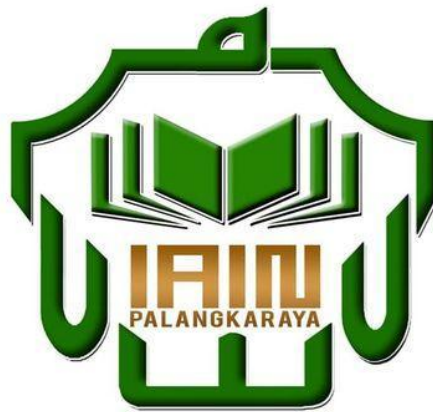


**STRATEGI PEMASARAN
TOKO BAJU DI KOTA PALANGKA RAYA
(STUDI KOMPARATIF TOKO BAJU SERBA HARGA MURAH PALANGKA
RAYA DAN TOKO BAJU MURAH SEMUA 50 RIBU PALANGKA RAYA)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

ISNANI RISKI MIA YASARI
NIM. 1504120389

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
TAHUN AJARAN 2019 M / 1441 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN TOKO BAJU DI KOTA PALANGKA RAYA (STUDI KOMPARATIF TOKO BAJU SERBA HARGA MURAH PALANGKA RAYA DAN TOKO BAJU MURAH SEMUA 50 RIBU PALANGKA RAYA)

NAMA : Isnani Riski Miayasari

NIM : 1504120389

FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam

JURUSAN : Ekonomi Islam

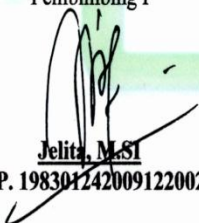
PROGRAM STUDI : Ekonomi Syariah

JENJANG : Strata Satu (S1)

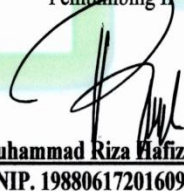
Palangka Raya, Juli 2019

Menyetujui

Pembimbing I



Jelita, M.Si
NIP. 198301242009122002

Pembimbing II



Muhammad Riza Hafizi, M.Sc
NIP. 198806172016092422

Mengetahui,

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H, M.Si
NIP. 196311091992031004

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam


Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I, M.SI
NIP. 198403212011011012

NOTA DINAS

Palangka Raya, Juli 2019

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**
Saudari Isnani Riski Miayasari

Kepada
Yth, Ketua Panitia Ujian Skripsi
FEBI IAIN Palangka Raya
Di-
Palangka Raya

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara :

Nama : Isnani Riski Miayasari

NIM : 1504120389


Judul : **STRATEGI PEMASARAN TOKO BAJU DI
KOTA PALANGKA RAYA (STUDI
KOMPARATIF TOKO BAJU SERBA HARGA
MURAH PALANGKA RAYA DAN TOKO BAJU
MURAH SEMUA 50 RIBU PALANGKA RAYA)**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Ekonomi Syari'ah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

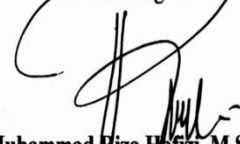
Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I


Jelita M.SI
NIP. 198301242009122002

Pembimbing II


Muhammad Riza Hafizi, M.Sc
NIP. 198806172016092422

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **STRATEGI PEMASARAN TOKO BAJU DI KOTA PALANGKA RAYA (STUDI KOMPARATIF TOKO BAJU SERBA HARGA MURAH PALANGKA RAYA DAN TOKO BAJU MURAH SEMUA 50 RIBU PALANGKA RAYA)** oleh Isnani Riski Miayasari NIM : 1504120389 telah *dimunaqasyahkan* Tim *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Pada :

Hari : Senin

Tanggal : 02 September 2019

Palangka Raya, September 2019

Tim Penguji

1. **Muhammad Nur Sayuti, M.E** (.....)
Ketua Sidang
2. **Enriko Tedja Sukmana, S.Th. I, M.SI** (.....)
Penguji Utama/I
3. **Jelita, M.SI** (.....)
Penguji II
4. **Muhammad Riza Hafizi, M.Sc** (.....)
Sekretaris Sidang

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H, M.Si
NIP. 196311091992031004

**STRATEGI PEMASARAN TOKO BAJU DI KOTA PALANGKA RAYA
(STUDI KOMPARATIF TOKO BAJU SERBA HARGA MURAH
PALANGKA RAYA DAN TOKO BAJU MURAH
SEMUA 50 RIBU PALANGKA RAYA)**

ABSTRAK

Oleh Isnani Riski Miayasari

Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan toko baju murah Semua 50 Ribu Palangka Raya yang mana kedua toko ini saling bersaing menjual pakaian dan aksesoris wanita dengan harga yang sangat terjangkau untuk mendapatkan pelanggan. Kedua toko ini menawarkan konsep yang hampir sama dan letaknya berada di jalan yang sama bahkan hampir berdekatan. Penelitian ini bertujuan mengetahui tentang : Pertama, bagaimana strategi pemasaran toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya. Kedua, bagaimana strategi pemasaran toko baju murah Semua 50 Ribu Palangka Raya dan ketiga bagaimana analisis perbandingan strategi pemasaran toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan toko baju murah Semua 50 Ribu Palangka Raya.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Adapun subjek penelitian ini adalah pemilik toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan toko baju murah Semua 50 Ribu Palangka Raya, karyawan dan pelanggan sebagai informan tambahan. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengabsahan data menggunakan *triangulasi* sumber dengan mengumpulkan data dan informasi sejenis dari berbagai sumber yang berbeda. Teknik analisis data menggunakan data *collection*, data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : Pertama, penerapan strategi pemasaran toko Serba Harga pada keenam aspek sudah diterapkan secara maksimal dan sangat baik, sedangkan aspek *physical evidence* masih harus ada perbaikan dan peningkatan secara berkala. Kedua, penerapan strategi pemasaran toko Semua 50 Ribu dilihat dari empat aspek sudah cukup baik, sedangkan pada aspek *promotion*, *people*, *process* masih harus ada perbaikan dan peningkatan secara berkala dan ketiga, analisis perbandingan strategi pemasaran toko Serba Harga Murah dan toko Semua 50 Ribu adalah toko Serba Harga Murah lebih unggul dalam beberapa aspek dibandingkan toko Semua 50 Ribu.

Kata Kunci : strategi pemasaran, toko baju

THE MARKETING STRATEGY OF CLOTHING STORES IN PALANGKA RAYA (COMPARATIVE STUDY OF CLOTHING STORE SERBA HARGA MURAH AND SEMUA 50 RIBU IN PALANGKA RAYA)

ABSTRACT

By Isnani Riski Miayasari

This research discussed about the marketing strategy in clothing store Serba Harga Murah and Semua 50 Ribu in Palangka Raya which both of them has been competing in selling the clothes and woman's accessories with very cheap price to get the customer. Both of this store offered the same concept and located in the same street, even they were very close each other. The purpose of this research are : First, the marketing strategy of Serba Harga Murah clothing store Palangka Raya. Second, the marketing strategy Semua 50 Ribu clothing store Palangka Raya and third the comparative analysis of marketing strategy clothing store Serba Harga Murah and Semua 50 Ribu in Palangka Raya.

This research as field research and used qualitative descriptive method. The subject of this research were owner of clothing store Serba Harga Murah and Semua 50 Ribu in Palangka Raya, staff and customer as additional informant. The data collection technique used observation, interview and documentation. The data validation used triangulation sources which meant that collected the data and same information from any different sources. The data analysis used data collection, data reduction, data display and conclusion drawing.

The result of this research showed that : First, the implementation marketing strategy of clothing store Serba Harga Murah on six aspects has been applied maximum and well, while on physical evidence aspect need an enhancement and improvement periodically. Second, the implementation marketing strategy of clothing store Semua 50 Ribu on four aspects has been applied maximum and well, while on promotion, people and process aspects need an enhancement and improvement periodically and third the comparative analysis of marketing strategy between clothing store Serba Harga Murah and Semua 50 Ribu are Serba Harga Murah more superior in some aspects than Semua 50 Ribu.

Key words : marketing strategy, clothing store

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrohmaanirrohiim

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, berkat limpahan rahmat, taufik, hidayah dan inayyah-Nya jualah, maka skripsi yang berjudul “**STRATEGI PEMASARAN TOKO BAJU DI KOTA PALANGKA RAYA (STUDI KOMPARATIF TOKO BAJU SERBA HARGA MURAH DAN TOKO BAJU MURAH SEMUA 50 RIBU KOTA PALANGKA RAYA)**” dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kehadiran junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Penyelesaian tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan dari beberapa pihak, baik berupa dorongan, bimbingan serta arahan yang diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dengan hati yang tulus menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya, khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Dra. Hj. Rahmaniar, M.SI selaku dosen penasihat akademik selama menjalani perkuliahan.
4. Ibu Jelita, M.SI selaku pembimbing I dan Bapak Muhammad Riza Hafizi, M.Sc selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan ilmu dan pelajaran

yang sangat berharga dan sabar dalam membimbing sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih telah meluangkan waktu dan tenaga untuk dapat membagi ilmu di sela kesibukan.
6. Pimpinan toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan toko baju murah Semua 50 Ribu Palangka Raya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Ayah dan Ibuku tercinta Yoso dan Nyamiatun yang selalu mendoakan dan memberikan mendukung sehingga terselesaikannya skripsi ini. Demikian juga untuk semua keluarga saya yang selalu memberikan motivasi dan dukungan selama ini.
8. Semua teman-teman program studi Ekonomi Syari'ah angkatan 2015 khususnya kelas C, juga teman-teman saya yang ada di IAIN Palangka Raya yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang turut membantu penulis dalam membuat skripsi ini semoga mendapat imbalan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Semoga kiranya skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Amin Yaa Robbal Alamin.

Palangka Raya, Juli 2019

Penulis,

ISNANI RISKI MIAYASARI
NIM. 1504120389

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “STRATEGI PEMASARAN TOKO BAJU DI KOTA PALANGKA RAYA (STUDI KOMPARATIF TOKO BAJU SERBA HARGA MURAH PALANGKA RAYA DAN TOKO BAJU MURAH SEMUA 50 RIBU PALANGKA RAYA)” benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Juli 2019

Peneliti



Isnani Riski Miayasari
Nim. 1504120389

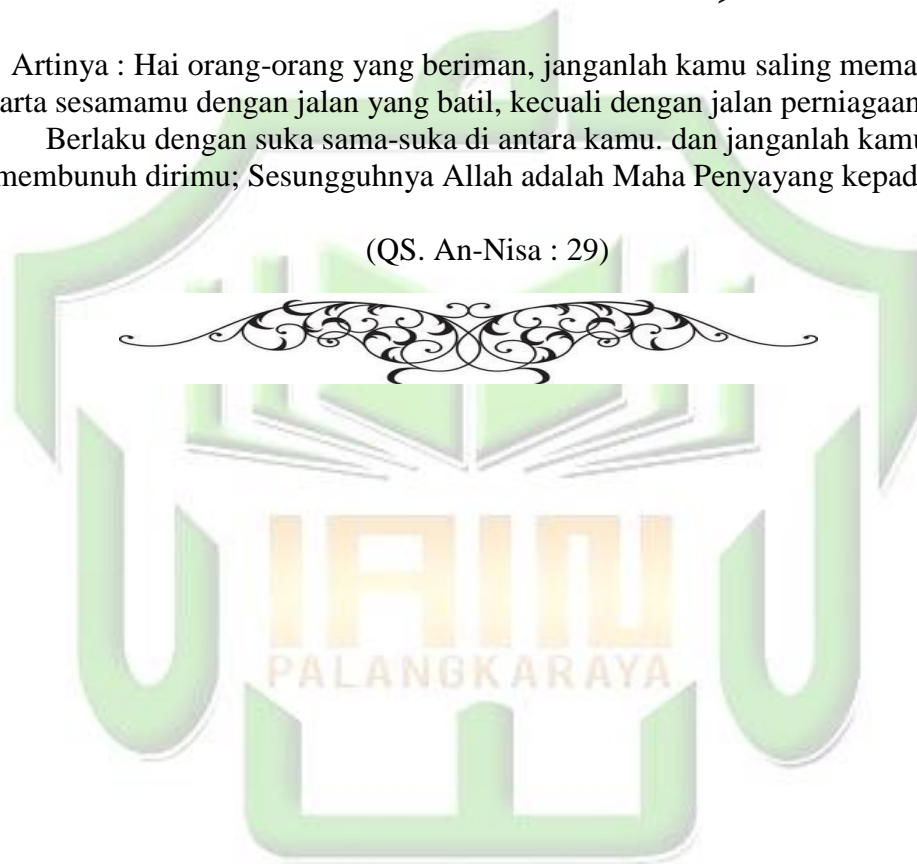
MOTTO



يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

(QS. An-Nisa : 29)



PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Atas Ridho Allah SWT dengan segala kerendahan hati penulis, karya ini saya persembahkan kepada :

- ❖ *Untuk ayah dan ibuku tercinta Yoso dan Nyamiatun, ku persembahkan karya ini untuk kalian yang tiada hentinya selama ini selalu memberikan semangat, dorongan, nasihat, kasih sayang, serta do'a-do'a yang selalu terpanjatkan setiap saat demi kesuksesanku.*
- ❖ *Untuk kakakku Eko Prasetyo dan Lisnawati, terima kasih telah meluangkan waktunya untuk memberikan nasihat, semangat dan dorongan serta selalu mendoakan untuk kesuksesanku.*
- ❖ *Buat sohib sejatiku Tuti, Raudah, Fatmayana, Maylan, Midah, Jannah, Ayu dan Maya terima kasih atas bantuan, do'a, nasihat, canda tawa, tangis dan semangat yang kalian berikan selama kita kuliah bersama, terima kasih telah memberikan warnawarni dalam kehidupanku.*
- ❖ *Semua teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2015 terkhusus teman-teman kelas saya yaitu kelas C, terima kasih telah berbagi ilmunya dan semua kenangannya selama ini. Serta semua pihak yang sudah membantu selama penyelesaian skripsi ini saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya.*

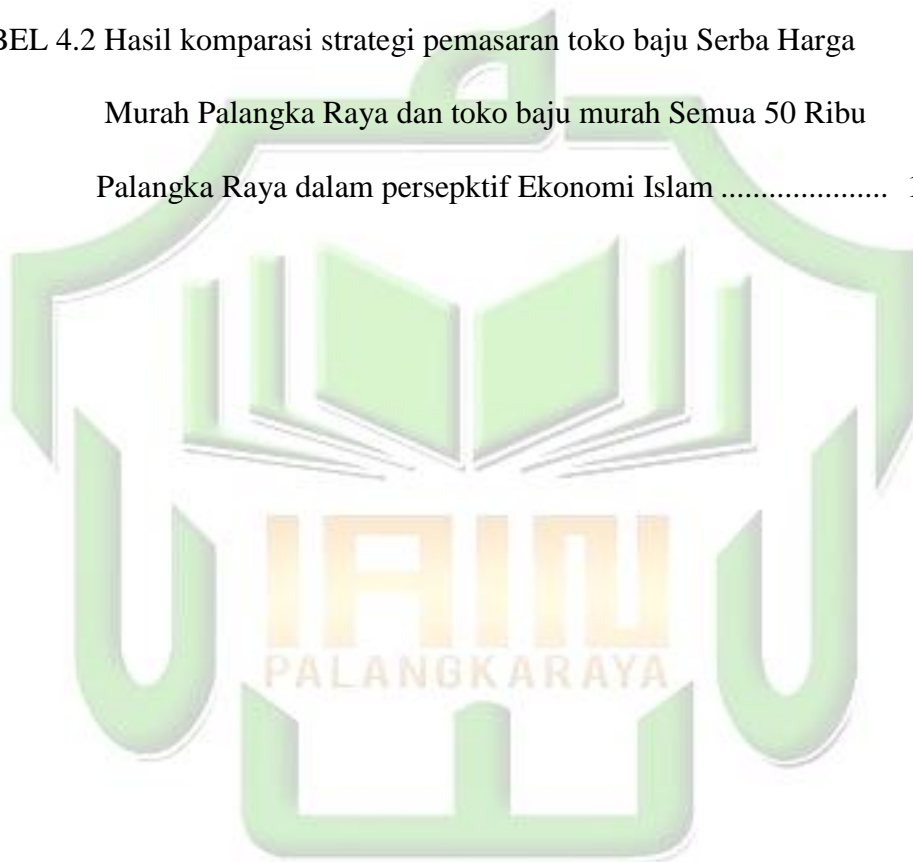
DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
NOTA DINAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	ix
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Sebelumnya	9
B. Landasan Teori	13
1. Strategi Pemasaran	13
2. Toko Baju	30
C. Kerangka Berpikir	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Waktu dan Tempat Penelitian	34
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian	35
C. Subjek dan Objek Penelitian	35
D. Teknik Pengumpulan Data	38

E. Pengabsahan Data	39
F. Analisis Data	40
BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN	42
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	42
1. Kota Palangka Raya.....	42
2. Visi dan Misi Kota Palangka Raya.....	44
B. Gambaran Umum Toko Baju Serba Harga Murah.....	44
1. Profil	44
2. Struktur Organisasi	46
3. Deskripsi Kerja	46
4. Produk.....	48
C. Gambaran Umum Toko Baju Murah Semua 50 Ribu.....	49
1. Profil	49
2. Struktur Organisasi	50
3. Deskripsi Kerja	50
4. Produk.....	52
D. Penyajian Data	53
1. Strategi Pemasaran Toko Baju Serba Harga Murah	53
2. Strategi Pemasaran Toko Baju Murah Semua 50 Ribu	76
E. Analisis Data	98
1. Strategi Pemasaran Toko Baju Serba Harga Murah	98
2. Strategi Pemasaran Toko Baju Murah Semua 50 Ribu	107
3. Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Toko Baju Serba Harga Murah dan Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Kota Palangka Raya.....	114
BAB V PENUTUP	122
A. Kesimpulan	122
B. Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu	13
TABEL 4.1 Hasil komparasi bisnis toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan toko baju murah Semua 50 Ribu Kota Palangka Raya.....	120
TABEL 4.2 Hasil komparasi strategi pemasaran toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan toko baju murah Semua 50 Ribu Palangka Raya dalam persepektif Ekonomi Islam	121



DAFTAR BAGAN

BAGAN 2.1 Kerangka Berfikir	33
BAGAN 4. 1 Struktur Organisasi Toko Baju Serba Harga Murah	46
BAGAN 4. 2 Struktur Organisasi Toko Baju Murah Semua 50 Ribu.....	50



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap produsen selalu berusaha melalui produk yang dihasilkannya agar tujuan dan sasaran perusahaannya tercapai. Produk yang dihasilkannya dapat terjual atau dibeli oleh konsumen akhir dengan tingkat harga yang memberikan keuntungan perusahaan jangka panjang. Melalui produk yang dapat dijualnya, perusahaan dapat menjamin kehidupannya atau menjaga kestabilan usahanya dan berkembang. Jadi setiap produsen harus memikirkan kegiatan pemasaran produknya, jauh sebelum produk ini dihasilkan sampai produk tersebut dikonsumsi oleh konsumen akhir.¹

Secara prinsipnya, orientasi pasar merupakan perwujudan dari konsep bahwa upaya pemasaran perusahaan merupakan tanggungjawab semua departemen dan fungsi. Pemasaran memainkan peranan penting dan paling bertanggung jawab atas identifikasi prioritas kebutuhan dan perhatian pelanggan secara jelas. Jadi dalam hal ini, manajer pemasaran wajib merancang metode pengumpulan dan pengkomunikasian informasi mengenai kebutuhan dan preferensi pelanggan kepada unit-unit lainnya.²

Pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada dan

¹Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2009, h. 1.

²Gregorius Candra, *Strategi Program Pemasaran*, Yogyakarta : ANDI OFFSET, 2002, h.13.

pembeli potensial, namun tidak berakhir pada waktu penjualan atau transaksi. Semua keputusan yang diambil dibidang pemasaran harus ditujukan untuk menentukan produk, pasar, harga, promosi, dan sistem distribusinya.³

Kegiatan pemasaran baik dalam proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai, tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip muamalah dalam Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah tidak akan terjadi, maka bentuk transaksi apapun dalam bisnis dibolehkan dalam syariat Islam. Oleh karena itu Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan yang zalim dalam bisnis termasuk dalam proses pemasaran.⁴ Sebagaimana firman Allah :

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالٍ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۗ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لِيَبْغِيَ
بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ
دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّهٗ فَأَسْتَغْفَرَ رَبَّهُ ۗ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ۗ ﴿٢٤﴾

Artinya: "Sesungguhnya Dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini". (QS. Shad ayat 24)⁵

Tujuan utama pemasaran ialah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara memuaskan. Konsumen dipuaskan agar menjadi loyal.

³Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama), 2012, h. 6.

⁴ Muhammad Azis Hakim, *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*, Jakarta : Renaisan, 2002, h. 16.

⁵Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, Surabaya : Mekar Surabaya, 2004, h. 454.

Konsumen yang loyal akan membeli berkali-kali, mengajak orang lain dan menceritakan kepada orang lain tentang kebaikan produk atau perusahaan yang memproduksinya. Hal ini merupakan promosi gratis dari mulut kemulut dan biasanya lebih efektif daripada jenis promosi lainnya, sebab orang lebih percaya apa yang dikatakan kawan dekatnya daripada yang dikatakan pengiklan, dengan demikian penjualan akan meningkat dan pada gilirannya laba perusahaan juga meningkat.⁶

Salah satu kunci sukses menerapkan konsep pemasaran adalah pemahaman atas kebutuhan, keinginan, dan perilaku para pelanggan. Untuk itu, perusahaan harus mampu dan bersedia mendengarkan “suara pelanggan” melalui analisis pasar. Tujuan utama menganalisis pasar adalah untuk menentukan kebutuhan pembeli yang ingin dipenuhi oleh perusahaan dan menetapkan cara merancang serta menetapkan tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut.⁷

Saat ini bisnis toko baju masih diminati oleh banyak orang, namun tak jarang banyak juga dari pelaku bisnis ini terpaksa menutup usahanya dikarenakan sepi pembeli. Salah satu penyebab toko baju sepi pembeli adalah kurangnya strategi dalam pemasaran toko baju mereka, walaupun dari sekian banyak toko baju tersebut sudah menggunakan program toko baju. Agar toko baju bisa terlihat berbeda dengan toko yang lain, maka harus memiliki ciri khas. Hal yang harus dilakukan dengan mencari keunikan toko, baik dari sisi barang yang dijual maupun pelayanan yang ditawarkan. Jika toko tersebut

⁶J. Supranta, Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*, Jakarta : Penerbit Mitra Wacana Media, 2011, h. 1.

⁷Gregorius Candra, *Strategi Program Pemasaran*, h. 39.

memiliki ciri khas maka orang akan lebih mudah untuk mengingatnya. Ini juga berarti toko tersebut akan menjadi lebih cepat dikenal dan pembeli akan selalu bertambah dari hari kehari.⁸

Bisnis pakaian merupakan salah satu bisnis dengan prospek yang menjanjikan. Pakaian merupakan kebutuhan primer bagi manusia. Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang mutlak harus dipenuhi dan tidak dapat diganti dengan yang lain, karena jika suatu kebutuhan tidak terpenuhi, orang akan merasa kehilangan dan tidak bahagia. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer yang selalu mengikuti arus zaman. Dengan mengikuti trend masa kini menjadikan pakaian nampak tidak kaku, nyaman dipakai dan sedap dipandang mata. Selain itu, bagi sebagian orang pakaian dapat juga merupakan sebagai barang yang menunjukkan keberadaan atau tingkat sosial dan ekonomi orang tersebut.⁹

Hal inilah yang mendorong penulis untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang strategi pemasaran toko baju serba harga murah Palangka Raya dan toko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya karena kedua toko tersebut pada awal berdiri memiliki ciri khas yaitu menyamaratakan harga dengan menjual semua barang yang terdapat di toko tersebut dengan harga yang sama yaitu 50 ribu sehingga hal tersebut menarik minat pelanggan untuk berbelanja. Semakin berkembangnya toko tersebut, maka barang yang dijual sekarang tidak lagi sama semua 50 ribu, tetapi harganya beragam sesuai dengan kualitasnya.

⁸Accurate Solutions, “*Program Toko Baju Strategi Pemasaran Toko Baju*”, 2014, <http://www.goaccuratesoft.com/program-toko-baju-strategi-pemasaran-toko-baju.html> (diakses pada hari minggu, 24 Desember 2017 pukul 18.49 WIB).

⁹Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta, 1997, h. 214.

Walaupun kedua toko ini telah mengalami perubahan harga tetapi tetap saja memiliki daya tarik tersendiri di mata pengunjung dengan menawarkan harga yang terjangkau bahkan lebih murah dari harga yang seharusnya ada di pasaran karena prinsipnya adalah perputaran modal yang cepat. Kedua toko ini bersaing dalam memasarkan produk yang ditawarkan mulai dari baju wanita (*long dress*, kaos, celana), sandal, sepatu, tas serta aksesoris. Lokasi kedua toko ini terletak di jalan yang sama bahkan tidak terlalu jauh jaraknya ditambah dengan warna spanduk yang mencolok sehingga memudahkan dalam pencarian.

Untuk mendapatkan perhatian pelanggan maka kedua toko ini bersaing mempromosikan produk yang dijual dengan cara membagikan hadiah gratis secara cuma-cuma cukup dengan antri yang rapi maka mereka akan mendapatkan hadiah gratis. Hal tersebut berhasil dilakukan sebagai salah satu cara promosi untuk memperkenalkan produk kepada pangsa pasar. Tujuan utama kedua toko ini adalah untuk memperkenalkan kepada pelanggan bahwa masih ada pakaian dengan harga terjangkau tetapi kualitas tetap diutamakan.

