

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Blitar, yang merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Propinsi Jawa Timur. Secara geografis Kabupaten Blitar terletak pada posisi $111^{\circ}40'$ - $122^{\circ}10'$ Bujur Timur dan $7^{\circ}58'$ - $8^{\circ}9'51''$ Lintang Selatan. Batas wilayah Kabupaten Blitar yang Utara yaitu berbatasan dngan Kabupaten Kediri, sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Malang, sebelah Selatan berbatasan dengan Samudra Indonesia dan sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Tulungagung, sedangkan di tengah-tengah Wilayah Kabupaten Blitar berbatasan dengan Kota Blitar. Rata-rata ketinggian Kabupaten Blitar dari adalah 167 m dari permukaan air laut sedangkan suhu rata-rata yaitu 29° C. Luas wilayah Kabupaten Blitar yaitu 1.588,79 km² dan Kabupaten Blitar di aliri sungai Brantas yang membagi wilayah kabupaten Blitar Menjadi dua yaitu wilayah kabupaten Blitar bagian utara sebanyak 15 Kecamatan dan Blitar Selatan sebanyak 7 Kecamatan dengan 248 Desa/Kelurahan dan 765

Dusun.¹ Sedangkan lokasi penelitian Toko Zaidan terletak di Jalan Bali No. 231 Karangtengah, Sananwetan, kota Blitar Jawa Timur 66137.

2. Profil Lembaga

Toko Zaidan adalah sebuah toko yang menjual berbagai perlengkapan muslim seperti, gamis, sarung, busana muslim, peralatan mengaji dan juga menjual berbagai kebutuhan sekaligus oleh-oleh haji dan umroh terbesar yang ada di Blitar. Toko Zaidan resmi berdiri mulai tahun 2003, toko Zaidan ada tiga cabang yaitu toko pertama ada di Jl. Bali No. 231 Karangtengah, Sananwetan, Kota Blitar, yang kedua ada di Jl. Raya Dandong, No. 26 Srengat Kab Blitar, dan yang ketiga ada di Jl. Kusuma Bangsa No. 15 Kanigoro Kab Blitar. Selain membuka toko yang ada di tempat-tempat tersebut, toko Zaidan juga menjual produk-produknya lewat media elektronik seperti halnya toko Pedia, Lazada dan lain-lain. Selain mempunyai banyak cabang dan jaringan toko Zaidan selalu ramai di kunjungi pembeli, terutama pada waktu menjelang hari raya, baik hari raya idul fitri maupun hari raya idul adha. Nama pemilik sekaligus pengelola toko Zaidan adalah Bapak H. Dwi Prasetyono beliau memperkerjakan 15 karyawan yang ada di Jl. Bali Karangtengah, Sananwetan dan juga ada 2 seles yang bekerja di lapangan, toko Zaidan juga melayani grosir maupun eceran untuk setiap konsumennya.

¹ <https://blitarkab.bps.go.id/>

B. Paparan Data / Temuan Penelitian

Dalam bab ini, akan dijelaskan tentang temuan penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap peranan syariah promotion dan syariah marketing dalam meningkatkan penjualan yang ada di toko Zaidan Kab. Blitar. Wawancara dilaksanakan dengan informan yang dianggap oleh penulis banyak mengetahui tentang data-data yang dibutuhkan oleh penulis. Informan tersebut diantaranya adalah pemilik sekaligus pengelola toko dan juga beberapa karyawan dari toko tersebut.

1. Peran Syariah Promotion dalam Meningkatkan Penjualan di toko Zaidan

Sebelum dibahas lebih lanjut mengenai peran syariah promotin dalam meningkatkan penjualan yang ada dalam toko Zaidan, maka penulis bertanya terkait dengan tujuan didirikannya perusahaan tersebut, sehingga bisa mengetahui mengapa digunakannya prinsip syariah dalam memasarkan produknya. Dalam sebuah usaha atau perusahaan pastinya setelah usaha tersebut sudah berdiri dan berjalan pasti mempunyai tujuan tersendiri, seperti halnya usaha Toko Zaidan yang sudah berdiri resmi sejak tahun 2003 yang lalu tentunya mempunyai tujuan, seperti halnya yang diutarakan oleh bapak Dwi sebagai berikut:

“Semua orang kalau melakukan usaha pasti ingin berkembang, pengen maju, dan tujuan utama untuk mencari penghasilan dan tentunya yang halal dan nanti bisa bermanfaat.”²

² Hasi Wawancara dengan Bapak Dwi Prasetyono selaku pemilik dan pengelola Toko Zaidan pada Senin 26 Februari 2018 pukul 09.50 WIB.

