen dari toko Khoyiir mengungkapkan mengenai lokasi toko Khoyiir sebagai berikut: “Menurut saya tempat penataan barang yang ada ditoko khoyiir sudah sangat rapi, kalau letak tempat tokonya sendiri strategis”.¹³⁰

Jadi dalam penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa letak lokasi Khoyiir Store dapat dikatakan strategis karena berada di pusat kota dan dekat dengan jalan raya. Tata letak produk di dalam toko

¹²⁸ Wawancara dengan Ibu Elik Susanti (Selaku Pemilik Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Selasa 16 Juni 2020, pukul 08.40 WIB

¹²⁹ Wawancara dengan Mbak Ayuni (Selaku karyawan Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Selasa 16 Juni 2020, pukul 13.20 WIB

¹³⁰ Wawancara dengan Mbak Agninda (Selaku Konsumen Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Kamis 18 Juni 2020, pukul 09.10 WIB

sudah tertata rapi dan memadai, dengan adanya lahan parkir yang cukup luas menambah kenyamanan pelanggan untuk belanja di Khoyiir Store tersebut.

g. Strategi *Share in Jar*

1) Asal mula menggunakan strategi *share in jar*

Bu Elik merupakan pedagang yang tidak hanya mengedepankan kepentingan pribadi atau hanya mencari keuntungan semata, namun juga benar-benar memperhatikan konsumennya, hal ini dapat peneliti katakan karena sudah diungkapkan Ibu Elik sebagai berikut:

Jadi waktu pertama kali produk Nature Republic Aloe Vera itu masuk kan terbilang mahal kan ya mbak, perkemasan 300 gram harganya Rp 120.000,00. Mengingat konsumen kami sebagian besar dari kalangan mahasiswa dan pelajar, jadi saya rasa harga tersebut kurang bisa dijangkau, akhirnya kami mempraktikkan strategi *share in jar* ini mbak supaya produk ini bisa dijangkau.¹³¹

Kemudian mbak Ayuni selaku karyawan Khoyiir Store juga menambahkan tentang strategi *share in jar* pada produk Nature Republic Aloe Vera sebagai berikut:

Benar mbak, dengan begitu konsumen Khoyiir Store dari kalangan pelajar atau mahasiswa jadi bisa membeli dan mencoba produk yang sedang viral ini dengan harga yang terjangkau.¹³²

¹³¹ Wawancara dengan Ibu Elik Susanti (Selaku Pemilik Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Kamis 23 Agustus 2020, pukul 19.20 WIB

¹³² Wawancara dengan Mbak Ayuni (Selaku karyawan Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Kamis 16 Juni 2020, pukul 13.20 WIB

Hal ini juga diperkuat oleh mbak Iis selaku konsumen Khoyiir Store yang membeli produk *share in jar* Nature Reupublic Aloe Vera:

Saya membeli produk *share in jar* karena memang lebih murah dari pada produk aslinya mbak, teman-teman saya juga banyak yang membeli, saya diberi tahu oleh teman kalau ada produk dengan kemasan ekonomis.¹³³

Mbak Silvia selaku konsumen juga menambahkan: “Saya beli produk *share in jar* ini karena hanya mau mencoba mbak, kan ini produk sedang viral, tapi harga aslinya mahal, jadi saya beli yang kemasan kecil ini di Khoyiir Store”¹³⁴

Dari penjelasan di atas dapat dinyatakan bahwa toko Khoyiir di Tulungagung dalam memenuhi kebutuhan konsumen sudah benar-benar memperhatikan permintaan konsumen-konsumennya.

2) Kelebihan dan Kelemahan Strategi *Share in Jar*

Keuntungan yang dirasakan dari Ibu Elik sendiri selaku pemilik Khoyiir Store adalah:

Kelebihan dari menggunakan strategi *share in jar* itu kami selalu pelaku usaha ya merasakan banyak konsumen yang tertarik dari produk kami ini, karena memang mudah dijangkau kan mbak ya oleh konsumen kami yang kebanyakan pelajar dan mahasiswa. Tapi ada juga kelemahannya, kadang orang *nggak* percaya, ini produk Nature Republic asli apa *enggak*, ori apa *enggak*.¹³⁵

¹³³ Wawancara dengan Mbak Iis (Selaku Konsumen Toko Khoyiir Tulungagung) pada hari Selasa 16 Juni 2020, pukul 10.10 WIB

¹³⁴ Wawancara dengan Mbak Silvia (Selaku Konsumen Toko Khoyiir Tulungagung) pada hari Sabtu 20 Juni 2020, pukul 10.10 WIB

¹³⁵ Wawancara dengan Ibu Elik Susanti (Selaku Pemilik Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Kamis 23 Agustus 2020, pukul 19.20 WIB

Banyak juga konsumen yang merasakan seperti yang dikatakan Ibu Elik, salah satunya adalah Mbak Nisa: “Kelebihan dari produk ini ya karena lebih murah mbak harganya dari produk yang asli, kalo yang asli juga besar banget ya mbak, jadi saya beli yang kecil aja”.¹³⁶

