BAB IV

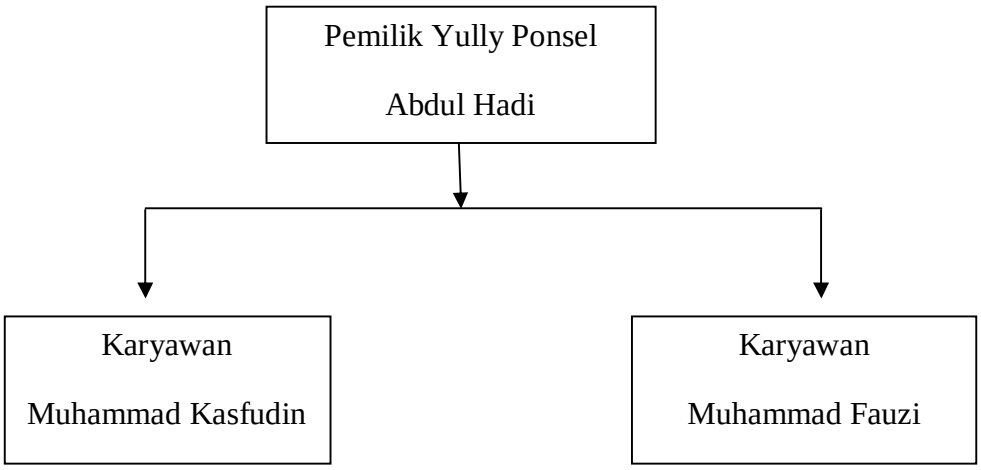
PENYAJIAN DATA DAN LAPORAN PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Sejarah Singkat Tentang Usaha Yully Ponsel Di kecamatan Sungai Tabuk

Usaha yang beralamatkan di jalan Martapura Lama Kecamatan Sungai Tabuk. Yully Ponsel ini didirikan pada tahun 2007 dengan modal awal sebesar Rp 3000.000 oleh Bapak Hadi selaku pemilik usaha ini, ditambah sokongan dana dari orang tua sebesar Rp 1.500.000.00,-. Yang mendasari Bapak Hadi memulai usaha ini, dulunya berawal dari ikut orang selama 3,5 tahun yang namanya ikut orang tidak enak juga, lalu beliau berpikir usaha apa yang nyaman, bagus dan tepat yang banyak diminati orang yaitu membuka usaha Ponsel. Jadi Bapak Hadi ini memutuskan membuka usaha sendiri yaitu usaha Yully Ponsel. Awal merintis usaha ini 2 meteran saja dan berpindah di tempat yang lebih luas dan berkembang sampai sekarang ini.

2. Struktur Organisasi Yully Ponsel



3. Identitas Informan

a. Identitas Informan I

Nama : Abdul Hadi

Umur : 29 tahun

Pendidikan : SMA

Jabatan : Pemilik Toko Yully Ponsel

Alamat : Jl Martapura Lama Km.13 RT. 03 Kecamatan Sungai Tabuk Kota

b. Identitas Informan II

Nama : Muhammad Kasfudin

Umur : 21 tahun

Pendidikan : SMP

Jabatan : Karyawan

Alamat : Jl Martapura Lama Km.13 RT. 03 Kecamatan Sungai Tabuk Kota

c. Identitas Informan III

Nama : Muhammad Fauzi

Umur : 23 tahun

Pendidikan : MTS

Jabatan : Karyawan

Alamat : Jl Perwira Sungai Pinang

B. Laporan Penelitian

Penulis berusaha menganalisisnya berdasarkan aspek bisnis bukan aspek hukum yang akan ditimbulkannya, tentang strategi promosi Yully Ponsel di Kecamtan Sungai Tabuk dalam menjaga persaingan pasar usaha sejenis dengan mengacu kepada tinjauan aspek pemasaran secara umum, analisis SWOT dan promosi dalam Islam.

1. Analisis tentang Strategi Promosi Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk.

   Strategi promosi adalah perencanaan, implementasi, dan pengendalian komunikasi dari suatu organisasi kepada para konsumen dan sasarannya. Fungsi promosi dalam bauran pemasaran adalah untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi dengan setiap konsumen.[1] Strategi dalam promosi memegang peranan prenting. Promosi sebagai alat untuk informasi mengenai produk perusahaan. Promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran, dan sering dikatakan sebagai "proses berlanjut", ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari prusahaan.

   Dalam promosi dikenal istilah bauran promosi. Promosi adalah salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapa pun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mengenal ataupun mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi

---

[1]Davit W. Cravens, *Pemasaran Strategis Jilid 2* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2002), hlm. 77.

mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.[2] Adapun strategi promosi yang dilakukan oleh Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk dengan menggunakan bauran promosi adalah sebagai berikut:

a) Periklanan *(Advertising)*

Periklanan adalah komunikasi non-individu, dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non laba, serta individu-individu. Periklanan bersifat menjangkau masyarakat luas *(massal)*, tidak pribadi tapi secara langsung dengan *audien (impersonal)* dan dapat menyampaikan gagasan secara menyakinkan dan menimbulkan efek yang dramatif *(ekspresif)*. Periklanan dapat dipandang sebagai kegiatan penawaran kepada suatu kelompok masyarakat baik secara lisan ataupun dengan penglihatan (berupa berita), tentang suatu produk, jasa atau ide.

