

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum objek penelitian

1. Sejarah berdirinya Ponselku

Ponselku merupakan salah satu jenis toko yang bergerak pada jual beli handphone baru maupun second, perlengkapan handphone, penjualan pulsa, serta melayani jasa service handphone. Usaha tersebut sering disebut dengan Counter Handphone. Ponselku ini didirikan oleh Adelia Vivien Widayanti pada tahun 2020 dan lokasi Ponselku berada di daerah Juwana, dengan tenaga kerja 2 orang.

Awal mula berdirinya Ponselku pada saat musim pandemi yang menyebabkan sulitnya mencari pekerjaan, kemudian pemilik konter berinisiatif mendirikan usaha sendiri sesuai dengan passion yang dimiliki. Karena, pada sebelumnya pemilik konter bekerja disalah satu toko yang bergerak dibidang yang sama. Maka, tidak sulit untuk Ponselku memulai bisnis ini karena sudah memiliki pelanggan. Awal berdirinya Ponselku hingga sekarang, pastinya sudah memiliki banyak pengalaman, salah satunya adanya masukan dan keluh kesah dari pelanggan. Pada zaman sekarang, bertambahnya jumlah pemilik handphone, maka dapat mendorong peningkatan omset penjualan di toko ini. Ponselku menjual dan memasarkan produknya secara *online* dan *offline*. Ponselku beroperasi dari pukul 10.00 sampai dengan pukul 21.00.

2. Visi misi Ponselku

Visi

Menjadikan ponselku sebagai toko yang unggul dan dapat di jangkau oleh semua kalangan masyarakat, menjadikan ponselku sebagai toko yang terpercaya, serta dapat memberikan manfaat kepada manusia melalui teknologi komunikasi.

Misi

1. Mengedepankan keunggulan handphone.
2. Menjaga mutu dan kualitas handphone.
3. Menindak lanjuti apabila ada konsumen yang komplein dengan segera.
4. Memberikan pelayanan yang terbaik, nyaman, dan menyenangkan kepada para konsumen.

3. Struktur organisasi Ponselku

Struktur organisasi usaha merupakan susunan pembagian peran dan tugas dalam setiap perusahaan. Agar kegiatan Ponselku berjalan dengan baik, maka dalam pembagian

tugas harus jelas dan tegas. Ponselku memiliki karyawan yang mempunyai tugas masing-masing untuk dilaksanakan, serta bertanggung jawab dengan tugas yang diberikan.

Struktur organisasi, tugas, serta tanggung jawab pada Counter Handphone Ponselku sebagai berikut:

a. Pemilik Toko

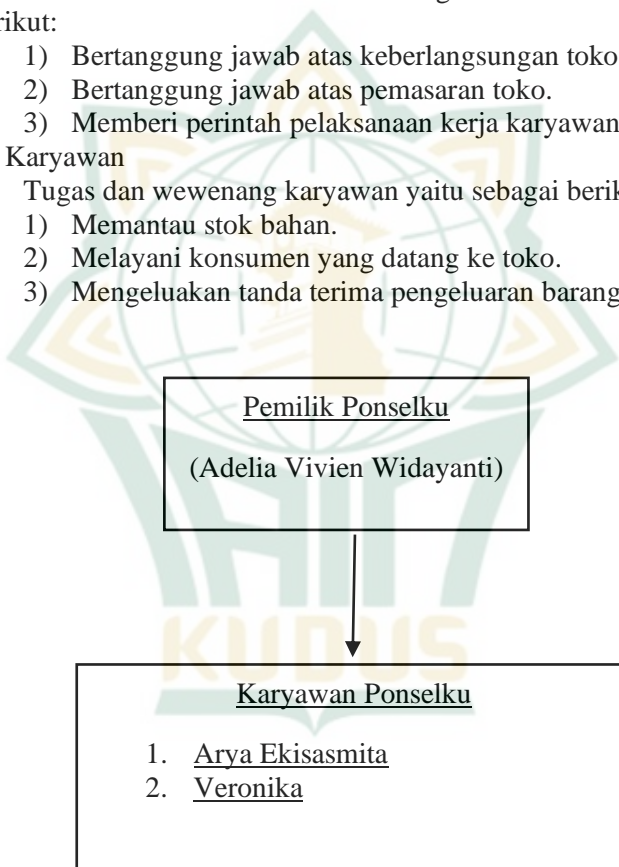
Secara global, pengurus suatu perusahaan yang mempunyai tanggung jawab penuh terhadap perusahaan disebut direktur atau pemilik toko. Pemilik toko memiliki tugas dan wewenang sebagai berikut:

- 1) Bertanggung jawab atas keberlangsungan toko.
- 2) Bertanggung jawab atas pemasaran toko.
- 3) Memberi perintah pelaksanaan kerja karyawan.

b. Karyawan

Tugas dan wewenang karyawan yaitu sebagai berikut:

- 1) Memantau stok bahan.
- 2) Melayani konsumen yang datang ke toko.
- 3) Mengeluarkan tanda terima pengeluaran barang.