Mbak Adenanta juga selaku konsumen berpikiran sedemikian pula: “Saya membeli produk *share in jar* ini karena menurut saya lebih terjangkau harganya dari harga yang asli mbak”.¹³⁷

Hal ini juga diperkuat dari jawaban Mbak Silvia yang juga pelanggan setia Khoyiir Store: “Karena saya suka *travelling*, jadi saya beli yang kemasan *share in jar* mbak, kan bisa lebih praktis untuk dibawa kemana-mana, apalagi harganya lebih murah”.¹³⁸

3) Reaksi Konsumen dengan Produk *Share in Jar* Melalui Promosi *Online*

Khoyiir Store dalam melakukan promosi untuk menarik perhatian konsumen menggunakan beberapa media sosial, mulai dari *facebook*, *instagram* dan *e-commerce* seperti *shopee*. Dari kesekian sosial media yang digunakan Khoyiir Store untuk promosi, yang paling sering digunakan oleh Ibu Elik adalah *instagram*.

¹³⁶ Wawancara dengan Mbak Nisa (Selaku Konsumen Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Minggu 21 Juni 2020, pukul 09.15 WIB

¹³⁷ Wawancara dengan Mbak Adenanta (Selaku Konsumen Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Minggu 21 Juni 2020, pukul 11.00 WIB

¹³⁸ Wawancara dengan Mbak Silvia (Selaku Konsumen Toko Khoyiir Tulungagung) pada hari Sabtu 20 Juni 2020, pukul 10.10 WIB

Saya lebih suka promosi online lewat instagram karena menurut saya saat ini semua kalangan menggunakan aplikasi ini, untuk pengikut akun Khoyiir Store di instagram juga sudah lebih dari 37 ribu pengikut atau *followers*. Respon dari pengikut kami juga sangat baik.¹³⁹

Hal ini dikuatkan juga oleh mbak Iffa selaku admin instagram

Khoyiir Store Tulungagung:

Ketika saya memposting beberapa produk baru termasuk Nature Republic Aloe Vera kemasan *share in jar* di instagram, selalu banyak respon baik dari followers kami, entah itu hanya berupa komentar atau pertanyaan mengenai produk atau juga sampai melakukan transaksi online.¹⁴⁰

Mbak Nisa selaku pelanggan dan juga *followers* Khoyiir

Store juga menambahkan:

Saya mengetahui Khoyiir Store menjual produk Nature Republic Aloe Vera secara *share in jar* itu lewat instagram mbak, saya sudah lama sekali mengikuti instagram Khoyiir Store. jadi saya langsung ke Khoyiir Store untuk membeli produk itu setelah saya mengetahui postingan dari Khoyiir Store di Instagram.¹⁴¹

Mbak Adenaanta juga menambahkan:

Waktu itu saya mengetahui bahwa Khoyiir Store menjual produk Nature Republic Aloe Vera kemasan *share in jar* lewat instagram. Saya adalah followers Khoyiir Store. saat Khoyiir Store memposting produk tersebut, saya langsung mengirim pesan kepada Khoyiir Store menanyakan stock yang tersedia di toko, apakah masih ada, karena saya akan membeli banyak juga karena titipan dari teman-teman. Kami tertarik dengan produk yang kemasan ekonomis ini.¹⁴²

¹³⁹ Wawancara dengan Ibu Elik Susanti (Selaku Pemilik Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Kamis 23 Agustus 2020, pukul 19.20 WIB

¹⁴⁰ Wawancara dengan Mbak Iffa (Selaku admin instagram Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Selasa 16 Juni 2020, pukul 13.00 WIB

¹⁴¹ Wawancara dengan Mbak Nisa (Selaku Konsumen Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Minggu 21 Juni 2020, pukul 09.15 WIB

¹⁴² Wawancara dengan Mbak Adenanta (Selaku Konsumen Khoyiir Store Tulungagung) pada hari Minggu 21 Juni 2020, pukul 11.00 WIB

Dari sekian pernyataan di atas dapat dinyatakan bahwa pemanfaatan penggunaan instagram oleh Khoyiir Store cukup maksimal dan respon yang didapatkan dari followers juga sudah cukup baik.

B. Temuan Penelitian

Pada temuan penelitian ini, peneliti menemukan jawaban dari semua permasalahan yang peneliti teliti. Pada Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi *Share in Jar* dalam Pemasaran Kosmetik Studi Kasus di Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung ini, terdapat beberapa masalah sebagai berikut:

1. Dari pihak Khoyiir Store merasa bahwa memang dengan adanya strategi *share in jar* ini, banyak konsumen yang awalnya hanya coba-coba produk saja, akhirnya kembali datang ke Khoyiir Store untuk melakukan pembelian ulang dan membeli produk-produk lainnya.
2. Konsumen Khoyiir Store Tulungagung cukup terbantu dan termudahkan berbelanja dengan harga ekonomi karena adanya strategi *share in jar* ini. Dari sekian banyaknya konsumen Khoyiir Store merupakan dari kalangan pelajar dan mahasiswa, maka dari itu banyak yang merasa Khoyiir Store mengerti dan memahami kebutuhan konsumen-konsumennya.