Alat periklanan yang digunakan Yully Ponsel yaitu:

(1) Iklan Cetak

Yaitu iklan yang dibuat dan dipasang dengan menggunakan teknik cetak, baik cetak dengan teknologi sederhana maupun teknologi tinggi. Beberapa bentuk iklan cetak sperti :

(a) Spanduk

Spanduk merupakan salah satu media iklan yang efektif menjangkau semua elemen masyarakat terutama masyarakat

[2]Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 57.

kalangan menengah ke atas . Iklan dengan menggunakan spanduk ini memiliki kelebihan yang sifat pesan-pesannya permanen, tahan lama, dapat dilihat dari jarak jauh dan masyarakat dapat mengatur tempo dalam membacanya. Kelebiahan inilah yang membuat beriklan dengan spanduk yang efektif. Apalagi spanduk dirancang sedemikian rupa agar menarik perhatian masyarakat dengan tujuan agar mereka menangkap pesan tertulis yang disampaikan. Yully ponsel menggunakan media promosi dengan spanduk dengan membentangkannya di lokasi usaha.

(b) Poster

Poster adalah sebuah karya seni grafis yang dibuat dengan perpaduan antara huruf dan angka diatas kertas yang ukurannya relatif besar. Poster ini umumnya ditempel didinding atau permukaan yang relatif datar di tempat-tempat umum yang ramai agar informasi dan pesan yang ada didalam poster tersebut bisa tersampaikan kepada masyarakat. Yully Ponsel juga menggunakan salah satu media iklan cetak poster yang langsung disediakan oleh operator.

b) Promosi Penjualan *(Sales Promotion)*

promosi penjualan adalah kegiatan-kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan, dan publisitas, yang mendorong efektivitas pembelian

konsumen dan pedagang dengan menggunakan alat-alat seperti peragaan, pameran, demonstrasi, dan sebagainya.

(1) Kupon berhadiah

Pihak Yully Ponsel sering menyarankan kepada setiap pembeli untuk menyimpan dan mengumpulkan kupon hadiah pembeliannya. Apabila kupon hadiah itu sudah terkumpul 10 sampai 20 kupon, maka dapat ditukarkan ke toko Yully Ponsel tersebut dan akan mendapatkan hadiah 1 souvenir cantik.

(2) Hadiah

Hadiah yang diberikan pihak Yuly Ponsel seperti mendapatkan gelas, piring, mangkok dan asbak. Untuk mendapatkan hadiah gelas dengan mengumpulkan 10 kupon, sedangkan untuk mendapatkan hadiah piring, mangkok, dan asbak dengan mengumpulkan 20 kupon.

(3) Undian

Yully Ponsel bekerjasama dengan sales indosat. Pihak indosat mengadakan undian berhadiah bertujuan untuk meramaikan ponsel. Mengenai hadiahnya pihak indosat langsung yang memberikan. Adapun syarat-syarat untuk mendapatkan hadiah yaitu, dengan membeli kartu im3 minimal isi pulsa 10 ribu dan nomer yang tertera di kartu bisa di masukkan kedalam kotak yang telah disediakan dari pihak indosat dan akan diundi pada waktu yang telah ditentukan hadiahnya pun beraneka

ragam seperti, *hanphone*, kompor gas, *rice cooker*, kipas angin, blender dan lain sebagainya.

(4) Informasi dari Mulut ke Mulut

Promosi yang sering kita jumpai adalah promosi dari mulut ke mulut. Promosi ini terjadi karena adanya intraksi anatara penjual dengan pembeli atau juga dari pembeli dengan orang lain, selanjutnya bisa sambung-menyambung dari mulut ke mulut. Informasi dari mulut ke mulut adalah bentuk promosi dengan cara menyebarkan informasi mengenai barang/jasa melalui obrolan dari seseorang keorang lain. Dalam hal ini peranan orang sangat penting dalam mempromosikan barang/jasa. Dengan promosi dari mulut ke mulut yang kuat, maka pelanggan yang datang bisa langsung melihat langsung ke lokasi Yully Ponsel yang ada di Kecamatan Sungai Tabuk.

(5) Hubungan Masyarakat dan Publisitas (*Publication*)

Hubungan masyarakat ini merupakan satu departemen yang bertanggung jawab mendengarkan dan menampung segala kritik, keluhan ataupun saran dari masyarakat. Menaggapi keluhan-keluhan konsumen atau masyarakat serta memperbaiki akibat-akibat yang menimbulkan adanya keluhan tersebut. Disini, pihak Yully Ponsel siap bertanggung jawab, mendengarkan keluahan pelanggan jika terjadi kesalahan dalam pengerjaan baik dalam pengisian pulsa yang tidak masuk, salah memasukkan nomer dan sebagainya.

(6) Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Penjualan perseorangan adalah intraksi antara individu, saling bertemu muka yang ditunjukkan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

Ada tiga bauran komunikasi yang digunakan Yully Ponsel,yaitu sebagai berikut:

(a) Konfrontasi langsung

Menggunakan tenaga penjual berarti dapat berintraksi langsung dengan konsumen. Masing-masing dapat melihat bagaimana reaksi dan respons yang dilakukan untuk satu produksi. Disini pihak Yully Ponsel langsung yang menawarkan produknya kepada konsumen, untuk lebih meyakinkan pembelinya agar membeli produk yang ditawarkan dan mendapatkan respon yang positif dari pembelinya.

(b) Membina Hubungan

Tenaga penjual dapat membangun berbagai bentuk hubungan dengan pembeli. Ada hubungan yang sambil lalu saja, tetapi juga ada hubungan yang sangat akrab. Tenaga penjual bisa melakukan hal ini, pihak Yully Ponsel menjalin hubungan baik dengan pembeli dengan memberikan pelayanan yang baik, murah senyum, ramah terhadap pelanggan dan ada intraksi antara penjual dan pembeli agar lebih akrab.

