BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Toko Vanhelen Tulungagung

1. Lokasi Penelitian

Lokasi Toko Vanhelen Tulungagungberalamat di Desa Jabalsari kecamatan Sumbergempol kabupaten Tulungagung.

Batas wilayah Kabupaten Tulungagung:

Sebelah utara	: Kabupaten Kediri
Sebelah barat	: Kabupaten Trenggalek
Sebelah selatan	: Samudra Hindia
Sebelah timut	: Kabupaten Blitar

2. Kondisi Fisik

Toko VanhelenTulungagung memiliki bangunan berupa toko yang menghadap ke barat, toko tersebut merupakan bangunan yang cukup simpel, didepan Toko Vanhelen Tulungagung terdapat banner yang bertuliskan TOKO VANHELEN.

3. Sejarah Toko Vanhelen Tulungagung

Pada bulanOktober tahun 2010Mas Zainur Afandimempunyai inisiatif membuka Toko Vanhelen ketika di tawarkan kerjasama oleh pamannya yang ada di mojokerto, yaitu untuk menjual sepatu. Dan dari

situlah beliau memulai memasarkan sepatu-sepatu dari pamannya, dan seiring berjalannya waktu dengan melihat perkembangan zaman yang semakin modern dan perkembangan fashion di tulungagung yang meningkat drastis. Maka Dari situ awal inisiatif Mas Zainur Afandimau menjalankanusaha online shop.

Pada awal bulan tepatnya bulan Januari tahun 2011Mas Zainur memulai mengambil sepatu dari mojokerto dan pakean-pakean dari produsen di kediri kemudian Mas Zainur mempromosikan kaosnya di jejaring sosial *facebook*. Pada saat itu meskipun *facebook* belum viral dikalangan masyarakat akan, akan tetapi baik kaos mauun sepatu yang Mas Zainur jual mendapat respon baik dari penguna *facebook* pada saat itu. Dari situ Bapak Toto ingin mengembangkan usahanyadengan meningkatkan jumlah produknya dan membuka toko.

Seiring dengan berjalanya waktu pada tanggal 18 maret 2013 mulai dibukanya toko Toko Vanhelen Tulungagung yang berada di Desa Jabalsari kecamatan Sumbergempol kabupaten Tulungagung.

4. Visi dan Misi Ctinderamata Gadhe Tulungagung

a. Visi

Menjadi toko yang menyediakan kaos, jaket, celana, tas, sepatu yang berkualitas yang sesuai dengan harga masyarakat

b. Misi

- Menyediakan kaos, jaket, celana, tas, sepatu yang harganya terjangkau

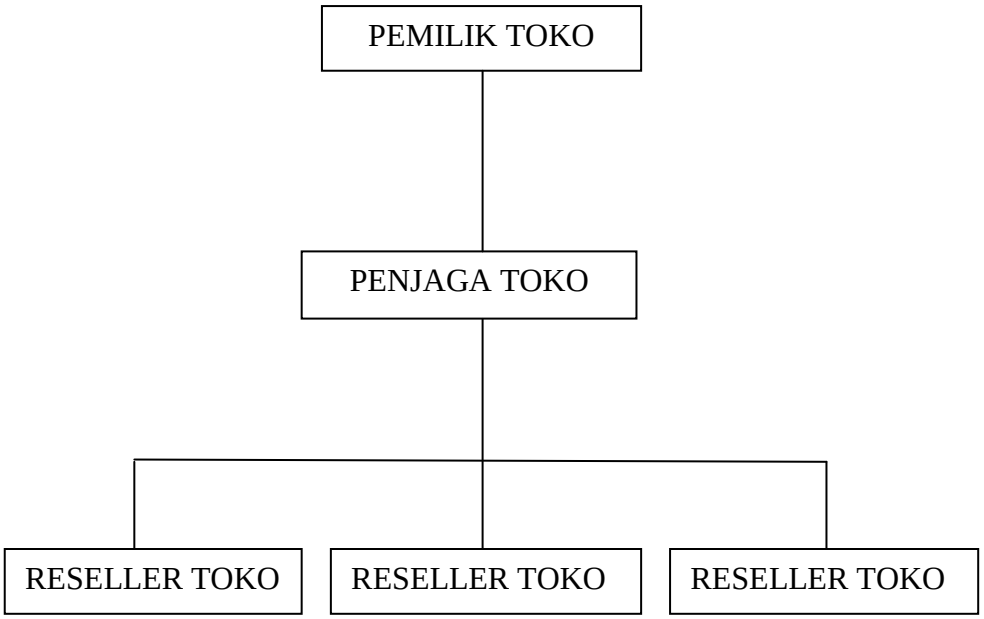
- Selalu berjualan dengan jujur kepada pembeli
- Meningkatkan kinerja profesinonalisme sesuai syari'ah
- Menjadi teladan bagi usaha-usaha yang lain

5. Struktur Toko Vanhelen Tulungagung

a. Struktur

Agar suatu organisasi tercapai, maka dalam suatu usaha diperlukan organisasi yang baik untuk mendapatkan suatu gambaran rencana tentang sekelompok orang yang mengadakan kerjasama dengan pembagian tugas, tanggung jawab dan wewenang yang jelas.