4. Produk dan pelayanan

Berikut produk-produk yang ada di Ponselku diantaranya:

No	Keterangan
1.	Handphone all tipe baru dan <i>second</i>
2.	Pulsa

3.	Paket data
4.	Anti gores handphome
5.	Charger handphome
6.	Powerbank
7.	Silicon handphome
8.	Memori
9.	Kabel data
10.	Kartu seluler
11.	Voucher

Produk-produk yang tersedia di Ponselku merupakan produk yang bagus dan berkualitas. Ponselku selalu menjaga kualitas produk yang dijual, agar ponselku menjadi tempat yang dipercaya sebagai ponsel berkualitas, serta dapat menjadi kebanggaan atau kepuasan untuk para konsumen yang sudah berlangganan. Selain menyediakan produk-produk tersebut, Ponselku juga memberikan jasa perbaikan handphome.

Pelayanan yang diberikan Ponselku dilakukan secara baik untuk membuat para konsumen merasa aman, nyaman, serta kepuasan pelanggan terhadap pelayanan tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan kunci kesuksesan dari suatu bisnis. Dampak yang terjadi jika pelanggan merasa aman, nyaman, dan puas terhadap pelayanan, maka pelanggan akan melakukan pembelian kembali. Jika hal tersebut terjadi secara berulang, maka dapat tercapainya target omset penjualan.

Omset penjualan Ponselku pada tahun 2020 sampai sekarang mengalami fluktuatif. Terbukti bahwa target pencapaian omset Ponselku yaitu Rp.10.000.000, namun omset yang dihasilkan mencapai Rp.7.000.000 sampai dengan Rp.18.000.000. Dari hasil tersebut, omset penjualan tidak selalu mengalami peningkatan karena faktor ekonomi pada masyarakat dan adanya pesaing. Namun, Ponselku selalu menerapkan strategi bauran promosi melalui periklanan, promosi penjualan, serta penjualan perorangan. Ponselku selalu menjalankan promosi produk yang ditawarkan dan memberikan pelayanan dengan baik untuk meningkatkan omset penjualan dengan baik. Untuk omset penjualan Ponselku dapat dilihat dari table dibawah:

No	Bulan	Jumlah Omset
1.	November 2020	Rp. 7.120.000
2.	Desember 2020	Rp. 7.988.000
3.	Januari 2021	Rp. 8.688.000

4.	Februari 2021	Rp. 8.730.000
5.	Maret 2021	Rp. 8.764.000
6.	April 2021	Rp. 9.320.000
7.	Mei 2021	Rp. 9.886.000
8.	Juni 2021	Rp. 9.000.000
9.	Juli 2021	Rp. 10.876.000
10.	Agustus 2021	Rp. 12. 414.000
11.	September 2021	Rp. 12.396.000
12.	Oktober 2021	Rp 15.788.000
13.	November 2021	Rp. 17.999.000

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh Counter Ponselku ditinjau dari perspektif islam

a. Periklanan

Periklanan bertujuan untuk meningkatkan permintan produk yang ditawarkan. Media yang digunakan seperti media sosial, melalui whatsapp, Instagram, tiktok, dan lain-lain. Usaha konter lebih banyak menggunakan strategi promosi melalui media sosial, seperti Ponselku yang menerapkan periklanan melalui media sosial sebagai bentuk menyebarkan informasi terkait produk yang ditawarkan, sebagaimana yang disampaikan oleh Adelia Vivien Widayanti, sebagai pemilik Ponselku:

“Iklan yang kami berikan menggunakan media sosial seperti, whatsapp, Instagram, facebook, dan tik tok. Menurut kami, masyarakat rata-rata menggunakan media sosial, jadi mudah di jangkau dan banyak orang yang tahu. Iklan yang disampaikan sesuai dengan informasi barang yang diiklankan tanpa adanya penambahan atau pengurangan kondisi barang tersebut.....”¹