(c) Respons

Pada saat tenaga penjual berhubungan dengan pembeli, biasanya ada prasaan sungkan pada pembeli untuk menolak. Tergantung bagaimana si tenaga penjual bisa memanfaatkannya sehingga transaksi bisa terjadi atau tidak. Pihak Yully Ponsel disini memanfaatkan kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya agar produk yang ditawarkan laku. Pihak Yully Ponsel juga mengadakan strategi kupon hadiah, dengan menggunakan strategi kupon hadiah ini maka pembeli tidak akan pindah ke tempat yang lain untuk membeli produk tersebut.

2. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis lingkungan merupakan proses awal dalam menentukan strategi pemasaran yang bertujuan untuk memantau lingkungan perusahaan. Lingkungan perusahaan mencakup berbagai aspek, baik yang berada di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi kelangsungan pencapaian tujuan perusahaan. Secara garis besar lingkungan dapat dibagi menjadi dua, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

a. Analisis Lingkungan Internal Yully Ponsel di Kacamatan Sungai Tabuk

Analisis lingkungan internal dimaksudkan untuk mengembangkan daftar kekuatan yang dimanfaatkan oleh perusahaan dan daftar kelemahan yang harus diatasi oleh perusahaan tersebut. Analisis lingkungan internal kekuatan dan kelemahan yang dihadapi Yully Ponsel meliputi beberapa faktor.

Analisis kekuatannya antara lain:

1) Harga Murah

   Salah satu cara yang dilakukan Yully Ponsel untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Harga yang dipatok oleh pihak Yully Ponsel disini Rp 6000 murah dibandingkan yang lain.

2) Mendapatkan Bonus/Hadiah

   Yully Ponsel memberikan bonus/hadiah kepada setiap pelanggan mereka. Pemberian hadiah ini bertujuan untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan, maupun sebagai daya tarik guna mendapatkan konsumen atau pelanggan baru. Dengan demikian pastinya bakal meningkatkan omset usaha serta bisa menjadi wujud rasa terima kasih, sekaligus media promosi usaha Yully Ponsel. Jadi sedikit berkorban memang tidak menjadi masalah, karena nantinya juga akan berdampak baik pada usaha Yully Ponsel. Adapun mengenai omset yang didapat oleh Yully Ponsel yaitu sebelum mengadakan promosi berbentuk sebuah kupon ini, pulsa yang laku dijual dalam sehari 100 pulsa setelah diadakan kupon hadiah tersebut hampir 200-300 lebih dua kali lipatnya. Sudah empat tahun strategi promosi ini dilakukan. Omset yang didapatkan Yully Ponsel dalam sehari Rp 5000.000.00 x 30 hari = Rp.150.000.000.00,- untung

yang diperoleh 5 %.[3] Sedangkan omset yang didapatkan Ponsel M. Hasan dalam sehari Rp 1.500.000.00 x 30 hari = Rp 45.000.000.00,- untung yang diperoleh 1,5 %.[4]

3) Hubungan Baik Pemilik dengan Karyawan

Dari pengamatan penulis hubungan antara pemilik dengan karyawan ataupun karyawan dengan karyawan lainnya terjalin dengan baik, seperti tidak terlihat siapa pemilik dan siapa karyawan, mereka semua berbaur saling bekerjasama satu dengan yang lainnya, juga dianggap seperti saudara sendiri. Ketika saya mewawancarai salah satu dari karyawan Yully Ponsel, kata dari Muhammad Kasfudin ketika dia sedang melayani pelanggan yang membeli pulsa disana ternyata terdapat kesalahan dalam pengerjaannya lalu tanggapan pemilik Yully Ponsel terhadap karyawan ini memberitahu bahwa harus berhati-hati dalam mengisikan pulsa benar-benar nomernya itu dilihat supaya kedepannya tidak lagi terjadi kesalahan dalam pengisian pulsa. Maka dari itu pemilik maupun karyawan saling mengikatkan satu sama lain supaya tidak ada kesalahan lagi dalam pengerjaan.

---

[3] Hadi, Pemilik Toko Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk, Wawancara Hari Senin Tanggal 16 Januari 2017, Jam 14:00

[4] Sapiah, Pemilik Toko Ponsel M.Hasan di Kecamatan Sungai Tabuk, Wawancara Hari Kamis Tanggal 23 Maret 2017, Jam 09:00

4) Hubungan Baik dengan Pelanggan

Bapak Abdul Hadi selaku pemilik toko Yully Ponsel ini sangat memperhatikan pelanggannya. Setiap pelanggan yang datang ke toko Yully Ponsel untuk membeli pulsa, pihak Yully Ponsel pemilik atau karyawan melayani sebaik mungkin, berbicara dengan ramah terhadap pelanggan, supaya pelanggan itu nyaman diajak bicara supaya ada intraksi agar lebih akrab dan bisa menjadi teman.

5) Tempat yang Strategis

Yully Ponsel mempunyai tempat yang sangat strategis karena terdapat di jalur lintas provensi/di pinggir jalan dan dekat dengan pasar juga.

Selain kekuatan, Yully Ponsel juga memiliki beberapa kelemahan antara lain:

1) Seringnya Melakukan Kesalahan dalam Pengiriman Pulsa

Kesalahan pengerjaan di toko Yully Ponsel ini lumayan sering terjadi, terutama dalam pengisian pulsa salah memasukkan nomer dan lain sebagainya.

2) Pengiriman Pulsa yang Kadang Lambat Masuk

Pengiriman pulsa yang kadang terkadang lambat Ini bisa mengancam usaha Bapak Abdul Hadi, karena dengan lambatnya pengiriman proses produk berdampak pada keterlambatan itu bisa berdampak pada kekecewaan yang bisa membuat pelanggan memilih bertransaksi di

tempat lain untuk yang berikunya padahal terjadi kesalahan dari operatornya.