Adapun struktur organisasi Toko Vanhelen Tulungagung sebagi berikut:



b. Job diskripsi

1) Pemilik usaha

Mengatur dan mengelola usaha

2) Penjaga toko

Melayani pembeli dan menata letak Produk

3) Reseller Toko Vanhelen

Memperjualkan produk-produk dari Toko Vanhelen

6. Produk Toko Vanhele Tulungagung

Toko Vanhelen tidak memproduksi sendiri barang-barang yang dijualnya. Pemiliknya Mas Zainur Afandi, mengambil produk pakean yang dijualnya dari produsen yang berada di Kota Kediri, sedangkan untuk sepatu mas Zainur mengaambil barang dari saudara yang ada di Mojokerto. Beliau sendiri yang memilih setiap produk pakean maupun sepatu, baik dari segi kualitas, citra, warna dan ketahanan bahan. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Mas Zainur Afandiselaku pemilikToko Vanhelen Tulungagung sebagai beruikut:

> "Produk yang kami pasarkan berupa kaos, jaket, celana, dan sepatubukanlah merupakan hasil produksi kami sendiri, untuk pakean saya mengambil dari produsen di Kediri sedangkan untuk sepatu saya membeli dari saudara yang ada di Mojokerto."[82]

Dari penjelasan dari Mas Zainur Afandi selaku pemilik Toko Vanhelen maka dapat diketahui bahwa Toko Vanhelen Tulungagung tidak memproduksi sendiri melainkan membeli dari produsen.

---

[82]Wawancara dengan Mas Zainur Afandi (pemilik Usaha Toko Vanhelen Tulungagung), Senin,7 Juni 2017, Pukul 10.00 WIB

B. Startegi Pemasaran Toko Vanhelen Tulungagung

1. Strategi Pemasaran

Dalam meningkatkan hasil penjualan produk Toko Vanhelen menerapkan beberapa startegi pemasaran. Berikut penjelaskan Mas Zainur Afandi selaku pemilik Toko Vanhelen Tulungagung:

> "Dalam memasarkan produk kami melakukan beberapa strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan kami, yaitu:memlilih pasar,strategi produk,distribusi dan promosi."[83]

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa Toko Vanhelen Tulungagung menerapakan empat strategi pemasaran, yaitu: memilih pasar, strategi produk, saluran distribusi dan promosi.Adapun penjelasan oleh Mas Zainur Afandi tiap-tiap strategi yang dilakukan oleh Toko Vanhelen Tulungagung sebagai berikut:

> "Dalam pemasaran kami menargetkan kepada masyarakat seluruh Indonesia karena produk kami meruapakan produk industri dan buat segala usia dan buat siapa saja."[84]

Dengan pemaparan diatas, Ibu Ani juga memeparkan bahwa:

> "Dalam pemasaran dan penjualan produk kami menargetkan kepada seluruhmasyarakat umum Kabupaten Tulungagung, dan kami memprioritaskan kalangan remaja karena produk kami yang selalu update untuk para anak muda mudi"[85]

---

[83]*Ibid.*
[84]*Ibid.*
[85]Wawancara dengan Ibu Ani (Kasir Toko Vanhelen Tulungagung), Senin,7 Juni 2017, Pukul 12.00 WIB

Dari penjelasan diatas Toko VanhelenTulungagung memasarkan untuk konsumen atau masyarakat umum terutama para remaja karena produk yaang dipasarkan merupakan produk yang selalu update untuk kalangan anak muda. Terkait strategi produk Mas Zainur Afandi juga menyatakan:

> "Terkait dengan strategi produk kami yang memilih sendiri dengan menyesuaikan pasaran yang sedang update saat ini, dan setiap dua minggu sekali kami mengeluarkan kaos, celana, sepatu baru, kami juga mengemas sendiri dengan sebaik mungkin dan apabila terdapat produk atau bungkus produk yang cacat atau rusak maka kami segera memperbaikinya atau mengantinya"[86]

Dari penjelasan diatas dapat diketahui mengenai strategi produk yang dilakukan oleh Toko VanhelenTulungagung terkait produknyadengan meengemas produk dengan sebaik mungkin, Dan memperbaiki atau menganti terhadap produk atau kemasan yang rusak. Hal tersebut dilakukan supaya produk menarik daya beli masyarakat atau konsumen.Mengenai saluran distribusiMas Zainur Afandi menjelaskan bahwa:

> "Dalam memasarkan produk, kami melakukan penjualan secara langsung kepada konsumenyang datang ke toko kami, juga mengirim barang lewat jasa pengiriman, apabila ada konsumen yang membeli lewat *online* dengan biaya pengiriman ditanggung oleh konsumen"[87]

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa Toko Vanhelen Tulungagung mendistribusikan produk-produknyasecara langsung kepada

---

[86]Wawancara dengan Mas Zainur Afandi (pemilik Usaha Toko Vanhelen Tulungagung), Senin,7 Juni 2017, Pukul 10.00 WIB

[87]*Ibid.*

konsumenyang datang ke Toko Vanhelen Tulungagung juga mendistribusikan melalui jasa pengiriman barang apabila ada konsumen yang membeli produknya secara *online*.Selanjutnya mengenai strategi harga Mas Zainur Afandi mengatakan :

> "Dalam penentuan harga jual kami dengan menjumlahkan antara biaya total dan laba yang di inginkan oleh pemilik. misalkan dalam pembelian 1 kaos biaya total yang dikeluarkan sebanyak Rp 75.000, jika pemilik menginginkan laba 15% dari biaya total (Rp 75.000) = Rp 11.250, jadi harga jual 1 kaos adalah = Rp 75.000 + Rp 11250 = Rp 86250."

Dan yang terakhir penjelasan mengenai strategi promosi yang dilakukan oleh Toko Vanhelen Tulungagung. Berikut penjelasan dari Mas Zainur Aafandi :

> "Dalam melakukan kegiatan promosi kami melakukan periklanan melaluiradio, brosur, stiker danjejaring sosial seperti: *facebook*, *instagram*, memberi potongan harga apabila konsumen membeli produk dengan jumlah yang banyak minimal 3 biji produk"[88]

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa Toko Vanhelen Tulungagung melakukan beberapa cara dalam mempromosikan produk-produknya. Kegiatan tersebut dilakukan dengan cara: promosi melalui radio, stiker, brosur, jejaring sosial dan potongan harga.

Setiap usaha pasti tidak selalu berjalan lancar, begitu juga dengan usaha Toko Vanhelen Tulungagung dalam melakukan strategi pemasaranya yang mempunyai faktor pendukung dan pengambat. Berikut faktor-faktor pedukung dan penghambat pada pemasaran yang dilakukan

[88]*Ibid.*

oleh Toko Vanhelen Tulungagung sebagaimana yang dijelaskan oleh Mas Zainur Afandi sebagai berikut:

> "Terkait dengan hal yang mendukung dari usaha Toko Vanhelen ialah kami memiliki jaringan yang luas, namun yang kang menjadi permasalahan ialah keterlambatan waktu pengiriman barang itu disebabkan karena bentuk tranportasi yang tidak tepat waktu dan keadaan pasar yang tidak menentu."[89]

Dari keterangan diatas, bahwasanya yang mendukung pemasaran yang dilakukan oleh toko Vanhelen ialah mereka memiliki jaringan yang luas dalam pemasaran, Untuk hambatan yang dialami oleh Mas Zainur yaitu: seringnya kejadian keterlambatatan terhadap barang pesanan, dan juga dalam melakukan pemasaran, kurangnya informasi terhadap keadaan pasar, keinginan konsumen yang lemah dan biaya pemasaran.

Ketika menentukan strategi mana yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan Mas Zainur mengatakan bahwa :

> "menurut saya strategi yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan itu promosi, karena kami dalam memasarkan produk melalui penyiaran radio, brosur, stiker, dan jejaring sosial"

Jadi strategi pemasaran yang paling efektif menurut Mas Zainur Afandi adalah strategi promosi, dalam melakukan promosi yaitu menggunakan media radio, brosur, stiker dan jejaring sosial seperti *Facebook, Instagram.* Dengan promosi tersebut toko vanhelen mampu meningkatkan penjualannya.

---

[89]Wawancara dengan Mas Zainur Afandi (Pemilik Toko Vanhelen), Senin, 17 Juni 2017, Pukul 08.00 WIB

2. Hasil Penjualan

Dengan berjalannya waktu dalam melakukan pemasaran guna meningkatan penjualan produk-produknya, Toko Vanhelen Tulungagung.

Berikut laporan hasil penjualan produkToko Vanhelen Tulungagungsetiap bulan dari tahun 2014 sampai tahun 2016.