Begitu juga penuturan yang disampaikan oleh Bapak arya, Selaku karyawan Ponselku:

“Semakin berkembangnya dunia pemasaran, kami melakukan kegiatan promosi melalui media sosial seperti, tiktok, facebook, whatsapp, serta Instagram. Promosi tersebut kami lakukan untuk memberikan

¹ Wawancara dengan Adelia Vivien Widayanti selaku pemilik Ponselku, pada 25 Desember 2021 di Ponselku pukul 08.51 WIB.

informasi kepada masyarakat luas mengenai produk yang kita tawarkan.”²

Hal yang sama juga disampaikan oleh Veronika, selaku karyawan Ponselku:

“.....penyampaikan iklan sesuai dengan kondisi barang yang ditawarkan, foto yang di gunakan untuk iklan sesuai dengan aslinya (realpict), kami berusaha memberikan informasi iklan sesuai dengan kondisi barang yang ditawarkan secara jelas. Selain itu, saya juga ikut mempromosikan melalui akun media soail saya pribadi, karena semua tim harus kejasama untuk mempromosikan usaha ini.....”³

Berdasarkan pejelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi periklanan di Ponselku sudah melakukan periklanan dengan baik. Ponselku hanya memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Namun, hal tersebut mampu untuk menarik para pelanggan untuk melakukan pembelian produk yang telah ditawarkan.

b. Penjualan Perorangan

Penjualan perorangan dilakukan dengan cara interaksi langsung denga calon pelanggan yang bertujuan untuk menawarkan suatu produk. Sebagaimana penutran yang disampaikan oleh Veronika, selaku karyawan Ponselku:

“Kami sering melakukan penawaran secara langsung kepada para pelanggan yang datang ke toko, karena menurut kami hal tersebut lebih efektif dan lakunya lebih cepat, karena pelanggan bisa lebih leluasa memilih dan menanyakan tentang barang yang dicari...”⁴

Serta penuturan yang disampaikan oleh Bapak Arya, selaku karyawan Ponselku:

² Wawancara dengan Bapak Arya Ekisasma selaku Karyawan Ponselku, pada 3 Juni 2022 di Ponselku pukul 13.52 WIB.

³ Wawancara dengan Veronika selaku Karyawan Ponselku, pada 24 Juni 2022 di Ponselku pukul 17.41 WIB.

⁴ Wawancara dengan Veronika selaku Karyawan Ponselku, pada 24 Juni 2022 di Ponselku pukul 17.41 WIB.

*“Kami selalu bertanya ke pelanggan mengenai produk yang dicari, kemudian kami akan menjelaskan mengenai kelebihan dan kekurangan produk tersebut, serta merekomendasikan kepada pelanggan...”*⁵

Penuturan tersebut diperkuat oleh pemaparan yang diberikan oleh Yuli Rohmawati, selaku karyawan Ponselku:

*“ Menurut saya, pihak ponselku menyediakan berbagai tipe handphone, yang memudahkan saya lebih mudah mencari tipe handphone yang saya inginkan dan selalu menjelaskan produk yang dicari oleh konsumen. Selain itu, harganya juga lebih murah dibanding toko handphone lain”.*⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa penjualan perorangan yang dilakukan Ponselku adalah pihak Ponselku selalu menjelaskan secara jelas dan merekomendasikan apa yang dibutuhkan pelanggan, sehingga pelanggan lebih mudah untuk mencari barang yang diinginkan, serta karakter karyawan yang ramah membuat para pelanggan merasa puas.

c. Publisitas dan Hubungan Masyarakat

Publisitas merupakan informasi yang berbentuk berita, sedangkan hubungan masyarakat merupakan upaya pelayanan yang baik kepada konsumen sehingga menciptakan hubungan yang harmonis, sehingga menimbulkan dampak positif. Sebagaimana penuturan Adelia Vivien Widayanti, selaku pemilik Ponselku:

*“Publisitas belum terlaksana di Ponselku, karena biaya yang di keluarkan tidak sedikit. Selain itu, pada daerah Juwana sendiri belum ada sama sekali kegiatan promosi tersebut. Sedangkan hubungan masyarakat, Ponselku selalu menerapkan pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasa nyaman”.*⁷

⁵Wawancara dengan Bapak Arya Ekisasmita selaku Karyawan Ponselku, pada 3 Juni 2022 di Ponselku pukul 13.52 WIB.

⁶Wawancara dengan Yuli Rohmawati selaku Konsumen Ponselku, pada 11 Juni 2022 di Ponselku pukul 20.09 WIB.