3) Kurang Tenaga Kerja

Yully Ponsel masih kekurangan tenaga kerja. Oleh karena itu, pemilik Yully Ponsel ingin mencari satu karyawan lagi untuk dipekerjakan disana.

4) Lokasi Usaha dan Tempat Parkiran yang Kurang Luas

Toko Yully Ponsel masih dibilang sempit dan tempat parkiran yang kurang memadai. Karena banyak pelanggan yang datang membeli pulsa di toko Yully Ponsel, pelanggan yang datang pun silih berganti maka Pemilik Yully Ponsel ingin berencana merenovasi dan memperbesar tokonya dan pihak Yully Ponsel juga ingin menyediakan tempat parkiran khusus untuk pelanggan agar memudahkan dalam bertransaksi disana.

5) Promosi yang kurang luas

Promosi yang digunakan Yully Ponsel dalam memasarkan produknya masih menggunakan cara sederhana yaitu promosi dari mulut ke mulut saja. Padahal banyak cara yang dapat digunakan dalam memasarkan produknya dengan mengunakan media sosial seperti internet dan lain-lain.

b. Analisis Lingkungan Eksternal Yully Ponsel di Kacamatan Sungai Tabuk

Analisis lingkungan eksternal menekankan pada pengenalan dan evaluasi kecenderungan peristiwa yang berada di luar kendali sebuah perusahaan. Tujuan analisis lingkungan eksternal adalah untuk mengembangkan suatu

daftar peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan dan daftar ancaman yang harus dihindari oleh perusahaan. Analisis lingkungan Eksternal peluang dan ancaman yang dihadapi Yully Ponsel meliputi beberapa faktor.

Analisis peluangnya antara lain:

1) Membuat Usaha Baru

   Mempunyai usaha merupakan keinginan banyak orang. Sangat menyenangkan membesarkan usaha milik sendiri. Yang dibutuhkan hanya dengan mempunyai impian karena dengan impian kita dapat menciptakan ide usaha yang luar biasa, hingga akhirnya ide usaha tersebut direalisasikan menjadi sebuah peluang usaha baru yang menguntungkan. Begitu juga yang direncanakan oleh Bapak Hadi pemilik toko Yully Ponsel jika mempunyai uang lebih beliau berkeinginan untuk membuka usaha baru lagi.

2) Pencari Kerja

   Zaman sekarang ini banyak orang yang bilang cari kerja susah. Sebenarnya yang bilang susah itu adalah diri kita sendiri. Tergantung dari diri sendiri mau atau tidak mau berusaha untuk mencarinya padahal banyak perusahaan yang mencari karyawan salah satunya Yully Ponsel mencari satu orang karyawan lagi untuk dipekerjakan disana, ini bisa mengatasai masalah pengganggguran yang ada.

3) Membuka Cabang Baru

Membuka cabang usaha baru merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan sebuah bisnis yang sedang dirintis. Dengan menempuh langkah ini menjadi suatu tanda juga bahwa usaha yang dijalankan sedang melangkah menuju lebih besar. Kata Bapak Hadi pemilik toko Yully Ponsel untuk saat ini, tidak membuka cabang baru tetapi hendak diperluas lagi tempat usahanya. Tetapi jika permintaan dari pelanggan yang sudah tidak terlayani lagi karena jumlahnya yang terus bertambah, mau tidak mau agar kesempatan tidak terbuang percuma maka pemilik toko Yully Ponsel akan membangun kembali sebuah cabang baru agar pelanggan bisa terlayani seluruhnya.

4) Kerjasama Pihak Luar

Semakin berkembangnya dunia usaha maka semakin banyak pula persaingan dalam dunia usaha atau bisnis, untuk menghadapi semua itu perlu adanya kerjasama antara satu orang dengan orang ataupun satu orang dengan kelompok usaha. Seperti halnya, pihak Yully Ponsel bekerjasama dengan pihak indosat langsung dari manajer indosatnya semua kartu dari pihak indosat yang menyediakan..

5) Menjadi Agen Pulsa Semua Operator

Siapa saja bisa ikut dalam bisnis ini tanpa memandang status dan bisa dijalankan dimana dan kapan saja. Cocok untuk pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga dan siapa saja yang ingin menambah penghasilan tambahan. Syaratnya dan prosedurnya mudah dan bisa dimulai dengan

modal kecil. Sama halnya yang dilakukan oleh Bapak Hadi selaku pemilik Yully Ponsel dengan bermodalkan uang 3 juta untuk membuka usaha ponsel dengan tekad keberanian maka usaha ponsel yang dijalankan beliau bisa berkembang sampai sekarang dan mempunyai banyak pelanggan.

Selain peluang, Yully Ponsel juga menghadapi beberapa ancaman, antara lain:

1) Banyak Pesaing

   Seiring dengan berkembangnya zaman, teknologi semakin canggih, sekarang ini banyak manusia memanfaatkan teknologi yang ada untuk dijadikan lahan untuk berbisnis, maka dari itu pihak Yully Ponsel memanfaatkan teknologi dengan sebaik-baiknya agar tidak kalah bersaing dengan usaha-usaha ponsel yang lainnya.

2) Persaingan Harga

   Sekarang ini banyak bisnis yang menawarkan produk- produknya dengan harga yang murah (diskon), supaya pelanggan tertarik untuk membeli produk tersebut. Maka dari itu, Bagi pihak Yully Ponsel harga nomer satu, murah daripada yang lain jangan banyak mengambil utung sedikit saja yang penting itu produk laku dijual dan habis.

