BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Profil Toko Serba 35.000 Munjungan-Trenggalek

a. Profil Kecamatan Munjungan

Kecamatan Munjungan merupakan bagian dari wilayah Kabupaten Trenggalek Provinsi Jawa Timur. Secara geografis letak Kecamatan Munjungan berada diantara 8`` 22 19`- 8 4` 23` LS dan 111 27` 46 – 111 39` 40 BT dengan batas-batas admisnistrasi sebagai berikut:

Tabel 4.1

Batas Wilayah Kecamatan Munjungan

No	Bagian	Perbatasan Dengan
1	Utara	Kecamatan Kampak
2	Timur Laut	Kecamatan Kampak
3	Timur	Kecamatan Watulimo
4	Tenggara	Kecamatan Watulimo
5	Selatan	Lautan Indonesia
6	Barat Daya	Kecamatan Dongko
7	Barat	Kecamatan Panggul, Kecamatan Dongko
8	Barat Laut	Kecaamatan Panggul

Sumber: http://trenggalekkab.bps.go.id

Kecamatan Munjungan terdiri 11 desa, dengan keadaan topografi yang sebagian besar berupa bukit-bukit. Dimana dua desa dintaranya masih termasuk dataran. Di Kecamatan Munjungan juga ada dua jenis bahan tambang diantaranya batu koral dan batu kapur yang terletak di Desa Ngulungkulon dan Karangturi.

Kecamatan Munjungan termasuk salah satu kecamatan yang juga aktif dalam beberapa bidang usaha. Banyak sekali sektor usaha yang ada di Kecamatan Munjungan diantaranya sektor pertambangan, sektor industri, perdagangan, makanan, transportasi dan jasa.

Sektor-sektor tersebut sudah menyebar ke seluruh desa di Kecamatan Munjungan. Salah satu sektor terbesar yang ada di Kecamatan Munjungan yaitu sektor perdagangan yang mayoritas di lakukan oleh masyarakat sekitar.

b. Sejarah Toko Serba 35.000

Toko Serba 35.000 yang sekarang ada di Kecamatan Munjungan Kabupaten Trenggalek didirikan oleh Ibu Erna pada tahun 2016. Lokasi Toko ini berada di Desa/Kecamatan Munjungan, Kabupaten Trenggalek. Toko tersebut memiliki seorang karyawan yang setiap harinya bekerja mulai dari jam 07.00-20.30 untuk menjaga toko serta melayani para pembeli.

Pada Toko Serba 35.000 memiliki banyak produk yang dipasarkan, mulai dari pakaian anak-anak sampai pakaian untuk orang dewasa. Seperti diketahui nama toko tersebut adalah Toko Serba 35.000

sudah pasti masyarakat mengira semua produk yang dijual disana pasti dibandrol dengan harga Rp. 35.000. Namun tidak demikian dengan Toko ini, karena segala produk dijual sesuai dengan kualitas dari barang tersebut. Ada mayoritas produk yang memang di bandrol dengan harga Rp.35.000, namun juga ada yang di bandrol dengan harga Rp. 40.000, tergantung kepada jenis kain dari pakaian-pakaian tersebut.

Tabel 4.2

Daftar Harga pada Toko Serba 35.000 Munjungan Trenggalek

No	Nama Barang	Harga
1	Pakaian anak-anak	Rp. 35.000
2	Pakaian dewasa	Rp. 35.000
3	Rok	Rp. 35.000
4	Celana	Rp. 35.000
5	Gamis	Rp. 40.000

Sumber: Wawancara dengan Ibu Erna (Pemilik Toko)