Pada umumnya segala sesuatu yang unik dan berbeda, tentu akan memberikan daya tarik tersendiri bagi para konsumen. Sehingga mereka lebih mudah mengenali dan mengingat produk tersebut dibandingkan produk lainnya yang sudah umum di pasaran. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “**Strategi Pemasaran Toko Baju di Kota Palangka Raya (Studi Komparatif Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya ?
2. Bagaimana strategi pemasaran toko baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya ?
3. Bagaimana analisis perbandingan strategi pemasaran toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan toko baju murah Semua 50 Ribu Palangka Raya ?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian dilakukan di toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan toko baju murah Semua 50 Ribu Palangka Raya.
2. Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis strategi pemasaran teori bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process* dan *Physical Evidence*) dan teori pemasaran dalam ekonomi Islam sebagai tambahan.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan peneliti adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya.

2. Untuk mengetahui strategi pemasaran toko baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya.
3. Untuk mengetahui perbandingan strategi pemasaran toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan toko baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat dijadikan referensi tentang strategi pemasaran dan sebagai bahan pembelajaran bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Manfaat lainnya diharapkan dapat menjadi input atau bahan masukan terhadap penelitian yang sama.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat berguna bagi Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya dan sebagai reverensi bagi toko lain yang ingin usahanya laris dan maju.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

Bab I, pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, digambarkan secara global penyebab serta alasan-alasan yang memotivasi peneliti ini. Setelah itu diidentifikasi dan dirumuskan secara sistematis mengenai masalah yang akan dikaji agar penelitian ini lebih terarah. Kemudian dilanjutkan dengan tujuan dan manfaat penelitian serta definisi konsep untuk

menghindari kerancuan dan mempermudah pembahasan dan terakhir dari bab pertama ini adalah sistematika pembahasan.

Bab II, memaparkan deskripsi teoritik yang menerangkan tentang variabel yang diteliti yang akan menjadi landasan teori atau kajian teori dalam penelitian yang memuat dalil-dalil atau argumen-argumen variabel yang akan diteliti.

Bab III, metode penelitian yang berisikan pendekatan dan jenis penelitian serta wilayah atau tempat penelitian ini dilakukan. Selain itu di dalam bab ketiga ini juga dipaparkan mengenai subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pegabsahan data agar data yang diperoleh benar-benar dapat dipercaya.

Bab IV, berupa hasil penelitian dan analisis penelitian. Pada bab ini akan dipaparkan data-data hasil penelitian secara rinci dan menyeluruh.

Bab V, berupa penutup. Pada bab ini merupakan uraian akhir dari penelitian yang dilakukan. Bab ini terbagi atas bagian kesimpulan dan saran dari peneliti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai toko pakaian bukanlah hal yang baru untuk diteliti, telah dilakukan penelitian yang sejenis yang berbentuk skripsi atau laporan penelitian lainnya. Untuk ini dalam penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Toko Baju di Kota Palangka Raya (Studi Komparatif Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya)” ini, peneliti menggunakan penelitian yang terdahulu yang relevan, yaitu :

Khikmatun Khasanah (Skripsi), penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Toko Pakaian Muslim Pasar Tradisional Menghadapi Toko Pakaian Muslim Modern”, 2016. Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Rumusan masalahnya adalah bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran Toko Asrie di Kecamatan Limpung Kabupaten Batang dan apa faktor pendukung dan faktor penghambat strategi pemasaran Toko Asrie di Kecamatan Limpung Kabupaten Batang. Hasil penelitian ini bahwa pelaksanaan strategi pemasaran toko Asrie adalah menjual harga yang lumayan tinggi berbeda dengan harga yang ditawarkan di pasaran, tetapi kualitas barang yang menjanjikan serta pelayanannya yang ramah sehingga para pelanggan merasa terpuaskan. Faktor penghambat yang ada di Toko Asrie meliputi masalah dana, kekurangan karyawan, dan keterlambatan barang datang. Sedangkan Faktor pendukung yang mendukung majunya usaha tersebut

meliputi manajemen yang baik, karyawan yang jujur dan dukungan dari masyarakat.

Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah memberikan pengetahuan tentang strategi pemasaran yang efektif dan efisien yang digunakan dalam sebuah toko pakaian agar usaha yang dijalankan berkembang. Pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah dua toko. Sedangkan peneliti terdahulu hanya ada satu subjek penelitian.¹⁰

Dhurria Imama (Skripsi), penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pakaian dengan Sistem Online dan Offline di Toko Clarissa Grosir Fashion Gresik (Studi Komparasi)”, 2015. Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Rumusan Masalahnya adalah bagaimana strategi pemasaran produk pakaian dengan sistem online dan offline di Toko Clarissa Grosir Fashion Gresik dan bagaimana perbedaan dan persamaan strategi pemasaran produk pakaian dengan sistem online dan offline di Toko Clarissa Grosir Fashion Gresik. Hasil penelitian ini adalah strategi pemasaran yang digunakan Toko Clarissa (Sistem Offline) adalah memilih produk yang bermutu, harga yang terjangkau, menjaga kualitas barang, memperhatikan pelayanan, memperhatikan keterampilan karyawan, dan melakukan promosi. Sedangkan strategi pemasaran yang dipakai Toko online Clarissa (Sistem Online) adalah mengoptimasi website toko online, memanfaatkan sosial media, komunitas atau forum, pelayanan yang baik, blog marketing, dan promosi. Terdapat persamaan dan perbedaan antara strategi

¹⁰Khikmatun Khasanah, *Strategi Pemasaran Toko Pakaian Muslim Pasar Tradisional Menghadapi Toko Pakaian Muslim Modern*, Skripsi, Semarang : Jurusan Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2016, h. 18.

pemasaran dengan sistem online dan sistem offline. Persamaannya, keduanya melakukan promosi melalui media internet dan memberi pelayanan yang baik terhadap pelanggan dan konsumen baru. Sedangkan perbedaannya adalah sistem online (Toko Online Clarissa) menggunakan strategi pemasaran dengan mengoptimasi website toko online, komunitas atau forum, memanfaatkan sosial media, dan blog marketing. Sedangkan pada sistem offline (Toko Clarissa Grosir fashion) menggunakan strategi pemasaran dengan memilih produk yang bermutu, harga yang terjangkau, menjaga kualitas barang, memperhatikan keterampilan karyawan. Jadi toko online clarissa sama-sama mengutamakan strategi yang terbaik agar produk yang dijual bisa dilihat oleh semua orang dan mengharapkan dapat memikat minat pembeli dengan mudah.

Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah memperkaya keilmuan tentang strategi pemasaran khususnya yang diterapkan dalam sebuah toko pakaian. Pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah dua toko. Sedangkan peneliti terdahulu hanya ada satu subjek penelitian.¹¹

Sabrina Sepfillo Christiani (Skripsi), penelitian yang berjudul “Penerapan Bauran Pemasaran Pada Toko Pakaian Anugerah 1”, 2009. Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta. Rumusan masalahnya adalah bagaimana penerapan bauran pemasaran dalam komunikasi pemasaran Toko Pakaian Anugerah Mojosongo, Toko Pakaian Anugerah Mojosongo menggunakan atribut produk apa saja dan tingkatan produknya terdiri dari apa saja. Hasil

¹¹ Dhurria Imama, penelitian yang berjudul, *Strategi Pemasaran Produk Pakaian dengan Sistem Online dan Offline di Toko Clarissa Grosir Fashion Gresik*, Skripsi : Surabaya, Jurusan Ekonomi, Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2015, h. 35.

penelitian ini bahwa penerapan bauran pemasarannya meliputi produk yang ditawarkan antara lain barang fashion, barang furniture dan barang elektronik. Kemudian harga dari produk ditentukan oleh kebijakan perusahaan sendiri tergantung dari masing-masing jenis produk serta distribusi yang digunakan perusahaan adalah distribusi langsung, yaitu perusahaan menjual produknya kepada konsumen tanpa perantara. Perusahaan atau Toko Pakaian ANUGRAH 1 Mojosoongo menjual produk ini berupa baju, hem, celana panjang, pakaian. Dalam setiap pembelian pakaian di Toko Pakaian ANUGRAH 1 Mojosoongo, atribut produknya menggunakan kemasan berupa plastik transparan dan plastik pembungkus.

Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah memberikan pengetahuan tentang strategi pemasaran yang diterapkan oleh toko pakaian yang berhasil dan sukses. Pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah dua toko. Sedangkan peneliti terdahulu hanya ada satu subjek penelitian.¹²

Berdasarkan pemaparan penelitian terdahulu yang ditemukan di atas, maka dapat dianalisis bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh penulis memiliki beberapa perbedaan dan persamaan yang masing-masing dapat dijelaskan dalam tabel berikut :

¹² Sabrina Sepfillo Christiani, *Penerapan Bauran Pemasaran Pada Toko Pakaian Anugerah 1*, Skripsi : Surakarta, Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2009, h. 8.

Tabel 2.1
Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu

No.	Nama dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Khikmatun Khasanah (2016), “Strategi Pemasaran Toko Pakaian Muslim Pasar Tradisional Menghadapi Toko Pakaian Muslim Modern”	Membahas tentang strategi pemasaran dan toko pakaian	Strategi pemasaran pasar tradisional menghadapi persaingan pasar modern
2.	Dhurria Imama (2015), melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pakaian dengan Sistem Online dan Offline di Toko Clarissa Grosir Fashion Gresik (Studi Komparasi)”	Membahas tentang strategi pemasaran dan toko pakaian	Strategi pemasaran produk dengan sistem online dan offline
3.	Sabrina Sepfillo Christiani (2009), “Penerapan Bauran Pemasaran Pada Toko Pakaian Anugerah 1”	Membahas tentang strategi pemasaran dan toko pakaian	Penerapan bauran pemasaran yang digunakan toko tersebut

Sumber : Dibuat oleh Peneliti, 2019

A. Landasan Teori

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos*, yang berarti jenderal. Oleh karena itu, strategi secara harfiah berarti “seni para jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian untuk manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah “penempatan” misi perusahaan, penempatan sasaran organisasi dengan

mengingat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran organisasi akan tercapai.¹³

Istilah strategi dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa yang mengerjakannya, bagaimana cara mengerjakannya, serta kepada siapa saja hal-hal tersebut pula dikomunikasikan, dan juga perlu dipahami mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai. Suatu strategi terdiri dari suatu kumpulan pilihan yang terintegrasi, dan perlu disadari bahwa pilihan tersebut belum tentu menjangkau atau memenuhi pilihan yang dianggap penting dari suatu hal yang dihadapi oleh pimpinan atau eksekutif. Secara jelas, strategi merupakan suatu peralatan komunikasi, dimana orang strategis harus berupaya untuk menyakinkan bahwa orang yang tepatlah yang dapat mengetahui apa maksud dan tujuan dari organisasinya, serta bagaimana hal tersebut ditempatkan dalam pelaksanaan aksinya, atau direalisasikan.¹⁴

Menurut para ahli yang mengemukakan tentang pengertian Strategi diantaranya adalah :

- a) Steiner dan Milner mengemukakan strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan

¹³George A. Steiner, John B. Miner, *Kebijakan dan Strategi Manajemen*, (Jakarta : Erlangga, 1997), h.18.

¹⁴Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, h. 3.

implementasi secara tepat sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.

- b) Hamdun Hanafi adalah penetapan tujuan jangka panjang yang dasar dari suatu organisasi dan pemilihan alternatif tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.
- c) Johnson dan Scholes yang dimaksud strategi ialah arah dan ruang lingkup dari sebuah organisasi atau lembaga dalam jangka panjang, yang mencapai keuntungan melalui konfigurasi dari sumber daya dalam lingkungan yang menantang, demi memenuhi kebutuhan pasar dan suatu kepentingan.

b. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Proses pemasaran dimulai jauh sebelum barang-barang diproduksi dan tidak berakhir dengan penjualan. Definisi pemasaran menurut William J. Stanton, yaitu suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Dari definisi di atas dapat dijelaskan bahwa arti pemasaran adalah jauh lebih luas dari pada arti penjualan. Pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen

yang perlu dipuaskan, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara-cara promosi dan penyaluran/penjualan produk tersebut. Jadi, kegiatan pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan sebagai suatu sistem.

Kegiatan-kegiatan tersebut beroperasi di dalam suatu lingkungan yang terus menerus berkembang sebagai konsekuensi sosial dari perusahaan, tetapi juga dibatasi oleh sumber-sumber dari perusahaan itu sendiri dan peraturan-peraturan yang ada. Bagi pemasaran, perubahan lingkungan dapat berupa suatu peluang atau kesempatan mengembangkan usahanya.¹⁵

c. Strategi Pemasaran

Dalam pengertian sempit, strategi pemasaran adalah serangkaian cara tertentu yang dikembangkan oleh pemasar untuk mencapai tujuan akhir yang diinginkan berkaitan dengan pasar. Sedangkan dalam arti luas, strategi pemasaran terdiri dari tujuan, dan taktik. Tujuan merupakan yang dicari, strategi merupakan sarana untuk mencapai tujuan yang dicari, dan taktik itu spesifik tindakan yaitu pelaksanaan tindakan. Sebuah tujuan pemasaran untuk meningkatkan pangsa pasar dilakukan dengan strategi mengubah lini produk untuk mencapai segmen pasar baru, dan taktiknya adalah dengan memperkenalkan merek baru dan berbagai promosi untuk pasar sasaran.¹⁶

¹⁵Sofjan Assauri, *Manajemen pemasaran*, h. 2.

¹⁶Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2012), h. 41.

Strategi pemasaran merupakan suatu yang sangat penting bagi sebuah perusahaan. Sesuatu yang penting umumnya tidak dirumuskan dan dilaksanakan.¹⁷ Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.¹⁸

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Perusahaan dapat menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, sebab setiap jenis program (seperti periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, layanan pelanggan, atau pengembangan produk) memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan. Oleh sebab itu, dibutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasi program-program pemasaran agar program-program itu sejalan dan terintegrasi dengan sinergistik. Mekanisme ini disebut strategi pemasaran. Umumnya peluang pemasaran terbaik diperoleh dari upaya memperluas permintaan primer, sedangkan peluang pertumbuhan terbaik berasal dari upaya memperluas permintaan selektif.¹⁹

¹⁷A. Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Amara Books, 2003), h. 22.

¹⁸Fandy Tjiptono, dkk., *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2003), h. 23.

¹⁹Gregorius Chandra, *Strategi Program Pemasaran*, h. 20.

d. Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong, bauran pemasaran (*Marketing mix*) merupakan seperangkat alat pemasaran taktis dan terkontrol yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri atas segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya.

1. Produk

Suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan. Produk dapat berbentuk fisik maupun jasa dan dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa macam. Pengembangan sebuah produk mengharuskan perusahaan menetapkan manfaat-manfaat apa yang akan diberikan oleh produk itu. Manfaat-manfaat ini dikomunikasikan dan hendaknya dipenuhi oleh atribut produk.

2. Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Keputusan-keputusan mengenai harga dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan.

3. Tempat (Saluran Distribusi)

Suatu perusahaan dapat menyalurkan produknya melalui pedagang besar atau distributor, yang menyalurkannya ke pedagang menengah atau subdistributor dan meneruskannya ke pengecer (*retailer*), yang menjual produk itu kepada pemakai atau konsumen. Yang dimaksud dengan saluran distribusi adalah lembaga-lembaga yang memasarkan produk berupa barang atau jasa dari produsen ke konsumen.²⁰

Cara distribusi yang memenuhi kebutuhan konsumen juga dapat diterapkan agar dapat menarik para konsumen untuk membeli produk yang ditawarkannya. Misalnya saja untuk barang kebutuhan sehari-hari distribusinya dibuat sedekat mungkin dengan konsumen agar kebutuhan sehari-harinya yang biasanya memiliki sifat frekuensi pembelian tinggi dengan jumlah kebutuhan yang kecil-kecil itu dapat segera terpenuhi.²¹

4. Promosi

Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Suatu produk betapapun bermanfaatnya jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak

²⁰Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, h. 234.

²¹Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : BPFE, 2014), h. 151.

dibeli oleh konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dilakukan melalui kegiatan promosi, yang merupakan salah satu dari acuan/bauran pemasaran. Kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan serta direncanakan akan diarahkan dan dikendalikan dengan baik, diharapkan dapat berperan secara berarti dalam meningkatkan penjualan dan share pasar. Selain itu kegiatan promosi ini juga diharapkan akan dapat mempertahankan ketenaran merek (*brand*) selama ini dan bahkan ditingkatkan, bila menggunakan program promosi yang tepat.²²

5. Orang

Orang adalah seluruh kegiatan manusia yang berperan pada pelayanan jasa dan pemberian pengaruh pada persepsi pembeli: yaitu pegawai perusahaan, konsumen dan konsumen lainnya. Semua kegiatan manusia yang ikut serta dalam proses jasa pemasaran memberi isyarat pada para konsumen yang berkaitan dengan pemasaran itu sendiri. Bagaimana cara pegawai berpakaian, berpenampilan pribadi serta tingkah laku mereka mempengaruhi persepsi konsumen terhadap jasa yang disediakan. Konsumen tidak hanya mempengaruhi pelayanan yang mereka terima, tetapi mereka juga dapat mempengaruhi konsumen lainnya melalui penilaian mereka. Konsumen dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap

²²Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, h. 264.

kualitas pelayanan para pegawai karena konsumen termasuk dalam elemen sumber daya manusia.

6. Bukti Fisik

Bukti fisik adalah keadaan lingkungan dimana pelayanan yang diberikan dan dimana penjual dan konsumen berinteraksi, serta terdapat komponen nyata yang melengkapi penampilan atau pelayanan dalam berkomunikasi pada sebuah perusahaan. Konsumen merasa kesulitan untuk menilai kualitas dari fasilitas yang diberikan suatu perusahaan, tetapi paling tidak para konsumen dapat menilai dari kualitas jenis pelayanan yang mereka terima. Bukti fisik dapat memberikan kesempatan yang bagus bagi perusahaan yang ditujukan pada bagian pemasaran dan sifat dasar sistem pelayanan. Komponen bukti fisik terdiri atas rancangan fasilitas, perlengkapan, penandaan, pakaian pegawai, perlengkapan (laporan, kartu bisnis, dan lain-lainnya).

7. Proses

Proses adalah sebuah prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas di mana jasa adalah komoditi yang disediakan serta sistem operasi yang diterapkan. Komponen proses terdiri atas: aliran aktivitas (standarisasi dan penyesuaian), jumlah prosedur (rumit dan sederhana) dan keikutsertaan konsumen. Pemberian prosedur pelayanan yang aktual terhadap konsumen atau aliran operasional pelayanan juga dapat memberikan konsumen kesempatan untuk memberikan

penilaian terhadap pelayanan yang diberikan. Beberapa jenis pelayanan menggunakan sistem yang cukup rumit dan membutuhkan keikutsertaan konsumen dalam serangkaian proses pelayanan tersebut. Biasanya sistem pelayanan seperti ini diterapkan untuk sistem birokrasi yang rumit di mana terkadang konsumen merasa kecewa. Dengan menggunakan karakter yang berbeda dari proses pelayanan jasa dapat diambil penilaian dari para konsumen apakah pelayanan tersebut mengalami prosedur yang terstandarisasi atau apakah pelayanan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Kedua karakter sistem pelayanan tersebut mempunyai bobot keuntungan yang sama, hanya saja kedua karakter sistem pelayanan tersebut akan berbeda dinilai oleh para konsumen.²³

e. Jenis Pemasaran

Dalam strategi pemasaran sebuah perusahaan atau lembaga perlu menentukan pasar target dan bauran pemasaran yang terkait. Dalam menyusun strategi pemasaran harus mempertimbangkan unsur-unsur yang ada di dalam strategi pemasaran, diantaranya:

1. Segmentasi pasar

Yaitu tindakan pengidentifikasian dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. Masing-masing konsumen dibedakan menurut karakteristik kebutuhan produk dan bauran

²³ Tjiptono F dan Diana A, *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*, J&J Learning Yogyakarta, 2012, h.174.

pemasaran tersendiri.²⁴ Ada berbagai cara untuk menyusun segmen pasar, diantaranya :

- a. Berdasarkan Segmentasi Geografis
- b. Berdasarkan Demografis
- c. Berdasarkan Psikografis
- d. Berdasarkan Perilaku

2. *Targeting*

Yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. Dalam *targeting* ini segmen-segmen yang perlu dievaluasi adalah:

- a. Ukuran dan pertumbuhan segmen, perusahaan perlu mengevaluasi data mengenai tingkat permintaan, tingkat pertumbuhan serta tingkat keuntungan yang diharapkan oleh setiap segmen.
- b. Daya tarik segmen, setelah mengetahui ukuran dan pertumbuhan segmen, perusahaan perlu mempertimbangkan faktor yang mempengaruhi daya tarik jangka panjang setiap segmen.
- c. Sasaran dan sumber daya perusahaan, apabila setiap segmen memiliki ukuran dan pertumbuhan segmen yang tepat, maka perusahaan perlu menentukan sasaran dan sumber daya perusahaan. Suatu segmen yang besar dan menarik mungkin

²⁴ Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 126-130

tidak akan berarti apa-apa apabila perusahaan tidak memiliki sumber daya yang tepat untuk bersaing di segmen ini.²⁵

3. *Positioning*

Positioning adalah menetapkan posisi pasar, tujuannya adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar kedalam benak konsumen. Strategi penentuan posisi pasar terdiri dari: dasar atribut (harga murah atau harga mahal), menurut kelas pengguna, menurut kelas produk.

Langkah-langkah dalam melakukan *positioning* adalah dengan mengidentifikasi keunggulan bersaing yang mungkin untuk ditonjolkan. Keunggulan bersaing ini bisa kita temukan lewat analisis internal yang mendalam atas perusahaan kita. Misalnya dalam hal ini sebuah perusahaan menonjolkan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut diantaranya :

- a. Produk
- b. Pelayanan
- c. Saluran
- d. Citra (*image*)
- e. Karyawan

4. *Differensiasi*

Terkait dengan cara membangun strategi pemasaran diberbagai aspek perusahaan. Kegiatan membangun strategi pemasaran inilah

²⁵Ibid, h. 130.

yang membedakan *differensiasi* yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan perusahaan lainnya. Yaitu mendiferensiasikan penawaran pasar perusahaan yang sesungguhnya untuk menciptakan nilai pelanggan yang unggul. Strategi menciptakan nilai bagi pelanggan adalah:

- a. Perusahaan tidak hanya ingin mendapatkan pelanggan yang menguntungkan, tetapi membangun hubungan yang akan mempertahankan “pangsa pelanggan”.
- b. Jenis pelanggan yang berbeda memerlukan strategi manajemen hubungan pelanggan yang berbeda.²⁶

f. Strategi Pemasaran dalam Ekonomi Islam

1. Pengertian

Pemasaran syariah atau *marketing syariah* adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholders*, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Artinya bahwa dalam *marketing syariah*, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah yang Islami tidak terjadi

²⁶Ibid, h. 131.

dalam suatu interaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan.²⁷

2. Karakteristik

Ada empat karakteristik marketing syariah yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar, yaitu :

a) Ketuhanan (*rabbaniyah*)

Salah satu ciri khas pemasaran syariah adalah sifatnya yang religius. Jiwa seorang *syari'ah marketer* menyakini bahwa hukum-hukum *syari'at* bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan. Dalam setiap langkah, aktivitas dan kegiatan yang dilakukan harus selalu menginduk pada *syari'at Islam*. Pemasaran syariah meyakini bahwa hukum-hukum ketuhanan ini adalah hukum yang paling ideal, paling sempurna, paling tepat untuk segala bentuk kebaikan serta paling adapat mencegah segala bentuk kerusakan. Seorang pemasar syari'ah meskipun ia tidak mampu melihat Allah, ia akan selalu merasa bahwa Allah senantiasa mengawasinya. Sehingga ia akan mampu untuk menghindar dari segala macam perbuatan yang menyebabkan orang lain tertipu atas produk-produk yang dijualnya. Sebab seorang syariah marketer akan selalu merasa bahwa setiap

²⁷Hermawan Kertajaya dan M. Syakir, *Syariah Marketing*, Bandung : Mizan Media Utama 2006, h. 25.

perbuatan yang dilakukan akan dihisab.²⁸ Sebagaimana ayat dalam Al-Qur'an berikut ini :

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

Artinya : Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula. (QS. Al-Zalzalah ayat 7-8)²⁹

b) Etis (*akhlaqiah*)

Etis atau *akhlaqiah* artinya semua perilaku berjalan di atas norma etika yang berlaku umum. Etika adalah kata hati, dan kata hati ini adalah kata yang sebenarnya, “*the will of God*”, tidak bisa dibohongi. Seorang penipu yang mengoplos barang, menimbun barang, mengambil harta orang lain dengan jalan yang bathil pasti hati kecilnya berkata lain, tapi karena rayuan setan maka ia tergoda berbuat curang, ini artinya ia melanggar etika, ia tidak menuruti apa kata hati yang sebenarnya. Oleh sebab itu, hal ini menjadi panduan para marketer syariah selalu memelihara setiap tutur kata, perilaku dalam berhubungan bisnis dengan siapa saja, konsumen, penyalur, toko, pemasok ataupun saingannya.³⁰

Rasullah Saw. pernah bersabda kepada umatnya, “Sesungguhnya aku diutus untuk mnyempurnakan akhlak yang

²⁸Ibid, h. 28.

²⁹Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, h. 599.

³⁰Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung : Alfabeta, 2014, h. 351.

mulia”. Karena itu sudah sepatutnya ini bisa menjadi panduan bagi pemasaran syariah untuk selalu memelihara moral dan etika dalam setiap tutur kata, perilaku, dan keputusan-keputusannya. Untuk mencapai tujuan suci ini, Allah SWT memberikan petunjuk melalui para rasul-Nya. Petunjuk tersebut meliputi segala sesuatu yang dibutuhkan manusia, baik akidah, akhlak (moral, etika) maupun syariah. Dua komponen pertama, akidah dan akhlak (moral, etika) bersifat konstan. Keduanya tidak mengalami perubahan apa pun dengan berbedanya waktu dan tempat. Sedangkan syariah senantiasa berubah sesuai dengan kebutuhan dan taraf peradaban manusia yang berbeda-beda sesuai rasulnya masing-masing.³¹

Kesungguhan untuk senantiasa hidup bersih lahir batin merupakan salah satu cara untuk meraih derajat kemuliaan di sisi Allah SWT, yang tertuang dalam ayat Al Quran berikut:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ التَّوَّابِينَ وَيُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ

Artinya : Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertaubat dan menyukai orang-orang yang mensucikan diri. (QS. Al-Baqarah ayat 222)³²

c) Realistis (*al-waqi'yyah*)

Pemasaran Syariah bukanlah konsep eksklusif, fanatik, anti modernitas, dan kaku. Pemasaran Syariah adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasaan dan keluwesan syariah Islamiyah yang melandasinya. Pemasar syariah adalah para

³¹Hermawan Kartajaya dan M. Syakir, h. 32-33.