⁷Wawancara dengan Adelia Vivien Widayanti selaku pemilik Ponselku, pada 25 Desember 2021 di Ponselku pukul 08.51 WIB.

Serta penuturan yang disampaikan oleh Veronika, Selaku karyawan Ponselku:

“Pihak Ponselku belum melakukan kegiatan Publisitas. Kalau untuk hubungan masyarakat, pihak Ponselku selalu memberikan pelayanan yang baik dan bersikap ramah, dengan begitu konsumen aku merasa senang membeli disini”.⁸

Hal tersebut diperkuat oleh pendapat Ibu Siti Nur Syamsiyah, selaku karyawan Ponselku:

“Menurut saya, Ponselku belum melaksanakan kegiatan Publisitas, untuk hubungan masyarakat saya berkomentar baik. Pelayanan yang diberikan, mulai penampilan serta penuturan dalam menjelaskan rincian produk sangat ramah dan sopan, sehingga saya nyaman berlangganan disini. Selain itu, Ketika karyawan atau pemilik Ponselku yang mengantar barang atau COD juga sangat ramah”.⁹

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa, penerapan Publisitas dalam Ponselku tidak terlaksana dengan baik, namun hubungan masyarakat yang diterapkan oleh Ponselku sangat baik, yaitu dengan menerapkan pelayanan dan sikap ramah kepada konsumen sehingga dapat menimbulkan dampak baik bagi konsumen tersebut dan pada Ponselku.

d. Promosi Penjualan

Promosi penjualan bertujuan untuk menarik perhatian konsumen pada suatu produk dengan adanya pemberian potongan harga, kupon, hadiah, dan lain-lain. Sebagaimana penuturan yang diberikan oleh Adelia Vivien Widayanti, selaku pemilik Ponselku:

“Pada promosi penjualan, setiap pelanggan akan mendapatkan bonus atau potongan harga pada setiap pembelian. Selain itu, kami juga memberikan garansi

⁸ Wawancara dengan Veronika selaku Karyawan Ponselku, pada 24 Juni 2022 di Ponselku pukul 17.41 WIB.

⁹ Wawancara dengan Ibu Siti Nur Syamsiyah selaku konsumen Ponselku, pada 13 Juni 2022 di Ponselku pukul 20.30 WIB.

selama 1 tahun. Kami juga memberikan layanan COD atau antar sampai rumah”¹⁰

Penuturan tersebut diperkuat oleh Siti Nur Elisa Lusiana, selaku konsumen Ponselku:

“Setiap melakukan pembelian di Ponselku, saya selalu mendapat bonus atau potongan harga tanpa adanya minimal jumlah pembelian...”¹¹

Hal tersebut juga diperkuat oleh pendapat Yuli Rahmawati, selaku konsumen Ponselku:

“Menurut saya, Ponselku selalu memberikan bonus atau potongan harga dalam setiap pembelian. Selain itu, apabila saya ingin melakukan pembelian, tapi saya malas datang ke konter, pihak ponselku melayani system COD atau diantar sampai rumah tanpa adanya biaya ongkos kirim”¹²

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan yang dilakukan Ponselku sudah diterapkan dan berjalan dengan baik. Menurut konsumen, terdapat potongan harga dan bonus kepada konsumen yang melakukan transaksi tanpa adanya minimal pembelian.

2. Dampak penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh Counter Ponselku ditinjau dari perspektif islam

a. Dampak Positif

Penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omset penjualan pastinya mempunyai dampak positif, sebagaimana penuturan Adelia Vivien Widayanti, selaku pemilik Ponselku:

“Strategi bauran promosi yang dilakukan Ponselku mempunyai dampak positif, yaitu banyaknya respon dari masyarakat yang mempengaruhi pendapatan penjualan kami. Menurut saya, usaha handphone

¹⁰ Wawancara dengan Adelia Vivien Widayanti selaku pemilik Ponselku, pada 25 Desember 2021 di Ponselku pukul 08.51 WIB.

¹¹ Wawancara dengan Siti Nur Elisa Lusiana selaku konsumen Ponselku, pada 14 Juni 2022 di Ponselku pukul 21.00 WIB.