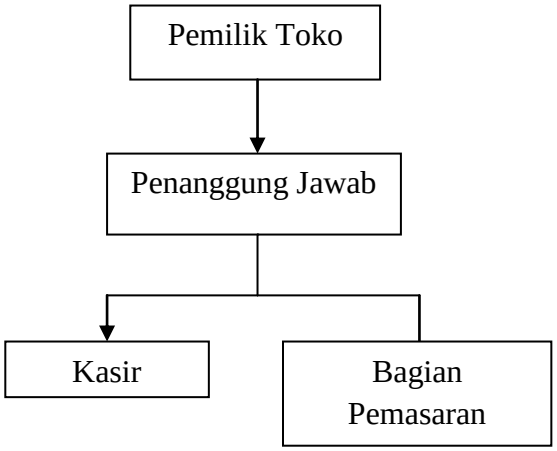
Adanya toko ini memang sangat menguntungkan bagi masyarakat. Dengan adanya Toko Serba 35.000 mereka dapat memenuhi keinginan mereka tanpa harus memikirkan harga yang mahal. Tujuan utama Ibu Erna mendirikan Toko Serba 35.000 adalah untuk membantu masyarakat yang tergolong dalam masyarakat kelas menengah ke bawah. Menurutnya, setiap masyarakat berhak untuk memenuhi keinginannya, baik itu masyarakat biasa maupun masyarakat yang berkecukupan.

c. Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang ada di Toko Serba 35.000 Munjungan Trenggalek yang didirikan oleh Ibu Erna.

Gambar 4.1

Struktur Organisasi



Sumber:Wawancara dengan Ibu Erna (Pemilik Toko)

B. Temuan Penelitian

1. Strategi Pemasaran yang diterapkan Toko Serba 35.000 Munjungan Trenggalek

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menuntut para pelaku usaha untuk mempersiapkan strategi dalam menghadapi persaingan. Seperti yang dilakukan pihak Toko Serba 35.000 Munjungan Trenggalek yang menerapkan beberapa strategi dalam menjalankan setiap pemasaran produknya. Strategi yang dipilih adalah yang sesuai dengan kondisi lingkungan sekitar Toko.

a. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar merupakan salah satu strategi yang dipilih oleh Toko Serba 35.000 dalam menentukan fokus pemasaran. Segmentasi pasar meliputi segmentasi geografis, demografis, psikografis dan perilaku.

1. Penerapan segmentasi geografis ini bertujuan untuk memilih pasar yang akan dijadikan tujuan promosi oleh pihak Toko Serba 35.000.Sebagaimana wawancara yang dilakukan dengan ibu Erna selaku pemilik Toko Serba 35.000 Munjungan Trenggalek, beliau mengungkapkan bahwa:

   "Ya sebenarnya kami melakukan promosi untuk seluruh masyarakat, baik masyarakat Munjungan maupun luar Munjungan. Tapi, karena memang kondisi wilayah Kecamatan Munjungan yang sulit dijangkau mana mungkin orang-orang luar Munjungan mau jauh-jauh kesini hanya untuk membeli baju saja."[57]

   Wawancara tersebut didukung dengan pernyataan dari Mbak Niken, yang termasuk karyawan dari Toko Serba 35.000. beliau mengungkapkan bahwa:

   "Kalau promosi sebenernya semua daerah jadi tujuan utama, hanya saja karena Munjungan jauh dari daerah lain ya jadi difokuskan saja kepada masyarakat sekitar."[58]

   Selain itu, Ibu Umi juga menambahkan bahwa:
   "Kalau menurut saya, sebenarnya keberadaan toko ini disediakan untuk semua masyarakat, tapi melihat kondisi wilayah Munjungan yang sulit didatangi ya jadi mereka menjadikan masyarakat Munjungan sebagai satu-satunya fokus promoi."[59]

[57] Wawancara dengan Ibu Erna, pada 20 Februari 2018
[58] Wawancara dengan Mbak Niken, pada 4 Agustus 2018
[59] Wawancara dengan Ibu Umi, pada 5 Agustus 2018

Seperti diketahui bahwa wilayah Kecamatan Munjungan memang dikatakan jauh perkotaan dan juga jauh dari daerah-daerah lain yang ada di Trenggalek. Jadi, berdasarkan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Toko Serba 35.000 memfokuskan promosi hanya kepada masyarakat Munjungan saja karena memang wilayahnya yang sulit dijangkau.