³²Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, h. 35.

pemasar profesional dengan penampilan yang bersih, rapi, dan bersahaja, apa pun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya. Mereka bekerja dengan profesional dan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral, dan kejujuran dalam segala aktifitas pemasarannya. Ia tidak kaku, tidak eksklusif, tetapi sangat fleksibel dan luwes dalam bersikap dan bergaul. Ia sangat memahami bahwa dalam situasi pergaulan di lingkungan yang sangat heterogen, dengan beragam suku, agama, dan ras, adalah ajaran yang diberikan oleh Allah SWT dan dicontohkan oleh Nabi untuk bisa bersikap lebih bersahabat, santun, dan simpatik terhadap saudara-saudaranya dari umat lain.

Fleksibilitas atau kelonggaran sengaja di berikan oleh Allah SWT agar penerapan syariah senantiasa realistis (*Al-Wâqi''iyyah*) dan dapat mengikuti perkembangan zaman. Hal ini juga sesuai dengan firman Allah sebagai berikut:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَسْأَلُوا عَنْ أَشْيَاءٍ إِن تُبَدَّ لَكُمْ تَسْأَلُكُمْ
وَإِن تَسْأَلُوا عَنْهَا حِينَ يُنَزَّلُ الْقُرْءَانُ تُبَدَّ لَكُمْ عَفَا اللَّهُ عَنْهَا وَاللَّهُ
غَفُورٌ حَلِيمٌ ﴿١٦﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menanyakan (kepada Nabimu) hal-hal yang jika diterangkan kepadamu akan menyusahkan kamu dan jika kamu menanyakan di waktu Al Quran itu diturunkan, niscaya akan diterangkan kepadamu, Allah memaafkan (kamu) tentang hal-hal itu. Allah

Maha Pengampun lagi Maha Penyantun. (QS. Al-Ma'idah ayat 101)³³

d) Humanistis (*insaniyyah*)

Keistimewaan marketing syariah yang lain adalah sifatnya yang humanitis universal. Pengertian humanitis universal (*al-insaniyyah*) adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Dengan memiliki nilai humanistis syariah marketer menjadi manusia yang terkontrol dan seimbang (*tawazun*) bukan manusia yang serakah yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Bukan menjadi manusia yang bisa bahagia di atas penderitaan orang lain atau manusia yang hatinya kering dengan kepedulian sosial.

Syariat adalah milik Allah SWT bagi seluruh manusia. Allah menurunkan kitab yang berisi syariat sebagai kitab universal, yaitu Al Quran. Sebagaimana firman Allah dalam surat berikut:

تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَى عَبْدِهِ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا ﴿١﴾

Artinya : Maha suci Allah yang telah menurunkan Al Furqaan (Al Quran) kepada hamba-Nya, agar Dia menjadi pemberi peringatan kepada seluruh alam. (QS. Al-Furqan ayat 1)³⁴

2. Toko Baju

Toko atau kedai berupa bangunan permanen tempat menjual barang-barang (makanan kecil dan sebagainya).³⁵ Secara fungsi ekonomi, istilah

³³Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, h. 124.

³⁴Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, h. 359.

“toko” sesungguhnya hampir sama dengan “kedai” atau “warung”. Akan tetapi pada perkembangan istilah, kedai dan warung cenderung bersifat tradisional dan sederhana, dan warung umumnya dikaitkan dengan tempat penjualan makanan dan minuman. Secara bangunan fisik, toko lebih terkesan mewah dan modern dalam arsitektur bangunannya daripada warung. Toko juga lebih modern dalam hal barang-barang yang dijual dan proses transaksinya.

Pakaian/baju adalah bahan tekstil dan serat yang digunakan sebagai penutup tubuh. Pakaian adalah kebutuhan pokok manusia selain makanan dan tempat berteduh/tempat tinggal (rumah).³⁵ Manusia membutuhkan pakaian untuk melindungi dan menutup dirinya. Namun seiring dengan perkembangan kehidupan manusia, pakaian juga digunakan sebagai simbol status, jabatan ataupun kedudukan seseorang untuk memakainya. Perkembangan dan jenis-jenis pakaian tergantung pada adat istiadat, kebiasaan dan budaya yang memiliki ciri khas masing-masing. Pakaian juga meningkatkan keamanan selama kegiatan berbahaya seperti hiking dan memasak, dengan memberikan penghalang antara kulit dan lingkungan. Pakaian juga memberikan penghalang higienis, menjaga toksin dari badan dan membatasi penularan kuman.

Toko baju adalah tempat yang tepat dalam mendapatkan pakaian yang kita butuhkan. Berbagai jenis pakaian seperti gaun, kaos atau kemeja dapat

³⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, diambil dari:, <https://kbbi/web/id/toko/html> (diakses pada hari kamis, 27 juni 2019 pukul 19.30 WIB)

³⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, diambil dari:, <https://kbbi/web/id/toko/html> (diakses pada hari kamis, 27 juni 2019 pukul 19.30 WIB)

dipikirkan jika ingin membeli berbagai jenis pakaian tersebut di toko pakaian yang mempunyai berbagai macam produk pakaian tersebut. Sehingga akan mempunyai banyak pilihan dalam memilih dan membeli berbagai macam jenis pakaian tersebut, dan tidak akan salah memilih dalam memilih baju yang ingin dikenakan. **toko baju** yang menjual berbagai macam jenis pakaian yang ada dapat membuat lebih jeli dalam memilih pakaian yang ada. Salah satu hal yang paling penting adalah dapat nyaman ketika mengenakan pakaian tersebut. Sehingga dapat mengenakan pakaian yang dipakai dengan tidak sempit tetapi juga tidak terlalu lebar.

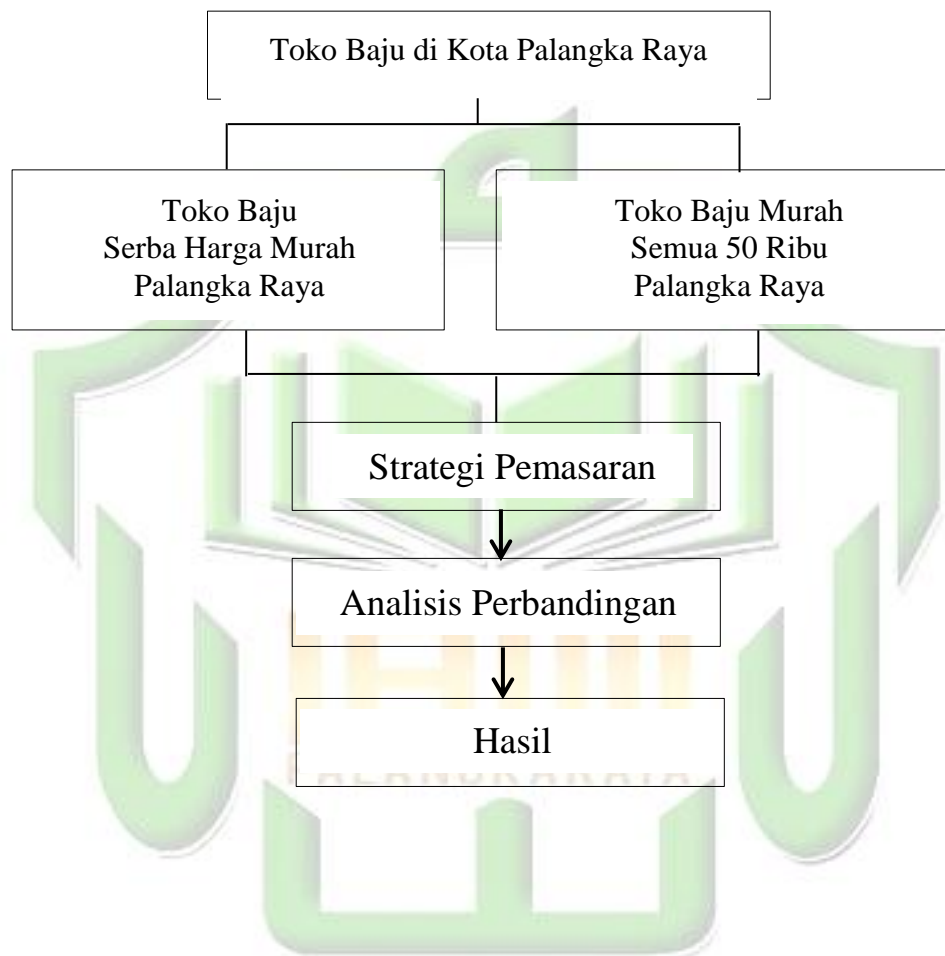
Beberapa **model baju** yang dapat pertimbangan dalam memilih jenis baju tersebut adalah dari konsep design yang menarik di *toko baju* dan juga dari harga dan **kualitas bahan** tersebut, sebab baju akan terasa nyaman jika telah mencoba baju tersebut dan dapat memperhatikan dari berbagai sisi tentang baju yang akan beli di **toko baju**. Termasuk apakah baju tersebut sudah sesuai dengan keinginan dalam membeli baju tersebut, atau lebih tertarik untuk membeli baju yang mahal.³⁷

C. Kerangka Berpikir

Penelitian yang akan dilakukan dengan judul “Strategi Pemasaran Toko Baju di Kota Palangka Raya (Studi Komparatif Toko Baju Serba Harga Murah dan Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Kota Palangka Raya)” yang dimaksud dengan strategi pemasaran adalah rangkaian upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Untuk mempermudah

³⁷Sopiah dan Syihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta : CV Andi Offset, 2008, h. 137.

penulis melakukan penelitian saat di lapangan dan agar penelitian dapat dikemukakan secara objektif, maka penulis membangun kerangka berpikir dalam mengolah dan menganalisa data yang tersedia. Adapun kerangka berpikir tersebut sebagai berikut :



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu

Waktu penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan yaitu bulan Mei-Juni setelah peneliti mendapatkan rekomendasi dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya untuk melakukan penelitian.

Penelitian yang dilakukan dalam jangka waktu dua bulan tersebut peneliti menggunakan seoptimal mungkin untuk menggali informasi dan mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini.

2. Tempat

Tempat penelitian mengambil tempat di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya yang terletak di jalan Bukit Keminting Kelurahan Bukit Tunggal Kecamatan Jekan Raya Provinsi Kalimantan Tengah. Alasan pemilihan lokasi penelitian adalah :

- a. Kedua toko ini memiliki ciri khas yang sama yaitu menjual baju dengan harga terjangkau dan harga jual yang ditetapkan di bawah harga pasaran yang umumnya sehingga hal tersebut memiliki daya tarik tersendiri di mata pembeli.
- b. Saling bersaing mempromosikan produknya yang dijual dengan cara yang unik.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode kualitatif, yakni penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian.³⁸

2. Pendekatan

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan komparatif. Pendekatan kualitatif deskriptif, di mana memerlukan data untuk menggambarkan suatu fenomena yang apa adanya (alamiah). Sehingga benar salahnya, sudah sesuai dengan peristiwa yang sebenarnya karena untuk menguraikan atau memaparkan strategi pemasaran yang digunakan toko baju Serba Harga Murah dan toko baju murah Semua 50 Ribu Kota Palangka Raya. Sedangkan metode komparatif digunakan untuk membandingkan data yang diperoleh sehingga dapat diketahui analisis perbandingan toko baju Serba Harga Murah dan toko baju murah Semua 50 Ribu Kota Palangka Raya.³⁹

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek

Moleong mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Penelitian ini

³⁸Mardalis, *Metodologi Penelitian : Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta : Bumi Aksara, 2004, hl. 28.

³⁹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Rosdakarya, 2004, h. 3.

menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Menurut Dr.. Ibrahim, penggunaan teknik *Purposive Sampling* dalam 3 (tiga) situasi, yaitu:

- a. Penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* guna memilih responden yang akan memberi informasi penting.
- b. Peneliti menggunakan teknik ini untuk memilih responden yang sulit dicapai, untuk itu, peneliti cenderung subjektif (memilih berdasarkan kriteria sesuai keinginan peneliti).
- c. Tatkala penelitian ingin mengidentifikasi jenis responden tertentu untuk diadakannya wawancara mendalam.⁴⁰

Berdasarkan hal diatas peneliti mengambil subjek penelitian berdasarkan kriteria yang diambil oleh peneliti. Maka dalam hal ini, yang menjadi subyek penelitian diantaranya sebagai berikut:

- a. Pihak Pengelola meliputi sebagai berikut:
 - 1) Pemilik toko (*Owner*) meliputi satu orang pada setiap toko
 - 2) Karyawan toko baju Serba Harga Murah dan toko baju murah semua 50 ribu Kota Palangka Raya meliputi tiga orang karyawan pada setiap toko dengan kriteria sebagai berikut:
 - 1) Merupakan karyawan toko baju Serba Harga Murah dan toko baju murah Semua 50 Ribu Kota Palangka Raya

⁴⁰Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, h.72.

- 2) Bagian yang terlibat dalam proses penerapan strategi pemasaran toko baju Serba Harga Murah dan toko baju murah Semua 50 Ribu Kota Palangka Raya
- 3) Mengetahui perkembangan toko baju Serba Harga Murah dan toko baju murah Semua 50 Ribu Kota Palangka Raya
- 4) Lama bekerja minimal 8 (delapan) bulan
- 5) Bersedia diwawancarai

b. Informan meliputi pelanggan toko baju Serba Harga Murah dan toko baju murah Semua 50 Ribu Kota Palangka Raya berjumlah tiga orang setiap toko dengan kriteria meliputi:

- 1) Merupakan pelanggan toko baju Serba Harga Murah dan toko baju murah Semua 50 Ribu Kota Palangka Raya yang sudah berbelanja minimal 3 (tiga) kali
- 2) Bersedia diwawancarai.

2. Objek

Objek penelitian merupakan hal yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian. Titik perhatian tersebut berupa substansi atau materi yang diteliti atau dipecahkan permasalahannya menggunakan teori-teori yang bersangkutan. Oleh karena itu, objek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran yang digunakan pada Toko Baju Serba Harga Murah dan Toko Baju Murah Semua 50 ribu Kota Palangka Raya.

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa teknik sebagai berikut :

1. Observasi

Pada teknik ini penulis mengadakan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui masalah dan keadaan yang sebenarnya terhadap yang diteliti, adapun yang akan menjadi pengamatan langsung penulis adalah strategi pemasaran yang digunakan toko baju Serba Harga Murah dan toko baju murah Semua 50 Ribu Kota Palangka Raya.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada si peneliti. Wawancara ini dapat digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi.

Pada teknik ini, penulis akan mengadakan percakapan langsung kepada subjek untuk mendapatkan informasi atau keterangan yang sebanyak-banyaknya. Wawancara yang digunakan mementingkan kedalaman pertanyaan yang pada akhirnya dapat diperoleh data secara detail dan lengkap yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan toko baju Serba Harga Murah dan toko baju murah Semua 50 Ribu Kota Palangka Raya serta analisis perbandingan kedua toko tersebut.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara berstruktur adalah dimana pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan yang akan diajukan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dan pengguna metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁴¹ Data-data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder, yaitu berupa dokumen yang berhubungan strategi pemasaran yang digunakan toko baju Serba Harga Murah dan toko baju murah Semua 50 Ribu Kota Palangka Raya.

D. Pengabsahan Data

Maksud dari pengabsahan data ini adalah untuk menjamin bahwa semua data yang telah diteliti baik melalui wawancara, observasi ataupun melalui teknik dokumentasi adalah sesuai dan relevan dengan kenyataan yang sesungguhnya. Selain itu hal-hal yang disampaikan tentang permasalahan dalam penelitian adalah benar-benar terjadi dan ada di lokasi penelitian.

Terkait secara langsung dengan pengabsahan data ini, penulis menggunakan teknik *Trianggulasi*. *Trianggulasi* adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Adapun

⁴¹ Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2000, h. 231.

triangulasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Hal ini dimaksudkan untuk membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal ini dapat di capai dengan jalan membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara dan membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁴²

E. Analisis Data

Data-data yang telah diperoleh di lokasi penelitian dianalisis dengan langkah sebagai berikut :

1. Koleksi Data (*Data Collection*)

Koleksi data adalah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilihan.

2. Reduksi data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan dan merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data.

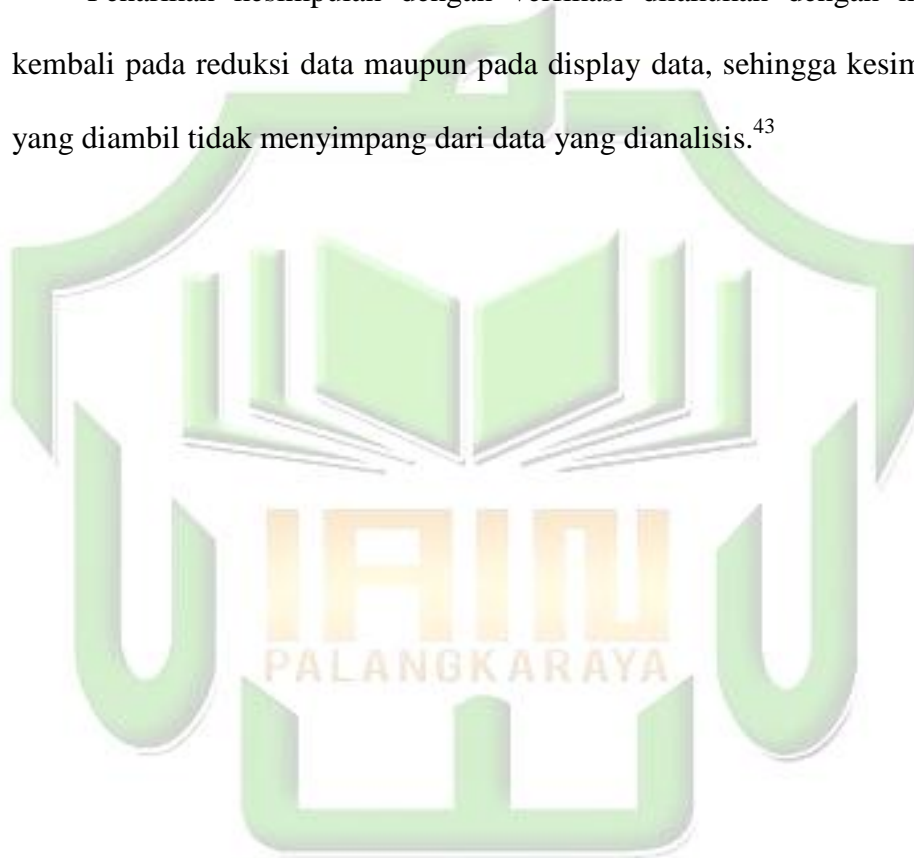
⁴² Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, h.72.

3. Penyajian data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang sudah tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan penyajian tersebut dapat berbentuk matriks, grafik, jaringan dan bagan.

4. Menarik kesimpulan (*Conclusions Drawing*)

Penarikan kesimpulan dengan verifikasi dilakukan dengan melihat kembali pada reduksi data maupun pada display data, sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang dianalisis.⁴³



⁴³Burhan Bungin, *Analisis data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003, h. 69-70

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Kota Palangka Raya

Secara umum Kota Palangka Raya dapat dilihat sebagai sebuah Kota yang memiliki 3 (tiga) wajah yaitu wajah perkotaan, wajah pedesaan dan wajah hutan. Kondisi ini, memberikan tantangan tersendiri bagi pemerintah Kota Palangka Raya dalam membangun Kota Palangka Raya. Kondisi ini semakin menantang lagi bila mengingat luas Kota Palangka Raya yang berada pada urutan ke-3 di Indonesia yaitu 2.853,52 Km².

Kota Palangka Raya secara geografis terletak pada 113°30`-114°07` Bujur Timur dan 1°35`- 2°24` Lintang Selatan, dengan luas wilayah 2.853,52 Km² (267.851 Ha) dengan topografi terdiri dari tanah datar dan berbukit dengan kemiringan kurang dari 40%. Secara administrasi Kota Palangka Raya berbatasan dengan:

- a. Sebelah Utara : Kabupaten Gunung Mas
- b. Sebelah Timur : Kabupaten Gunung Mas
- c. Sebelah Selatan : Kabupaten Pulang Pisau
- d. Sebelah Barat : Kabupaten Katingan⁴⁴

Wilayah Kota Palangka Raya terdiri dari 5 (lima) Kecamatan yaitu Kecamatan Pahandut, Kecamatan Sabangau, Kecamatan Jekan Raya,

⁴⁴Dinas Komunikasi Informatika, Statistik dan Persandian Kota Palangka Raya, <https://palangkaraya.go.id/selayang-pandang/gambaran-umum/> (diakses pada hari Kamis, 27 Juni 2019 pukul 11.15 WIB).

Kecamatan Bukit Batu dan Kecamatan Rakumpit dengan luas masing-masing 119,37 Km², 641,51 Km², 387,53 Km², 603,16 Km² dan 1.101,95 Km². Jumlah penduduk Kota Palangka Raya Tahun 2017 sebanyak 275.667 orang yang terdiri dari 141.179 orang laki-laki dan 134.488 orang perempuan. Penduduk terbanyak terdapat di Kecamatan Jekan Raya dengan 52,09% penduduk Kota Palangka Raya tinggal di kecamatan ini. Hal ini membuat Kecamatan Jekan Raya menjadi kecamatan terpadat dimana terdapat 370 orang setiap Km². Jumlah rumah tangga di Kota Palangka Raya Tahun 2017 sebanyak 72.663 rumah tangga.

Seperti yang telah diketahui bahwa penelitian dilakukan di toko baju serba harga murah Palangka Raya dan toko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya tersebut berlokasi di jl. Bukit Keminting Kota Palangka Raya yang masuk wilayah Kecamatan Jekan Raya. Secara geografis Kecamatan Jekan Raya yang terletak di bagian barat Kota Palangka Raya yang sekaligus membawahi 4 (empat) kelurahan yaitu Kecamatan Jekan Raya terdiri dari 4 (empat) kelurahan yaitu Kelurahan Menteng, Palangka, Bukit Tunggal dan Petuk Ketimpun serta berbatasan langsung dengan kabupaten lain dengan batas-batas sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara : Kecamatan Bukit Rawi
- b. Sebelah Timur : Kabupaten Pulang Pisau dan Kecamatan Pahandut
- c. Sebelah Selatan : Kecamatan Sebangau
- d. Sebelah Barat : Kabupaten Katingan

2. Visi dan Misi Kota Palangka Raya

Visi dan Misi kota Palangka Raya adalah sebagai berikut :

Visi :“Terwujudnya Kota Palangka Raya yang Maju, Rukun, dan Sejahtera Untuk semua”.

Misi Kota Palangka Raya adalah sebagai berikut :

- a. Mewujudkan kemajuan Kota Palangka Raya *Smart Environment* (lingkungan cerdas) meliputi Pembangunan Infrastruktur, teknologi informasi, pengelolaan sektor energi, pengelolaan air, lahan, pengelolaan limbah, manajemen bangunan dan tata ruang, transportasi.
- b. Mewujudkan kerukunan seluruh elemen masyarakat smart society (masyarakat cerdas) meliputi pengembangan kesehatan, pendidikan, kepemudaan, layanan publik, kerukunan dan keamanan.
- c. Mewujudkan kesejahteraan masyarakat kota palangka raya smart economy (ekonomi cerdas) meliputi pengembangan industri, usaha kecil dan menengah, pariwisata, dan perbankan.⁴⁵

B. Gambaran Umum Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya

1. Profil

Toko Serba Harga Murah Palangka Raya merupakan cabang dari toko utama yang berada di Sampit Kotawaringin Timur di dirikan oleh DY pada April tahun 2014. Kemudian karena kesibukan yang mengharuskan owner sering keluar kota, akhirnya bisnis toko pakaian ini diteruskan oleh DHS adik dari owner. Setelah toko yang di sampit mengalami perkembangan

⁴⁵ Dinas Komunikasi Informatika, Statistik dan Persandian Kota Palangka Raya, <https://palangkaraya.go.id/pemerintahan/visi-misi/> (diakses pada hari Kamis, 27 Juni 2019 pukul 11.15 WIB).

kemudian D membuka cabang di Palangka Raya pada April 2016. Awal mula toko ini bernama serba 50 ribu Palangka Raya, tetapi karena semakin banyak toko yang hampir sama namanya baik dalam kota maupun luar kota akhirnya toko ini mengalah dengan mengganti nama menjadi toko Serba Harga Murah Palangka Raya. Lokasi Toko ini berada di jalan bukit keminting Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya Kalimantan Tengah. Toko ini memiliki 8 orang karyawan yang setiap harinya bekerja mulai dari jam 08.30-19.00 untuk menjaga toko serta melayani para pembeli. Toko ini memiliki banyak produk yang dipasarkan mulai dari lokal maupun import, yaitu baju, tas, sandal, sepatu, jilbab, gamis, jam tangan dan lain-lain.