Tabel 4.1. Tabel Pendapatan Tahun 2014

No	Bulan	Jumlah Produk yang Terjual	Total Penjualan Tunai
1	Januari	76	1.220.500,00
2	Februari	98	1.300.250,00
3	Maret	90	1.650.000,00
4	April	67	1.400.000,00
5	Mei	50	1.350.250,00
6	Juni	49	1.550.000,00
7	Juli	90	2.550,000,00
8	Agustus	65	2.644.500,00
9	September	152	1.158.500,00
10	Oktober	44	2.521.500,00
11	November	90	1.856.250,00
12	Desember	248	5.157.500,00
Jumlah		1119	21.809.250,00

Sumber: Dokumen Usaha Toko Vanhelen Tulungagung

Dari data penjualan diatas dapat diketahui bahwa pendapatan setiap bulannya mengalami naik turun. Produk yang berhasil dijual paling banyak adalah pada bulan Desember yaitu 248 produk dan hasil total penjualan tunai Rp 5.157.500. sedangkan produk yang sedikit terjual pada bulan Oktober yaitu 44 produk dan total penjualan tunai sebesar Rp 2.521.500.

Tabel 4.2. Tabel Pendapatan Tahun 2015

No	Bulan	Jumlah Produk yang Terjual	Total Penjualan Tunai
1	Januari	80	3.400.250.00
2	Februari	78	3.412.000,00
3	Maret	54	2.376.000,00
4	April	133	4.623.000,00
5	Mei	142	3.911.000,00
6	Juni	295	3.912.500,00
7	Juli	69	2.774.500,00
8	Agustus	37	2.079.000,00
9	September	77	1.889.500,00
10	Oktober	240	2.724.000,00
11	November	29	723.500,00
12	Desember	28	799.500,00
Jumlah		1.262	29.224.500,00

Sumber: DokumenUsaha Toko VanhelenTulungagung

Pendapatan tahun 2015 dalam penjulan produk mengalami naik turun setiap bulanya. pada tahun ini produk yang paling sedikit terjual adalah terdapat pada bulan Desember yaitu sebesar 28 produk dan hasil total penjualan tunainya Rp 799.500. Akan tetapi total pendapatan tunai paling sedikit pada bulan November yaitu Rp 723.500 dan hasil produk yang terjual 29 produk.

Tabel 4.3. Tabel Pendapatan Tahun 2016

No	Bulan	Jumlah Produk yang Terjual	Total Penjualan Tunai
1	Januari	55	1.934.500,00
2	Februari	139	1.971.000,00
3	Maret	94	1.980.500,00
4	April	176	2.246.000,00
5	Mei	103	2.108.500,00
6	Juni	66	1.518.400,00
7	Juli	93	1.764.500,00
8	Agustus	62	683.000,00
9	September	100	1.887.500,00
10	Oktober	90	1.394.000,00
11	November	115	1.959.500,00
12	Desember	56	824.500,00
	Jumlah	1149	20.271.900,00

Sumber: DokumenUsaha Toko VanhelenTulungagung

Dari data penjualan diatas dapat diketahui bahwa jumlah produk yang berhasil terjual oleh pihak Toko adalah 1149 produk dan total penjualan tunainya Rp 20.271.900. produk yang berhasil terjual paling banyak pada bulan April yaitu 179 produk dan total penjualan tunainya Rp 2.246.000. sedangkan barang yang paling sedikit terjual adalah pada bulan Januari dan Desember sebanyak 56 produk, akan tetapi total penjualan tunainya berbeda pada bulan Januari Rp 1.934.500 sedangkan bulan Desember RP 824.500.

C. Analisis Data

1. Strategi Pemasaran

Dibawah ini akan dijelaskan secara terperinci mengenai strategi yang dilakukan oleh Toko Vanhelen guna meningkatkan penjualannya :

a. Memilih pasar

Dalam memilih pasar pihak Toko menargetkan pemasaran dan penjualan kepada masyarakat umum Kabupaten Tulungagung khususnya anak remaja, karena produk yang dijual oleh Toko Vanhelen selalu update, sehingga dapat menarik pembeli dan meningkatkan penualan.

b. Strategi produk

Dalam strategi produk Mas Zainur menilai sendiri setiap produk yangakan dipasarkan dan supaya dapat respon positif dan menarik calon konsumen. Maka Mas Zainur menilai produk dari 2 hal sebagai berikut:

1) Penampilan produk, penampilan produk merupakan hal yang penting buat konsumen, karena penampilan merupakan ciri fisik yang sangat nampak. Maka dari itu pihak toko memperhatikan betul mengenai kemasan produk.
2) Bahan produk, apabila terdapat bahan yang menjadikan konsumen merugi atau kecewa , maka Mas Zainur selalu berhati-hati dalam pemilihan bahan pada produk-produknya.