3) Efek Jera karena Salah Pengiriman Pulsa

   Ketika terlalu sering melakukan kesalahan dalam pengerjaan atau pengiriman maka pelanggan akan merasa jera membeli pulsa di tempat

tersebut. Maka dari itu pihak Yully Ponsel selalu berhati-hati dalam pengerjaan atau mengisikan pulsa pelanggan selalu mengecek kembali pulsa yang telah terkiram berhasil atau tidaknya.

4) Berkurangannya Pelanggan

Faktor yang menyebabkan berkurangnya pelanggan itu karena pelayanan yang diberikan kurang baik. Bagi pelanggan kenyamanan lah yang nomer satu, maka dari itu pelayanan yang diberikan oleh pihak Yully ponsel cukup baik, ramah terhadap pelanggan, murah senyum, supaya ada intraksi di ajak bicara dan harganya pun sangat murah dibandingkan yang lain.

5) Adanya Pelanggan yang Tidak Tetap

Dalam kondisi persaingan yang sekarang ini, setiap perusahaan akan mampu bertahan hidup, bahkan harus dapat berkembang. Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah mempertahankan pelanggan yang telah ada, terus menggarap pelanggan-pelanggan pontensial baru agar jangan sampai pelanggan meninggalkan perusahaan menjadi pelanggan perusahaan lain. Pentingnya pelayanan yang baik terhadap pelanggan sebagai salah satu bentuk tanggung jawabnya.

Namun terkadang, tidak sedikit perusahaan yang kurang memperhatikan mengenai hal ini. Mereka menganggap kualitas produk jauh lebih penting. Memang kualitas dari produk juga menjadi hal yang penting,

Namun pelayanan tersebut tidak kalah pentingnya dengan kualitas produk. Sebaik-baiknya kualitas produk yang ditawarkan, jika tanpa adanya pelayanan yang baik, belum tentu pelanggan tertarik untuk membeli produk tersebut.

Bisa jadi pelanggan justru membeli produk dari perusahaan lain yang memiliki kualitas produk tidak jauh berbeda namun memiliki kualitas pelayanan yang sangat memuaskan. Dan pada akhirnya, perusahaan pun akan kehilangan pelanggannya. Untuk itulah kualitas pelayanan yang baik memang sangat diperlukan dalam bisnis sebagai salah satu bentuk tanggung jawabnya.maka dari itu pihak Yully Ponsel berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin agar pelanggan yang ada tidak akan pindah ke tempat lain untuk membeli produk dan tetap setia berlangganan di Yully Ponsel.

Tabel 4.1 Tabel Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Internal	**Faktor Eksternal**
Kekuatan (Strenghts)	**Peluang (Oppertunities)**
1. Harga murah 2. Mendapatkan Bonus/Hadiah 3. Hubungan baik pemilik dan karyawan 4. Hubungan baik dengan pelanggan 5. Tempat yang strategis	1. Pencari kerja 2. Membuka cabang baru 3. Kerjasa sama pihak luar 4. Menjadi agen pulsa semua operator 5. Membuat usaha baru

Kelemahan (Weaknesess)	Ancaman (Threats)
1. Seringnya melakukan kesalahan dalam megirimkan pulsa 2. Pengiriman pulsa yang kadang lambat masuk 3. Kurang tenaga kerja 4. Lokasi usaha dan tempat parkiran yang kurang luas 5. Promosi yang kurang luas	1. Banyak pesaing 2. Persaingan harga 3. Efek jera karena salah pengiriman pulsa 4. Berkurangannya pelanggan 5. Adanya pelanggan yang tidak tetap

Tabel 4.2 : Perhitungan Matriks IFE

Faktor-faktor strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
1. Harga murah	0,15	4	0,60
2. Mendapatkan Bonus/Hadiah	0,10	3	0,30
3. Hubungan baik pemilikdengan karyawan	0,10	4	0,40
4. Hubungan baik dengan pelanggan	0,15	4	0,60
5. Tempat yang strategis	0,15	4	0,60
Kelemahan			
1. Seringnya melakukan kesalahan dalam megirimkan pulsa	0,05	2	0,10
2. Pengiriman pulsa yang kadang lambat masuk	0,05	2	0,10
3. Kurang tenaga kerja	0,10	2	0,20
4. Lokasi usaha dantempat parkiran yang kurang luas	0,10	2	0,20
5. Promosi yang kurang luas	0,05	2	0,10
Total	1.00		3,20

Tabel 4.3 Perhitungan Matriks EFE

Faktor-faktor strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
1. Pencari kerja	0,15	2	0,30
2. Membuka cabang baru	0,10	2	0,20
3. Kerjasa sama pihak luar	0,05	3	0,15
4. Menjadi agen pulsa semua operator	0,10	1	0,10
5. Membuat usaha baru	0,15	2	0,30
Ancaman			
1. Banyak pesaing	0,15	3	0,30
2. Persaingan harga	0,10	4	0,40
3. Efek jera karena salah pengiriman pulsa	0,05	2	0,10
4. Berkurangannya pelanggan	0,05	4	0,20
5. Adanya pelanggan yang tidak tetap	0,10	2	0,20
Total	1,00		2,25

3. Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE)

Hasil total nilai kedua matriks di atas kemudian dipetakan ke dalam matriks IE seperti pada tabel 4.4 berikut. Dapat dilihat posisi Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk berada di kuadrat IV, karena nilai total EFE 2,25 dan nilai total IFE adalah 3,20. Posisi ini menunjukkan perusahaan ada pada tahap tumbuh dan stabil.