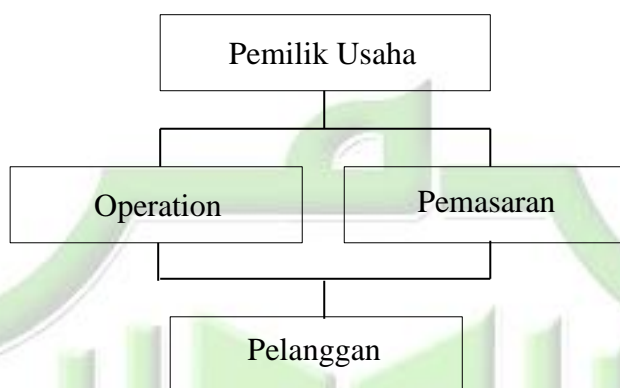
Toko ini memang sangat menguntungkan bagi masyarakat dan antusias masyarakat yang luar biasa untuk berbelanja. Dengan adanya Toko Serba Harga Murah Palangka Raya mereka dapat memenuhi keinginan mereka tanpa harus memikirkan harga yang mahal. Tujuan utama Dessy mendirikan Toko Serba Harga Murah Palangka Raya adalah untuk membantu masyarakat yang tergolong dalam masyarakat kelas menengah ke bawah. Menurutnya, setiap masyarakat berhak untuk memenuhi keinginannya.⁴⁶

⁴⁶Wawancara dengan DHS di Toko Serba Harga Murah Sampit, 26 Mei 2019 pukul 18.30 WIB

2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang ada di Toko Serba Harga Murah Palangka Raya yang didirikan oleh DHS : ⁴⁷

Bagan 4.1
Struktur Organisasi toko Serba Harga Murah Palangka Raya



3. Deskripsi Kerja

Pembagian uraian tugas dari setiap jabatan, ialah sebagai berikut :

a) *Owner* (Pemilik Usaha)

Owner sebagai pemilik perusahaan memegang kedudukan tertinggi dalam organisasi. *Owner* mempunyai wewenang dalam mengambil keputusan dan membuat kebijakan, serta melakukan pengawasan terhadap usaha sesuai dengan program dan tujuan yang telah ditetapkan.

Selain tanggung jawab dan tugas tersebut di atas, ada beberapa tugas lain yang dilakukan oleh *owner*, yaitu :

- 1) Melakukan hubungan baik dengan pembeli atau konsumen
- 2) Melakukan hubungan baik dengan karyawan
- 3) Membina dan mengkoordinir karyawan.

⁴⁷Wawancara dengan DHS di Toko Serba Harga Murah Sampit, 26 Mei 2019 pukul 18.30 WIB

b) Operation

Pegawai yang dipekerjakan untuk mengurus segala kegiatan di suatu perusahaan, seperti :

- 1) Bagian kasir, bertugas menjalankan proses penjualan dan pembayaran melakukan pencatatan atas semua transaksi, membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai semua produk, melakukan proses transaksi pelayanan jual beli serta melakukan pembungkusan, melakukan pencatatan kas fisik serta melakukan pelaporan kepada atasan, melakukan pengecekan stok bulanan.
- 2) Bagian Pramuniaga, bertugas mengelola barang dagangan di area penjualan, membentuk kepercayaan pelanggan terhadap *performance* perusahaan (toko) dan kualitas barang yang dijual, membantu memilihkan barang yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, menjawab pertanyaan pelanggan dan melayani komplain dari pelanggan dengan baik, menginformasikan kualitas barang serta melaksanakan standar layanan pramuniaga dengan baik.

c) Marketing

Marketing ialah merupakan staf ahli dalam memasarkan produk Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya diantaranya tugas marketing yaitu :

- 1) Memperkenalkan produk ke segmentasi pasar
- 2) Memasarkan dan menjual produk
- 3) Meningkatkan jumlah penjualan semaksimal mungkin

- 4) Mengevaluasi jumlah penjualan
- 5) Memperluas jaringan pemasaran

d. Pelanggan

Pelanggan atau langganan dapat diartikan sebagai seseorang yang terbiasa untuk membeli barang pada suatu toko tertentu.

4. Produk

Produk yang ditawarkan dalam toko baju serba harga murah Palangka

Raya, diantaranya :

- a. Baju
- b. Tas (Import & Lokal)
- c. Sepatu
- d. Sandal
- e. Jam tangan
- f. Dompet
- g. Jilbab
- h. Aksesoris⁴⁸

⁴⁸Wawancara dengan DHS di Toko Serba Harga Murah Sampit, 26 Mei 2019 pukul 18.30 WIB

C. Gambaran Umum Toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya

1. Profil

Toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya adalah toko yang menjual baju dan keperluan wanita lainnya dengan berbagai model dan *trend* terbaru. Toko ini terletak di Jl. Bukit Keminting Induk Ruko 5 Pintu no. 4 Palangka Raya. Toko ini merupakan cabang dari toko utama yang terletak di Sampit Kotawaringin Timur, berawal hanya sedekar *iseng* atau coba-coba kemudian menghasilkan keuntungan yang banyak. Toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya didirikan Oleh NDP sekitar 2 tahun yang lalu, yakni pada bulan april 2017.

Semula bisnis ini hanya usaha kecil-kecilan, hingga sampai sekarang usahanya semakin besar, sehingga mempunyai cabang yang ada di Palangka Raya dan Pangkalanbun. Toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya memiliki 3 orang karyawan dengan pembagian jam kerja shift 1 mulai jam 09.00-15.00 dengan satu karyawan yang bertugas membongkar barang yang datang dan shift 2 mulai jam 15.00-21.00 dua karyawan bertugas *mereview* produk dan memasarkan ke sosial media. Bagian-bagian tugas yang dikerjakan oleh setiap masing-masing karyawan itu semua sudah di tentukan oleh pemilik usaha.⁴⁹

Toko semua 50 ribu Palangka Raya menjual barang-barang dengan harga terjangkau dan kualitas tetap diutamakan. Produk yang dijual di

⁴⁹Wawancara dengan Nolia Dewanti Pertiwi di Toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya, 10 Mei 2019 pukul 12. 35 WIB.

antaranya baju, tas, sepatu, selimut, rok, celana dan aksesoris seperti jam tangan serta keperluan wanita lainnya.

2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang ada di Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya yang didirikan oleh NDP : ⁵⁰

Bagan 4.2
Struktur Organisasi Toko Baju Murah Semua 50 Ribu



3. Deskripsi Kerja

Pembagian uraian tugas dari setiap jabatan, ialah sebagai berikut :

a) *Owner* (Pemilik Usaha)

Owner sebagai pemilik perusahaan memegang kedudukan tertinggi dalam organisasi. *Owner* mempunyai wewenang dalam mengambil keputusan dan membuat kebijakan, serta melakukan pengawasan terhadap usaha sesuai dengan program dan tujuan yang telah ditetapkan.

⁵⁰Wawancara dengan NDP di Toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya, 10 Mei 2019 pukul 12. 35 WIB.

Selain tanggung jawab dan tugas tersebut di atas, ada beberapa tugas lain yang dilakukan oleh owner, yaitu :

- 1) Melakukan hubungan baik dengan pembeli atau konsumen
- 2) Melakukan hubungan baik dengan karyawan
- 3) Membina dan mengkoordinir karyawan.

b) Penanggung Jawab

Penanggung jawab (*Store Manager*) adalah seorang yang bertanggung jawab penuh atas kondisi seluruh toko dan para karyawan yang berada di dalamnya.

c) Operation

Pegawai yang dipekerjakan untuk mengurus segala kegiatan di suatu perusahaan, seperti :

- 1) Bagian kasir, bertugas menjalankan proses penjualan dan pembayaran melakukan pencatatan atas semua transaksi, membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai semua produk, melakukan proses transaksi pelayanan jual beli serta melakukan pembungkusan, melakukan pencatatan kas fisik serta melakukan pelaporan kepada atasan, melakukan pengecekan stok bulanan.
- 2) Bagian Pramuniaga, bertugas mengelola barang dagangan di area penjualan, membentuk kepercayaan pelanggan terhadap performance perusahaan (toko) dan kualitas barang yang dijual, menjawab pertanyaan pelanggan, melayani komplain dari pelanggan dengan baik dan menginformasikan kualitas barang.

d) Marketing

Marketing ialah merupakan staf ahli dalam memasarkan produk Toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya diantaranya tugas marketing yaitu :

- 1) Memperkenalkan produk ke segmentasi pasar
- 2) Memasarkan dan menjual produk
- 3) Meningkatkan jumlah penjualan semaksimal mungkin

4. Produk

Produk yang ditawarkan dalam toko baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya, diantaranya :

- a. Baju
- b. Tas
- c. Sepatu
- d. Sandal
- e. Jam tangan
- f. Dompot
- g. Selimut
- h. Mukena⁵¹

⁵¹Wawancara dengan NDP di Toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya, 10 Mei 2019 pukul 12.35 WIB.

D. Penyajian Data

Pada penyajian data hasil penelitian ini penulis terlebih dahulu memaparkan pelaksanaan penelitian yang diawali dengan penyampaian surat izin penelitian dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya ke Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya. Setelah mendapatkan izin untuk mengadakan penelitian, penulis menemui subjek-subjek penelitian yaitu masing-masing pemilik usaha (*owner*), karyawan dan pelanggan untuk menanyakan perihal yang berkaitan dengan penerapan Strategi pemasaran Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya.

1. Strategi Pemasaran Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya

Berikut adalah hasil wawancara yang penulis peroleh setelah melakukan wawancara dengan subjek-subjek penelitian di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya.

a. Pemilik Usaha (*owner*) Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya.

Berikut adalah identitas subjek pertama yang penulis wawancara yang merupakan pemilik dari Toko Baju Serba Harga Murah Palangka

Raya :

Nama : DHS

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 26 tahun

Jabatan : Owner Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya.

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan saudari DHS dari toko Baju Harga Murah Palangka Raya mengenai sejak kapan dan bagaimana awalnya beliau membuka usaha Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya.⁵² Berikut hasil wawancaranya :

“Awalnya toko ini punya kaka saya yang bernama Deva Yulistina, saya disini cuman kadang menjaga tokonya waktu dulu awal-awal baru buka. Kemudian karena kaka saya memiliki kesibukan yang sering keluar kalimantan akhirnya saya yang meneruskan usaha ini. Awal membuka usaha ini hanya kecil-kecilan. Berjuang dari nol sampai bisa seperti sekarang. Mulai dari barang cuman ada sedikit sampai kaya sekarang alhamdulillah. Saya merintis usaha ini dari belum lulus kuliah sambil kerja juga disalah satu perusahaan BUMN. Ya semua memang harus dari bawah, berjuang dari awal, semuanya tidak mudah tapi berkat sabar, berdoa, sedekah dan banyak bersyukur semua pasti akan indah. Jadi awal toko ini berdiri di Sampit april 2014, kemudian saya membuka cabang di Palangka Raya pada 30 April 2017 dengan nama serba 50 ribu Palangka Raya. Kemudian makin hari makin kesini banyak lihat toko yang hampir mirip namanya baik dalam kota maupun luar kota dan banyak juga yang bilang itu cabang kami. Sampai akhirnya kami mengalah ganti papan nama jadi toko serba harga murah. Jujur kayaknya yang niru dapat uang lebih banyak dari pada saya yang buka duluan di Sampit. Itulah saya baru ngerti kalau yang namanya karya itu bukan cuma tentang uang. Tapi intinya sih ikhlas aja, jalani, syukuri dan ingat *count your blessing not your problems.*”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari DHS tentang produk yang paling diminati dan kelebihan produk yang dijual. Berikut hasil wawancaranya :

“Produk yang ditawarkan ditoko ini kan banyak yaa. Bisa dilihat sendiri mulai dari baju, celana, rok, jilbab, jam tangan, tas, sandal, sepatu, aksesoris seperti kacamata gitu. Untuk produk yang ada di toko kita semuanya *best seller* yaa kaya baju, tas, sandal *best seller* rata-rata. Tapi memang yang paling *best seller*

⁵²Wawancara dengan Saudari DHS di toko Baju Serba Harga Murah Sampit , 26-05-2019 pukul 18:25 WIB.

itu baju sama celana. Kami selalu mengutamakan produk yang kami jual harganya murah sama masyarakat dan mengikuti *trend fashion* sekarang. Apalagi di kota Palangka Raya untuk pengetahuan tentang *trend fashion* yang mereka miliki itu bisa dilihat dari gaya hidupnya. 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. Jadi kelebihanannya itu barang yang kami jual selalu up to date dan mengikuti model terbaru itu yang menjadi ciri khas nya.”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari DHS tentang harga jual dan strategi penetapan harga. Berikut hasil wawancaranya :

“Untuk strategi penetapan harga sesuai dari sananya aja sih, kalau harga dari sananya naik ya naik kalau turun ya kita turunkin. Tapi jarang banget kalau dari sana naik, pasti turun. Soalnya kita suplier ngambilnya partai besar jadi pasti mereka ngasih banyak banget potongannya jadi kita itu bisa menjual lebih murah. Kita belanja dari luar Kalimantan. Jadi kenapa toko kita bisa menjual murah dari yang lain karena prinsip toko kita mending untung sedikit tapi banyak barang yang keluar jadi perputarannya cepat. Untuk keuntungannya yang ambil itu sekitar 3-5rb/pcs. Makanya kita bisa bertahan sampai sekarang. Dalam sehari bisa menjual baju 100pcs/hari dan aksesoris 200pcs/hari itu kalau hari biasanya. Kalau lagi ramai banget dekat lebaran gini bisa 600pcs/hari malah bisa sampai 1000pcs/hari. Kalau untuk keuntungannya bisa sampai 100juta/bulan itu hitungan bersihnya.”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari DHS tentang alasan pemilihan lokasi. Berikut hasil wawancaranya :

“Alasan memilih tempat di lokasi ini karena aku mengambil pasar mahasiswa atau dekat-dekat kampus. Sebenarnya banyak yang protes sih kenapa kok di ujung. Tapi karena aku ngambil pasar yang memang anak-anak kampus jadi lokasi yang pas emang disitu. Kalau dalam satu Palangka mungkin kita gak buka cabang, tapi kita perlebar. Kalau kebanyakan toko nanti susah memantaunya. Kita mau pindah pun, kita mau renovasi pasti nanti kan biaya lagi enggak tau nanti pasar yang toko baru nanti

kalau ai nanti kok dia ini tiba-tiba masuk ke pasar sini, padahal kan aku yang lama. Mending kita tetap disitu dengan orang-orang yang sudah dikenal. Kalau di sampit ada jual baju anak malah, di Palangka memang gak kita beri karena memang sebelahnya ada jual baju anak, jadi kita enggak enak sama sebelahnya.”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari DHS tentang promosi yang dilakukan dan hambatan dalam melakukan promosi⁵³. Berikut hasil wawancaranya :

“Dari segi promosi juga kami sangat memaksimalkan sosial media seperti instagram. Kita harus tekankan sama karyawan kalau setiap hari kalian harus bikin *review* sebgus mungkin buat *ngereview* barang-barang terbaru yang ada di toko. Jadi sudah kerjaan anak-anak setiap pagi semua toko sampit, palangka, pangkalanbun semua harus di *style* kan gayanya. Alhamdulillah karyawan yang di Palangka itu anaknya *styles* semua, kalau yang di Sampit sini kebanyakan karyawannya Syari jadi kadang malu kalau bajunya terlalu ketat. *Fasionable* Palangka sih dari pada sampit orang-orangnya. Dalam story itu kami contohkan *ootd (oufit of the day)* dengan barang-barang yang ada di toko. Jadi ketika mereka melihat contoh *ootd* itu mereka mempunyai inspirasi cara memadupadankan dari jilbab sampai sepatu dengan gaya kekinian. Kami juga setiap bulan selalu mengadakan *giveaway* dengan memberikan voucher belanja ratusan ribu rupiah dan hadiah menarik lainnya . Kemarin juga setelah merenovasi toko kami membagikan hadiah gratis tanpa syarat kepada seluruh pelanggan toko baju serba harga murah dan alhamdulillah antusias mereka diluar dugaan. Terus untuk yang baru-baru ini kami membagikan nasi gratis untuk pelanggan yang berbelanja ke toko pada saat jam yang sudah di tentukan. Alhamdulillah sekalian berbagi semoga usaha yang kami jalankan berkah dan lancar terus ke depannya. Aamiin. Terus nanti rencananya seteleh renovasi toko sebelah nanti mau bagi-bagi hadiah gratis lagi hadiahnya lebih banyak dari yang kemarin dan banyak potongan harga lagi. Bisa nanti sampai 500pcs hadiah gratis yang kami bagikan. Itu juga salah satu strategi promosi kami supaya orang yang awalnya gak tahu, jadi tahu karena itu. Kalau hambatannya sih selama ini belum ada paling cman kalau mati lampu jadi wifinya mati juga

⁵³Wawancara dengan Saudari DHS di toko Baju Serba Harga Murah Sampit , 26-05-2019 pukul 18:25 WIB.

internetnya jadi lelet sama misalnya kaya kemarin waktu instagram lagi down itu salah satu hambatannya juga.”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada saudari DHS terkait syarat-syarat menjadi karyawan dan jumlah karyawan yang bekerja.

Berikut hasil wawancaranya:

“Untuk syarat menjadi karyawan di toko ini yang pertama wanita, tidak sedang kuliah, belum menikah, mudah bergaul, tidak tempramental, jujur, santun dalam bertutur kata, ceria, berpenampilan menarik dan yang paling penting harus sabar. Karena kalau kita gak sabar gimana mau melayani pelanggan. Kemudian untuk jam kerjanya mulai dari jam 08.30-19.00 WIB. Kalau masalah jumlah karyawan disini dulu waktu awal-awal buka cabang di Palangka Raya cuman 2 orang. Tapi karena semakin banyak pelanggan kami juga kadang kerepotan dan akhirnya menambah karyawan sampai sekarang total karyawan di toko ini 8 orang. Jadi shift pagi 4 orang, terus nanti shift siang 4 orang lagi. Setiap orang memiliki tugas masing-masing, ada yang menjadi kasir, bongkar barang kalau datang, foto produk, *review* produk dan meupload ke sosial media. Jadi pembagian kerjanya sesuai dengan keinginan mereka, jadi gak ambil ribet mereka. Alhamdulillah karyawan di toko ini enggak keluar masuk, lama-lama sudah kerjanya. Jadi biasanya kita nambah aja karyawannya, bukan nambah buat cari pengganti, tapi karena memang perlu.”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari DHS tentang pelayanan yang diberikan dan prosedur pembelian barang.⁵⁴ Berikut hasil wawancaranya :

“Untuk pelayanan yang kita tekankan itu seramah mungkin, se *royal* mungkin sama konsumen. Tapi namanya *mood* anak-anak beda-beda yaa, mungkin ada yang lagi PMS atau kelahi sama pacar. Jadi mungkin hawa orang yang belanja jadi kurang enak, padahal kita sudah menekankan kalau ada orang belanja di layani sebaik mungkin. Tapi yaa karena gak ada yang jaga juga, karena kami ada disini jadi cuman bisa memantau dari cctv. Pelayanan di toko ini mulai dari masuk ke dalam toko karyawan

⁵⁴Wawancara dengan Saudari DHS di toko Baju Serba Harga Murah Sampit , 26-05-2019 pukul 18:25 WIB.

kami *stand by* di dekat pintu masuk untuk menyapa pelanggan. Kemudian di bagian tengah ada karyawan yang bertugas membantu pelanggan jika ada yang menanyakan masalah stock barang dan membantu mengambil barang yang letaknya di atas. Kemudian satu orang di bagian kasir dan membantu membungkus barang yang mau di beli. Prosedur pembelian barang nya itu pilih aja barang yang mau di pilih terus langsung di bawa ke meja kasir untuk pembayaran. Di toko ini juga memberikan struk harga jadi cara perhitungan jumlahnya tidak manual lagi. Tetapi dalam toko ini barang yang sudah di beli tidak dapat di kembalikan lagi, jadi sebagai konsumen yang cerdas sebelum membeli barang tersebut harus teliti. Nanti in syaa Allah kalau sudah renovasi toko nanti di tambah pengamannya kaya sensor, jadi lebih aman. Yaa kita manusia kan gak tau yaa pake syari dimasukin ke dalam jilbab gak kelihatan, daripada nuduh tanpa bukti. Tapi kalau pake sensor kan nanti pasti bunyi.”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari DHS tentang lingkungan fisik terkait kondisi toko dan faktor yang mempengaruhi jumlah pengunjung.⁵⁵ Berikut hasil wawancaranya :

“Kondisi toko lumayan sempit untuk barang yang lumayan full, jadi kami harus memanfaatkan toko sedemikian baik supaya pelanggan tetap merasa nyaman. Tapi nanti setelah renovasi toko jadi tambah lebar lagi. Jadi pelanggan yang datang lebih luas kalau milih-milih. Kebetulan kan toko sebelah ini kosong, jadi sama yang punya lebih baik disewakan sama orang yang memang sudah di kenal jadi lebih enak nanti. Kemungkinan habis lebaran nanti kita renovasi toko, barang-barangnya sudah disediakan, tinggal nunggu waktunya aja. Kalau fasilitas lainnya di toko kami terdapat AC dan kipas angin supaya pelanggan gak kepanasan. Lagu-lagu islami juga kami putar agar pelanggan merasa nyaman dan enjoy ketika memilih barang. Mungkin untuk tempat parkir motor aja kurang luas karena halaman toko terlalu dekat dengan jalan raya. Terus karena memang gak ada tukang parkir jadi parkirnya kurang rapi dan itu memang makan tempat. Dulu sempat pernah ada tukang parkirnya tapi karena kasihan juga pelanggan yang datang cuman sebentar di tambah bayar parkir, jadi akhirnya kita gak pake tukang parkir lagi.”

⁵⁵Wawancara dengan Saudari DHS di toko Baju Serba Harga Murah Sampit , 26-05-2019 pukul 18:25 WIB.

Berdasarkan dari wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa awalnya toko ini bernama toko serba 50 ribu. Kemudian makin hari makin kesini banyak lihat toko yang hampir mirip namanya baik dalam kota maupun luar kota dan banyak juga yang bilang itu cabang dari toko ini. Akhirnya toko ini mengalah mengganti papan nama menjadi toko baju serba harga murah Palangka Raya. Toko ini awal didirikan di Sampit pada April 2014, kemudian membuka cabang di Palangka Raya pada 30 april 2017 dan di Pangkalan bun pada Agustus 2018. Pada awal membuka usaha toko ini hanya memiliki 3 karyawan, setelah berkembang maka toko ini menambah jumlah karyawan menjadi 8 orang dengan pembagian tugas kerja setiap hari berbeda-beda.

Strategi pemasaran yang dilakukan yaitu memaksimalkan penggunaan sosial untuk mempromosikan produk yang dijual dan mengadakan *giveaway* setiap bulannya dengan memberikan hadiah voucher belanja ratusan ribu dan hadiah menarik lainnya. Untuk produk yang dijual di toko mulai dari baju, celana, rok, tas, sandal, sepatu, jilbab, jam tangan dan aksesoris wanita lainnya. Harga yang ditawarkan juga terjangkau dengan kualitas terbaik.

b. Karyawan Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya

Berikut adalah identitas subjek pertama karyawan Toko Baju Serba

Harga Murah Palangka Raya yang pertama penulis wawancara :

Nama : SL

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 23 tahun

Jabatan : Karyawan

Berikut hasil wawancara yang di dapat penulis mengenai perihal sejak kapan dan bagaimana awalnya SL mulai bekerja di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya :

“Saya orang yang paling lama kerja disini, mulai dari awal-awal toko buka cabang di Palangkaraya sekitar bulan Juli 2016. Awalnya saya di tawarin kerja sama temannya owner toko ini, kemudian karena saya juga tertarik untuk kerja di sini akhirnya saya diterima. Jadi awal-awal buka toko disini masih sepi yaa gak seperti sekarang alhamdulillah sudah ramai seperti sekarang.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan produk yang dijual dan harga yang ada di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya. Penuturan mbak SL sebagai berikut :

“Produk yang kami jual ada baju, tas, sandal, sepatu dan aksesoris lainnya. Semuanya *best seller* dan selalu habis, jadi selalu ada barang baru di toko ini dan model-modelnya selalu *uptodate*. Kami selalu mengutamakan kualitas barang dan harganya pun kami sesuaikan. In syaa Allah harga di toko ini termurah jika dibandingkan dengan toko lain. Bisa di cek sendiri baju yang model atasan gitu di toko lain ga ada yang harganya semurah di toko kami. Kenapa harganya bisa murah karena barang di ambil harga partai, karena kita kalau order sekali banyak. Jadi jangan heran misalkan toko ini selalu ramai orang berbelanja. Alhamdulillah peminatnya juga selalu bertambah dari hari kehari.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak SL tentang lokasi yang dipilih dan promosi yang dilakukan Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya.⁵⁶ Berikut hasil wawancaranya :

“Lokasinya menurut saya strategis karena dekat sama kampus, jadi anak kuliahnya biasanya mampir kesini kalau pulang dari

⁵⁶Wawancara dengan Saudari SL di toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya, 19-05-2019 pukul 08:45 WIB.

kampus. Mungkin kalau orang baru di Palangka Raya sedikit bingung karena tempatnya diujung, tapi kalau sudah tahu pasti mereka ketagihan balik ke sini lagi. Apalagi kalau perempuan kan jarang kalau belanja cuman sendirian pasti ngajak teman buat nemenin belanja dan akhirnya temannya bisa ajak teman yang lainnya dan itukan salah satu promosi dari mulut ke mulut. Kami juga melakukan promosi melalui sosial media instagram untuk memasarkan produk yang kami jual. Jadi setiap ada barang datang pasti kami infoin, terus kami review bahan, model dan pilihan warnanya. Kami juga memberikan contoh ootd keren supaya pelanggan bisa terinspirasi mencocokkan barang.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak SL tentang pembagian kerja setiap karyawan di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya.