Setelah mendapatkan keterangan tersebut dapat diketahui bahwasanya setiap orang yang mendirikan sebuah usaha tentunya ingin maju dan berkembang, apalagi usaha dibidang penjualan dan sudah berjalan tentunya ingin terus berkembang dan mendapatkan penghasilan akan tetapi disini tidak hanya ingin mendapatkan penghasilan belaka tetapi juga tentunya ingin mendapatkan penghasilan yang halal dan dapat bermanfaat.

Setelah tujuan dari berdirinya usaha tersebut sudah diketahui seperti keterangan diatas, maka penulis ingin melanjutkan mengenai hal-hal terkait dengan promosi yang dilakukan oleh toko Zaidan. Baik itu mencakup strateginya, produk yang diperjual belikan, jumlah karyawan, dan tentunya cara-cara promosi yang dilakukan oleh toko zaidan tersebut. dan semua hal tersebut akan dijelaskan oleh Bpak Dwi sebagai berikut:

“Terkait dengan promosi tentunya setiap perusahaan mempunyai strategi masing-masing dan disini yang jelas kita juga harus mempunyai tim marketing dan sales, dan selain itu kita harus beriklan mungkin bisa dari media elektronik dan media sosial dan lain sebagainya.”³

Setelah mendapatkan informasi seperti uraian di atas dapat diketahui bahwasanya setiap usaha pasti mempunyai strategi masing-masing, apalagi sebuah usaha yang bernaung dibidang penjualan, tentunya pasti mempunyai cara masing-masing untuk mempromosikan produknya. Akan tetapi sebenarnya secara garis besar memang semua usaha yang

³ Ibid, pukul 10.00 WIB

ruang lingkungannya penjualan itu pasti cara penjualan dan strateginya sama, yang jelas dari toko Zaidan mempunyai tim marketing dan sales tersendiri untuk mempromosikan produknya, toko Zaidan juga melakukan suatu periklanan yang menggunakan media elektronik maupun media sosial untuk menawarkan produknya. Dan dari toko Zaidan sendiri juga mempunyai brosur-brosur terkait dengan semua produk yang ada atau yang telah diperjual belikan di toko Zaidan, baik brosurnya berupa offline atau cetak maupun berupa online yang ada dalam media elektronik.⁴

Setelah mengetahui dengan adanya sales dan tim khusus dan juga mengetahui cara promosi yang menggunakan media elektronik maupun media sosial, lalu penulis bertanya tentang cara yang paling handal yang digunakan oleh toko Zaidan dalam melakukan promosi, dan pak Dwi menambahkan:

“yang paling handal yaitu menggunakan media digital atau online karena disini selain menjanjikan juga mempermudah konsumen dan disini kita juga sudah go online jadi bisa lebih berkembang, lebih bagus. Dan disini kita promosi lewat online menggunakan biaya yang sedikit dan hasil yang luar biasa”.⁵

Setelah mengetahui jawaban narasumber di atas dapat dikatakan bahwa strategi atau cara yang paling handal dalam hal promosi pada toko Zaidan ini menggunakan cara online atau media digital. Karena media online dapat lebih luas jangkauannya dan sekaligus bisa membantu berkembangnya pemasaran, selain itu daripada sistem yang offline resiko

⁴ Observasi lapangan, Senin, 26 Februari 2018

⁵ Ibid pukul 10.10 WIB.

yang ditanggung lebih sedikit dan tingkat keuntunganpun lebih besar. Lalu penulis bertanya terkait dengan produk apa saja yang diperjual belikan di toko Zaidan dan memperkerjakan berapa karyawan.