¹² Wawancara dengan Yuli Rohmawati selaku Konsumen Ponselku, pada 11 Juni 2022 di Ponselku pukul 20.09 WIB.

termasuk musiman, semakin banyaknya konsumen, maka pendapatan akan meningkat”.¹³

Hal tersebut diperkuat oleh pendapat Ibu Siti Nur Syamsiah, selaku konsumen Ponselku:

“Menurut saya, strategi bauran promosi yang digunakan Ponselku sudah cukup baik. Pelayanan yang diberikan sangat baik dan ramah, banyaknya masyarakat yang mengenal Ponselku, dapat memajukan usaha ini”.¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi bauran promosi penjualan yang dilakukan Ponselku mempunyai dampak positif, yaitu memperoleh banyak respon dari masyarakat. Semakin banyaknya konsumen maka pendapatan akan meningkat, dapat disimplkan bahwa pendapatan yang dihasilkan pada tahun 2020 sampai 2022 diperoleh penghasilan Rp.7.000.000 sampai Rp.18.000.000 setiap bulannya.

b. Dampak Negatif

Dampak negatif dari penerapan strategi baran promosi guna meningkatkan omset penjualan yang dilakukan Ponselku diungkapkan oleh Adelia Vivien widayanti, selaku pemilik Ponselku:

“Dampak negatif dari penerapan strategi bauran promosi yaitu kurangnya strategi dalam bentuk publisitas. Ponselku sendiri belm menerapkan publisitas dalam menjalankan strategi buaran promosi. Sebab, publisitas memerlukan biaya yang cukup banyak”.¹⁵

Hal tersebut diperkuat oleh taggapan Yuli Rohmawati, selaku pelanggan Ponselku:

¹³ Wawancara dengan Adelia Vivien Widayanti selaku pemilik Ponselku, pada 25 Desember 2021 di Ponselku pukul 08.51 WIB.

¹⁴ Wawancara dengan Ibu Siti Nur Syamsiyah selaku konsumen Ponselku, pada 13 Juni 2022 di Ponselku pukul 20.30 WIB.

¹⁵ Wawancara dengan Adelia Vivien Widayanti selaku pemilik Ponselku, pada 25 Desember 2021 di Ponselku pukul 08.51 WIB.

“Menurut saya, Ponselku belum menerapkan publisitas dalam menjalankan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omset penjualannya. Namun, Ponselku sudah memiliki banyak pelanggan dari sosial media seperti whatsapp dan facebook, mungkin akan mengadakan publisitas saat Ponselku tambah berkembang dan maju.”¹⁶

Dari hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa dampak negatif dari penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omset penjualan pada Ponselku yaitu tidak terlaksananya strategi bauran promosi dalam bentuk publisitas. Faktor tidak terlaksananya publisitas yaitu biaya yang diperlukan sangat banyak.

3. Kendala dan solusi penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh Counter Ponselku ditinjau dari perspektif islam

a. Internal

Kendala internal dari penerapan strategi bauran promosi pada Ponselku disampaikan oleh Adelia Vivien Widayanti, selaku pemilik Ponselku:

“Kendala internal yang kami hadapi dalam penerapan strategi bauran promosi untuk meningkatkan omset penjualan adalah terbatasnya produk tertentu yang diminati pelanggan. Hal tersebut biasanya menyebabkan terjadinya pembatalan pembelian.”¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa kendala internal dari penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omset penjualan pada Ponselku adalah pada suatu produk yang terbatas. Hal tersebut terjadi karena stok pusat yang terbatas dan dapat menyebabkan batalnya kegiatan pembelian. Namun, Ponselku mempunyai solusi untuk mengatasi hal tersebut, yaitu dengan cara menawarkan produk lain, kemudian Ponselku melakukan penjelasan produk yang ditawarkan.

¹⁶ Wawancara dengan Yuli Rohmawati selaku Konsumen Ponselku, pada 11 Juni 2022 di Ponselku pukul 20.09 WIB.

¹⁷ Wawancara dengan Adelia Vivien Widayanti selaku pemilik Ponselku, pada 25 Desember 2021 di Ponselku pukul 08.51 WIB.

b. Eksternal

Kendala eksternal dari penerapan strategi bauran promosi pada Ponselku disampaikan oleh Adelia Vivien Widayanti, selaku pemilik Ponselku:

*" Kendala eksternal yang kami hadapi dalam penerapan strategi bauran promosi untuk meningkatkan omset penjualan adalah persaingan dan perbandingan harga. Ada banyaknya toko lain yang melakukan banting harga, produk sama namun kualitasnya berbeda seperti produk yang kita tawarkan. Dalam persaingan bisnis, masih banyak yang menggunakan cara yang tidak sehat, jadi kami harus siap dalam menghadapi ancaman yang kemungkinan yang akan terjadi."*¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa kendala eksternal dari penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omset penjualan pada Ponselku adalah persaingan bisnis, khususnya perbandingan harga. Untuk menghadapi masalah tersebut, pihak Ponselku akan melakukan penjelasan pada setiap produk yang dicari pelanggan mulai dari kelebihan dan kekurangan produk. Sehingga, pelanggan akan mengetahui perbedaan barang yang ditawarkan.