Berikut hasil wawancaranya :

“Untuk pembagian kerja disini dibagi jadi shift pagi 4 orang dan shift siang 4 orang dan setiap orang memiliki tugas masing-masing yang berbeda setiap hari tergantung dia ada di team mana. Kalau kasir tetap satu orang aja yaitu orang yang paling lama kerja disini. Pembagian kerjanya ada yang jadi kasir, pramuniaga, bongkar barang dan mempromosikan barang. Jadi yang jadi pramuniaga itu dua orang tugasnya jaga di sebelah pintu masuk sambil mengawasi pelanggan juga kalau misalnya ada yang nanyain size atau pilihan warna. Terus bagian bongkar barang di gudang dua orang jua, jadi di susun sesuai modelnya jadi nanti supaya mudah nyusun keluar untuk di pajang. Terus mempromosikannya kan lewat instagram, kalau misalnya cuman foto produk baru dan post ke ig cukup satu orang aja, tapi kalau untuk mereview sekaligus ootd kan dua orang, jadi satu orang jadi modelnya, terus satu orang lagi yang ngereview bahan dan pilihan warna lainnya.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak SL tentang keunggulan pelayanan yang diberikan oleh Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya. Berikut hasil wawancaranya :

“Untuk pelayanan kami pasti mengusahakan memberikan yang terbaik supaya pelanggan senang. Bersikap ramah dan murah senyum sama pelanggan yang datang. Untuk memberikan citra baik di mata pelanggan, 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.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak SL tentang kondisi atau suasana yang di berikan Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya.⁵⁷

Berikut hasil wawancaranya :

“Kalau kondisi toko kami berusaha agar pelanggan yang datang merasa nyaman dengan memberikan fasilitas AC di toko ini, terus di tambah dengan kipas angin. Mungkin kalau tempat parkir aja yang kurang luas karena teras toko tidak terlalu luas. Biasanya kalau pas lagi ramai pelanggan memang sempit jadinya. Kalau toko memang kami akui kurang lebar, apalagi barang nya memang tambah hari tambah banyak, kadang juga suka bingung membaginya. Tapi rencana nya habis lebaran toko mau di renovasi supaya tambah luas.”

Berdasarkan dari wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa SL adalah karyawan yang paling lama bekerja mulai dari bulan Juli 2017. Kemudian untuk produk yang dijual semua *best seller* dan selalu mengutamakan kualitas barang walaupun harga yang ditawarkan murah. Lokasi toko strategis dan media promosi melalui instagram, kemudian setiap karyawan telah memiliki pembagian kerja masing-masing dan selalu memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan. Kondisi toko kurang lebar tetapi fasilitas yang diberikan cukup lengkap.

Berikut adalah identitas subjek kedua karyawan Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya yang penulis wawancara :

Nama : YPP

⁵⁷Wawancara dengan Saudari SL di toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya, 19-05-2019 pukul 08:45 WIB.

Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 21 tahun
Jabatan : Karyawan

Berikut hasil wawancara yang di dapat penulis mengenai perihal sejak kapan dan bagaimana awalnya mbak YPP mulai bekerja di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya⁵⁸ :

“Kalau di hitung-hitung saya sudah mulai kerja di toko ini dari bulan desember 2017, jadi habis toko buka bulan april terus saya di kasih tahu sama teman kalau di toko ini memerlukan karyawan terus saya daftar dan diterima kerja disini. Jadi kurang lebih sudah hampir 1 tahun 5 bulanan saya kerja disini, tapi belum genap 2 tahun.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan produk yang di jual dan harga yang ada di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya. Penuturan mbak YPP sebagai berikut :

“Produk yang dijual kaya yang bisa dilihat mulai dari baju atasan, rok, celana, tunik, jilbab, tas, sepatu dengan model yang trendy dan kekinian. Jadi setiap hari selalu ada barang datang baru di toko, terus kalau kita sudah selesai bongkar barang terus kita foto baru kita pajang di toko. Terus kalau sudah di pajang berarti sudah bisa di beli. Kalau di toko ini kan enggak melayani *keep* barang jadi siapa cepat dia yang dapat. Jadi harus gercep kalau gak mau kehabisan koleksi terbaru dari toko kita. Untuk produk kami juga menyesuaikan sama musim, jadi misalnya kaya sekarang bulan ramadhan jadi barang-barang di toko banyak kaya gamis-gamis, tunik yang bisa dijadikan salah satu referensi buat baju lebaran. Kalau harga yang kami tawarkan in syaa Allah terjangkau dengan kualitas yang baguslah. Harga yang dijual di toko ini mulai dari 10 ribu itu kaya sandal jepit sampai dengan 80 ribu itu kaya baju-baju gamis atau tunik. Sebenarnya ada sih harga yang lebih dari 80ribu tapi yang mayoritas dijual maksimal 80ribu. Mungkin Cuma beberapa aja yang dijual diatas 80 ribu.”

⁵⁸Wawancara dengan Saudari YPP di toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya, 19-05-2019 pukul 15:45 WIB.

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak YPP tentang lokasi yang dipilih dan promosi yang dilakukan Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya. Berikut hasil wawancaranya :

“Lokasinya sudah strategis aja dekat sama kampus, terus memang kebanyakan yang belanja disini mahasiswa. Kalau promosi lewat instagram aja selama ini, terus kami ngadain *giveaway* setiap bulannya dan kadang berbagi makanan gratis untuk pelanggan yang sudah belanja. Jadi lewat instagram kami ngasih tahu sama pelanggan kalau misalnya barang baru datang dan sudah di pajang. Jadi biasanya kalau sudah di infokan pasti mereka datang ke toko.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak YPP tentang pembagian kerja setiap karyawan dan keunggulan pelayanan yang diberikan di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya. Berikut hasil wawancaranya :

“Pembagian kerjanya sudah di bagi setiap harinya jadi setiap orang sudah punya tugas dan tanggung jawab masing-masing. Ada yang bagian kasir, bongkar dan upload barang, *review ootd*, menyusun barang dan membantu pelanggan kalau misalnya ada yang nanya tentang stock dan pilihan warna. Kalau keunggulan sudah pasti kami selalu berusaha memberikan yang terbaik buat pelanggan. Murah senyum dan ramah itu salah satu pelayanan yang kami berikan. Terus baru-baru ini jadi setiap karyawan sudah di beri tanda pengenalan atau *name tag* warna kuning sama kaya spanduk toko, jadi pelanggan enggak usah bingung lagi bedain mana pelanggan dan karyawan karena setiap karyawan pasti memakai name tag itu waktu jam kerja.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak YPP tentang kondisi atau suasana yang di berikan Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya.⁵⁹

Berikut hasil wawancaranya :

“Kondisi toko nyaman aja, ada AC dan tambahan kipas angin. Mungkin masalah luas tokonya memang kurang kalau pas lagi ramai banget. Tempat parkir motor juga kurang luas karena

⁵⁹Wawancara dengan Saudari YPP di toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya, 19-05-2019 pukul 15:45 WIB.

memang teras toko juga terlalu kecil. Tapi enggak mengurangi antusias pelanggan buat belanja, rencana kedepannya toko ini mau direnovasi habis lebaran, kan toko sebelah kosong jadi nanti mau di jebol supaya tambah luas dan pelanggan tambah nyaman kalau lagi belanja.”

Berdasarkan dari wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa YPP mulai bekerja di toko sejak bulan Desember 2017. Kemudian untuk produk yang dijual musiman mengikuti trend dan selalu harga yang ditawarkan terjangkau. Lokasi toko strategis dan media promosi melalui instagram, kemudian setiap karyawan telah memiliki pembagian kerja masing-masing dan selalu memberikan pelayanan yang ramah dan murah senyum kepada pelanggan.

Berikut adalah identitas subjek ketiga karyawan Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya yang penulis wawancara :

Nama : SA
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Umur : 21 tahun
 Jabatan : Karyawan

Berikut hasil wawancara yang di dapat penulis mengenai perihal sejak kapan dan bagaimana awalnya mbak SA mulai bekerja di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya⁶⁰ :

“Awalnya saya tahu dari instagram kalau di toko ini lagi mencari karyawan, karena saya kan follow instagram toko ini dan kadang juga sering kesini sebelum jadi karyawan. Terus saya coba melamar dengan bawa syarat-syarat yang sudah di tentukan dan sampai sekarang masih kerja di toko ini. Mungkin

⁶⁰Wawancara dengan Saudari SA di toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya, 20-05-2019 pukul 09:00 WIB.

kalau untuk tanggalnya saya gak ingat tanggal berapa, tapi kalau bulannya sekitar September 2018, jadi kurang lebih saya kerja disini baru 7 bulan.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan produk yang di jual dan harga yang ada di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya. Penuturan mbak SA sebagai berikut :

“Produknya banyak yang dijual di toko ini kayak tas, sepatu, baju, jilbab dll. Harganya mulai dari 10ribu-80ribu sesuai dengan kualitasnya. Kalau harga 10 ribu itu sandal jepit yang ada pita-pitanya, jilbab mulai dari 15ribu, kalau baju-baju harganya beda sesuai dengan model. Kalau kayak atasan gitu harganya 40ribu-55ribu, terus kalau tunik harganya 60ribu-75ribu tergantung model dan bahan.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak SA tentang lokasi yang dipilih dan promosi yang dilakukan Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya. Berikut hasil wawancaranya :

“Lokasinya pas aja sudah, karena mau sejauh apapun toko itu kalau harga dan kualitas yang di tawarkan memang bagus dan cocok sama dia, pasti orang akan senang belanja kesini. Misalnya banyak toko yang posisinya dekat sama rumah dia, tapi harganya gak sesuai dengan *budget* yang ada, pasti mereka tetap milih ke yang lebih murah. Ya walaupun memang letak toko berpengaruh dengan jumlah pelanggan yang datang. Promosinya lewat instagram aja, dibuat semenarik mungkin supaya waktu mereka lihat story nya mereka langsung pengen belanja. Kadang kan kalau kita foto produk kurang menarik dan kurang pas penempatannya jadi yang ngelihat biasa aja. Jadi semuanya itu ada pengaruhnya kalau kita memfoto produk. Terus setiap hari kita review dan upload barang baru. Kita juga kasih referensi ootd yang cakep dan kekinian dengan budget yang gak mahal kita bisa tampil kece. Kalau yang lain kita ngadain giveaway setiap bulan yang pemenangnya diundi secara acak.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak SA tentang pembagian kerja setiap karyawan di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya.

Berikut hasil wawancaranya :

“Pembagian kerjanya sudah ada setiap orang, kalau saya seringnya bongkar barang, review dan upload ke instagram, terus sering juga jadi model untuk mencontohkan ootd, tapi pembagian kerja setiap orang ganti-ganti kalau yang jadi kasir aja orangnya tetap.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak SA tentang keunggulan pelayanan yang diberikan oleh Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya. Berikut hasil wawancaranya :

“Sebagai karyawan kami harus bersikap ramah dan murah senyum sama pelanggan, selalu memberikan yang terbaik supaya pelanggan senang. Kita sendiri kan kalau misalnya belanja di toko mana aja kalau misalnya karyawannya judes, jutek sama pelanggan yang ada kita malas buat balik ke toko itu lagi.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak SA tentang kondisi atau suasana yang di berikan Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya.⁶¹

Berikut hasil wawancaranya :

“Kalau soal kondisi seperti yang bisa dilihat, memang kami rasa juga toko ini kurang luas untuk barang yang semakin banyak, apalagi kalau pas rame pelanggan yang datang, memang kadang suka kasihan juga mereka jadi kurang leluasa milih-milih bajunya. Ditambah lagi jumlah karyawan di toko ini juga banyak jadi tambah semakin sempit juga. Kalau fasilitas ada AC dan kipas angin, di toko ini juga di lengkapi cctv di dalam dan di tempat parkir, jadi di jamin aman kalau belanja.”

Berdasarkan dari wawancara di atas, maka dapat diketahui bahwa syarat menjadi karyawan di toko baju serba harga murah Palangka Raya

⁶¹Wawancara dengan Saudari SA di toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya, 20-05-2019 pukul 09:00 WIB.

adalah wanita, belum menikah dan tidak sedang kuliah. Perekrutan karyawan-karyawan biasanya dicari melalui sosial media. Untuk pembagian pekerjaannya di mulai pukul 08.30 WIB sampai dengan pukul 19.00 WIB dibagi dalam dua shift yaitu shift pagi dan shift siang. Kemudian untuk produk yang dijual diantaranya baju, tas, sandal, sepatu, jam tangan, dompet, gamis-gamis, rok dan keperluan wanita lainnya. Untuk produk yang paling diminati seperti baju-baju dan sepatu terbaru yang ada di toko.

c. Pelanggan toko baju Baju Serba Harga Murah Palangka Raya

Berikut adalah identitas subjek pertama pelanggan toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya yang pertama penulis wawancara :

Nama : TS

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 22 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada Mba TS Pelanggan Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya terkait dengan bagaimana awal mula mengetahui tentang toko ini dan alasan memilih berbelanja di toko ini.⁶² Penuturan TS sebagai berikut :

“Saya awalnya tahu tentang toko ini karena di kasih tau sama teman saya katanya ada baju murah dekat dari kampus. Semenjak saya tahu sosial mediana saya jadi sering *kepo*-in dan akhirnya sering belanja disini kalo misalnya banyak barang baru datang. Alasannya belanja disini yaa karena harganya

⁶²Wawancara dengan Saudari TS di toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya, 20-05-2019 pukul 09:30 WIB.

terjangkau dan barang yang dijual gak kalah kualitasnya sama yang dijual di toko atau *online shop*.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak TS tentang kelebihan produk yang di jual dan harga jual yang ditawarkan di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya. Berikut hasil wawancaranya :

“Menurutku baju yang ada di toko ini kualitasnya bagus-bagus tapi sesuai dengan harganya juga sih, misalnya harganya 60 ribuan keatas bahannya lebih bagus dan lebih tebal, tapi kalau di bawah itu yaa sesuai dengan harga sih menurutku. Kebanyakan kualitasnya bagus-bagus. Model baju di toko ini cukup *up to date* mereka itu melihat apa yang lagi musim dan mereka hampir menyediakan semua sih barang-barangnya yang kekinian kaya gitu. Kalau kelebihanannya di toko ini harganya lebih murah dari toko yang lain, lebih *up to date* dan mereka selalu infoin kalau ada barang baru lewat instagram jadi kita langsung tahu gitu. Harga jual yang ditawarkan di toko ini menurutku gak wajar sih, tapi saya sebagai konsumen senang aja kalau ada toko yang menawarkan dengan harga segitu murahya terus dengan kualitasnya bagus itu menurut saya gak masalah. Namanya mahasiswa pasti cari harga yang lebih murah kan.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan tempat dan promosi yang dilakukan di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya Palangka Raya. Penuturan mbak TS sebagai berikut :

“Lokasi toko ini menurutku sangat strategis banget, karena lingkungan daerah kampus jadi banyak juga pelanggan mahasiswa-mahasiswa bahkan gak mahasiswa aja, ibu-ibu juga banyak banget yang ke toko ini. Kalau promosinya lewat media sosial instagram untuk memberi tahu kalau ada barang baru datang. Terus setiap bulan mengadakan kaya give away gitu, bagi-bagi barang mereka secara gratis terus itu baru-baru ini mereka itu bagi-bagi nasi gitu ke pelanggan. Menurutku promosi ini cukup sangat menarik untuk menarik banyak pelanggan.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan kinerja karyawan dan pelayanan yang diberikan di Toko Baju Serba Harga

Murah Palangka Raya Palangka Raya.⁶³ Penuturan mbak TS sebagai berikut :

“Karyawan di toko ini kan banyak yang sering saya lihat lebih dari 7 orang, jadi kadang mengganggu juga sih karena kebanyakan, kadang mereka karena saking banyaknya jadi kaya terlalu memperhatikan gerak-gerik pelanggan jadi kurang nyaman sendiri. Pelayanan yang ada di toko ini menurutku bagus-bagus aja, ramah, sopan sama pelanggan, murah senyum juga, terus cantik-cantik.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan kondisi atau suasana ketika berbelanja di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya Palangka Raya.⁶⁴ Penuturan mbak TS sebagai berikut :

“Menurutku kondisi tokonya baik aja dan strategis di pinggir jalan. Untuk fasilitas toko kan ada AC jadi nyaman aja dan harum juga di dalam tokonya. Apalagi sekarang kan pelanggannya udah banyak banget karena orang sudah banyak tahu tentang toko ini jadi agak kurang besar, desak-desakan kaya gitu. Kalau suasananya pas lagi ramai yaa sempit gak luas kalau mau memilih-milih barang gak enak karena kebanyakan orang. Tapi kalau orangnya sedikit sih nyaman aja belanjanya.”

Berdasarkan dari wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa awal mula TS mengetahui tentang toko ini melalui teman. Kemudian kelebihan produk yang dijual adalah harganya murah dan kualitasnya bagus, untuk lokasi yang dipilih sangat strategis dan promosi yang digunakan juga menarik seperti giveaway. Karena karyawan yang terlalu banyak jadi terkadang mengganggu, tetapi pelayanan yang diberikan ramah dan murah senyum serta kondisi toko yang baik dan nyaman ketika berbelanja karena fasilitas yang lumayan lengkap.

⁶³Wawancara dengan Saudari TS di toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya, 20-05-2019 pukul 09:30 WIB.

⁶⁴Wawancara dengan Saudari TS di toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya, 23-05-2019 pukul 12:25 WIB.

Berikut adalah identitas subjek kedua pelanggan toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya yang pertama penulis wawancara :

Nama : FY
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 21 tahun
Pekerjaan : Mahasiswa

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada Mba FY Pelanggan Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya terkait dengan bagaimana awal mula mengetahui tentang toko ini dan alasan memilih berbelanja di toko ini.⁶⁵ Penuturan Mba FY sebagai berikut :

“Dulunya saya sering kecewa kalau membeli pakaian di pasar, karena dengan harga murah tetapi kualitas barangnya sangat jelek, kemudian saya dikasih tau sama teman saya yang kebetulan dia sering belanja kesitu, kalau membeli pakaian mending di toko serba harga murah aja, bajunya bagus-bagus dan kualitasnya juga bagus, eh ternyata barangnya benar-benar bagus dan tidak mengecewakan.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan kelebihan produk yang dijual dan harga jual yang ditawarkan ditoko baju serba harga murah Palangka Raya. Penuturan Mba FY sebagai berikut :

“Biasanya kalau saya beli baju di pasar tradisional mereka menawarkan harganya tinggi dengan kualitas barang yang seadanya, karena nantinya bakal ditawar oleh pelanggan, tetapi di toko ini mereka menawarkan harga pas dan sangat terjangkau atau ramah di kantong mahasiswa bahkan lebih murah dari harga yang dipasaran itu salah satu kelebihanannya jadi saya suka belanja di toko ini.”

⁶⁵Wawancara dengan Saudari FY di toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya, 21-05-2019 pukul 10.00 WIB.

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan tempat dan promosi yang dilakukan di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya Palangka Raya. Penuturan mbak FY sebagai berikut :

“Menurut saya tempatnya susah di jangkau yaa, dulu waktu awal-awal-awal tahu toko ini bingung mencari alamatnya karena cuman lihat dari alamat yang di tulis di bio instagram dan letaknya jauh dari pusat kota. Apalagi rumah saya yang juga lumayan jauh dari toko ini. Promosinya lewat instagram aja setahu saya, mereka selalu kasih tau kalau ada barang baru di toko dan biasanya setelah itu kalau kita lambat ke toko pasti barang ludes diserbu yang lain jadi belanja di toko ini harus *gercep* (gerak cepat).”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan kinerja karyawan dan pelayanan yang diberikan di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya Palangka Raya. Penuturan mbak FY sebagai berikut :

“Menurut yang saya lihat kinerja karyawan di toko ini yaa lumayan bagus, karena mereka sudah mendapat bagiannya masing-masing, jadi lebih terorganisir dan tertib jika ada pelanggan yang ingin menanyakan barang atau apapun. Pelayanannya bagus aja sih, ramah, tanggap jika ada pelanggan yang bertanya atau meminta bantuan.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan kondisi atau suasana ketika berbelanja di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya Palangka Raya.⁶⁶ Penuturan mbak FY sebagai berikut :

“Kalau yang saya rasakan setiap ke sini itu kondisinya nyaman aja, terus juga dingin jadi betah aja kalau lama-lama belanja disini. Terus di toko ini juga barang-barangnya di susun rapi sesuai dengan kelompoknya jadi mudah nyarinya. Tapi di toko ini dulu di sediakan tempat untuk mencoba baju atau ruang ganti, tapi sekarang sudah enggak di sediakan lagi, jadi kita gak

⁶⁶Wawancara dengan Saudari FY di toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya , 21-05-2019 pukul 10:00 WIB.

bisa mencoba barang yang mau di beli, kan takutnya nanti gak cukup atau gimana. Tempat parkirnya gak rapi mungkin karena enggak ada tukang parkir, kan halaman tokonya sempit di tambah motor yang enggak teratur parkirnya jadi tambah sempit.”

Berdasarkan dari wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa awal mula FY mengetahui tentang toko ini melalui teman karena sering kecewa ketika membeli pakaian di pasar. Kemudian kelebihan produk yang dijual adalah harganya murah dari yang ada di pasaran serta ramah di kantong mahasiswa dan kualitasnya tidak mengecewakan, untuk lokasi yang dipilih susah di jangkau karena jauh dari pusat kota dan promosi yang digunakan melalui instagram selalu update. Kinerja karyawan lumayan bagus karena ada bagian sendiri dan pelayanan yang diberikan ramah dan murah senyum serta kondisi toko yang nyaman dan dingin.

Berikut adalah identitas subjek ketiga pelanggan toko baju serba harga murah Palangka Raya yang pertama penulis wawancara :

Nama : WP
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 21 tahun
Pekerjaan : Mahasiswa

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada Mba WP Pelanggan Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya terkait dengan

bagaimana awal mula mengetahui tentang toko ini dan alasan memilih berbelanja di toko ini. ⁶⁷Penuturan Mba WP sebagai berikut :

“Awal mula aku tahu nya tu dari teman katanya disitu ada toko baju murah gitu terus coba-coba *searching* instagramnya terus aku follow instagramnya. Kalau untuk alasan belanja di toko ni ya karena harganya agak miring dari tempat-tempat lain gitu. Karena produk yang dijual bagus-bagus jadi saya ketagihan belanja di toko ini bahkan setiap ada barang baru datang saya selalu kesini.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak WP tentang kelebihan produk yang di jual dan harga jual yang ditawarkan di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya. Berikut hasil wawancaranya :

“Untuk kualitas yaa lumayan sih lumayan bagus sesuai harganya, terus juga model-model bajunya juga *up to date* bisa di bilang kekinian juga menyesuaikan juga sama di pasaran. Untuk harga jual yang ditawarkan oleh toko ini yaa cukup baik aja sih sesuai dengan kualitas bajunya yang dijual di toko ini terus sesuai dengan harganya kaya gitu karena dengan harga juga menyesuaikan dengan bahan yaa. Untuk harganya masih wajar aja di kantong mahasiswa.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan tempat dan promosi yang dilakukan di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya Palangka Raya. Penuturan mbak WP sebagai berikut :

“Untuk letak tokonya mungkin bagi yang sudah lama tinggal di Palangka Raya dan mengetahui jalan yang ada di Palangka Raya mungkin strategis yaa tapi bagi yang baru tinggal di Palangka Raya atau seperti mahasiswa-mahasiswa baru atau yang baru tinggal di Palangka Raya karena kurang tahu mengetahui jalan mungkin kurang strategis karena letak toko yang jauh dari pusat kota. Terus kalau untuk promosi yang saya tahu mereka selalu memberi informasi jika ada barang baru yang datang, kemudian mereka review produknya, pilihan warna dan size. Mereka juga mencontohkan ootd (*outfit of the day*) produk yang ada di toko

⁶⁷Wawancara dengan Saudari WP di toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya, 21-05-2019 pukul 11.00 WIB.

ini jadi saya juga kadang jadi terinspirasi cara mencocokkan antara baju dan celananya. Kemudian setiap bulan mereka juga selalu mengadakan giveaway dengan hadiah yang menarik. Terus juga kemarin itu ada bagi-bagi undian kupon gratis. Saya kemarin itu ikut juga ngantri waktu bagi-bagi kupon gratis ya ampun banyak banget orang yang datang desak-desakan dan mungkin juga saya belum beruntung jadi gak dapat apa-apa.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan kinerja karyawan dan pelayanan yang diberikan di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya Palangka Raya. Penuturan mbak WP sebagai berikut :

“Kalo kinerja karyawan yang saya lihat mereka ada bagiannya masing-masing. Mereka bekerja sesuai dengan tugasnya. Karyawan yang di toko ini cukup aja sih untuk melayani semua pelanggan. Untuk karyawannya sendiri rata-rata ramah ya, lumayan baik, semua *welcome* untuk siapa aja yang datang ke toko ini mau beli atau tidak tetap dilayani dengan baik.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan kondisi atau suasana ketika berbelanja di Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya Palangka Raya.⁶⁸ Penuturan mbak WP sebagai berikut :

“Nah kalau untuk kondisi tokonya kurang besar yaa menurut saya, kadang desak-desakan jadi kalau mau milih-milih barang kurang leluasa. Tapi kelebihan lainnya tokonya menggunakan AC yaa jadi adem aja kalo masuk, terus setiap ke sini kadang juga diputar lagu-lagu islami atau bacaan surah-surah Al-qur’an jadi tambah adem aja. Kemudian untuk tempat parkirnya juga kurang luas, karena letak toko yang terlalu dekat sama jalan raya, jadi kadang kalau pas lagi ramai-ramainya susah juga milih tempat buat parkir. Terus karena gak ada tukang parkirnya jadi berantakan dan memakan tempat untuk motor yang parkir.”

Dari wawancara diatas diketahui strategi pemasarn toko baju serba harga murah Palangka Raya cukup efektif. Berdasarkan hasil wawancara

⁶⁸Wawancara dengan Saudari WP di toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya, 21-05-2019 pukul 10:30 WIB.

dengan subjek diatas, diketahui bahwa strategi pemasaran toko baju serba harga murah Palangka Raya menjual produk yang *up to date* mengikuti perkembangan musim dengan harga yang terjangkau. Produk yang dijual selalu terbaru, walaupun harganya terjangkau tapi selalu menyediakan barang-barang yang ter-update. Dengan begitu tidak akan membuat pelanggan bosan dengan model-model yang di pajang. Kemudian yang membedakan produk toko ini dengan produk-produk ditoko lain adalah selalu memasok barang-barang yang terbaru. Jadi di toko ini setiap minggunya selalu ada model terbaru yang siap untuk dipasarkan.