Tabel 4.4 Hasil Matriks IE

Total Skor Faktor Strategi Internal

		4.0 Kuat	3.0 Rata-rata	2.0 Lemah 1.0
Tinggi	3.0	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan
Total Skor Faktor Strategis Eksternal Menengah	2.0	IV Stabilitas	V Pertumbuhan Stabilitas	VI Penciutan
Rendah	1.0	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuidasi

Strategi yang diambil sebaiknya adalah strategi intensif atau strategi integratif. strategi intensif terdiri dari penetrasi pasar, pengembangan pasar

dan pengembangan produk. Penetrasi pasar didefinisikan sebagai strategi yang berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk atau jasa saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar. Penetrasi pasar mencakup meningkatkan jumlah tenaga penjual, meningkatkan jumlah belanja iklan, menawarkan promosi penjualan yang ekstensif atau meningkatkan usaha publisitas. Pengembangan pasar didefinisikan sebagai strategi memperkenalkan produk atau jasa saat ini. Pengembangan produk didefinisikan sebagai strategi yang mencari peningkatan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa saat ini. Strategi integratif terdiri dari integrasi ke depan, ke belakang dan horizontal. Integrasi ke depan adalah mencari kepemilikan atau meningkatkan kendali pada pihak distributor atau pengecer. Integrasi ke belakang adalah perusahaan mencoba untuk mencari kepemilikan atau meningkatkan kendali atas perusahaan pemasok. Integrasi horizontal adalah strategi mencari kepemilikan atas perusahaan pesaing.

4. Analisis SWOT

   a. Berdasarkan posisi perusahaan yang diperoleh dari matriks IE, maka perusahaan dapat memformulasikan alternatif strategi yang layak untuk diimplementasikan dengan menggunakan matriks SWOT (*Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*). Analisis SWOT ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang

(*opportunity*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Berdasarkan hasil penelitian, matriks SWOT memberikan strategi alternatif yang layak terkait dengan posisi perusahaan pada sel IV (tumbuh dan stabil) sebagai berikut: strategi S-O, S-T, W-O dan W-T yang diringkas dalam tabel 4.5.

b. Strategi S-O

1) Mengintensifkan promosi (O3,S1,S2)

Dengan mengintensifkan promosi maka masyarakat yang belum mengetahui keberadaan Yully Ponsel akan menjadi tahu dan dengan kelengkapan fasilitas yang diberikan serta kualitas produk yang bagus maka pelanggan akan tertarik untuk melakukan transaksi disana.

2) Memanfaatkan tanah kosong (O2, O5,S5)

Bapak Hadi masih mempunyai tanah kosong di sekitar toko Yully Ponsel berhubung tempat Yully Ponsel masih kurang luas maka bapak Hadi merenovasi tokonya lebih besar lagi agar memudahkan pelanggan dalam berintraksi di sana serta tanah kosong itu akan dimanfaatkan untuk lahan berbisnis membuka usaha baru dan cabang baru agar Yully Ponsel lebih dikenal dan diketahui oleh masyarakat.

c. Strategi S-T

1) Mempertahankan harga jual produk yang lebih murah dari para pesaing. (T1, T2, S1, S2)

Yully Ponsel mempunyai ketertarikan tersendiri dan dapat di bilang tempat favorit bagi pelanggan selain harganya lebih murah dibandingkan ditempat yang lain juga mendapatkan hadiah (bonus).

2) Strategi W-O

1) Menambah tenaga kerja (O1,W3)

Bapak Hadi selaku pemilik Yully Ponsel masih merasa kekurangan karyawan maka dari itu bapak Hadi ingin menambah satu karyawan lagi untuk di pekerjakan di sana. Bapak Hadi juga berencana ingin membuka usaha baru/cabang baru lagi, maka dari itu masih memerlukan tenaga kerja untuk di pekerjakan di Yull Ponsel. Hal ini bisa mengurangi pengangguran yang ada.

2) Menggunakan saluran komunikasi tenaga ahli untuk meyakinkan masyarakat akan kualitas dan manfaat produk (O3, S5)

Tenaga ahli yang dimiliki Yully Ponsel dapat melakukan promosi untuk meyakinkan konsumen akan kualitas dan manfaat produk untuk meningkatkan *volume* penjualan.

3) Strategi W-T

1) Melakukan pengiriman pulsa secara hati-hati (T3,T4,W1,W2)

Pihak Yully Ponsel lebih berhati-hati lagi dalam mengisikan pulsa dan pengiriman pulsa agar pelanggan tidak merasa kecewa dan tidak memilih bertransaksi di tempat lain.

Tabel 4.5 : Matriks SWOT Yully Ponsel

	Kekuatan (*Strengths*)	**Kelemahan (*weaknesses*)**
S-W (Internal) **O-T (Eksternal)**	1. Harga murah 2. Mendapatkan Bonus/Hadiah 3. Hubungan baik pemilik dengan karyawan 4. Hubungan baik dengan pelanggan 5. Tempat yang strategis	1. Seringnya melakukan kesalahan dalam megirimkan pulsa 2. Pengiriman pulsa yang kadang lambat masuk 3. Kurang tenaga kerja 4. Lokasi usaha dan tempat parkiran yang kurang luas 5. Promosi yang kurang luas
Peluang(*Opportunitie*)	**Strategi SO (Integrasi)**	**Strategi WO**
1. Pencari kerja 2. Membuka cabang baru 3. Kerjasa sama pihak luar 4. Menjadi agen pulsa semua operator 5. Membuat usaha baru	1. Mengintensifkan promosi (O3, S1, S2) 2. Memanfaatkan tanah kosong (O2, O5, S5)	1. Menambah tenaga kerja (O1,W3) 2. Menggunakan saluran komunikasi tenaga ahli untuk meyakinkan masyarakat akan kualitas dan manfaat produk (O3, S5)