C. Analisis Data Penelitian

1. Penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh Counter Ponselku ditinjau dari perspektif islam

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan pihak Ponselku melalui observasi, strategi bauran promosi yang dijalankan oleh pihak ponselku yaitu iklan, penjualan pribadi, publisitas dan hubungan masyarakat, serta promosi penjualan.

Ponselku menggunakan promosi dan perbedaan produk dalam melakukan pemasaran untuk menarik pelanggan. Selain itu, pelayanan yang baik dapat menjadi pengaruh untuk menjaga kepercayaan dan kenyamanan pelanggan. Dari strategi bauran promosi tersebut, Ponselku mengalami kenaikan omset, meskipun strategi promosi yang digunakan Ponselku seperti publisitas belum terlaksana. Target sasaran yang diharapkan Ponselku yaitu Rp.10.000.000. Namun, Ponselku dapat memperoleh setiap bulan

¹⁸ Wawancara dengan Adelia Vivien Widayanti selaku pemilik Ponselku, pada 25 Desember 2021 di Ponselku pukul 08.51 WIB.

menghasilkan Rp.7.000.000 sampai Rp.18.000.000, serta omset dari tahun 2020 sampai sekarang sangat stabil.

a. Periklanan

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan pihak Ponselku, iklan yang dijalankan adalah melalui media sosial, seperti whatsapp, Instagram, facebook, dan tiktok. Karena masyarakat rata-rata menggunakan media sosial, jadi sangat mudah untuk di jangkau banyak orang. Pihak Ponselku belum melaksanakan strategi promosi seperti surat kabar, majalah, brosur, spanduk yang tepat dengan tujuan untuk menyebarkan informasi mengenai keberadaan dan keunggulan dari Ponselku. Dengan adanya pelaksanaan promosi melalui iklan, diharapkan dapat meningkatkan pelanggan, dengan begitu omset maka akan meningkat.

Berdasarkan perspektif islam, iklan yang mengandung manfaat, maka hukumnya diperbolehkan. Promosi melalui iklan yang dijalankan Ponselku adalah menggunakan prinsip islam yaitu mengutamakan kejujuran dan kebenaran. Iklan yang dipasang harus sesuai dengan kondisi yang ditawarkan tanpa meyembunyikan cacat produk. Produk yang dipasang di iklan dan produk aslinya sama dan sesuai dengan apa yang di iklankan, sehingga tidak adanya kebohongan, maka pelanggan akan merasa nyaman dan aman.

b. Penjualan Perorangan

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan pihak Ponselku, penjualan perorangan dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan. Penjualan perorangan yang dilakukan Ponselku sudah maksimal. Promosi yang dilakukan oleh Ponselku yaitu dengan cara sering melakukan penawaran secara langsung kepada pelanggan yang langsung data ke toko, karena pelanggan bisa lebih leluasa untuk memilih dan menanyakan barang yang dituju, sehingga cara tersebut dianggap lebih efektif dan lebih cepat laku.

Berdasarkan perspektif islam, Ponselku menerapkan adab dan etika yang baik dalam melayani pelanggan, memberikan informasi secara baik dan jelas mengenai produk yang ditawarkan, serta melalui cara pendekatan, presentasi, mengatasi keberatan, dan penutupan. Dengan menerapkan kejujuran dan keikhlasan sehingga kenyamanan tersendiri di dapatkan bagi pelanggan Ponselku. Pihak Ponselku selalu menjelaskan dan merekomendasikan apa yang di butuhkan

pelanggan tanpa adanya kecurangan, sehingga menjadikan karyawan lebih mudah membangun karakter yang ramah dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan.

c. Publisitas dan Hubungan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan pihak Ponselku, strategi promosi melalui publisitas belum dilaksanakan. Namun, Ponselku menerapkan hubungan masyarakat dengan tujuan untuk menjalin hubungan baik kepada konsumen, sehingga hubungan masyarakat mudah terbentuk. Karena, dalam islam untuk melakukan segala sesuatu agar mendapat ridha Allah SWT.

d. Promosi Penjualan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan pihak Ponselku dalam menggunakan promosi penjualan yaitu dengan melakukan promosi ke pelanggan lama dan pelanggan baru. Penerapan promosi penjualan yang dilakukan Ponselku sangat baik, yaitu dengan memberikan hadiah yang menarik dan berbeda dengan toko lain setiap selesai melakukan pembelian. Kegiatan promosi yang dilakukan Ponselku meliputi pemberian bonus, penyediaan contoh barang, serta potongan harga.