“Produk yang diperjual belikan di sini yaitu semua perlengkapan muslim diantaranya yaitu : sarung, hijab, mukena, gamis dan masih banyak lainnya. Kami disini mempekerjakan 15 karyawan”.⁶

Setelah mengetahui baik strategi penjualan, cara promosi yang paling handal, produk yang di jual belikan sekaligus jumlah karyawan yang bekerja di Toko Zaidan tersebut, dan dalam hal tersebut penulis juga melihat sejumlah karyawan yang sedang melakukan aktifitasnya di toko Zaidan tersebut, selain itu juga melihat produk-produk yang ditawarkan oleh toko Zaidan kepada konsumennya, dan disitu memang terlihat banyak sekali jumlah produk dan bermacam jenisnya karena di toko Zaidan juga melayani grosir maupun eceran.⁷ Lalu penulis bertanya terkait bentuk promosi syariah yang dilakukan oleh Toko Zaidan, dan beliau menambahkan sebagai berikut:

“promosi itu banyak variasinya, kalau kita ingin laku banyak laku keras itu tidak terlepas dari promo, diantaranya dengan cara pemberian diskon atau bonus secara berkala bagi konsumen. Dan cara promosi maupun pemasaran yang menggunakan syariah islam kan disini kita kan menjual perlengkapan muslim, jadi semuanya harus berdasarkan syariah juga, dan promo-promo yang tadi saya sampaikan insyaallah semua berdasarkan syariah juga”.⁸

⁶ Ibid pukul 10.20 WIB.

⁷ Dokumentasi, 26 Februari 2018

⁸ Ibid, pukul 10.30 WIB

Setelah dipaparkan dengan rinci di atas dapat dikatakan bahwasanya untuk bentuk promosi syariah yang dilakukan oleh toko Zaidan selain dengan menggunakan media online disana juga menggunakan strategi promo atau pemberian diskon atau bonus secara berkala kepada konsumen. Cara yang digunakanpun juga sudah menggunakan prinsip syariah yaitu seperti misalnya dari produk yang ditawarkan kepada konsumen semuanya sesuai dengan fakta riil yang ada di lapangan.

2. Peran syariah marketing dalam meningkatkan penjualan di toko Zaidan

Cara pemasaran yang dilakukan oleh toko Zaidan sebenarnya tidak banyak mengalami perbedaan dengan cara-cara pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang bernaung dalam di bidang penjualan yang lain, hanya saja toko Zaidan dalam melakukan sebuah pemasaran tidak asal-asalan dalam memasarkan produknya. Tidak asal-asalan disini maksudnya adalah toko Zaidan dalam memasarkan produk sesuai dengan syariat agama Islam tidak hanya untuk mencari keuntungan belaka akan tetapi disini juga bertujuan untuk bersyiar dan juga sekaligus mencari pahala, maka yang diharapkan tidak hanya mencari keuntungan saja akan tetapi kalau bisa sekaligus mengajak masyarakat atau khususnya konsumen untuk memakai pakaian-pakaian Islami. Seperti yang diutarakan oleh Bapak Dwi sebagai berikut:

“Secara garis besar cara pemasaran setiap perusahaan itu sama. Dan untuk strategi pemasaran karena kita berjualan ini tidak hanya cari keuntungan jadi salah satu visi misi kita kan juga syi’ar bahwa kita itu

tidak hanya cara berpakaian saja akan tetapi semua itu harus secara syariah, makanya sekarang itu disekitar kita kan banyak orang yang belum berhijab, salah satu syiarnya juga berharap disekitar kita juga memakai hijab secara syar'i dan mungkin tidak hanya hijab saja akan tetapi penampilan dan sebagainya".⁹