Lokasi yang dipilih juga strategis dan sangat memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan produk yang dijual. Pelayanan yang diberikan sudah cukup baik dan kondisi toko yang kurang memadai untuk pelanggan yang datang.

2. Strategi Pemasaran Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Peneliti melakukan wawancara langsung dengan pemilik toko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya. Adapun pertanyaan dan hasil wawancara diuraikan dibawah ini:

Berikut adalah hasil wawancara yang penulis peroleh setelah melakukan wawancara dengan subjek-subjek penelitian di Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya.

1. Pemilik Usaha (*owner*) Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya

Berikut adalah identitas subjek pertama yang penulis wawancara yang merupakan pemilik dari Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya :

Nama : NDP
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 25 tahun
Jabatan : Owner Toko Baju Semua 50 ribu Palangka Raya

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan saudari NDP dari toko semua 50 ribu Palangka Raya mengenai sejak kapan dan bagaimana awalnya beliau membuka usaha Toko Baju Semua 50 ribu Palangka Raya.⁶⁹ Berikut hasil wawancaranya :

“ Kalo dari awal itukan di Sampit awalnya, itu sebenarnya awalnya cuman coba-coba kan bingung punya ruko kosong dibuat apa, biasanya disini kan orang rata-rata jualan baju agak mahal dulu tahun 2017 jadinya ya terpikirkan jualan baju yang murah-murah kaya gini. Awal berdirinya itu di Sampit tanggal 1 April 2017. Kemudian karena mendapat respon positif dari pelanggan akhirnya saya membuka cabang di Palangka Raya dan kemudian di Pangkalanbun menyusul setelahnya. Kemarin juga sempat buka cabang di Kapuas tapi karena di sana sepi pembeli akhirnya kami tutup.”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari NDP tentang produk yang paling diminati dan kelebihan produk yang dijual. Berikut hasil wawancaranya :

“ Produk yang dijual yang pasti keperluan wanita semua, tas, sandal, sepatu, baju, jam tangan, dompet gitu-gitu. Biasanya untuk produk yang paling diminati pelanggan itu gak nentu, kalau ada barang baru biasanya itu yang di serbu duluan.

⁶⁹Wawancara dengan Saudari NDP di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya ,10-05-2019 pukul 12:36 WIB.

Misalnya hari ini datang baju model baru pasti yang langsung di serbu sama pelanggan baju, terus besoknya datang sepatu pasti sepatu yang langsung di serbu. Untuk kelebihan produk yang kami tawarkan itu yang pastinya harganya murah dari harga pasaran, karena kami mengambil barang dari agen pertama, bukan tangan kedua jadi dipastikan harganya terjangkau dan kualitas in syaa Allah selalu di utamakan.”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari NDP tentang harga jual dan strategi penetapan harga. Berikut hasil wawancaranya :

“ Untuk harga jual yang kami terapkan di toko ini kadang berubah-ubah karena mengikuti harga dari agen juga. Misalnya kalau dari agen harga memang naik, maka kami akan naikan harga nya juga. Dan sebaliknya kalau dari agen harga turun kami akan turunkan juga harganya. Contohnya kalau mau dekat lebaran gini kan biasanya harga baju-baju naik, jadi otomatis kami naikan juga harganya. Untuk keuntungan kami mengambil hanya 5-10%/pcs dan kisaran keuntungannya 7ribu-10ribu/pcs. Karena kami hanya mengambil keuntungan sedikit, beda dengan toko lain yang ada di pasaran. Tapi walaupun sedikit untungnya gapapa, perputaran barangnya cepat dan barang yang dijual cepat juga keluarnya.”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari NDP tentang alasan pemilihan lokasi. Berikut hasil wawancaranya :

“Kalau alasan pemilihan tempat yang pastinya mencari ruko yang besar dan sewa nya murah. Kemudian kami juga mencari tempat yang lokasinya strategis yaitu dekat dengan kampus. Jadi target kami itu anak-anak kuliah kan biasanya anak muda zaman sekarang apalagi anak kuliah selalu mengikuti perkembangan model *fashion* atau *fashionable*. Kayak kemarin itu sempat buka cabang di Kapuas karena pemilihan tempatnya kurang strategis jadi akhirnya terpaksa harus di tutup. Jadi pemilihan tempat memang penting banget sih buat toko ini. Kalau kita salah milih tempat bukannya untung yang ada malahan rugi nanti gara-gara sepi pembeli.”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari NDP tentang promosi yang dilakukan dan kendala dalam melakukan promosi. Berikut hasil wawancaranya :

“Kalau promosi kami memanfaatkan sosial media seperti *instagram* untuk memasarkan produk. Jadi setiap hari jika ada barang datang kami selalu story koleksi terbaru. Kami review barang-barang yang datang mulai dari bahan, pilihan warna dan size nya. Kemudian setelah itu kami upload di *instagram* untuk koleksi terbarunya. Untuk kendala nya alhamdulillah selama ini belum ada, mungkin kalau lagi mati listrik aja jadi jaringan gak stabil. Kemarin juga sempat bagi-bagi hadiah gratis waktu bulan februari jadi yang kami bagikan itu tas (lokal dan import) dan baju gratis cukup dengan antri dengan rapi dan alhamdulillah antusias pelanggan memang luar biasa, diluar dugaan. Hadiah yang sudah kami siapkan ternyata kurang dan akhirnya kami buat lagi nomor antrian baru dan tambahan hadiah lainnya.”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada saudari NDP terkait syarat-syarat menjadi karyawan dan jumlah karyawan yang bekerja di toko ini.⁷⁰ Berikut hasil wawancaranya:

“ Kalau disini jumlah karyawan hanya 3 orang saja. Disini ada orang kepercayaan gitu yang paling lama kerja disini. Jadi orang kepercayaan ini yang ngatur disini tapi atas perintah aku. Kalau shift pagi kan sendiri jadi kalau ada barang datang mereka yang bongkar, terus yang shift siang mereka yang foto gitu. Kalau syarat menjadi karyawan disini yang pastinya jujur, tanggap dan bisa berkomunikasi dengan baik sama yang lain, terus ya harus murah senyum sama pelanggan, yang pasti kenyamanan pelanggan yang paling pertama sih. Jadinya kalau kalian nanti belanja disini kurang nyaman sama karyawannya langsung DM aja.”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari NDP tentang pelayanan yang diberikan dan prosedur pembelian barang. Berikut hasil wawancaranya :

“ Kalau dari segi pelayanan kami berusaha selalu memberikan yang terbaik. Kami selalu bersikap ramah dan sopan terhadap pelanggan karena kepuasan pelanggan nomor satu bagi kami. Kemudian untuk prosedur pembelian barang bisa langsung ke toko atau dm melalui *instagram* jika mau keep barang. Tapi

⁷⁰Wawancara dengan Saudari NDP di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya ,10-05-2019 pukul 12:36 WIB.

dalam waktu 1x24 jam barang tidak diambil maka akan kami jual ke orang lain.”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari NDP tentang lingkungan fisik terkait kondisi toko dan faktor yang mempengaruhi jumlah pengunjung. Berikut hasil wawancaranya :

“ Kalau masalah kondisi toko memang kami memilih toko yang besar tetapi harga sewa murah. Kemudian jika kondisi toko kami menyediakan kipas angin dan ruangan yang terbuka jadi lebih luas. Faktor yang mempengaruhi jumlah pengunjung salah satunya kalau cuaca lagi cerah aja sih. Karena kalau lagi hujan biasanya toko sepi pembeli.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa awalnya hanya sekedar iseng atau coba-coba karena disana orang menjual baju dengan harga yang lumayan mahal. Maka terpikir untuk menjual baju dengan harga yang murah dan kualitas yang bagus. Toko ini berdiri di Sampit April 2017 kemudian setelah berkembang dan laris maka membuka cabang di Palangka Raya dan Pangkalanbun. Kemudian untuk produk yang ditawarkan banyak mulai dari baju, sandal, sepatu, tas, jam tangan, dompet dan keperluan wanita lainnya dengan harga terjangkau dan kualitas baik.

Dari wawancara juga diketahui bahwa Jumlah karyawan yang bekerja hanya 3 orang saja. Tetapi ada orang kepercayaan yaitu yang sudah paling lama bekerja yang mengatur semua atas perintah pemilik usaha (*owner*). Selain itu, berdasarkan wawancara diatas, diketahui bahwa syarat menjadi karyawan di toko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya harus jujur, tanggap dan bisa berkomunikasi baik dengan yang lain, murah

senyum terhadap pelanggan karena kepuasan pelanggan merupakan nomor satu. Untuk promosi yang dilakukan melalui sosial media yaitu instagram.

2. Karyawan toko baju murah Semua 50 ribu Palangka Raya

Berikut adalah identitas subjek pertama karyawan toko baju murah

Semua 50 ribu Palangka Raya yang pertama penulis wawancara :

Nama : W
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Umur : 22 tahun
 Jabatan : Karyawan

Berikut hasil wawancara yang di dapat penulis mengenai perihal sejak kapan dan bagaimana awalnya mbak W mulai bekerja di Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya⁷¹ :

“ Saya bekerja di Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya sudah 1 tahun 2 bulan. Kebetulan saya dikasih tau temen saya kalau disini ada lowongan, ya langsung aja daftar langsung kesini, diwawancarai dan alhamdulillah diterima sampai sekarang. Awalnya saya kerja di toko utama di Sampit, tapi sekarang di pindahkan ke cabang Palangka Raya. Kalo kerja disini enak sih mba, motor di sediakan, tempat tinggal juga di toko ini, tapi itu ya harus siap di tugaskan di cabang lain terus harus siap jauh dari orang tua.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak W tentang produk yang dijual dan harga yang ada di toko semua 50 ribu Palangka Raya. Berikut hasil wawancaranya :

“ Kalau produk yang dijual disini seperti baju, tas, sandal, sepatu, jam tangan, dompet, gamis-gamis, rok yang pasti punya cewe semua. Untuk produk yang diminati paling banyak baju

⁷¹Wawancara dengan Saudari W di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya ,09-05-2019 pukul 15:40 WIB.

sih karena kan kalau baju pasti pasti ada datang terus tiap hari, sedangkan kalau tas dan sepatu belum tentu datang setiap hari. Terus kan kalau baju pasti selalu ganti modelnya mengikuti *trend fashion*. Untuk harga yang diberlakukan sama owner sih standar aja malahan lebih murah dari harga pasaran, karena sebagian baju ada yang di produksi sendiri dan sebagian beli sama agen. Tetapi walaupun murah kualitasnya gak murahan kok mba. Kalo untuk strategi penetapan harga kurang tau oleh saya cuman mengikuti perintah owner yaa mba, karena saya disini kan cmn sebagai karyawan saja.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak W tentang lokasi yang dipilih dan promosi yang dilakukan oleh toko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya. Berikut hasil wawancaranya :

“ Lokasi nya menurut saya pas aja ya mba, oleh dekat sama kampus jadi mahasiswa kadang kalau pulang ngampus sering mampir kesini melihat-lihat koleksi terbaru yang kita jual. Soalnya kemarin tu ada buka cabang di Kapuas karena lokasinya kurang strategis jadi sepi pembeli dan akhirnya sekarang tutup tokonya. Untuk promosi kami memakai sosial media seperti instagram. Menurut saya instagram itu penting banget buat promosikan barang kita karena anak jaman sekarang pasti punya instagram jadi lebih memudahkan kami dalam memasarkan produk. Kami juga punya akun tokopedia dan shopee tapi karena pengikutnya masih sedikit jadi belum rame pembeli. Kami juga melayani pembelian untuk dikirim ke luar kota dan ongkirnya di bayar di tempat atau COD.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak W tentang pembagian kerja setiap karyawan di Toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya.⁷²Berikut hasil wawancaranya :

“Di toko ini kan jumlah karyawannya ada tiga orang yaa. Jadi pembagian kerjanya disini itu kalau shift pagi itu karena dia cuman jaga sendirian jadi tugasnya membongkar barang. Terus yang shift siang tugasnya memfoto produk yang baru datang, mereview produk dan mengupload ke sosial media. Kemudian satu orang lagi tugasnya jadi kasir. Jadi orang yang paling lama

⁷²Wawancara dengan Saudari W di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya ,09-05-2019 pukul 15:40 WIB.

kerja disini itu yang dipercaya menjadi kasir sama owner. Tapi tugas kami fleksibel aja, saling membantu kalau ada yang perlu dibantu. Karena kami disini cuman bertiga kadang juga kewalahan melayani pembeli yang saking banyaknya.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak W tentang keunggulan pelayanan yang diberikan oleh toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya . Berikut hasil wawancaranya :

“Kalau masalah keunggulan pelayanan gak ada sih yaa, cuman kami selalu mengutamakan kepuasan pelanggan. Karena kalau pelanggan merasa puas dengan apa yang dibeli maka mereka akan kembali lagi kesini untuk belanja.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak W tentang kondisi atau suasana yang di berikan Toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya⁷³ . Berikut hasil wawancaranya :

“Kondisi toko ini lumayan besar aja, cuman karena isinya penuh jadi terlihat sempit. Kalau pas lagi ramai-ramainya memang sempit. Terus tempat parkirnya juga luas apalagi sekarang toko sebelah kosong jadi lebih lebar. Kalau dulu kan atap terasnya belum di lebarkan jadi mungkin ada yang sulit nemuin tokonya, tapi sekarang kan lebih luas terasnya dan spanduk toko juga warna nya cerah mencolok jadi kalau orang lewat otomatis langsung kebaca aja tulisannya.”

Berdasarkan dari wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa awal mula W bekerja di toko ini karena ada informasi lowongan pekerjaan dari teman dan sampai sekarang sudah bekerja selama 1 tahun 2 bulan. Kemudian produk yang paling diminati baju karena selalu datang model terbaru setiap hari dan harga yang ditawarkan standar saja bahkan lebih murah dari harga pasaran. Lokasi yang dipilih sudah tepat

⁷³Wawancara dengan Saudari W di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya , 09-05-2019 pukul 15.40 WIB.

dan promosi melalui instagram juga dilakukan, melalui aplikasi online seperti shopee dan tokopedia tetapi belum banyak peminatnya. Pembagian kerjanya shift pagi membongkar barang dan shift siang foto produk lalu mengupload ke instagram. Keunggulan pelayanan selalu mengutamakan kepuasan pelanggan dan kondisi toko terlalu penuh jadi terlihat sempit.

Berikut adalah identitas subjek kedua karyawan toko baju murah Semua 50 ribu Palangka Raya yang pertama penulis wawancara :

Nama : AL
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Umur : 19 tahun
 Jabatan : Karyawan

Berikut hasil wawancara yang di dapat penulis mengenai perihal sejak kapan dan bagaimana awalnya mbak AL mulai bekerja di Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya⁷⁴ :

“Aku kerja disini baru aja mba, baru 10 bulan. Awalnya bisa kerja disini karena diajak sama teman yang lebih dulu kerja disini katanya lagi ada lowongan, yaudah deh nyoba daftar dan akhirnya kerja disini. Kalau untuk persyaratannya cuman ijazah SMA aja.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan produk yang di jual dan harga yang ada di Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya. Penuturan mbak AL sebagai berikut :

⁷⁴Wawancara dengan Saudari AL di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya ,09-05-2019 pukul 16:30 WIB.

”Produk yang dijual disini banyak mba, mulai dar baju, tas, mukena, sandal, sepatu dan harga nya juga beragam mulai dari yang murah sampe standar. Tapi walaupun harganya murah jangan di tanyakan lagi kalau soal kualitas, kami pasti berikan yang terbaik karena kalau kita jual barang bagus otomatis pelanggan bakal balik lagi kesini.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak AL tentang lokasi yang dipilih dan promosi yang dilakukan toko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya. Berikut hasil wawancaranya :

“Menurut saya lokasi yang dipilih sudah strategis karena lokasinya yang dekat sama kampus, terus peminatnya memang lebih banyak dari mahasiswa gitu. Kemudian untuk promosi kami menggunakan instagram, kan kami setiap orang sudah ada pembagian kerjanya. Tapi karena setiap hari banyak barang datang, jadi kami saling bantu aja. Kalau sudah selesai bongkar barang baru selanjutnya review barang dan upload ke instagram.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak AL tentang pembagian kerja setiap karyawan di Toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya. Berikut hasil wawancaranya :

“Pembagian kerjanya gak ada sih mba, paling saling bantu aja satu sama lain. Tapi kalau shift pagi kan sendiri memang kadang sering kesusahan juga, karena shift pagi kan tugasnya bongkar barang tapi kadang sambil melayani pembeli juga. Kalau pagi sampai siang itu kan masih sepi pembeli jadi capenya cuman bongkar barang aja, tapi kalau udah agak sore pasti ramai pelanggan makanya yang jaga 2 orang dan itu juga kadang masih kurang bantuan.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak AL tentang keunggulan pelayanan yang diberikan oleh toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya . Berikut hasil wawancaranya :

“Keunggulannya yaa kami selalu memberikan yang terbaik, bersikap ramah sama pembeli karena pembeli itu diibaratkan raja yang harus di hormati dan diberikan pelayanan yang

terbaik. Owner juga selalu memberi masukan sama kami untuk jangan lupa senyum sama pelanggan karena kepuasan pelanggan itu kepuasan tersendiri juga bagi kami.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak AL tentang kondisi atau suasana yang di berikan Toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya⁷⁵. Berikut hasil wawancaranya :

“Kondisi toko yaa seperti ini cukup besar lah yang pastinya cukup untuk semua barang. Terus untuk penempatannya juga kami susun supaya toko gak kelihatan sempit. Jadi di sebelah kanan itu bagian baju, rok celana gitu, terus sebelah kiri bagian sepatu dan sandal, terus bagian tengah isinya tas dan baju tunik. Jadi lebih memudahkan pembeli juga untuk memilih-milih barang gak harus muter-muter karena sudah di susun. Kami juga menyediakan untuk tempat mencoba pakaian dengan maksimal barang yg di coba hanya 3 potong. Takutnya kalau enggak di batasin jumlah barang yang boleh di coba di ruang ganti nanti kelamaan kasihan sama pelanggan lain yang nunggu.”

Berdasarkan dari wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa awal mula AL bekerja di toko ini karena diajak teman dan sudah bekerja selama 10 bulan. Kemudian kelebihan produk yang dijual adalah harganya murah dan kualitasnya bagus, untuk lokasi yang dipilih sangat strategis dan promosi yang digunakan melalui instagram. Pembagian kerjanya tidak ada, saling bantu aja satu sama lain. Masalah pelayanan selalu memberikan yang terbaik serta ramah dan kondisi toko cukup besar untuk menampung semua barang dan penempatannya juga di susun agar terlihat luas.

Berikut adalah identitas subjek ketiga karyawan toko baju murah Semua 50 ribu Palangka Raya yang pertama penulis wawancara⁷⁶ :

⁷⁵Wawancara dengan Saudari AL di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya , 09-05-2019 pukul 16.30 WIB.

Nama : RK
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 19 tahun
Jabatan : Karyawan

Berikut hasil wawancara yang di dapat penulis mengenai perihal sejak kapan dan bagaimana awalnya mbak RK mulai bekerja di Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya :

“Saya bekerja disini baru 8 bulan, baru aja beberapa bulan lalu. Dan syaratnya buat kerja disini tu yang penting jujur, ramah sama pelanggan dan harus berhijab. Awalnya lihat ada lowongan kerja di toko ini lewat sosial media terus saya penuhi persyaratannya kemudian di interview sama ownernya dan diterima kerja sampai sekarang.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan produk yang di jual dan harga yang ada di Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya. Penuturan mbak RK sebagai berikut :

“Banyak pembeli yang saya layani puas dengan produk dan barang yang dijual di toko kami, karna tidak hanya kualitas yang bagus tetapi harganya pun tidak mahal, harganya masih bisa diatasi kantong masyarakat menengah ke bawah, tetapi bisa menikmati barang dengan kualitas bagus. Walaupun harga murah tapi kualitasnya tidak murahan seperti baju-baju yang di obral di pasaran. Barang yang kami jual juga dijamin barang baru bukan barang bekas atau *second* jadi jangan khawatir.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak RK tentang lokasi yang dipilih dan promosi yang dilakukan toko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya. Berikut hasil wawancaranya :

⁷⁶Wawancara dengan Saudari RK di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya ,10-05-2019 pukul 13:30 WIB.

“Lokasinya udah pas aja karena dekat sama kampus jadi mahasiswa sering belanja kesini. Apalagi anak kuliah zaman sekarang pasti selalu *up to date* dalam hal fashion. Mereka pasti milih harga yang murah dan barang selalu mengikuti zaman. Untuk promosi kami pakai instagram aja karena lebih memudahkan kami untuk memasarkan produk dan memberi tahu ke mereka kalau ada barang baru yang datang.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak RK tentang pembagian kerja setiap karyawan di Toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya.

Berikut hasil wawancaranya :

“Masalah pembagian kerja itu di bagi dua shift. Kalau shift pagi itu satu orang aja terus shift sore itu dua orang. Salah satu karyawan disini kan ada yang tinggal di toko yaa jadi yang tugas shift pagi itu pasti yang tinggal di toko jadi dia yang buka dan beres-beres tokonya. Terus yang lain masuk shift siang. Tapi kalau tinggal di toko ini di sediakan kendaraan sama ownernya, kalau yang gak tinggal di toko pakai kendaraan pribadi aja.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak RK tentang keunggulan pelayanan yang diberikan oleh toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya.⁷⁷ Berikut hasil wawancaranya :

“Salah satu keunggulan pelayanan yang kami berikan adalah menyediakan barang sesuai dengan trend atau model terbaru. Jadi gak perlu takut ketinggalan jaman. Pembeli tetap bisa mengikuti model pakaian terbaru dengan harga yang terjangkau tanpa menguras kantong. Kami selalu mengutamakan kepuasan pelanggan dengan selalu memberikan barang yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak RK tentang kondisi atau suasana yang di berikan Toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya⁷⁸

. Berikut hasil wawancaranya :

⁷⁷Wawancara dengan Saudari RK di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya ,10-05-2019 pukul 13:30 WIB.

⁷⁸Wawancara dengan Saudari RK di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya , 10-05-2019 pukul 13.30 WIB.

“Kondisi toko ini standar aja masih bisa menampung jumlah pembeli walaupun katang waktu lagi ramai memang sempit dan pembeli kurang leluasa milih barang. Toko kita kan ruangan terbuka jadi sirkulasi udaranya bebas dan gak sumpek. Tempat parkirnya luas dan memadai kalau pas lagi ramai-ramainya pembeli datang asal mereka parkir dengan rapi.”

Berdasarkan dari wawancara di atas, maka dapat diketahui bahwa perekrutan karyawan di Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya harus memiliki ijazah SMA, belum menikah dan siap di tugaskan di cabang. Syarat lainnya mengutamakan pada keterampilan, kedisiplinan, keuletan dan kejujuran dalam bekerja. Perekrutan karyawan-karyawan biasanya hanya berawal dari dikenalkan keluarga atau diajak teman yang lebih dahulu bekerja di Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya. Untuk pembagian pekerjaannya dibagi dua shift. Shift pertama jam 09.00 – 15.00 kemudian shift kedua jam 15.00-21.00.

Kemudian untuk produk yang dijual diantaranya baju, tas, sandal, sepatu, jam tangan, dompet, gamis-gamis, rok dan keperluan wanita lainnya. Untuk produk yang diminati tidak menentu karena disesuaikan dengan produk yang paling baru datang maka produk itu yang di beli langsung oleh pelanggan.

3. Pelanggan toko baju murah Semua 50 ribu Palangka Raya

Berikut adalah identitas subjek pertama pelanggan toko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya yang pertama penulis wawancara :

Nama : NJ
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 22 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada mbak NJ Pelanggan Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya terkait dengan bagaimana awal mula mengetahui tentang toko ini dan alasan memilih berbelanja di toko ini.⁷⁹ Penuturan mbak NJ sebagai berikut :

“Jadi awal tahu toko semua 50 ribu itu karena memang setiap hari sering lewat setiap ke kampus atau misalkan main ke tempat keluarga. Terus *bannernya* tulisannya cukup besar jadi cukup menarik orang ketika lewat langsung kebaca sih waktu lewat. Akhirnya coba-coba ya masuk ke dalam. Alasannya beli di sini ya awalnya tertarik kok ada ya baju 50 ribu kok bisa murah banget gitu kan, biasanya atasan-atasan kita beli di pasaran atau online itu minimal 90ribu-95ribu, kok ini bisa 50 ribu dan kualitas bahannya biasa kan kalo murah ya sesuai aja dengan kualitas bahannya yang gak terlalu bagus gitu kan. Kalo yang ini sih sama aja kualitasnya sama kaya yang di pasaran bahannya bagus juga, gak transparan kita kan biasanya sebagai muslimah takut bahannya tipis atau transparan dan ternyata di toko ini bahannya bagus-bagus dengan harga yang murah.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak NJ tentang kelebihan produk yang di jual dan harga jual yang ditawarkan ditoko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya. Berikut hasil wawancaranya :

“Kelebihannya produk yang dijual salah satunya produk yang dijual *up to date* selalu mengikuti *trend fashion* masa kini jadi memudahkan sekali. Apalagi kita atau saya pribadi sebagai cewe-cewe pasti selalu pingin mengikuti setiap model baju yang lagi nge-trend. Kalau dari harga sangat terjangkau sesuai kantong mahasiswa walaupun harganya murah tapi kualitasnya gak murahan.”

⁷⁹Wawancara dengan Saudari NJ di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya ,11-05-2019 pukul 11:00 WIB.