c. Saluran distribusi

Dalam melakukan penjualan Toko Vanhelen melakukan penjualan langsung kepada konsumen yang datang langsung ketoko Vanhelen Tulungagung, Jika ada konsumen yang menginginkan barang dikirim maka Toko Vanhelen juga menyanggupi dengan syarat untuk ongkos kirim ditanggung pembeli.

d. Promosi

Dalam melakukan promosi Toko Vanhelen melakukan dengan berbagai cara agar calon konsumen tau mengenai keberadaan produk dari Toko Vanhelen sehingga menarik daya beli konsumen. Berikut cara-cara promosi yang dilakukan oleh Toko Vanhelen Tulungagung:

1) Stiker, dan brosur
2) Menyiarkan lewat radio,yaitu menyiarkan mengenai produk-produk yang dijual oleh Toko Vanhelen Tulungagung.
3) Publikasi, publikasi yang dilakukan oleh Toko Vanhelen yaitu dengan memamerkan produk-produknya di jejaring sosial.

Namun dalam melakukan strategi pemasaran banyak faktor yang mempengaruhi, yaitu faktor pendorong dan penghambat yang dialami oleh Toko Vanhelen dalam melakukan strategi pemasaran, yaitu:

a. Faktor pendukung

1) Jaringan komunikasi yang luas, dengan mempunyai jaringan komunikasi yang luas maka akan mempermudah toko dalam melaksanakan strategi pemasaranya.

b. Faktor penghambat

1) Kurangnya komitmen pelaku usaha dalam melakukan pemasaran. Ketika banyaknya permintaan pasar akan tetapi dari pelaku usaha kurang siap dalam melayani permintaan konsumen tersebut.
2) Kurangnya informasi terhadap keadaan pasar.
3) Keinginan konsumen yang lemah. Hal tersebut bisa terjadi karena kurang minatnya konsumen terhadap produk dan juga bisa terjadi karena faktor ekonomi dari konsumen itu sendiri.
4) Biaya pemasaran. Minimnya biaya pemasaran sehingga pemasaran yang dilakukan tidak bisa maksimal.

Selain faktor pendorong dan penghambat dalam melakukan strrategi pemasaran Toko Vanhelen mempunyai strattegi pemasaran yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan yaitu dengan melakukan promosi. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya hasil penjulan melalui promosi, produk maupun saluran distribusi. Promosi yang dilakukan oleh Toko Vanhelen: menyiarkan lewar radio, terkait apa yang mereka jual, dan juga publikasi yang dilakukan oleh Toko Vanhelen yaitu denggan memanfaatkan media sosial seperti *Facebook, Instagram* dengan memposting gambar-gambar produk-produknya di jejaring social tersebut sangat memberi dampak yang sangat luar biasa kedapa konsumen dan menngkatkan penjualan.

2. Hasil Penjualan

Berikut ini merupakan Tabel hasil penjualan yang diperolehdari yang dilakukan oleh Usaha Toko Vanhelen Tulungagung dalam pemasaranya selamatiga tahun terkhir, yaitu tahun 2014-2016:

Tabel 4.4 Tabel Pendapatan Tahun 2014-2016

No	Tahun	Jumlah Produk yang Terjual	Total Penjualan Tunai
1	2014	1.119	21.809.250,00
2	2015	1.262	29.224.500,00
3	2016	1.149	20.271.900,00

Sumber: DokumenUsaha Toko Vanhelen Tulungagung

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa total penjualan tunai paling banyak yaitu terjadi pada tahun 2015 sebesar Rp 29.224.500 dan paling sedikit yaitu terdapat pada tahun 2016 sebesar Rp 20.071.900. Sedangkan pada tahun 2014 pihak Toko menghasilkan total penjualan tunai Rp 21.809.250. Meskipun hasil penjualan produk yang dilakukan oleh Toko Vanhelen mengalami naik turun akan tetapi hasil penjualan itu merupakan hasil penjualan yang akan menjadi evaluasi terkait usaha yang dilakukan oleh pihak toko dalam meningkatkan penjualan kedepannya.

3. Strategi Pemasaran Toko Vanhelen Tulungagung Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menjadikan setiap pelaku usaha untuk mampu melaksanakan suatu pemasaran secara efektif dan efisien. Agar kegiatan pemasaran dapat berjalan dengan baik maka

membutuhkan konsep dasar pemasaran yang sesuai dengan kepentingan pemasar, kebutuhan serta keinginan pelanggan. Dalam hal ini, pemasaran islami memiliki posisi yang strategis, karena pemasaran islami merupakan salah satu strategi pemasaran yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunnah Rosulullah SAW. Pemasaran islami merupakan disiplin bisnis strategis yang mengarakan proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari satu inisiator (pemrakarsa) kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip islam dan muamalah dalam islam.