Setelah mengetahui cara atau strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh toko Zaidan diatas maka dapat dikatakan bahwasanya memang kalau dalam bekerja itu seakan-akan hanya untuk mencari keuntungan belaka mungkin akan kurang afdol apalagi bagi orang muslim, dan dengan adanya visi, misi yang ada dalam toko zaidan menjadikan bahwa bekerja itu bukan hanya mendapatkan kebutuhan dunia akan tetapi juga mendapatkan kebutuhan akhiratnya. Selain itu memang semua karyawan maupun manajer atau pemilik toko Zaidan memang semua berpakaian islami, maka apa yang telah di utarakan bapak Dwi sesuai dengan visi dan misi mereka yaitu selain mencari keuntungan mereka juga sekaligus bersyiar di jalan allah SWT.¹⁰ Lantas penulis bertanya terkait dengan pemasaran yang paling menguntungkan dalam toko Zaidan itu pemasaran yang bagaimana, dan Pak Dwi menambahkan:

“Pemasaran yang paling handal yaitu pemasaran dengan menggunakan media digital atau online, karena disini selain menjanjikan juga mempermudah konsumen dalam bertransaksi dan disini kita juga sudah go online jadi bisa lebih berkembang, lebih bagus. Dan keunggulan dengan pemasaran lewat online yaitu menggunakan biaya yang sedikit dan hasil yang luar biasa”.¹¹

⁹ Ibid pukul 10. 35 WIB.

¹⁰ Observasi Lapangan, 26 Februari 2018

¹¹ Ibid pukul 10.40 WIB.

Pemasaran yang paling handal menurut uraian di atas yaitu pemasaran yang menggunakan media online atau media elektronik, karena selain menggunakan biaya yang sedikit juga memberkan resiko yang sedikit, selain itu walaupun menggunakan media online atau elektronik toko Zaidan tetap berpegang teguh dengan prinsip syariah maka walaupun menggunakan media online tidak ada unsur-unsur penipuan maupun unsur kecurangan dalam hal pemasaran dan hal tersebut dapat di lihat oleh penulis dari tetap berjalan dan berkembangnya toko Zaidan.

Setelah cara maupun media dalam promosi dan pemasaran yang digunakan sudah di ketahui, maka terkait dengan cara-cara tersebut apakah sudah mendapatkan feedback yang baik dari para konsumen. Pak Dwi menambahkan sebagai berikut:

“iya jelas, karena kita berjualan ini tidak hanya cari keuntungan jadi salah satu visi misi kita kan juga syi’ar bahwa kita itu tidak hanya cara berpakaian saja akan tetapi semua itu harus secara syariah, makanya sekarang itu disekitar kita kan banyak orang yang belum berhijab, salah satu syiarnya juga berharap disekitar kita juga memakai hijab secara syar’i dan mungkin tidak hanya hijab saja akan tetapi penampilan dan sebagainya”.¹²

Uraian di atas sudah jelas bahwasanya dengan cara syar’i atau sesuai dengan ajaran Islam tersebut memberikan *feedback* yang baik dari para konsumen, lantas dari cara yang syar’i maupun yang konven itu lebih menguntungkan yang mana. Beliau menambahkan:

“kalau kita niatkan bekerja itu kan nilainya ibadah apalagi kita punya visi dan misi seperti itu syiar Islam jadi ada nilai plusnya, kalau mungkin di toko-toko yang lain tidak ada misi syiar kita kan ada, jadi

¹² Ibid, Pukul 10.45 WIB

seperti itu kan ada plus-plusnya. Ini ada konsumen itu malah sukanya seperti yang kita jalani ini”.¹³

Setelah dipaparkan seperti uraian di atas dapat dikatakan yaitu dengan cara yang syariah atau sesuai dengan ajaran Islam dan dengan menggunakan cara yang konvensional, lebih besar pengaruh positifnya dengan menggunakan cara yang syariah karena banyak konsumen yang lebih suka menggunakan cara yang syariah dari pada cara yang konvensional. Dan dengan digunakannya cara-cara tersebut yaitu dalam hal promosi dan pemasaran konsumen yang sudah datang ke lokasi maupun yang membeli melalui seles-seles lapangan lebih mempercayai akan produk yang telah di tawarkan sebelumnya, karena apa yang di bicarakan dalam promosi dan pemasarannya tadi sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan.¹⁴

¹³ Ibid, pukul 10.50 WIB

¹⁴ Observasi Lapangan senin, 26 Februari 2018