2. Penerapan segmentasi demografis bertujuan untuk menentukan produk yang sesuai dengan masyarakat sekitar. Penentuan produk dilihat dari beberapa variabel yang ada di masyarakat seperti jenis kelamin, usia, pendapatan dan sebagainya. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Erna yang menyatakan bahwa:

   "Produk-produk yang kami sediakan disini sudah sesuai dengan kondisi dan keinginan masyarakat mbak, dimana mulai dari produk pakaian untuk anak-anak, dan dewasa baik pria maupun wanita semuanya kami sediakan. Karena tujuan kami untuk memenuhi kebutuhan masyarakat."[60]

   Wawancara tersebut didukung oleh Mbak Putri sebagai salah satu pelanggan dari Toko Serba 35.000, beliau mengungkapkan bahwa:

   "Iya memang kalau di Toko ini semua disediakan mbak, dari pakaian anak-anak sampai dewasa juga ada. Pakaian cowok pun juga ada, cewek semuanya sudah ada disini mbak."[61]

   Mbak Mira juga menambahkan, bahwa:

[60] Wawancara dengan Ibu Erna, pada 20 Februari 2018
[61] Wawancara dengan Mbak Putri, pada 11 Maret 2018

"Bagi saya, Toko ini sudah menyediakan hampir seluruh keperluan masyarakat Munjungan, semua sudah bisa ditemukan di toko ini. Mungkin hanya beberapa saja yang masih belum tersedia."[62]

Berdasarkan wawancara tersebut diketahui bahwa Toko Serba 35.000 mejadikan kebutuhan masyarakat menjadi prioritas mereka. Jadi untuk produk-produk yang mereka sediakan semua untuk memenuhi keinginan masyarakat sekitar.

3. Penerapan segmentasi psikografis ini digunakan Toko Serba 35.000 untuk mengetahui pola hidup dari masyarakat Munjungan. Walaupun mereka tinggal di wilayah yang jauh dari kota, namun gaya hidup mereka tidak ketinggalan zaman. Dari hasil wawancara dengan Ibu Erna, beliau mengungkapkan bahwa:

   "Kalau untuk gaya hidup dari masyarakat sini itu mereka cenderung memprioritaskan untuk memenuhi keinginannya. Seandainya mereka punya uang gitu pasti digunakan untuk membeli sesuatu yang menjadi keinginannya, misalnya seperti membeli pakaian pada hari-hari biasa. Bagi mereka keinginan itu menjadi prioritas."[63]

   Wawancara tersebut didukung dengan salah satu wawancara bersama Mbak Mira, beliau menambahkan bahwa:

   "Menurut saya, gaya hidup masyarakat Munjungan ini memang bisa dikatakan diatas standar masyarakat pegunungan. Saya pribadi kalau melihat tetangga saya itu sempat bingung dengan gaya hidupnya, mereka benar-benar terlihat seperti para sosialita."[64]

   Mbak Niken menambahkan, bahwa:

[62] Wawancara dengan Mbak Mira, pada 5 Agustus 2018
[63] Wawancara dengan Ibu Erna, pada 20 Februari 2018
[64] Wawancara dengan Mbak Mira, pada 5 Agustus 2018

"Kalau menurut saya, ya memang gaya hidup masyarakat disini itu lebih mementingkan trend. Ya memang tidak semua, tapi 65%-70% seperti tu yang saya lihat dan menurut mereka hal itu wajar-wajar saja."[65]

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa gaya hidup yang ada disekitar masyarakat Munjungan itu tidak bisa dikatakan bahwa mereka adalah masyarakat pegunungan. Karena mereka peminat *fashion* yang terus mengikuti perkembangan zaman. Dengan demikian, pihak Toko Serba 35.000 bisa menentukan sikap yang akan digunakan untuk menarik perhatian dan minat dari masyarakat tersebut.

4. Penerapan segmentasi perilaku bertujuan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat sekitar mengenai perkembangan *fashion* yang ada saat ini. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Erna dalam wawancara, beliau mengatakan bahwa:

   "Ya kalau untuk pengetahuan tentang trend fashion yang mereka miliki itu bisa dilihat dari gaya hidupnya mbak. Melihat gaya hidup yang selalu mengikuti perkembangan zaman ya bisa dikatakan mereka adalah masyarakat yang up to date. Mereka selalu tahu pakaian dengan keluaran terbaru atau model-model yang terbaru."[66]

   Wawancara tersebut didukung dengan wawancara dari Mbak Niken, beliau menambahkan bahwa:

   "Bagi saya, masyarakat Munjngan ini sangat mengikuti perkembangan zaman, bukan hanya remaja bahkan para orang tua pun selalu meng-update hal-hal terbaru yang ada disekitar mereka."[67]

---

[65] Wawancara dengan Mbak Niken, pada 4 Agustus 2018
[66] Wawancara dengan Ibu Erna, pada 20 Februari 2018
[67] Wawancara dengan Mbak Niken, pada 4 Agustus 2018

Ibu Umi menambahkan bahwa:

"Kalau untuk saya pribadi, sebenarnya saya kurang tau dengan hal-hal baru yang sedang terjadi. Tapi melihat kondisi masyarakat Munjungan yang bisa dibilang orang gunung, mereka sama sekali tidak melewatkan hal-hal terbaru yang ada dikota. Apapun itu sedikit banyak mereka pasti tau adanya hal baru yang ada dikota."[68]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa masyarakat wilayah Munjungan sangat mengikuti perkembangan zaman dan sangat mengerti tentang *trend fashion* yang sedang berkembang saat ini. Dengan begitu pihak Toko Serba 35.000 Munjungan Trenggalek bisa menentukan setiap produk terbaru yang akan menjadi minat dari masyarakat.

Adanya Toko Serba 35.000 di Kecamatan Munjungan yang selalu memberikan produk ter-*update* tentu mendapatkan tanggapan dari masyarakat sekitar. Tanggapan dari beberapa masyarakat akan dijadikan acuan pihak Toko Serba 35.000 untuk meningkatkan kualitas dari Toko tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Erna dalam salah satu wawancara, beliau mengatakan bahwa:

"Ya kalau tanggapan dari mereka sih banyak yang setuju ya mbak, karena mereka mengganggap Toko ini bisa jadi rujukan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Selain persediaan kami yang menurut mereka bagus harga disini juga sesuai dengan kantong masyarakat."[69]

[68] Wawancara dengan Ibu Umi, pada 5 Agustus 2018
[69] Wawancara dengan Ibu Erna, pada 27 Februari 2018

Pernyataan tersebut didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Mbak Puput, salah seorang pelanggan Toko Serba 35.000. Beliau mengungkapkan bahwa:

"Menurut saya Toko ini sudah sangat tepat didirikan di Darah Munjungan. Karena memang sebelumnya juga belum pernah ada sih dan toko ini juga dapat membantu masyarakat sekitar yang tergolong kelas menengah kebawah."[70]

Mbak Putri Juga mengungkapkan bahwa:

"Saya setuju sekali kalau disini ada Toko Serba 35.000, karena Toko ini sangat membantu memenuhi kebutuhan anak muda. Disini kan produknya selalu yang terbaru, jadi kami tidak akan ketinggalan trend mode pakaian yang ada di kota-kota."[71]

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa keberadaan Toko Serba 35.000 diterima baik oleh masyarakat sekitar, karena dianggap bisa memenuhi kebutuhan mereka dengan harga yang terjangkau dan model serta kualitas juga bagus.

b. *Targeting*

Targeting merupakan salah satu strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Serba 35.000 Munjungan Trenggalek. Dimana pihak Toko memperhitungkan tingkat permintaan masyarakat dan juga menentukan sumber daya manusia. Dari hasil wawancara dengan Ibu Erna, beliau menyatakan bahwa:

[70] Wawancara dengan Mbak Puput, pada 11 Maret 2018
[71] Wawancara dengan Mbak Putri, pada 11 Maret 2018

"Tingkat permintaannya itu menyesuaikan keadaan mbak, biasanya itu meningkat saat hari-hari besar atau kalau musim panen gitu juga biasanya tingkat permintaanya lebih banyak juga. Soalnya kalau habis panen itu kan semuanya pegang uang, jadi pasti digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka."[72]

Wawancara tersebut di perkuat dengan wawancara dengan Mbak Niken selaku karyawan dari Toko Serba 35.000 Munjungan Trenggalek. Beliau mengatakan bahwa:

"Kalau hari-hari besar itu selalu banyak yang datang, jadi ya tingkat permintaannya meningkat terus. Apalagi kalau musim panen, pasti penuh yang belanja."[73]

Ibu Umi menambahkan bahwa:

"Menurut saya, kalau tingkat permintaan dari masyarakat itu dilihat dari musim panen. Kalau lagi musim panen, apapun itu pasti permintaan masyarakat pada pakaian pasti meningkat. Saat hari raya pun juga begitu, karena mereka kan pasti mencari pakaian baru untuk lebaran."[74]

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Toko Serba 35.000 sangat memperhatikan tingkat permintaan dari konsumennya setiap hari terutama pada hari-hari besar untuk memenuhi kebutuhan pakaian yang di distribusikan.