Oleh karena itu memngelola bisnis yang didasarkan semangat spiritual, dimasa depan akan menjadi suatu kebutuhan bagi para pelaku profesional. Bisnis yang berlandasankan syariat islam sangat mengedepankan sikap dan prilaku simpatik, selalu bersahabat dengan orang lain, dan orang lain pun mudah bersahabat dan bermitra dengan kita. Rasulullah SAW pernah bersabda: "Semoga Allah memberikan rahmat-Nya kepada orang yang murah hati (sopan) pada saat ia menjual, membeli atau saat dia menuntun haknya"

Untuk mencapai tujuannya Toko Vanhelen melakukan berbagai cara agar usaha yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan berkembang, sedangkan dalam islam ada batasan dalam melakukan segala hal. Begitu juga dalam melakukan strategi pemasaran, bagi pengusaha muslim sangat dilarang melakukan cara-cara yang melanggar

Agama Islam seperti penipuan atau penyelewengan. Konsep yang dijalankan Toko Vanhelen :

1. Strategi pemilihan Pasar

   Segmentasi dan targeting dipraktikkan Nabi Muhammad SAW tatkala ia berdagang ke negara Syam, Yaman, Bahrain. Muhammad mengenal betul barang apa yang disenangi oleh penduduk dan diserap oleh pasar setempat. Setelah mengenal target pasarnya, Nabi Muhammad SAW menyiapkan barang-barang dagangan yang dibawa ke daerah tersebut.

   Nabi Muhammad SAW betul-betul profesional dan memahami dengan baik segmentasi dan targeting sehingga sangat menyenangkan hati Khadijah, yang saat itu berperan sebagai bosnya. Barang-barang yang diperdagangkan Muhammad selalu cepat terjual, karena memang sesuai dengan segmen dan target pasarnya (*targeting*).

   Ini sesuai dengan dilakukan oleh Toko Vanhelen yaitu menerapakan segmentasi pasar dengan menentukan targetnya, Dalam memilih pasar pihak Toko menargetkan pemasaran dan penjualan kepada masyarakat umum Kabupaten Tulungagung khususnya anak remaja, karena produk yang dijual oleh Toko Vanhelen selalu update, sehingga dapat menarik pembeli dan meningkatkan penjualan.

2. Strategi produk

Produk yang dijual harus sesuai dengan selera serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Muhammad dalam praktik elemen produk selalu menjelaskan kualitas barang yang dijualnya. Kualitas produk yang dipesan oleh pelanggan selalu sesuai dengan barang yang diserahkan. Seandainya terjadi ketidakcocokan, beliau mengajarkan pada pelanggan bahwa ada hak khiyar, dengan cara membatalkan jual beli, seandainya terdapat segala sesuatu yang tidak cocok.

Konsep produk pada pemasaran Islami yang dilakukan oleh NabiMuhammad SAW selalu menjelaskan dengan baik kepada pembeli akankelebihan dan kekurangan produk yang dijualnya, sebagaimana sabda beliau:

Muhammad SAW bersabda, dalam (HR Muslim, dari Hakim bin HizamRa) ”*Dua orang yang berjual beli masing-masing mempunyai hak pilih (untukmeneruskan jual beli atau tidak) selama keduanya belum pernah berpisah. Jikakeduanya berlaku jujur dan berterus terang menjelaskan (keadaaan barang yangdiperjual belikan), maka keduanya akan mendapat berkat dari jual beli merekatetapi jika mereka berdusta dan menyembunyikan cacat, hilanglah jual belimereka.”*[90]

[90]Thorik Gunara dan Utus hardiono, *Marketing Muhammad*, (Bandung: Madania Prima, 2007). hlm.. 58

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَقُولُواْ قَوۡلٗا سَدِيدٗا ٧٠ يُصۡلِحۡ لَكُمۡ أَعۡمَٰلَكُمۡ وَيَغۡفِرۡ لَكُمۡ ذُنُوبَكُمۡۗ وَمَن يُطِعِ ٱللَّهَ وَرَسُولَهُۥ فَقَدۡ فَازَ فَوۡزًا عَظِيمًا ٧١

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allahdan Katakanlah Perkataan yang benar (70) niscaya Allahmemperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimudosa-dosamu. dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, MakaSesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar (71). (QS.Al-Ahzab: 70-71)*[91]

Kejujuran adalah kunci utama dalam perniagaan Nabi Muhammad,Kejujuran adalah cara yang termurah walaupun sulit dan langka ditemukansekarang. Jika kita menjual produk dengan segala kelebihan dan kekuranganyakita ungkapkan secara jelas, maka yakin produk itu akan terjual dan juga akandipercayai oleh konsumen kita. Dan mereka tidak akan meninggalkan kita karenamerasa tidak dibohongi dengan ucapan kita.