Ancaman (*Threats*)	**Strategi ST**	**Strategi WT**
1. Banyak pesaing 2. Persaingan harga 3. Efek jera karena salah pengiriman pulsa 4. Berkurangannya pelanggan 5. Adanya pelanggan yang tidak tetap	1. Mempertahankan harga jual produk yang lebih murah dari para pesaing. (T1, T2, S1, S2)	1. Melakukan pengiriman pulsa secara hati-hati (T3,T4,W1,W2)

5. Analisis QSPM (Tahap Keputusan)

Analisis SWOT yang telah dilakukan menghasilkan berbagai alternatif strategi yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan. Alternatif strategi tersebut kemudian diberikan peringkat prioritas untuk diimplementasikan dengan menggunakan analisis QSPM (*Quantitive Strategic Planning Matrix*). QSPM ini dirancang dengan menerapkan daya tarik relatif dari alternatif strategi yang layak diimplementasikan. Analisis SWOT menghasilkan delapan strategi yang dapat diimplementasikan. Alternatif strategi tersebut adalah:

a. Mengintensifkan promosi

b. Memanfaatkan tanah kosong

c. Menambah tenaga kerja

d. Menggunakan saluran komunikasi tenaga ahli untuk meyakinkan masyarakat akan kualitas dan manfaat produk
e. Mempertahankan harga jual produk yang lebih murah dari pesaing
f. Melakukan pengiriman pulsa secara hati-hati

Kuisioner penentuan prioritas strategi berdasarkan matriks QSPM diberikan kepada responden yang sama yaitu kepada pemilik toko Yully Ponsel di kecamatan sungai tabuk. Prioritas strategi yang dimaksudkan adalah urutan pelaksanaan strategi yang dapat dilakukan Yully Ponsel dalam jangka waktu tertentu dengan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.6 Prioritas Strategi Promosi Yully Ponsel di Kecamtan Sungai Tabuk

Alternatif Strategi	Total TAS	Prioritas
Mengintensifkan promosi	4,25	I
Menggunakan saluran komunikasi tenaga ahli untuk meyakinkan masyarakat akan kualitas dan manfaat produk	3,60	II
Mempertahankan harga jual produk yang lebih murah dari pesaing	3,50	III
Melakukan pengiriman pulsa secara hati-hati	3,10	IV
Memanfaatkan tanah kosong	2,40	V
Menambah tenaga kerja	2,10	VI

Berdasarkan tabel 4.6 terlihat bahwa strategi yang memiliki peringkat pertama adalah mengintensifkan promosi, dengan mengintensifkan promosi maka masyarakat yang belum mengetahui keberadaan Yully Ponsel akan menjadi

tahu dan dengan kelengkapan fasilitas yang diberikan serta kualitas produk yang bagus maka pelanggan akan tertarik untuk melakukan transaksi disana, promosi sangat diperlukan untuk memperkenalkan dan meyakinkan kualitas produk kepada konsumen, promosi yang dilakukan ini agar penjualan produk yang di tawarkan oleh Yully Ponsel ini semakin meningkat dan lebih di ketahui oleh masyarakat luas, ini merupakan strategi utama yang harus tetap dilakukan untuk strategi pengembangan produk. Prioritas kedua adalah menggunakan saluran komunikasi tenaga ahli untuk meyakinkan masyarakat akan kualitas dan manfaat produk, tenaga ahli yang dimiliki Yully Ponsel dapat melakukan promosi untuk meyakinkan konsumen akan kualitas dan manfaat produk untuk meningkatkan *volume* penjualan. Prioritas ketiga adalah mempertahankan harga jual produk yang lebih murah dari pesaing, untuk meningkatkan penjualan di tengah banyaknya usaha sejenis di luar sana diperlukan adanya harga produk yang lebih terjangkau, sehingga para konsumen lebih berminat untuk membeli di sini. Prioritas keempat adalah melakukan pengiriman pulsa secara hati-hati, pihak Yully Ponsel lebih berhati-hati lagi dalam mengisikan pulsa dan pengiriman pulsa agar pelanggan tidak merasa kecewa dan tidak memilih bertransaksi di tempat lain. Prioritas kelima adalah memanfaatkan tanah kosong, bapak Hadi masih mempunyai tanah kosong di sekitar toko Yully Ponsel berhubung tempat Yully Ponsel masih kurang luas maka bapak hadi merenovasi tokonya lebih besar lagi agar memudahkan pelanggan dalam berintraksi di sana serta tanah kosong itu akan dimanfaatkan untuk lahan berbisnis membuka usaha baru dan cabang baru

agar Yully Ponsel lebih dikenal dan diketahui oleh masyarakat. Prioritas keenam adalah menambah tenaga kerja, bapak hadi selaku pemilik Yully Ponsel masih merasa kekurangan karyawan maka dari itu bapak hadi ingin menambah satu karyawan lagi untuk di pekerjakan di sana serta bapak hadi berencana ingin membuka usaha baru/cabang baru lagi, maka dari itu masih memerlukan tenaga kerja untuk di pekerjakan di Yull Ponsel, hal ini bisa mengurangi pengangguran yang ada.