Meningkatnya tingkat permintaan dari konsumen menuntut pihak Toko Serba 35.000 untuk memberikan sumber daya manusia tambahan demi kelancaran pelayanan yang dilakukan. Seperti yang diungkapkan Ibu Erna, beliau mengatakan bahwa:

"Setiap hari-hari besar seperti Hari Raya Idul Fitri itu biasanya saya nambah karyawan, karena kalau Cuma sedikit pelayanan

[72] Wawancara dengan Ibu Erna, pada 20 Februari 2018
[73] Wawancara dengan Mbak Niken, pada 20 Februari 2018
[74] Wawancara dengan Ibu Umi, pada 5 Agustus 2018

jadi kurang efektif. Ya kalau lebaran kan pasti banyak yang belanja buat suasana baru katanya."[75]

Wawancara tersebut didukung dengan wawancara dari Mbak Mira, beliau mengatakan bahwa:

"Untuk SDM, disini karyawannya banyak ketika memang sedang hari raya. Kalau diluar itu ya seperti pada umumnya saja, yang penting ada yang jaga."[76]

Mbak Niken juga mengungkapkan, bahwa:

"Menurut saya, kalau SDM nya itu menyesuaikan tingkat permintaannya mbak. Karena kalau permintaannya naik pasti selalu nambah karyawan."[77]

Dari wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pihak Toko Serba 35.000 memberi kebijakan untuk menambah karyawan ketika menjelang hari-hari besar seperti Hari Raya Idul Fitri. Karena pada hari-hari tersebut dapat diketahui jumlah pembeli akan meningkat dari hari-hari biasa.

c. *Positioning*

Positioning menjadi salah satu strategi yang diterapkan untuk menentukan posisi pasar oleh Toko Serba 35.000. Strategi ini bertujuan untuk melihat kelas-kelas pasar dari masyarakat Munjungan. Dengan demikian pihak Toko Serba 35.000 dapat menentukan harga yang sesuai dengan kondisi masyarakatnya.

[75] Wawancara dengan Ibu Erna, pada 20 Februari 2018
[76] Wawancara dengan Mbak Mira, pada 5 Agustus 2018
[77] Wawancara dengan Mbak Niken, pada 4 Agustus 2018

Dari wawancara bersama Ibu Erna, beliau mengungkapkan bahwa:

"Untuk penentuan harga, kami benar-benar melihat dari kelas pasar masyarakat. Mayoritas dari masyarakat Munjungan adalah masyarakat dalam kategori kelas ekonomi yang sederhana. Jadi kalau seandainya saya memberi harga yang tinggi jadi nggak ada bedanya sama toko-toko lain yang sudah ada."[78]

Wawancara tersebut didukung dengan wawancara yang diungkapkan Mbak Mira, bahwa:

"Kalau masalah harga menurut saya, tidak begitu memberatkan mbak. Ya karena memang Cuma 35.000, itu sudah sangat murah dan juga sangat membantu orang-orang yang kelas menengah kebawah."[79]

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu Umi, bahwa:

"Harga disini memang sangat terjangkau, kami juga tidak agu dengan kualitas produknya. tidak kalah dengan harga mahal di toko lain."[80]

Berdasarkan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Toko Serba 35.000 menentukan harga yang sesuai dengan kondisi masyarakat sekitar supaya dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Dengan demikian dari masyarakat itu sendiri tidak merasa keberatan dengan keberadaan Toko ini.