Berdasarkan perspektif islam, Ponselku selalu menyampaikan informasi secara jujur tanpa ada yang di lebihkan atau dikurangi. Sehingga, dapat menimbulkan kepercayaan terhadap konsumen.

Ponselku menerapkan nilai islam dalam bisnis, terutama dalam meningkatkan omset penjualan. Implementasi nilai-nilai islam dalam menjalankan suatu bisnis untuk meningkatkan omset penjualan harus sesuai dengan al-qur'an dan hadist, yaitu kejujuran, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan.

Kejujuran merupakan kunci keberhasilan dalam suatu bisnis. Tumbuhnya sikap jujur dapat menjadikan sikap saling percaya, Makmur, dan harmonis. Berdasarkan hasil wawancara, Ponselku selalu menerapkan kejujuran agar pelanggan merasa nyaman dan percaya untuk melakukan transaksi di Ponselku.

Keadilan dapat diartikan sebagai mensamaratakan konsumen, dalam arti lain tidak pilih-pilih terhadap hal yang tidak di sukai. Berdasarkan hasil wawancara, Ponselku selalu menganggap sama pelanggan baru dan pelanggan lama. Ponselku selalu menerapkan sikap adil untuk para pelanggan dengan tujuan untuk mendapat berkah dari Allah SWT.

Kehendak bebas merupakan hal yang penting dalam suatu nilai etika bisnis islam. kebebasan tersebut tidak merugikan kepentingan khalayak ramai. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, Ponselku melayani penjualan secara angsuran dengan menawarkan berbagai merk handphone serta keutamaan kualitas produk, hal tersebut telah menerapkan etika kehendak bebas dalam berbisnis. Selain itu, Ponselku juga memberikan garansi pada produk handphone yang ditawarkan dengan harga terjangkau. Hal tersebut telah menerapkan prinsip etika kehendak bebas dalam berdagang.

Tanggung jawab dalam suatu bisnis harus dilakukan secara jujur, terbuka, pelayanan terbaik, serta berbuat baik dalam melakukan segala sesuatu. Prinsip tanggung jawab ini sangat berhubungan dengan kehendak bebas yang menetapkan batasan mengenai perlakuan bebas yang dilakukan manusia secara tanggung jawab atas perlakuannya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, Ponselku sangat menerapkan prinsip tanggung jawab, karena tanggung jawab merupakan hal yang penting bagi kelangsungan hidup suatu usaha.

Ihsan merupakan perbuatan baik yang dapat mendatangkan manfaat bagi orang lain. Keputusan serta tindakan harus memberi manfaat bagi manusia baik di dunia maupun di akhirat. Karena, islam melarang segala perlakuan yang dapat mendatangkan kerusakan bagi diri sendiri, lingkungan masyarakat, hewan, serta tumbuhan. Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan oleh peneliti, pihak ponselku selalu memberikan bonus atau potongan harga pada setiap pembelian. Selain itu, pelayanan yang baik dan ramah dapat menjadikan hal yang menarik dan nyaman bagi pelanggan yang datang.

2. Dampak penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh Counter Ponselku ditinjau dari perspektif islam

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, bahwa dampak merupakan benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat, baik positif maupun negatif. Pengaruh merupakan upaya yang muncul dari suatu (orang atau benda) yang membentuk perilaku, perbuatan, serta kepercayaan seseorang. Pengaruh merupakan adanya dampak atau sebab akibat yang ada kaitannya dengan

hubungan timbal balik antara yang mempengaruhi dan dipengaruhi.¹⁹

Menurut Waralah Rd Cristo, dampak merupakan suatu akibat dari sesuatu yang dilakukan, sehingga menimbulkan pengaruh yang mendatangkan akibat positif maupun negatif.²⁰ Menurut Hikmah Arif, dampak merupakan akibat yang ditimbulkan dari suatu dampak itu sendiri yang mempunyai konsekuensi dari adanya sesuatu.²¹ Secara sederhana, dampak dapat diartikan sebagai akibat dari suatu keputusan yang diambil seseorang yang dapat menimbulkan dampak tersendiri.