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan tempat dan promosi yang dilakukan di Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya. Penuturan mbak NJ sebagai berikut :

”Lokasinya menurut saya sudah pas aja apalagi dekat sama kampus. Kalo saya memang setiap hari kalau ke kampus pasti lewat jalan ini jadi yaa kadang juga mampir kalo sekalian pulang. Mereka ini kan promosi lewat akun *instagram* jadi kita itu tahu kadang kalo barang baru datang mereka *story*. Kadang kita kesana takut barangnya gak ada yang kita suka kan disana, jadi kalo kita sudah cek dulu di *instagram*nya jadi kita sudah tahu yang mana sih yang kita pingin beli, kadang memang cepet banget sih habisnya, dia baru update tau-tau kalo kita lambat dikit udah gak ada barangnya. Jadi penting banget sih *instagram* ini. Jadi alasannya suka belanja disini karena murah dan sesuai kantong mahasiswa tapi bahan-bahannya juga gak murahan gitu. Kalau dari segi promosi aku rasa mereka kurang update, cara update mereka kurang menarik sih. Bahkan aku jarang melihat update nya di *instagram*, entah aku yang jarang lihat atau memang mereka yang kurang update aku kurang tahu. Terus jarang juga ngadain *giveaway* gitu, padahal kan anak muda zaman sekarang suka banget sama *giveaway*, di samping itu salah satu strategi promosi tepat yang menarik pelanggan.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan kinerja karyawan dan pelayanan yang diberikan di Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya.⁸⁰ Penuturan mbak NJ sebagai berikut :

“Untuk pelayanan di toko ini menurut saya kurang lebih aja sih sama pelayanan di toko-toko lainnya. Misalnya kita udah yakin mau beli apa terus kita bawa ke meja kasir bayar gitu. Cuman menurut saya kalau untuk pelayanannya kurang ramah sih gitu. Kaya judes gitu, kalau kita mau bayar ngomong sama dia langsung dia sebut totalnya. Lebih baik menurut saya mereka bisa lebih ramah sama pembeli yaa ada basa-basinya lah misalnya gini totalnya 3 item yaa kak jadi semua 150 ribu, kalau gitu kan jadi lebih ramah. Tapi disini gak ada senyum-senyumnya kita kan sebagai pembeli suka orang yang murah senyumlah enak di pandang gitu sih kalau menurut saya,

⁸⁰Wawancara dengan Saudari NJ di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya ,11-05-2019 pukul 11:00 WIB.

kurangnya yaa kurang ramah tapi kita memang kadang pembawaan seseorang itu berbeda-beda, mungkin memang bawaan orangnya begitu.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan kondisi atau suasana ketika berbelanja di Toko Baju Toko Baju Semua 50 ribu Palangka Raya.⁸¹ Penuturan mbak NJ sebagai berikut :

“Kalau kondisi toko nya menurut saya besar sih, cukup nyaman juga untuk pembeli cuman kalau memang lagi keadaannya ramai memang agak susah kita mau milih kesana agak susah lewatnya gitu. Karena posisi di kanan kiri ada rak baju, kemudian di tengah ada rak sepatu. Jadi kadang kita harus nyempil-nyempil gitu misalkan kita mau balik kesana ada pelanggan lain. Kalau keadaannya tidak ramai yaa menurut saya cukup besar sih tokonya cuman kalau pas lagi rame jadi kurang leluasa. Tapi menurut saya untuk penataannya agak kurang rapi sih jadi kayak kelihatannya kurang enak mencarinya, karena kesana kemari barangnya. Tapi untuk tempat parkirnya luas yaa karena letak toko yang tidak terlalu dekat dari jalan raya jadi lebih lebar dan muat untuk banyak motor pelanggan yang datang.”

Berdasarkan dari wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa awal mula NJ mengetahui tentang toko ini karena memang setiap hari melewati jalan ini. Kemudian kelebihan produk yang dijual adalah produk yang *uptodate* dan harga yang sangat terjangkau, untuk lokasi yang dipilih sangat strategis dan promosi yang digunakan kurang menarik dan jarang update. Kinerja karyawan kurang lebih dengan toko lain tetapi pelayanan yang diberikan kurang ramah dan terkesan cuek. Kondisi toko cukup besar dan nyaman tetapi ketika ramai kurang leluasa dalam memilih.

⁸¹Wawancara dengan Saudari NJ di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya , 11-05-2019 pukul 11:00 WIB.

Berikut adalah identitas subjek kedua pelanggan toko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya yang pertama penulis wawancara :

Nama : NY
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 32 tahun
Pekerjaan : Pedagang

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada Pelanggan Ibu NY Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya terkait dengan bagaimana awal mula mengetahui tentang toko ini dan alasan memilih berbelanja di toko ini. Penuturan Ibu NY sebagai berikut :

“ Awalnya dek saya tahu toko ini gara-gara di ajak sama anak saya untuk ke sini, terus anak saya bilang kalau barang-barang di toko ini harganya murah dan kualitasnya ga kalah sama yang dijual di pasaran. Habis itu saya datang ketoko ini ternyata barangnya memang beneran bagus terus harganya juga murah-murah. Terus saya kan sebagai pedagang baju juga, jadi sering belanja disini buat dijual lagi. Karena kalau dihitung-hitung harganya kurang lebih aja sama yang dijual diluar Palangka daripada saya jauh-jauh belanja ke luar kota mending saya belanja di toko ini aja. Dulu saya kalau belanja sering ke Banjarmasin, tapi karena disini ada toko murah jadi sekarang lebih sering belanja kesini daripada ke Banjarmasin.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan keunggulan produk yang dijual dan harga jual yang di tawarkan di Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya.⁸² Penuturan Ibu NY sebagai berikut :

“Kalau yang saya suka salah satunya yang pasti harganya murah, jadi saya sebagai pedagang gak bingung lagi untuk

⁸²Wawancara dengan Saudari NY di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya ,11-05-2019 pukul 12:30 WIB.

menjual bajunya. Kemudian model baju yang dijual selalu mengikuti musim atau trend masa kini. Apalagi kita sebagai pedagang baju pasti harus selalu mengikuti trend kalau kita ketinggalan pasti nanti pelanggan gak tertarik belanja di toko kita. Kadang saya juga bingung kok bisa ditoko ini menjual baju dengan harga yang sangat murah apa mereka gak rugi yaa. Soalnya emang beneran murah-murah banget. Terus kalo belanja minimal 500.000 dapat diskon 3000/pcs baju jadi tambah murah lagi.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan tempat dan promosi yang dilakukan di Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya. Penuturan Ibu NY sebagai berikut :

“Untuk tempatnya masih bisa dijangkau walaupun agak jauh dari rumah saya, kalau bisa buka cabang lagi yang dekat dari rumah. Kalau promosinya saya selalu cek di instagram kalau ada barang baru jadi misalkan di toko saya lagi banyak barang kosong, saya belanja ke toko ini.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan kinerja karyawan dan pelayanan yang diberikan di Toko Baju Toko Baju Semua 50 ribu Palangka Raya. Penuturan Ibu NY sebagai berikut :

“Saya kurang tahu kalau masalah kinerjanya yaa mba, yang saya tahu mereka baik dan ramah sama pelanggan. Saya kan selalu banyak kalau belanja disini jadi kadang saya kesusahan bawa barang ke motor, jadi kadang mereka bantu bawain ke motor. Walaupun Cuma hal kecil tapi itu merupakan suatu keunggulan juga dari toko yang lain, karena pelayanan yang nyaman akan membuat pelanggan senang dan akan sering berbelanja.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan kondisi atau suasana ketika berbelanja di Toko Baju Toko Baju Semua 50 ribu Palangka Raya.⁸³ Penuturan Ibum NY sebagai berikut :

⁸³Wawancara dengan Saudari NY di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya , 11-05-2019 pukul 12:30 WIB.

“Kondisinya lumayan besar tokonya mba, tapi kadang saya kepanasan karena kipas anginnya cuman ada satu dan itu juga gak terasa anginnya. Padahal kan saya pasti lama kalau belanja disini karena banyak beli barang kadang kurang nyaman karena kepanasan jadi gerah. Mungkin masukannya bisa di tambah lagi kipas angin atau AC kalau bisa. Terus lampunya juga kurang terang jadi agak susah bedain warnanya. Di toko ini juga bisa mencoba barang yang ingin di beli karena sudah di sediakan tempatnya untuk mencoba, biasanya kan kalau sudah mencoba jadi semakin yakin untuk membelinya.”

Berdasarkan dari wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa awal mula NY mengetahui tentang toko ini karena diajak oleh anak untuk berbelanja. Kemudian kelebihan produk yang dijual adalah harganya murah jadi masih bisa mendapat keuntungan jika untuk dijual kembali dan mendapat diskon ketika berbelanja dalam jumlah tertentu. Untuk lokasi yang dipilih masih bisa dijangkau walaupun agak jauh dan promosi melalui instagram. Karyawannya ramah dan suka menolong ketika banyak bawaan, tetapi fasilitas yang ditawarkan masih kurang lengkap.

Berikut adalah identitas subjek ketiga pelanggan toko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya yang pertama penulis wawancara :

Nama : R
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 22 tahun
Pekerjaan : Mahasiswa

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada mbak R Pelanggan Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya terkait

dengan bagaimana awal mula mengetahui tentang toko ini dan alasan memilih berbelanja di toko ini.⁸⁴ Penuturan mbak R sebagai berikut :

“Awal mula saya mengetahui tentang toko semua 50ribu itu dari ajakan teman. Kemudian saya lama-kelamaan dari instagram jadi saya sering lihat di instagram. Terus alasan saya berbelanja di sini karena yaa murah aja 50ribuan dan terus apa yang ingin dibeli ada. Karena banyak bahan yang kualitasnya bagus-bagus namun harganya tetap 50ribu gitu.

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak R tentang kelebihan produk yang di jual dan harga jual yang ditawarkan ditoko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya. Berikut hasil wawancaranya :

“Produk yang di jual di toko ini yaa banyak, macam-macam. Kualitas barangnya yaa lumayan lebih memuaskan dan sesuai dengan harganya. Terus barang-barang yang dijual di toko ini cukup *up to date* oleh saya sering cek di instagram juga kalaunya ada ngepost tentang baju atau apa itu sering sekali. Kalau masalah harga jual di toko ini wajar saja sih, tidak ada permasalahan. Karena harga segini kualitasnya juga segitu.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan tempat dan promosi yang dilakukan di Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya. Penuturan Mbak R sebagai berikut :

”Lokasi toko ini menurut saya sangat strategis karena kebanyakan disekitar toko tersebut banyak kos-kosan mahasiswa atau mahasiswi yang berkuliah di salah satu Universitas yang di dekat toko tersebut. Setahu saya promosi yang dilakukan toko ini lewat sosial media termasuk instagram kalau yang lainnya saya kurang tahu, mungkin ada cuman saya kurang tahu. Menarik aja sih promosi lewat sosial media karena semua orang apalagi anak kuliah pasti punya sosial media.”

⁸⁴Wawancara dengan Saudari R di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya ,12-05-2019 pukul 10:30 WIB.

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan kinerja karyawan dan pelayanan yang diberikan di Toko Baju Toko Baju Semua 50 ribu Palangka Raya. Penuturan mbak R sebagai berikut :

“Setahu saya karyawan di toko ini cuman ada 3 yaa yang sering saya lihat. Menurut saya jumlah karyawannya kurang untuk toko yang ramai seperti ini, mungkin untuk ke depannya bisa di tambah lagi jumlah karyawan supaya lebih efektif dalam melayani pembeli. Kalau pelayanannya ramah aja sih terus murah senyum sama pelanggan.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan kondisi atau suasana ketika berbelanja di Toko Baju Toko Baju Semua 50 ribu Palangka Raya.⁸⁵ Penuturan mbak R sebagai berikut :

“Kondisi tokonya menurut saya agak sempit karena kan barang yang di jual di toko ini banyak sekali, apalagi kalau pas lagi rame-ramenya pembeli kadang susah mau milih-milih barang jadi kurang leluasa. Terus tokonya agak gelap gitu kurang cahaya lampu. Padahal kan cahaya juga berpengaruh sama penglihatan ketika memilih barang.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas, diketahui bahwa strategi pemasaran toko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya menjual produk yang *up to date* mengikuti perkembangan musim dengan harga yang terjangkau. Lokasi yang dipilih juga strategis dan belum efektif dalam memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan produk yang dijual. Pelayanan yang diberikan sudah cukup baik dan kondisi toko yang memadai untuk pelanggan yang datang tetapi fasilitas yang ada belum cukup memenuhi kebutuhan pelanggan yang ada.

⁸⁵Wawancara dengan Saudari R di toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya , 12-05-2019 pukul 10:30 WIB.

E. Analisis Data

Strategi pemasaran toko baju serba harga murah Palangka Raya dan toko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya akan peneliti uraikan dalam sub bab ini. Adapun pembahasan dalam sub bab ini terbagi menjadi tiga kajian utama sesuai dengan rumusan masalah yaitu: *pertama*, Strategi pemasaran toko baju serba harga murah Palangka Raya. *Kedua* Strategi pemasaran toko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya. *Ketiga*, analisis perbandingan toko baju serba harga murah Palangka Raya dan toko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya.

1. Strategi Pemasaran Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya ditinjau dari beberapa aspek strategi bauran pemasaran yaitu, *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* yang akan di jelaskan sebagai berikut.

a. Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar guna mendapatkan perhatian untuk dimiliki, digunakan, dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan. Suatu produk dapat berupa suatu benda, jasa, dan keinginan lain untuk melukiskan sesuatu yang dapat memenuhi keinginan. Dalam toko baju serba harga murah Palangka Raya ini lebih menjual pakaian wanita (*fashion*) karena perkembangan *fashion* mengikuti perkembangan zaman dan selalu *update*.

Toko baju serba harga murah Palangka Raya menjual beberapa produk seperti baju, tunik, rok, celana, gamis, tas, jilbab, selimut dengan harga terjangkau dan kualitas baik yang tidak perlu diragukan lagi. Ukuran dalam produk ini hanya memiliki satu ukuran saja yaitu *all size* dengan jumlah *stock* yang terbatas. Toko baju serba harga murah Palangka Raya juga membuat ciri khas lain dengan menyamaratakan harga yang dijual dengan harga yang sama 50ribu, tetapi semakin berkembangnya toko ini harga yang dijual tidak lagi sama tetapi beragam sesuai dengan kualitasnya. Ciri khas ini yang membuat toko baju serba harga murah Palangka Raya berbeda dengan toko lain, dan produk pakaian ditoko ini selalu laris di serbu pembeli. Dengan ciri khas ini lah yang dapat meningkatkan penjualan produk pakaian yang ada di toko baju serba harga murah Palangka Raya.

b. Harga (*Price*)

Harga yaitu sejumlah uang yang diberikan sebagai nilai produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam menentukan suatu harga produk, perlu adanya pertimbangan seperti daya beli konsumen. Toko Serba Harga Murah menawarkan produk dengan harga yang sangat terjangkau. Harga produk yang ditawarkan kepada konsumen berkisar Rp. 10.000 – Rp.80.000. Toko serba harga murah juga memberikan pembayaran yang cepat dan mudah kepada konsumen. Setelah konsumen memilih produk yang akan dibeli, kasir akan langsung menghitung total pembelian dan menyusun produk ke dalam plastik

sesuai dengan jumlah produk yang dibeli oleh konsumen disertai dengan struk pembelian. Menurut tanggapan konsumen, toko serba harga murah memberikan harga yang sangat terjangkau dan memberikan pelayanan yang baik dan cepat dalam proses pembayaran.

Konsumen toko serba harga murah mendapatkan potongan harga dalam jumlah tertentu yaitu dengan minimal belanja sebesar Rp.500.000 selain pakaian maka akan mendapat potongan harga Rp.3000/pcs. Potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu dapat diterapkan oleh toko serba harga murah sebagai bagian dari kegiatan promosi agar konsumen tertarik untuk membeli produk dalam jumlah tertentu.

c. Tempat (*Place*)

Kemudahan dalam berbelanja juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen saat ini. Dimana konsumen mencari tempat belanja yang terjangkau baik dari segi harga maupun tempat dengan produk yang berkualitas. Produk yang telah dihasilkan oleh suatu perusahaan akan lebih berguna bagi konsumen apabila produk tersebut tersedia pada tempat dan dimana saja dibutuhkan. Toko baju Serba Harga Murah terletak di jalan bukit keminting Palangka Raya lokasi ini termasuk strategis karena terletak di dekat salah satu Universitas di Palangka Raya yang dilewati oleh berbagai kalangan masyarakat khususnya mahasiswa sehingga arus lalu lintas mendukung bukti untuk disinggahi.

Toko baju serba harga murah Palangka Raya merupakan cabang toko utama yang berada di Kotawaringin Timur Sampit. Kemudian setelah berhasil membuka cabang di palangka Raya dan mendapat respon positif dari pelanggan, toko ini kembali membuka cabang di Pangkalanbun untuk mempermudah para pelanggan yang dari berbagai macam kota berbelanja dengan harga yang terjangkau dengan kualitas yang baik.

d. Promosi (*Promotion*)

Kegiatan promosi perlu dilakukan oleh setiap industri untuk menginformasikan barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen agar produk dikenal, diketahui, dibutuhkan dan diminta oleh konsumen. Toko serba harga murah dalam memasarkan produk menggunakan sosial media dalam kegiatan promosi untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan. Dalam perkembangan zaman sekarang ini sosial media sangat berpengaruh besar dalam kegiatan promosi karena memudahkan dan menghemat biaya. Tetapi di dalam memasarkan produk harus disesuaikan dengan kondisi real dari barang yang dijual dan tidak boleh menipu. Karena jual beli apapun yang mengandung unsur penipuan dan pengelabuan termasuk ke dalam memakan harta dengan cara yang bathil. Sebagaimana dalam QS. An-Nisa ayat 29 yang berbunyi :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa ayat 29)⁸⁶

Aspek promosi yang diterapkan toko serba harga murah sudah dilakukan dengan benar dan tidak mengandung unsur menipu. Dalam memasarkan produknya juga sangat baik memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk yang dijual dengan memberikan informasi kepada pelanggan ketika datang barang baru. Para karyawan juga di tekankan untuk membuat review semenarik mungkin agar pelanggan yang melihat tertarik untuk datang berbelanja. Toko ini juga mengadakan promosi seperti *giveaway* setiap bulan berupa voucher belanja ratusan ribu dan hadiah menarik lainnya. Selain *giveaway* promosi lain yang dilakukan adalah memberikan hadiah gratis kepada pelanggan cukup dengan antri yang tertib selama persediaan masih ada. Strategi promosi yang digunakan cukup efektif untuk menarik minat pelanggan untuk berbelanja.

⁸⁶Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, h. 83.

e. Orang (*People*)

Membagi karyawan sesuai dengan kompetensi yang dimiliki agar kesesuaian atau kelancaran alur kerja dapat berjalan dengan baik. Melakukan pelatihan dan pengembangan kinerja karyawan juga perlu dilakukan agar menghasilkan produk yang lebih berkualitas. Agar pembagian kerja dapat dilakukan secara efektif maka setiap karyawan memiliki tugas dan kewajiban masing-masing. Hal ini sudah diterapkan di toko serba harga murah Palangka Raya dengan membagi setiap karyawan pada keahliannya masing-masing. Setiap karyawan ada yang bertugas menjadi kasir, pramuniaga dan marketing. Pembagian kerjanya dibagi sesuai dengan tim dalam shift kerja, pada shift pagi sebanyak 4 orang dan shift siang sebanyak 4 orang.

f. Proses (*Process*)

Karyawan dari toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya dituntut untuk selalu ramah, sopan, rapi dan mampu bekerja sesuai dengan tugas yang telah dibagi sehingga dapat memberikan kenyamanan kepada pelanggan. Karyawan yang ramah, sopan dan rapi sangat diperlukan dalam melayani pelanggan, karena karyawan dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali. Hal lain yang dilakukan karyawan toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya adalah harus mengetahui ketersediaan produk, harga produk dan juga hal lainnya yang berhubungan dengan produk.

Selain itu ketelitian dalam melayani pelanggan juga sangat dituntut kepada karyawan toko baju serba harga murah Palangka Raya dan mereka juga harus selalu siap menanggapi segala keluhan konsumen yang ada. Selain itu karyawan juga selalu dituntut untuk berusaha berbaur dengan pelanggan dengan tujuan agar terjalin keakraban antara penjual dan pembeli dan agar pelanggan bisa memberikan persepsi yang baik kepada pelanggan yang lain.

g. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Strategi bauran pemasaran aspek *physical evidence* / lingkungan fisik berhubungan dengan suasana, lokasi usaha dan lingkungan sekitar toko. Sebuah usaha yang memiliki lingkungan fisik yang baik mencerminkan bagaimana sebuah toko menjaga dan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen. Lingkungan fisik yang diberikan kepada konsumen sudah cukup baik. Toko serba harga murah Palangka Raya telah memberikan kemudahan kepada konsumen yang membeli dan memilih produk langsung di toko Toko serba harga murah Palangka Raya dengan menyediakan produk beserta nama dan harga produk.

Tampilan Toko serba harga murah Palangka Raya juga tertata dengan rapi dan menarik dengan warna dinding putih membuat ruangan tampak lebih segar. Tetapi karena produk yang dijual sangat banyak ditambah dengan pelanggan yang berbelanja selalu ramai terkadang pelanggan merasa kurang leluasa untuk memilih produk karena harus

desak-desakan. Kemudian Toko serba harga murah Palangka Raya dilengkapi dengan kamera *CCTV* yang berada di dalam dan parkir. Toko serba harga murah Palangka Raya juga dilengkapi dengan pendingin ruangan (*AC*) ditambah dengan kipas angin yang membuat konsumen lebih nyaman berada di Toko serba harga murah Palangka Raya. Ada satu hal yang sangat di sayangkan oleh pelanggan karena toko ini sekarang tidak dilengkapi ruangan untuk mencoba pakaian yang ingin dibeli.

Berdasarkan teori karakteristik pemasaran dalam ekonomi Islam yang meliputi, Ketuhanan (*Rabbaniyah*), Etis (*Akhlaqiah*), Realistis (*Al-Waqi'yyah*) dan Humanitis (*Insaniyyah*) bahwa strategi pemasaran yang dilakukan toko Serba Harga Murah Palangka Raya adalah sebagai berikut sebagai berikut.

a. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Dalam prinsip ini toko Serba Harga Murah menunjukkan sifat kereligiannya dalam menjalankan usahanya. Sifat religius yang diterapkan yaitu sifat kejujuran dan menjalankan apa yang diperintahkan Allah SWT salah satunya kewajiban setiap perempuan yaitu menutup aurat. Hal ini dapat terlihat dari semua karyawan yang bekerja menggunakan hijab dan menutup aurat dengan baik. Beberapa produk yang dijual juga ada seperti gamis syari'i yang dilengkapi dengan niqab.

b. Etis (*Akhlaqiyyah*)

Dalam prinsip ini menunjukkan sifat akhlak (moral dan etika) dalam menjalankan usahanya. Sifat yang diterapkan yaitu salah satunya ramah tamah kepada semua pelanggan. Cepat dan tanggap dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang datang. Karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang diajarkan oleh semua agama di dunia. Karena itu, sudah sepatutnya akhlak dapat menjadi panduan bagi seorang dalam mencari rezeki.

c. Realistis (*Al-Waqi'iyah*)

Dalam prinsip ini toko Serba Harga Murah menunjukkan sifat yang tidak kaku atau fleksibel dalam menjalankan usahanya. Tidak fanatik terhadap sesuatu hal, selagi hal tersebut masih dalam koridor kebenaran. Hal ini menjadi salah satu prinsip yang dijalankan Toko Serba Harga Murah yaitu tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan bahkan lebih sedikit dari orang pada umumnya. Walaupun demikian toko Serba Harga Murah tetap memiliki pelanggan yang semakin hari semakin banyak.

d. Humanistis (*Al-Insaniyyah*)

Dalam prinsip ini menunjukkan sifat berbagi antar sesama. Berbagi yang dilakukan toko Serba Harga Murah adalah sedekah dengan memberikan makan siang gratis kepada pelanggan yang datang pada jam yang telah ditentukan tanpa syarat apapun. Kemudian juga memberikan 1000 hadiah gratis kepada pelanggan

setelah melakukan renovasi toko cukup dengan antri yang rapi maka sudah bisa mendapatkan hadiah gratis. Dengan hal tersebut maka ada dua hal yang bisa didapatkan yaitu promosi dan saling berbagi. Karena jika bersedekah maka harta kita akan berkurang menurut perhitungan manusia, namun menurut perhitungan Allah SWT harta kita akan bertambah.

2. Strategi Pemasaran Toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh toko baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya ditinjau dari beberapa aspek strategi bauran pemasaran yaitu, *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* yang akan di jelaskan sebagai berikut.

a. Produk (*Product*)

Strategi bauran pemasaran pada aspek produk merupakan segala sesuatu yang dipersiapkan untuk menyediakan produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk mempertahankan kualitas produk yang ditawarkan, toko baju semua 50 ribu menjual produk yang berkualitas dan sesuai dengan perkembangan zaman dan model fashion. Produk yang dijual mulai dari lokal ataupun import seperti tas, blouse, sandal, sepatu, gamis dan lain-lain. Beberapa produk ada yang dijual hanya pada saat musiman, seperti jilbab dan baju gamis hanya ada ketika mendekati bulan Ramadhan dan lebaran, sementara produk lain selalu *ready stock* di toko.

b. Harga (*Price*)

Berdasarkan dari hasil penelitian, harga barang yang ditetapkan di toko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya ini tidak terpengaruh dengan patokan harga toko-toko lain, toko ini memiliki patokan harga sendiri yang tidak merugikan atau membuat pelanggan kecewa. Toko Semua 50 Ribu Palangka Raya menyediakan barang yang berkualitas dengan harga yang terjangkau bahkan lebih murah dari harga umumnya. Sebagaimana dapat disimak dalam firman Allah Swt, dalam surah Al Maidah ayat 87:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تُحْرِمُوْا طَيِّبٰتِ مَآ اَحَلَّ اللّٰهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوْا ۗ اِنَّ
اللّٰهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِيْنَ ﴿٨٧﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. (QS. Al-Maidah ayat 87)⁸⁷

Penetapan harga yang ada di toko ini sudah di pertimbangkan matang matang oleh pemilik toko. Mereka berani mempertanggung jawabkan harga yang sudah ditetapkan diawal, dengan harga yang tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah tapi dengan kualitas yang baik toko tersebut berani bersaing dengan toko yang berskala modern. Potongan harga juga diberikan toko Semua 50 Ribu Palangka Raya yaitu dengan berbelanja Rp. 500.000 maka akan mendapat potongan harga Rp. 3000/pcs.