Keberadaan Toko ini tidak begitu saja mendapat tanggapan baik dari masyarakat. Selain memberikan harga yang sesuai pihak dari Toko Serba 35.000 juga memberikan pelayanan yang baik demi menjaga hubungan baik dengan pembeli. Seperti yang

[78] Wawancara dengan Ibu Erna, pada 20 Februari 2018
[79] Wawancara dengan Mbak Mira, pada 5 Agustus 2018
[80] Wawancara dengan Ibu Umi, pada 5 Agustus 2018

diungkapkan Mbak Niken dalam wawancara, beliau mengatakan bahwa:

"Disini kalau untuk pelayanan, kami sebagai pihak toko berusaha sebaik mungkin dan seramah mungkin dalam memberikan pelayanan supaya para pembeli merasa nyaman. Misalnya kalau ada salah satu pembeli yang bertanya tentang produk yang ada disini kita sebagai pihak toko harus dengan sopan dan tetap tersenyum dalam memberikan jawaban yang mereka inginkan."[81]

Wawancara tersebut didukung dengan ungkapan Ibu Erna, beliau mengatakan bahwa:

"Ya untuk pelayanan sebaik mungkin yang bisa kami berikan, karena kami berharap adanya toko ini dapat diterima keberadaannya."[82]

Ibu Umi juga mengungkapkan dalam wawancaranya, bahwa:

"Buat saya pelayanan yang diberikan sudah cukup baik mbak. Mereka bisa dengan sabar dan tetap ramah kepada para pelanggan walaupun kadang ada pelanggan yang banyak maunya. Apapun dilakukan demi kenyamanan para pelanggan."[83]

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Toko Serba 35.000 memberikan pelayanan yang baik serta dapat membuat pembeli nyaman untuk belanja di toko tersebut. Pelayanan tersebut diharapkan dapat membuat masyarakat menerima keberadaan Toko ini.

d. *Differensiasi*

Pada strategi *differensiasi* perusahaan dituntut untuk bisa memberikan penawaran yang berbeda dari perusahaan-perusahaan

[81] Wawancara dengan Mbak Niken, pada 27 Februari 2018
[82] Wawancara dengan Ibu Erna, pada 27 Februari 2018
[83] Wawancara dengan Ibu Umi, pada 5 Agustus 2018

lainnya. Strategi ini diterapkan oleh Toko Serba 35.000 untuk dapat memberikan perbedaan dari produk yang ada disini dengan yang ada di toko-toko lain. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Erna dalam wawancara, beiau mengungkapkan:

"Yang membedakan produk kami dengan produk-produk ditoko lain itu sebenarnya kalau disini itu selalu memasok barang-barang yang terbaru. Jadi disini itu setiap minggunya selalu ada model terbaru yang siap untuk dipasarkan."[84]

Wawancara tersebut di dukung dengan salah satu wawancara pelanggan Toko Serba 35.000 Ibu Tri Astuti, beliau mengungkapkan bahwa:

"Yang saya tahu, kalau di toko ini selalu memberikan produk terbaru setiap minggunya. Model-model terbaru sudah pasti ada setiap minggu."[85]

Mbak Mira juga mengungkapkan bahwa:

"Disini produknya selalu terbaru mbak, walaupun harganya Cuma 35.000 tapi mereka selalu menyediakan barang-barang yang ter-update. Dengan begitu tidak akan membuat pelanggan bosan dengan model-model yang di pajang."[86]

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Toko Serba 35.000 memberikan perbedaan yang menguntungkan bagi toko tersebut. Karena dalam setiap minggu Toko tersebut selalu memasarkan pakaian dengan model yang baru.

2. Strategi Pemasaran berdasarkan perspektif Syariah yang diterapkan Toko Serba 35.000 Munjungan Trenggalek

[84] Wawancara dengan Ibu Erna, pada 27 Februari 2018
[85] Wawancara dengan Ibu Tri Astuti, pada 11 Maret 2018
[86] Wawancara dengan Mbak Mira, pada 5 Agustus 2018

Strategi pemasaran syariah telah diterapkan sejak zaman Rasulullah Saw. Pada Toko Serba 35.000 memang bukan Toko yang terfokus untuk *fashion* muslim saja, namun bukan berarti produk yang mereka pasarkan tidak sesuai dengan ajaran agama. Pada Toko Serba 35.000 ini juga memiliki beberapa koleksi gamis yang siap di pasarkan untuk masyarakat sekitar Munjungan Trenggalek. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Erna, beliau mengungkapkan bahwa:

