

Lampiran 1

Daftar Informan Wawancara

No	Nama	Jabatan	Lokasi Wawancara
1	H. Sofyan Hadi	Pemilik Toko Mitra Abadi '90	Jl. Raya Tritunggal rt.05/rw.03, Dusun Beton, Tritunggal, Kecamatan Babat, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur 62271
2	Ibu Suliswatiwati	Konsumen Toko Mitra Abadi '90	Dusun Beton, rt.08/rw.o4, , Tritunggal, Kecamatan Babat, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur 62271

Lampiran 2

Daftar Pertanyaan Wawancara

Wawancara dengan pemilik Toko Mitra Abadi '90.

1. Sejarah singkat berdirinya toko Mitra Abadi '90?
2. Jadi awal mula berdirinya industry konveksi di Desa Tritunggal ini berasal dari kegiatan pembelajaran. Bagaimana perkembangan usaha toko Mitra Abadi '90 hingga saat ini?
3. Bagaimana dengan pengadaan produknya, ketersediaanya, terus jam buka ini senin-minggu atau ada hari-hari libur tertentu?
4. Jadi untuk proses menyetok barang ya?
5. Kira-kira pandangan jangka panjang untuk toko Mitra Abadi '90 ini seperti apa ya pak?
6. Menurut bapak apakah lokasi Toko Mitra Abadi '90 sudah strategis (jangkauan dan akses lokasi)?
7. Apa saja produk yang dijual di Toko Mitra Abadi '90?
8. Faktor internal apakah ada kendala dalam menjalankan usaha?
9. Untuk proses penyediaan barang lebih banyak ya pak. Lalu untuk faktor eksternal yang menyebabkan usaha mengalami penurunan penjualan mungkin selama pandemic covid?
10. Bagaimana hubungan bapak dengan masyarakat sekitar Desa Tritunggal?
11. Apakah pelanggan di toko Mitra abadi '90 berasal dari kerabat/teman?

12. Bagaimana cara bapak menjangkau konsumen dari luar kota?
13. Cara mempertahankan loyalitas pelanggan toko Mitra Abadi '90 di tengah persaingan usaha yang sama?
14. Apakah setiap hari raya memberikan bingkisan untuk pelanggan tetap di Toko Mitra Abadi '90
15. Apabila ada produk lama belum terjual bagaimana cara memasarkan produk tersebut?
16. Apakah dalam memasarkan produknya toko Mitra Abadi '90 mengutamakan kualitas produk?
17. Apabila ada konsumen yang ingin belajar mengenai konveksi bagaimana transparansinya?
18. Sebelum memasarkan produk apakah dilakukan pengecekan terakhir untuk memastikan kualitas produk yang dijual?
19. Apakah dalam menentukan harga sudah memperhitungkan aspek lainnya (misal biaya operasional, pengemasan, distribusi)?
20. Bagaimana dengan penggunaan CCTV, untuk kenyamanan dan keamanan konsumen dan pemilik usaha di toko Mitra Abadi?
21. Apakah harga produk di toko Mitra Abadi '90 dapat bersaing dengan usaha sejenis di sekitarnya?
22. Apakah harga produk diberikan sama kepada semua konsumen, misalkan ada harga khusus untuk pembelian banyak?
23. Kegiatan promosi apa saja yang sudah dilakukan toko Mitra Abadi '90?
24. Dalam melakukan promosi apakah sudah memberikan informasi yang jujur?
25. Apakah bapak telah mengetahui sifat nabi dalam berdagang yakni shiddiq, amanah, tabligh dan fathona?
26. Apakah menurut bapak dalam melakukan pemasaran produk telah sesuai shiddiq?
27. Apakah menurut bapak dalam melakukan strategi harga telah sesuai amanah?
28. Apakah menurut bapak dalam melakukan strategi promosi telah sesuai tabligh?

29. Apakah menurut bapak dalam melakukan pemilihan tempat distribusi telah sesuai fathona?
30. Dalam proses pengadaan produk dari distributor, apakah pembayaran dilakukan secara cash/hutang?

Wawancara dengan Konsumen Toko Mitra Abadi '90

1. Sudah berapa lama anda menjadi konsumen di Toko Mitra Abadi '90?
2. Apakah anda tau jam operasional/Buka Toko Mitra Abadi?
3. Apakah anda mengetahui produk apa saja yang dijual di Toko Mitra Abadi '90?
4. Alasan ada alasan khusus anda tetap membeli produk di Toko Mitra Abadi '90? Karena saya lihat ada banyak beberapa toko kecil yang menjual produk yang sama?
5. Bagaimana kualitas produk yang dijual di Toko Mitra Abadi?
6. Selama menjadi konsumen di Toko Mitra Abadi '90 apakah anda pernah kehabisan stock produk yang ada butuhkan?
7. Apakah harga produk yang dijual di toko Mitra Abadi '90 sudah terjangkau?
8. Sejauh ini apakah anda tau bentuk promosi yang dilakukan toko Mitra Abadi '90?
9. Apakah dalam promosi yang sudah dilakukan sesuai dengan kualitas produk?
10. Menurut anda apakah lokasi toko Mitra Abadi '90 mudah di jangkau?
11. Apa sajakah pelayanan yang anda terima sebagai konsumen?
12. Apakah anda mengetahui sifat Nabi Muhammad saw (Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fathanah) dalam berniaga?
13. Menurut anda strategi pemasaran 4P yang sudah diterapkan Toko Mitra Abadi '90 sudah sesuai dengan sifat nabi?