Dampak positif merupakan suatu akibat yang berdampak baik dari adanya sesuatu, atau dapat diartikan sebagai bujukan atau pengaruh kepada orang lain agar mengikuti dan mendukung keinginan yang baik. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan narasumber, diperoleh bahwa dampak positif dari strategi bauran promosi yang ada di Ponselku memperoleh banyak respon dari masyarakat, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan.

Dampak negatif merupakan suatu akibat yang menimbulkan dampak buruk dari adanya sesuatu, atau dapat diartikan sebagai bujukan atau pengaruh kepada orang lain agar mereka mengikuti atau mendukung keinginan yang buruk sehingga menimbulkan suatu akibat tertentu. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan narasumber, diperoleh dampak negatif dari strategi bauran promosi yang ada di Ponselku, bahwa kurangnya penerapan strategi bauran promosi melalui publisitas yaitu belum adanya pelaksanaan kegiatan seminar, event, serta berbagai bentuk informasi mengenai produk yang ditujukan kepada masyarakat luas. Jika kegiatan tersebut dapat terlaksanakan maka produk Ponselku akan lebih dikenal masyarakat luas, serta konsumen akan semakin intens untuk mengetahui adanya produk yang ditawarkan Ponselku

¹⁹ Suharno dan Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Semarang: Widya Karya), 243.

²⁰ Waralah Rd Cristo, *Pengertian Tentang Dampak*, (Jakarta: Alfabeta, 2008), 12.

²¹ Hikmah Arif, *Pengertian Tentang Dampak*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 10.

3. Kendala dan solusi penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh Counter Ponselku ditinjau dari perspektif islam

Kendala merupakan penghambat, halangan, rintangan, atau sesuatu yang membatasi untuk tercapainya suatu tujuan. Setiap pelaksanaan strategi promosi pastinya terdapat kendala untuk mencapai sebuah target yang ditentukan. Sebagaimana kendala dalam penerapan strategi promosi yang ada di Ponselku. Namun, sebuah kendala tersebut mempunyai solusi sebagai pemecah atau penyelesaian masalah yang dihadapi.

a. Internal

Kendala internal merupakan kendala atau suatu keadaan yang muncul yang dapat menjadi rintangan, hambatan, atau halangan perusahaan yang datang dari dalam perusahaan. Kendala internal dari penerapan strategi promosi yang ada di Ponselku dalam meningkatkan omset penjualan adalah terbatasnya produk yang diminati konsumen. Sehingga konsumen memilih untuk membatalkan pembelian karena tidak adanya barang yang diinginkan. Solusinya, pihak ponselku biasanya melakukan penawaran produk lain dengan kualitas yang serupa dan memberikan penjelasan secara jelas mengenai barang yang ditawarkan tersebut.

b. Eksternal

Kendala eksternal merupakan kendala atau suatu keadaan yang muncul yang dapat menjadi rintangan, hambatan, atau halangan perusahaan yang datang dari luar perusahaan. Misalnya, adanya persaingan. Kendala eksternal dari penerapan strategi promosi yang ada di Ponselku dalam meningkatkan omset penjualan adalah adanya persaingan dan perbandingan harga. Solusinya, pihak ponselku selalu memberikan penjelasan harga kepada pelanggan secara rinci mengenai produk kami dibandingkan pesaing. Pihak Ponselku menjelaskan tentang kelemahan dan keunggulan produk yang ditawarkan agar tidak adaya pihak yang di rugikan.

Ponselku mempunyai kendala internal dan eksternal, kendala tersebut mempunyai solusinya untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi. Berdasarkan perspektif islam solusinya yang digunakan dalam mengatasi masalah tersebut yaitu kejujuran. Dalam etika bisnis, Rasulullah banyak memberikan petunjuk diantaranya prinsip kejujuran. Sebagaimana beliau bersabda “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali penjual tersebut mampu untuk

menjelaskan aibnya”(H.R Al-Quzwani). “Siapa yang menipu kami, maka bukan kelompok kami”(H.R Muslim). Kejujuran merupakan kunci kesuksesan dalam berbisnis. Rasulullah selalu mengajurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis dan selalu bersikap jujur dalam bisnis, beliau melarang para pedagang untuk meletakkan barang yang tidak layak jual di sebelah barang yang layak jual.