Meskipun banyak produk dari Toko Vanhelen yang yang dijual tetapi pihak toko tetap memperhatikan betul mengenai kehalalan dan kualitas dari produk tersebut, misalnya bahan baku dan bahan campuran yang dipakai, ada cacat atau dapat merugikan konsumen. Dan merekomemdasikan kepada konsumen mengenai produknya yang belum terdaftar pada toko supaya mendaftarkan produk yang di inginkannya.

---

[91] Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Departemen Agama RI, 2006, hlm. 604

Ketentuan-ketentuan diatas sesuai dengan perintah Allah SWT untuk mengkonsumsi sesuatu yang halal dan baik, terdapat pada Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi:

Artinya : "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaiton, karena sesungguhnya syaiton itu adalah musuh yang nyata bagimu" (QS. Al-Baqarah: 168)

3. Distribusi

Dalam buku Yusanto menurut Bygrave,variabel lokasi bauran pemasaran syariah mempunyai beberapa indikator, yaitu:

1) Lokasi toko strategis
2) Transportasi
3) Tingkat pelayanan[92]

Toko Vanhelen menggunakan indikator transportasi dan tngkat pelayanan untuk meningkatkan hasil penjualan, dalam transportasi pihak toko menerima pengiriman barang ke tangan konsumen dengan syarat ongkos pengiriman di tanggung oleh pembeli. Sedangkan dalam tingkat pelayanan, Toko Vanhelen memberikan kebebasan kepada konsumen untuk datang langsung ke toko untuk memilih produk-produk yang ada, jika ada kerusakan

[92] Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad KarebetWidjajakusuma, *MenggagasBisnisIslami, (*Jakarta: GemaInsani, cet. ke-7, 2008), h. 171

barang maka pembeli diperbolehkan mengembalikan barang untuk ditukar.

4. Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Toko Vanhelen Tulungagung sudah sesuai dengan produk yang dipromosikan, tidak menambah-nambahi kelebihan dari produk serta tidak mejelek-jelekan atau merendahkan produk yang lain. Hal tersebut dilakukan utuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan.

Banyak pedagang tidak segan-segan melakukan sumpah palsu, padahal hal tersebut merusak. Juga tidak dibenarkan, para penjual main mata dengan teman-temannya agar pura-pura berminat dengan barang yang dijual dan membelinya dengan harga mahal sesuai dengan harga yang diminta oleh penjual. Ini disebut najasi, praktik ini sangat dilarang. Nabi Muhammad SAW bersabda,*"Sumpah yang diucapkan untuk melariskan perniagaan, dapat merusak keuntungan."* (HR. Muslim, dari Abu Hurairah Ra.).[93]

[93]*Ibid*., hlm. 59

4.5
Tabel Triangulasi

1. Strategi Pemasaran Toko Vanhelen dalam Meningkatkan Penjualan

No	Informan	Isi wawancara	Fokus	Kesimpulan
1	Mas Zainur Afandi (pemilik Toko Vanhelen	"Produk yang kami pasarkan berupa kaos, jaket, celana, dan sepatu bukanlah merupakan hasil produksi kami sendiri, untuk pakean saya mengambil dari produsen di Kediri sedangkan untuk sepatu saya membeli dari saudara yang ada di Mojokerto."	Strategi pemasaran pada toko vanhelen	Dalam melakukan pemasaran Toko Vanhelen melakukan dengan berbagai strategi agar calon konsumen mau membeli produk dari Toko Vanhelen yaitu dengan : memlilih pasar, strategi produk, harga, distribusi dan promosi "namun dalam prakteknya mengalami kendala yaitu keterlambatan pengiriman barang, sedangkan faktor pendorong ialah memiliki jaringan pemasaran yang luas.
2	Ibu Ani (Karyawan Toko Vanhelen)	"Toko Vanhelen tidak memproduksi sendiri barang-barang yang dijualnya, melainkan mengambil dari produsen"	Strategi pemasaran pada toko vanhelen	
3	Mas Zainur Afandi (pemilik Toko Vanhelen)	"Dalam memasarkan produk kami melakukan beberapa strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan kami, yaitu: memlilih pasar, strategi produk, harga, distribusi dan promosi "	Strategi pemasaran pada toko vanhelen	
4	Ibu Ani (Karyawan Toko Vanhelen)	"Terkait dengan strategi produk kami yang memilih sendiri dengan menyesuaikan pasaran yang sedang update saat ini, dan setiap dua minggu sekali kami mengeluarkan kaos, celana, sepatu baru, kami juga mengemas sendiri dengan sebaik mungkin dan apabila terdapat produk atau bungkus produk maka kami segera memperbaikinya atau mengantinya"	Strategi pemasaran pada toko vanhelen	
5	Mas Zainur Afandi (pemilik Toko Vanhelen)	"Dalam pemasaran kami menargetkan kepada masyarakat seluruh masyarakat Indonesia karena produk kami meruapakan produk buat segala usia dan siapa saja "	Strategi pemasaran pada toko vanhelen	
6	Ibu Ani (Karyawan Toko Vanhelen)	"Dalam pemasaran dan penjualan produk kami menargetkan kepada seluruh masyarakat umum Kabupaten Tulungagung, dan kami memprioritaskan kalangan remaja karena produk kami yang selalu update"	Strategi pemasaran pada toko vanhelen	
7	Mas Zainur Afandi (pemilik Toko Vanhelen)	"Dalam memasarkan produk, melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen yang datang ke toko kami juga mengirim lewat jasa pengiriman barang apabila ada konsumen yang membeli lewat *online* dengan biaya pengiriman ditanggung oleh konsumen"	Strategi pemasaran pada toko vanhelen	