6. Tinjauan Syariah tentang Pemasaran Perusahaan Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk

Islam sendiri mengajarkan etika pemasaran yang bernuansa Islam, dalam konsep jual beli Islam ada beberapa kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis yaitu salah satunya mengambil konsep dari keteladanan sifat Rasulullah SAW seperti *ṣhiddiq, fathōnah, amānah,* dan *tabligh.*

a. *Ṣhiddiq* (jujur)

Saat berdagang Rasulullah SAW mudah dikenal dengan julukan Al-amin (yang terpercaya). Sikap ini tercermin saat dia berhubungan dengan *customer* maupun pemasoknya, seperti pada perusahaan Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk ini yang mempromosikan produknya dengan informasi yang benar apa adanya tanpa ada melebih-lebihkan atau mengurangi dalam hal promosinya, karena bagi mereka kejujuran itu sangatlah penting agar konsumen tidak

merasa tertipu dengan adanya promosi itu dengan realitanya dan juga ingin menjadikan konsumen loyal terhadap produknya.

b. *Fathōnah* (cerdas/kompeten)

Harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk ini relatif murah dari harga pasaran karena sebuah agen tentu menjaga pelanggan-pelanggannya agar tidak berpindah ketempat lain dengan cara menetapkan harga yang mudah dijangkau oleh konsumennya serta melayani dengan penuh keramah tamahan.

c. *Amānah* (bertanggung jawab)

Dalam dunia pemasaran, Rasulullah selalu memberikan *value* produknya seperti yang diiklankan atau dijanjikan, dan untuk itu butuh upaya yang tidak kecil. Pemasar syariah juga harus bertanggung jawab atas segala sesuatu yang dilakukannya, seperti dalam melakukan kesalahan-kesalahan dalam kegiatan pemasarannya maka diharuskan untuk bertanggung jawab atas kesalahannya itu. Perusahaan Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk ini sangat bertanggung jawab apabila ada suatu kesalahan yang dilakukannya, seperti adanya kesalahan dalam pengiriman pulsa, pulsa yang terkadang lambat masuk serta pulsa yang tidak masuk sama sekali, maka itu semua harus dipertanggung jawabkan oleh pihak Yully Ponsel ini agar pelanggan tidak merasa dirugikan dan tidak beralih ketempat yang lain.

Sebagaimana Allah berfirman dalam QS. Al-‘Anfāl/8: 27.

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَخُونُواْ ٱللَّهَ وَٱلرَّسُولَ وَتَخُونُوٓاْ أَمَٰنَٰتِكُمۡ وَأَنتُمۡ تَعۡلَمُونَ ٢٧

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui."[5]

Ayat ini mengaitkan orang-orang beriman dengan amanah atau larangan berkhianat. Bahwa diantara indikator keimanan seseorang adalah sejauh mana dia mampu melaksanakan amanah. Demikian pula sebaliknya bahwa ciri khas orang munafik adalah khianat dan melalaikan amanah-amanahnya. Amanah, dari satu sisi dapat diartikan dengan tugas, dan dari sisi lain diartikan kredibilitas dalam menunaikan tugas. Sehingga amanah sering dihubungkan dengan dengan kekuatan.

d. *Tabligh* (menyebarluaskan)

Suatu kegiatan dalam memasarkan produk dibutuhkan seorang pemasar yang argumentatif dan komunikatif, sehingga produk yang dipasarkan dapat tersampaikan dengan baik, seperti salah satu sifat Rasulullah yaitu *tabligh* yang menyebarluaskan dagangannya agar para konsumen mengetahui serta membelinya. Perusahaan Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk ini juga menggunakan sifat Rasulullah yaitu *tabligh* yang mana dengan cara memasarkan

[5]Departenmen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro, 2005), hlm. 180.

(menyebarluaskan) produknya dengan informasi yang benar apa adanya dan tidak mengada-ada agar konsumen tertarik dan bisa membelinya serta dengan menggunakan komunikasi yang baik kepada konsumennya.

Dengan keempat prinsip diatas, maka akan melahirkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaanYully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk.

Adapun seperti yang dijelaskan dalam bab dua dalam pemasaran, ada empat etika pemasaran syariah yang dapat menjadi paduan bagi pemasaran yaitu:

a. Theistis (*rabbaniyyah*) artinya berdasarkan ketuhanan, yakni satu keyakinan yang bulat bahwa semua gerak-gerik manusia selalu berada dibawah pengawasan ilahi, yang Maha Kuasa, Maha Pencipta, Maha Pengawas.
b. Etis (*akhlaqiyah*) artinya semua perilaku berjalan di atas normal etika yang berlaku umum.
c. Realistis *(al-waqi'iyyah*) artinya sesuai dengan kenyataan. Semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita, tidak membeda-bedakan orang, suku, warna kulit, semua tindakan penuh dengan kejujuran.
d. Humanistis *(al-insaniyyah*) artinya berperi kemanusiaan, hormat sesama menghormati, pemasaran berusaha membuat kehidupan

menjadi lebih baik. Jangan sampai kegiatan pemasaran malah sebaliknya merusak dan mengganggu masyarakat.

Melihat uraian di atas tentang etika pemasaran syariah mengaitkannya pada perusahaan Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk tidak ditemukan adanya unsur penyimpangan dalam etika pemasaran syariah yang dilakukannya, baik dari etika theistis (*rabbaniyyah*), etis (*akhlaqiyah*), realistis (*al-waqiyah*), dan humanistis (*al-insaniyah*), karena perusahaan Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk ini selalu menjaga akan kenyamaan konsumen-konsumennya untuk selalu berbelanja akan produk yang ditawarkannya itu sehingga menciptakan kepuasan serta loyalitas konsumen terhadap produknya tanpa adanya kebohongan dalam promosinya karena mereka mengetahui bahwa semua perbuatan itu ada yang selalu mengawasinya yaitu Allah SWT. serta merta tidak membedakan setiap konsumen yang mau membeli produknya itu.