⁸⁷Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, h. 122.

c. Tempat (*Place*)

Strategi bauran pemasaran pada aspek place mencakup lokasi usaha dan pendistribusian produk kepada konsumen. Bagi konsumen lokasi usaha yang baik adalah lokasi yang letaknya strategis dan efisien. Hal ini perlu diperhatikan karena lokasi usaha yang strategis memudahkan jangkauan konsumen yang akan membeli produk dan bagi perusahaan dapat memperluas sasaran penjualan.

Toko Baju Murah Semua 50 ribu terletak di jalan Bukit Keminting Induk Ruko 5 Pintu no. 4 Palangka Raya. Letaknya yang berada persis di pinggir jalan besar yang merupakan akses menuju Universitas di kota Palangka Raya. Penambahan spanduk dengan warna yang mencolok dan dapat dibaca jelas dari pinggir jalan memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi tersebut. Dalam pendistribusian produk dilakukan dengan cepat dan tepat sesuai dengan pesanan konsumen, hal ini dilakukan untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap pelayanan barang keluar kota (*online*) yang diterapkan oleh toko semua 50 ribu Palangka Raya.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan suatu usaha perusahaan atau individu memberikan informasi dan mempengaruhi serta menarik konsumen secara langsung terhadap produk yang dihasilkan. Toko semua 50 ribu Palangka Raya menggunakan promosi dengan memanfaatkan media sosial seperti instagram untuk memasarkan produk. Tetapi menurut tanggapan

pelanggan masih kurang efektif dalam memasarkan produknya dan kurang *update* untuk memberikan informasi kepada pelanggan jika ada barang baru datang. Selain instagram toko semua 50 ribu Palangka Raya juga memanfaatkan aplikasi belanja online seperti *shopee* dan *tokopedia*. Tetapi karena pengikut dalam aplikasi belanja online tersebut belum terlalu banyak jadi promosi menggunakan sosial media lebih efektif. Toko semua 50 ribu Palangka Raya juga melayani pengiriman barang keluar kota dengan pembayaran COD (*Cash on Delivery*) jadi pembeli membayar ongkir di kota tujuan dan hal tersebut sangat memudahkan jika kita ingin berbelanja.

e. Orang (*People*)

Elemen *people* ini memiliki dua aspek, yaitu *service people* dan *costumer*. *Service people* dalam penelitian ini adalah para karyawan yang bekerja pada toko Semua 50 Ribu. Pelanggan menilai apakah para karyawan yang bekerja termasuk tenaga yang berkompeten atau tidak dan hasilnya para karyawan yang bekerja adalah tenaga yang kompeten. Jumlah karyawan yang terdapat pada toko Semua 50 ribu adalah 3 orang dengan pembagian kerja pada dua shift, yaitu shift pagi dan siang. Tidak ada pembagian kerja khusus hanya saling tolong menolong saja.

Costumer merupakan factor lain yang mempengaruhi hubungan baik yang ada diantara para pelanggan. Pelanggan dapat memberikan persepsi kepada pelanggan lain, tentang kualitas jasa yang pernah

didapatkannya dari perusahaan. Apabila pelanggan tersebut mengkonsumsi suatu produk, pasti memiliki suatu motivasi atau tujuan tersendiri agar pelanggan mengkonsumsi suatu produk tersebut.

f. Proses (*Proces*)

Elemen proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktifitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Kegiatan proses yang dilakukan toko semua 50 ribu Palangka Raya dalam melayani pelanggan yaitu sebagaimana toko pada umumnya. Melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan, membantu pelanggan apabila ada yang perlu dibantu, memuaskan pelanggan dengan membebaskan pelanggan memilih barang sesuka hati tanpa adanya gangguan, semua itu sangat diperhatikan oleh pihak toko semua 50 ribu Palangka Raya agar semua pelanggan merasa nyaman dan puas karena kepuasan pelanggan merupakan nomor satu bagi toko semua 50 ribu Palangka Raya. Tetapi menurut beberapa pelanggan ada yang menyayangkan karena beberapa karyawan yang bersikap kurang ramah bahkan terkesan cuek.

g. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Berdasarkan hasil dilapangan yang menemukan bahwa desain ruangan dari toko baju semua 50 ribu Palangka Raya didesain dengan gaya ruangan yang sederhana. Kemudian hanya beberapa fasilitas yang disediakan oleh pihak pemilik usaha yaitu kipas angin dan ruangan

untuk mencoba pakaian dilengkapi dengan cermin. Untuk menciptakan suasana yang enak kepada pelanggan dalam melayani harus ramah tamah, penuhi *kebutuhan* konsumen secara cepat dan tepat. Pada halaman untuk parkir kendaraan juga luas jadi bisa menampung banyak motor pelanggan ketika toko sedang ramai. Faktor pendukung lain yang masih kurang adalah mengenai cahaya atau lampu pada toko yang kurang terang.

Berdasarkan teori karakteristik pemasaran dalam ekonomi Islam yang meliputi, Ketuhanan (*Rabbaniyah*), Etis (*Akhlaqiah*), Realistis (*Al-Waqi'yyah*) dan Humanitis (*Insaniyyah*) bahwa strategi pemasaran yang dilakukan toko Semua 50 Ribu Palangka Raya adalah sebagai berikut sebagai berikut.

a. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Ketuhanan atau *rabbaniyah* adalah satu keyakinan yang bulat bahwa semua gerak gerak manusia selalu berada di bawah pengawasan Allah SWT. Oleh sebab itu, semua insan harus berperilaku sebaik mungkin, tidak berperilaku licik, suka menipu, mencuri milik orang lain suka memakan harta orang lain dengan jalan yang batil dan sebagainya. Hal ini sudah diterapkan toko Semua 50 Ribu Palangka Raya dengan bersikap jujur dalam melayani pelanggan.

b. Etis (*Akhlaqiah*)

Etis atau *akhlaqiyyah* artinya semua perilaku berjalan di atas norma etika yang berlaku umum. Bekerja secara profesional dan

luwes dalam bergaul. Hal ini juga berlaku terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yaitu bersikap ramah dan tanggap terhadap keperluan pelanggan. Akan tetapi hal ini masih belum maksimal dilakukan toko semua 50 ribu Palangka Raya karena beberapa pelanggan ada yang merasa karyawan yang bekerja kurang bersikap ramah dan terkesan cuek.

c. Realistis (*Al-Waqiyyah*)

Realistis atau *al-waqiyyah* yang artinya sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ngada apalagi yang menjurus kepada kebohongan. Semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita dan penuh kejujuran. Prinsip ini sudah diterapkan oleh toko semua 50 ribu Palangka Raya dalam memasarkan produknya sesuai dengan kenyataan dan tidak dilebih-lebihkan.

d. Humanitis (*Al-Insaniyyah*)

Humanitis atau *al-insaniyyah* yang artinya berperikemanusiaan, hormat menghormati sesama. Pemasaran berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik. Jangan sampai kegiatan pemasaran malah sebaliknya merusak tatanan hidup di masyarakat, menjadikan kehidupan bermasyarakat terganggu. Prinsip ini sudah diterapkan toko semua 50 ribu Palangka Raya dengan tidak bersikap serakah atau merugikan orang lain. Bahkan dengan adanya toko ini membantu masyarakat mendapatkan pakaian dengan harga yang terjangkau.

3. Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan Toko Baju Murah Semua 50 ribu Palangka Raya

Setelah mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan toko baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya ditinjau dari beberapa aspek strategi bauran pemasaran yaitu, *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*. Hasil analisis perbandingan yang diperoleh adalah sebagai berikut.

a. Produk (*Product*)

Dilihat dari produk yang ditawarkan oleh toko serba Harga Murah Palangka Raya dan toko Semua 50 Ribu Palangka Raya adalah sama yaitu : baju, celana, rok, sandal, sepatu, tas dan ada beberapa produk yang hanya dijual di salah satu toko saja. Tetapi setiap toko mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing.

Keunggulan atau kelebihan produk toko serba harga murah Palangka Raya pertama yaitu kelengkapan produk yang dijual dan produk yang selalu *up to date*. Dari sekian produk yang ditawarkan dengan harga yang terjangkau bahkan lebih murah dari harga pasaran pada umumnya. Hal ini yang menjadi daya tarik tersendiri di mata pelanggan dan menjadi ciri khas dari toko tersebut.

Keunggulan dan kelebihan produk pada toko semua 50 ribu Palangka Raya yaitu produk yang selalu *up to date* dengan harga yang

kurang lebih sama dengan toko serba harga murah. Ada beberapa produk yang hanya terdapat di toko semua 50 ribu yaitu selimut dan mukena sedangkan di toko serba harga murah tidak jual. Tetapi pelanggan lebih sering berbelanja baju di bandingkan selimut maka hal tersebut tidak berpengaruh terhadap penjualan di toko semua 50 ribu Palangka Raya. Produk yang ada di toko Serba Harga Murah lebih lengkap dan selalu ada sedangkan di toko semua 50 ribu Palangka Raya tidak demikian.

b. Harga (*Price*)

Untuk kebijakan harga, toko serba harga murah Palangka Raya dan semua 50 ribu Palangka Raya memberikan harga yang standar dan sangat terjangkau oleh semua masyarakat dan dapat menarik minat pembeli dengan mudah. Di dalam menentukan harga toko serba harga murah Palangka Raya dan semua 50 ribu Palangka Raya melihat mutu atau kualitas dan bentuk dari produk itu sendiri. Dimana jika produk yang berkualitas rendah maka akan dijual dengan harga yang rendah sedangkan jika produk yang berkualitas tinggi maka harganya juga akan tinggi.

Harga yang terdapat di toko Serba Harga mulai dari Rp. 10.000 s/d Rp. 80.000 sesuai dengan kualitas dan bahan produk tersebut tetapi ada beberapa barang yang harganya lebih dari yang ditentukan. Sedangkan di toko Semua 50 Ribu harga yang ditawarkan mulai dari Rp. 40.000 s/d Rp. 50.000 dan ada beberapa barang yang harganya

lebih dari harga yang ditentukan misalnya barang import tetapi tidak banyak. Masalah harga tidak terdapat perbedaan yang ada di toko serba harga murah Palangka Raya dan toko semua 50 ribu Palangka Raya. Semua harga yang ditawarkan tidak jauh beda bahkan sama di setiap produk yang ditawarkan.

c. Tempat (*Place*)

Lokasi dari toko serba harga murah Palangka Raya dan toko semua 50 ribu Palangka Raya dilihat dari pengamatan objek dan wawancara dengan para pelanggan adalah strategis, karena rata-rata hanya dibutuhkan waktu 5-10 menit dari kampus untuk mencapai tempat. Letak kedua toko ini berdekatan bahkan berada pada jalan yang sama.

Keunggulan toko serba harga murah palangka Raya yang pertama yaitu toko ini merupakan toko pertama di Palangka Raya yang menjual produk dengan menyamaratakan harga yaitu sama semua 50 ribu jadi kebanyakan orang lebih hafal dengan lokasi ini. Walaupun lokasi toko yang lumayan jauh dari salah satu kampus tetapi hal tersebut tidak mengurangi keinginan untuk berbelanja.

Sedangkan keunggulan toko semua 50 ribu Palangka Raya yaitu kemudahan akses menuju toko karena lokasi toko yang sangat dekat dengan salah satu universitas di Palangka Raya. Tetapi kebanyakan pelanggan menjadikan toko ini sebagai tujuan yang kedua karena di toko serba harga murah produk yang di sediakan lebih lengkap dan

selalu ada. Jadi ketika produk yang diinginkan tidak ada maka pelanggan baru mencari barang ke toko ini.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu dari bauran pemasaran yang tidak kalah penting dengan lainnya. Promosi merupakan proses penyampaian informasi kepada masyarakat untuk memperkenalkan produk-produk yang akan dijual. Hal ini dapat di lihat dari promosi yang dilakukan kedua toko yaitu Serba Harga Murah Palangka Raya dan semua 50 ribu Palangka Raya yaitu sama-sama melakukan promosi secara langsung dan melalui media sosial dengan tujuan untuk menarik minat konsumen sehingga produk yang dijual oleh toko Serba Harga Murah Palangka Raya dan semua 50 ribu Palangka Raya dibeli dan diketahui oleh semua orang di seluruh Indonesia.

Promosi yang dilakukan toko Serba Harga Murah lebih kreatif dan inovatif sehingga orang yang melihat tertarik untuk berbelanja. Penyampaian informasi tentang produk juga dilakukan dengan detail sehingga yang melihat langsung yakin untuk membelinya. Sedangkan pada toko Semua 50 Ribu Palangka Raya dalam hal promosi kurang memanfaatkan sosial media, promosi yang dilakukan terkesan kurang menarik dan biasa aja. Penyampaian yang dilakukan kurang detail hanya sebatas pemberitahuan barang yang ready stock saja.

e. Orang (*People*)

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pelanggan bahwa para karyawan yang bekerja di toko serba harga murah Palangka Raya dan toko semua 50 ribu Palangka Raya rata-rata telah terampil dan kompeten. Karena sebelum mereka siap bekerja mereka sudah melewati beberapa tahapan wawancara dan telah memenuhi kriteria yang ditentukan. Pada toko Serba Harga Murah memiliki 8 orang karyawan yang mana setiap karyawan memiliki tugas dan pekerjaan masing-masing setiap harinya karena sudah ditentukan sesuai dengan *team*. Jadi lebih terorganisir dan memudahkan dalam membagi sebuah tugas. Sedangkan pada toko Semua 50 Ribu Palangka Raya memiliki 3 orang karyawan dengan tidak ada pembagian kerja hanya saling tolong menolong satu sama lain. Jadi kurang terorganisir dan tidak efektif jika dilakukan dalam sebuah *team*.

f. Proses (*Process*)

Dengan pelayanan yang baik tentu pelanggan akan merasa senang, jika pelanggan senang berarti ia telah memperoleh kepuasan. Jika kepuasan telah dicapai maka pihak serba harga murah Palangka Raya dan semua 50 ribu Palangka Raya akan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan. Dalam hal pelayanan, terdapat persamaan yaitu konsumen dan produsen dapat bertatap muka secara langsung sehingga apabila ada keluhan yang disampaikan oleh konsumen, produsen dapat menyelesaikan permasalahan tersebut secara langsung. Pelayanan yang

diterapkan toko Serba Harga Murah yaitu ramah dan murah senyum terhadap pelanggan, tetapi ada salah satu pelanggan yang merasa kurang nyaman karena terlalu banyak karyawan jadi merasa terlalu diawasi dalam memilih produk. Sedangkan pada toko Semua 50 Ribu pelayanan yang diberikan sudah cukup baik, tetapi salah satu pelanggan ada yang menyayangkan bahwa karyawan bersikap kurang ramah dan terkesan cuek.

g. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Kondisi dari toko Serba Harga Murah Palangka Raya adalah terbatasnya lahan sehingga jika banyak pelanggan yang datang maka dapat dipastikan akan penuh sesak. Terbatasnya lahan parkir juga menjadi salah satu kekurangan dari toko Serba Harga Murah karena lokasi toko yang dekat dengan jalan raya. Tetapi fasilitas yang disediakan lengkap mulai dari AC, kipas angin dan dilengkapi dengan kamera CCTV. Sedangkan toko baju murah semua 50 ribu Palangka Raya memiliki luas toko yang lebih besar dan model toko yang terbuka. Jadi membuat kesan toko menjadi lebar dan lahan parkir juga lebih luas memadai untuk banyak motor atau mobil ketika sedang ramai pelanggan tetapi dalam hal fasilitas kurang memadai. Kesimpulan dari toko serba harga murah Palangka Raya masalah yaitu keterbatasan lahan tetapi memiliki fasilitas yang lengkap sedangkan toko semua 50 ribu Palangka Raya memiliki lahan yang lebih memadai tetapi kurang

dalam fasilitas yang kurang lengkap. Untuk penjelasan mengenai perbandingannya dapat dilihat melalui tabel berikut ini.

Tabel 4.1

Tabel hasil komparasi strategi pemasaran toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan toko baju murah Semua 50 Ribu Palangka Raya.

Analisis	Serba Harga Murah	Semua 50 Ribu
Produk	Lebih lengkap dan selalu ready stock	Kurang lengkap dan beberapa barang tidak selalu ready stock/musiman
Harga	10 ribu – 80 ribu	40 ribu – 50rb
Tempat	Jl. Bukit Keminting Ruko blok M Square terletak di dekat salah satu Universitas di Palangka Raya	Jl. Bukit Keminting Induk Ruko 5 Pintu no. 4 terletak di dekat salah satu Universitas di Palangka Raya
Promosi	Melalui media sosial, kreatif dan inovatif dalam memasarkan produk	Media sosial (Instagram, shopee, tokopedia) tetapi kurang menarik dalam memasarkan
Orang	8 Karyawan (Terorganisir dengan baik)	3 Karyawan (Kurang terorganisir)
Proses	Ramah dan tanggap dalam melayani pelanggan	Beberapa ada yang cuek dan kurang ramah
Bukti Fisik	Terbatasnya lahan tetapi fasilitas memadai	Fasilitas kurang memadai tetapi lahan cukup memadai

Sumber : Dibuat oleh peneliti

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam 7 aspek bauran pemasaran (7P) memiliki hasil yang sama antara lain mengenai harga yang ditawarkan dan pemilihan lokasi yang terdapat di

jalan yang sama. Sedangkan perbedaan meliputi kelengkapan produk yang dijual, promosi yang digunakan, pelayanan, karyawan yang berkompeten dan fasilitas yang memadai.

Berdasarkan teori karakteristik pemasaran dalam ekonomi Islam yang meliputi, Ketuhanan (*Rabbaniyah*), Etis (*Akhlaqiah*), Realistis (*Al-Waqi'yyah*) dan Humanitis (*Insaniyyah*) bahwa perbandingan strategi pemasaran yang dilakukan toko Serba Harga Murah dan toko Semua 50 Ribu Palangka Raya dijelaskan dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 4.2

Tabel hasil komparasi strategi pemasaran toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan toko baju murah Semua 50 Ribu Palangka Raya dalam persepektif Ekonomi Islam

Aspek	Serba Harga Murah	Semua 50 Ribu
<i>Rabbaniyah</i>	Religius dan jujur dalam berbisnis	Jujur dalam berbisnis
<i>Akhlaqiyyah</i>	Ramah dalam melayani pelanggan dan tolong menolong	Kurang ramah terhadap sesama
<i>Al-waqiyyah</i>	Tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan	Tidak berlebih-lebihan dalam memasarkan produk sesuai dengan kenyataan
<i>Al-Insaniyyah</i>	Sering berbagi terhadap sesama	Tidak serakah dan tidak merugikan orang lain

Sumber : Dibuat oleh peneliti

Berdasarkan hasil analisis diatas maka dapat disimpulkan bahwa Toko Serba Harga Murah memenuhi karakter utama pemasaran dalam Ekonomi Islam yaitu dengan menerapkan semua prinsip dengan baik. Sedangkan toko Semua 50 Ribu menerapkan tiga aspek dengan baik dan masih perlu pebaikan dalam hal pelayanan kepada pelanggan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penelitian yang telah peneliti uraikan tersebut, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Penerapan strategi pemasaran toko Serba Harga Murah Palangka Raya, dilihat dari aspek *product* yaitu produk lebih lengkap, mengikuti perkembangan model fashion dan selalu ada, aspek *price* yaitu harga yang terjangkau, aspek *place* yang mana lokasi dekat dengan pangsa pasar yaitu lingkungan kampus, aspek *promotion* memanfaatkan perkembangan zaman dan mampu memanfaatkan media sosial seperti Instragram dengan sangat baik, aspek *people* yaitu karyawan yang terlatih dan berkompeten, aspek *process* yaitu pelayanan yang ramah dan murah senyum dan aspek *physical evidence* yaitu masih harus ada perbaikan dan peningkatan secara berkala. Sedangkan berdasarkan analisis pemasaran dalam Ekonomi Islam toko Serba Harga Murah telah memenuhi karakter pemaasaran syariah yaitu menerapkan prinsip utama dalam pemasaran syariah diantaranya, Ketuhanan (*Rabbaniyyah*), Etis (*Akhlaqiyyah*), Realistis (*al-waqi'yyah*) dan Humanistis (*al-Insaniyyah*) dengan baik.
2. Penerapan strategi pemasaran toko Semua 50 Ribu Palangka Raya dilihat dari aspek *product* yaitu mengikuti perkembangan model fashion, aspek *place* yaitu lokasi dekat dengan pangsa pasar yaitu lingkungan kampus,

aspek *price* yaitu harga yang terjangkau, aspek *promotion* yaitu kurang dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram, aspek *people* yaitu karyawan yang kurang terlatih dan kurang berkompeten, aspek *proces* yaitu pelayanan yang kurang maksimal dan aspek *physical evidence* sudah baik karena luas toko yang memadai. Sedangkan berdasarkan analisis pemasaran dalam Ekonomi Islam toko Semua 50 Ribu telah memenuhi karakter pemasaran syariah yaitu menerapkan prinsip utama dalam pemasaran syariah diantaranya, Ketuhanan (*Rabbaniyyah*), Realistis (*al-waqi'yyah*) dan Humanistis (*al-Insaniyyah*) dengan baik, sedangkan dalam prinsip Etis (*Akhlaqiyyah*) masih perlu perbaikan lagi dalam hal pelayanan kepada pelanggan.

3. Analisis perbandingan strategi pemasaran toko baju Serba Harga Murah Palangka Raya dan toko baju murah Semua 50 Ribu Palangka Raya memiliki kelebihan dan kekurangan dalam beberapa aspek. Dari analisis 7P tersebut toko serba harga murah Palangka Raya lebih unggul dalam beberapa aspek yaitu aspek *product*, *promotion*, *people* dan *proces*. Sedangkan toko semua 50 ribu hanya unggul dalam aspek *physical evidence*. Tetapi dalam aspek *price* dan *place* tidak terdapat perbedaan karena harga yang ditawarkan kurang lebih sama dan alamat toko yang terletak pada jalan yang sama dekat dengan pangsa pasar. Jadi dapat disimpulkan bahwa toko Serba Harga Murah lebih unggul beberapa aspek dari pada toko semua 50 ribu Palangka Raya.

B. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian dan analisis penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Untuk memberikan rasa nyaman kepada pelanggan toko Serba Harga Murah dapat menambah luas toko agar pelanggan merasa leluasa dan tidak berdesak-desakan dalam berbelanja.
2. Untuk menarik minat pelanggan yang datang toko semua 50 ribu dapat membuat promosi yang lebih kreatif sehingga pelanggan yang datang bertambah banyak.
3. Mengingat betapa pentingnya strategi pemasaran dalam menarik minat konsumen terhadap toko fashion, maka saran penulis adalah hendaknya selalu meningkatkan pemasarannya sehingga dapat mencapai target yang lebih dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan maupun konsumen baru, dengan memberikan perhatian lebih karena suatu usaha akan semakin maju apabila didukung oleh banyaknya konsumen yang membeli produk yang dijualnya, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat akan segala pelayanan yang diberikan dalam membantu tercapainya kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Agus, Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta :Erlangga, 2012.
- Alma, Buchari, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung : Alfabeta, 2014.
- Amir, Taufiq, *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Anoraga, Panjdi, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta, 1997.
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2009.
- Bungin, Burhan , *Analisis data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003.
- Candra, Gregorius, *Strategi Program Pemasaran*, Yogyakarta : Andi Offset, 2002.
- Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, Surabaya : Mekar Surabaya, 2004.
- Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : BPFE, 2014.
- Hakim, Muhammad Azis, *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*, Jakarta : Renaisan,2002.
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- J. Supranta, Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*, Jakarta : Penerbit Mitra Wacana Media, 2011.
- Kertajaya, Hermawan, M. Syakir, *Syariah Marketing*, Bandung : Mizan Media Utama 2006.
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Rosdakarya, 2004.
- Rivai, Veithzal, *Islamic Marketing*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Steiner, George A., John B. Miner, *Kebijakan dan Strategi Manajemen*, Jakarta : Erlangga, 1997.

Sunyoto, Danang, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi dan Kasus*, Yogyakarta : CAPS (Center of Academic Publishing Service) 2012.

Tjiptono, Fandy, dkk, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta : Andi Offset, 2003.

Tjiptono F dan Diana A, *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*, J&J Learning Yogyakarta, 2012.

Usmara A., *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : Amara Books, 2003.

B. Skripsi

Dhurria Imama, penelitian yang berjudul, *Strategi Pemasaran Produk Pakaian dengan Sistem Online dan Offline di Toko Clarissa Grosir Fashion Gresik*, Skripsi : Surabaya, Jurusan Ekonomi, Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2015.

Khikmatun Khasanah, *Strategi Pemasaran Toko Pakaian Muslim Pasar Tradisional Menghadapi Toko Pakaian Muslim Modern*, Skripsi, Semarang : Jurusan Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2016.

Sabrina Sepfillo Christiani,, *Penerapan Bauran Pemasaran Pada Toko Pakaian Anugerah 1*, Skripsi : Surakarta, Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2009.

C. Internet

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, diambil dari: <https://kbbi/web/id/toko/html> (diakses pada hari kamis, 27 juni 2019 pukul 19.30 WIB)

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, diambil dari: <https://kbbi/web/id/pakaian/html> (diakses pada hari kamis, 27 juni 2019 pukul 19.30 WIB)

Dinas Komunikasi Informatika, Statistik dan Persandian Kota Palangka Raya, <https://palangkaraya.go.id/selayang-pandang/gambaran-umum/> (diakses pada hari Kamis, 27 Juni 2019 pukul 11.15 WIB).

Dinas Komunikasi Informatika, Statistik dan Persandian Kota Palangka Raya, <https://palangkaraya.go.id/pemerintahan/visi-misi/> (diakses pada hari Kamis, 27 Juni 2019 pukul 11.15 WIB).