8	Azzhar (Reseller Toko Vanhelen)	"Biasanya saya menerima pemesanan kiriman barang jika pembeli mau membayar ongkos kirim yang sudah disepakati"	Strategi pemasaran pada toko vanhelen	
9	Mas Zainur Afandi (pemilik Toko Vanhelen)	"Dalam melakukan kegiatan promosi kami melakukan periklanan melalui brosur, stiker dan jejaring sosial seperti: facebook, instagram, memberi potongan harga apabila konsumen membeli produk dengan jumlah yang banyak minimal 3 biji produk"	Strategi pemasaran pada toko vanhelen	
10	Ibu Ani (Karyawan Toko Vanhelen)	" sudah banyak upaya yang dilakukan untuk melakukan promosi dalam meningkatkan penjualan diantaranya periklanan,benner, lewat radio.	Strategi pemasaran pada toko vanhelen	
11	Mas Zainur Afandi (pemilik Toko Vanhelen	"Terkait dengan hal yang mendukung dari usaha Toko Vanhelen ialah kami memiliki jaringan yang luas, namun yang kang menjadi permasalahan ialah keterlambatan waktu pengiriman barang itu disebabkan karena bentuk tranportasi yang tidak tepat waktu dan keadaan pasar yang tidak menentu."	Strategi pemasaran pada toko vanhelen	

Berdasarkan data yang diperoleh dilapangan secara triangulasi data bahwa hasilnya signifikan, dengan penelitian ini peneliti berulang-ulang mengecek segala informasi ataupun catatan yang diperoleh dengan cara membandingkannya dengan berbagai sumber, metode atau teori, seperti membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara serta mengecak data yang sudah di peroleh dengan sumber data. Dengan membandingkan data yang diperoleh di tempat penelitian melalui observasi data yang diperoleh melalui wawancara dengan individu (informan) yang berbeda diantaranya yaitu Mas Zainur Afandi sebagai pemilik Toko Vanhelen, Ibu Ani sebagai Karyawan Toko, dan Azzhari sebagai salah satu resseler Toko Vanhelen Tulungagung.

2. Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan PenjualanToko Vanhelen Tulungagung

No	Informan	Isi lwawancara	Fokus	Kesimpulan
1	Mas Zainur Afandi (pemilik Toko Vanhelen)	"yang selalu memberikan respon positif adalah media sosial, dimana semua orang bisa melihat dengan leluasa produk-produk yang kami jual"	Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Penjualan	Strategi pemasaran yang paling efektif dilakukan bidang Toko Vanhelen Tulungagung guna meningkatkan hasil penjualan Toko Vanhelen yaitu dengan menggunakan media sosial.
2	Ibu Ani (Karyawan Toko Vanhelen)	"melalui akun FACEBOOK, INSTAGRAM dan lain-lain kami memposting produk-produk yang ada di toko Vanhelen beserta harganya"	Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Penjualan	
3	Azzhar (Reseller Toko Vanhelen)	"Forum jual beli atau pun Group jual beli merupakan tempat yang mudah dan banyak peminatnya"	Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Penjualan	

Secara uji triangulasi data bahwa hasilnya signifikan, dengan membandingkan data yang diperoleh di tempat penelitian melalui observasi data yang diperoleh melalui wawancara dengan individu (informan) yang berbeda.Hasilnya trategi pemasaran yang paling efektif dilakukan bidang Toko Vanhelen Tulungagung guna meningkatkan hasil penjualan Toko Vanhelen yaitu dengan melakukan promosi. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya hasil penjulan melalui promosi dari pada saluran distribusi. Promosi yang dilakukan oleh Toko Vanhelen: denggan memanfaatkan media sosial seperti *Facebook, Instagram,* dengan memposting gambar-gambar produk-produknya di jejaring social tersebut sangat memberi dampak yang sangat luarbiasa kedapa konsumen dan penjualan.