> *"Persediaan kami bukan hanya pakaian atasan biasa atau hanya kaos-kaos saja, disini juga menyediakan gamis untuk perempuan. Memang kalau untuk baju taqwanya belum ada, tapi persediaan produk disini sedikit banyak sudah menyediakan pakaian-pakaian yang menutup aurat. Kami juga menyediakan beberapa hijab termasuk beberapa hijab syar'i."*[87]

Wawancara tersebut didukung dengan salah satu wawancara dengan Mbak Niken, beliau mengungkapkan bahwa:

> *"Kalau untuk toko ini memang bukan toko pakaian Muslim mbak, tapi kami tetap menyediakan beberapa pakaian Muslim. Walaupun notabene nya bukan toko pakaian Muslim, tapi beberapa pakaian yang kami sediakan termasuk dalam kategori menutup aurat."*[88]

Ibu Umi juga mengungkapkan bahwa:

> *"Persediaan pakaian Muslim ada mbak disini, tapi itu Cuma gamis. Kalau untuk pakaian koko memang belum ada. Ya memang masih terbatas kalau untuk pakaian Muslimnya."*[89]

Seperti diketahui bahwa Indonesia merupakan negara yang mayoritas masyarakatnya adalah Muslim, jadi tidak menutup kemungkinan kalau masyarakat Munjungan juga mencari pakaian-pakaian Muslim. Jadi dari wawancara tersebut dapat diketahui bahwa

[87] Wawancara dengan Ibu Erna, pada 20 Februari 2018
[88] Wawancara dengan Mbak Niken, pada 20 Februari 2018
[89] Wawancara dengan Ibu Umi, pada 5 Agustus 2018

pada Toko Serba 35.000 juga memiliki sikap toleransi dan lebih mengedepankan silaturahmi karena tidak membeda-bedakan produk yang akan di pasarkan untuk masyarakat. Semua disediakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar.

Dengan menenerapkan strategi pemasaran berdasarkan perspektif syariah dapat memberikan nilai lebih terhadap Toko Serba 35.000. Penerapan strategi tersebut bisa di gunakan untuk membangun citra baik dari toko tersebut di mata masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Erna, beliau mengatakan bahwa:

> *"Untuk memberikan citra baik di mata masyarakat, kami selalu berusaha untuk menjaga kepercayaan yang diberikan kepada kami. Seperti memperhatikan produk-produk kami agar tetap terjamin kualitasnya, dan tidak menjadikan bisnis kami ini sebagai ladang keuntungan semata. Karena kami juga ingin membangun tali silaturahmi dengan masyarakat supaya mereka tetap percaya kepada kami. Dengan dimilikinya sikap saling percaya maka akan timbul sikap saling tolong menolong dari setiap individu"*[90]

Wawancara tersebut di dukung dengan wawancara dari Mbak Niken, beliau mengungkapkan bahwa:

> *"Untuk menjaga citra baik kami melakukan segala hal yang positif yang dapat diterima oleh para pelanggan. Dengan begitu rasa percaya dari konsumen akan tumbuh dengan sendirinya."*[91]

Ibu Umi sebagai salah satu pelanggan mengungkapkan bahwa:

> *"Ya kalau untuk mempertahankan citra baik ya dengan menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggannya, karena pelanggan mereka tidak lain adalah orang-orang yang dekat dengan mereka juga."*[92]

---

[90] Wawancara dengan Ibu Erna, pada 27 Februari 2018
[91] Wawancara dengan Mbak Niken, pada 4 Agustus 2018
[92] Wawancara dengan Ibu Umi, pada 5 Agustus 2018

Dari wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Toko Serba 35.000 menerapkan beberapa karakteristik seorang pemasar yang sesuai dengan ajaran Rasulullah Saw. Dimana pihak Toko lebih mengedepankan sikap saling tolong menolong kepada sesama individu. Lebih menanamkan sikap kejujuran dalam berbisnis, dan tidak menjadikan bisnis sebagai ladang keuntungan saja.