Lampiran 3

Hasil Wawancara

1. Hasil wawancara dengan pemilik Toko Mitra Abadi '90.

Peneliti : Sejarah singkat berdirinya toko Mitra Abadi '90?

Bpk Sofyan : “Sejarah singkat toko Mitra Abadi '90, kita awali perencanaan tahun 1989, awal kita mendirikan toko Mitra Abadi '90. Sejarah awal dalam wilayah atau Desa Tritunggal berdiri kerajinan masyarakat *Home industry* dibidang konveksi perlatan sekolah, kelengkapan sekeolah untuk olahraga, dari seragam sekolah dan lain-lain. Kita awal disitu kita mengajari masyarakat untuk mengadakan kegiatan *Home industry* di dalam rumah kerumah, kita ajari. Sekitar 5 rumah dari ibu-ibu rumah tangga atau generasi muda Desa Tritunggal sekitar 5 orang, itu mulanya berdiri konveksi di Desa Tritunggal karena saya punya bakat keahlian dibidang konveksi jahit menjahit, sablon, misalnya kegiatan dibidang perkonveksian. Awal dari itu karena melihat perkembangan perkonveksian di Desa Tritunggal itu saya amati sangat bagus karena menyerap tenaga kerja, jadi kita membuka pertokoan yang kita namakan toko Mitra Abadi '90. Apa yang dikatakan Mitra itu karena sahabat, mitra itu teman kerja yang abadi untuk selamanya jangan sampai mitra itu pudar begitu saja mankanya kita adakan pembinaan dalam sekup keterampilan tersebut. Akhirnya kita melihat prospek perkembangan yang sangat bagus, akhirnya masyarakat itu banyak membutuhkan kelengkapan untuk *Home Industry* dalam rumah tangga tersebut kita punya ide. Kalo memang kecukupannya itu peralatan luar daerah kita membuat toko kecil-kecilan yang kita namakan toko Mitra Abadi '90 karena berdirinya tahun '90, mulai awal tahun '90 kurang lebih bulan 4 bulan 3. Akhirnya kita mencukupi suku cadang dari kegiatan *Home industry* yang ada di Desa sampai saat ini”.

- Peneliti : Jadi awal mula berdirinya industri konveksi di Desa Tritunggal ini berasal dari kegiatan pembelajaran.
- Peneliti : Bagaimana perkembangan usaha toko Mitra Abadi '90 bisa berjalan hingga saat ini?
- Bpk Sofyan : “Alhamdulillah, perkembangan toko Mitra abadi '90 bisa sampai saat ini sudah berjalan dengan baik sampai saat ini. Dulu memang usaha kita itu Cuma mencukupi iya kecil-kecilan untuk mencukupi benang untuk konveksi ibu-ibu rumah tangga. Akhirnya dalam setahun, 2 Tahun kurang lebih 4 Tahun kita perembangkan untuk mencukupi peralatan sablon. Semuanya itu kita ambil dari Surabaya, kita ambil suku cadang kecukupan bidang sablon menyablon *Home industry* yang ada di Tritunggal. Alhamdulillah sampai saat ini toko Mitra Abadi '90 bisa berkembang dengan baik.”
- Peneliti : Bagaimana dengan pengadaan produknya, ketersediaanya, terus jam buka ini senin-minggu atau ada hari-hari libur tertentu?
- Bpk Sofyan : “Memangnya Toko Mitra Abadi '90 itu kan lokasinya ada di kampung, tepi jalan raya, terus tokonya itu di depan rumah sendiri. Jadi masalah libur ini yang sampai saat ini kita belum ada waktu untuk jam, libur untuk hari-hari tertentu jadi toko Mitra Abadi '90 ini *Non-stop* kenapa, *Home Industry* yang ada di Kampung itu, melayani masyarakat itu *non-stop*. Kadang-kadang kita itu malam jam 9 itu masih diketok dibuka untuk mencukupi bahan kebutuhan konveksi yang dibutuhkan masyarakat. Kadang kadang ada kegiatan yang sifatnya mendadak. Kadang tengah malam jam 10 atau jam 9 itu masyarakat masih minta suruh diambikan. Memang kita melayani masyarakat itu sebaik mungkin karena kita menjaga konsumen jangan sampek konsumen merasa kecewa jadi tetep kita layani apalagi kita berada di kampung sendiri. Jadi kita ambikan untuk kebutuhan tersebut. Sedangkan untuk buka jam hari kerja itu mulai jam setengah delapan, jam 07:30. Kenapa kita cukupi jam 07:30 Buka

karena mulai pagi jam 7 sudah buka tapi kita itu masih menyediakan barang di Toko.

Peneliti : Jadi untuk proses menyetok barang ya.

Bpk Sofyan : “Memangnya persediaan stock barang itu kita cukupi, jadi bahan itu jangan sampai *Home industry* yang ada di kampung itu berhenti, itu kita stok barang untuk jangka 1 Minggu itu kita masih bisa mencukupi paling panjang 2 minggu kita masih bisa memenuhi kebutuhan untuk Home Industry yang ada di kampung.

Peneliti : Kira-kira pandangan jangka panjang untuk toko Mitra Abadi '90 ini seperti apa ya pak?

Bpk Sofyan : “Untuk jangka panjang ini memang kita toko Mitra abadi '90 sudah mengembangkan dibidang peralatan jahit, konveksi, dan peralatan mesin jahit karena kadang-kadang peralatan mesin jahit itu banyak yang rusak. Terus kita kembangkan ke persediaan kain untuk seragam sekolah. Ini memang jangka panjang kita akan mengembangkan usaha bukan di tempat kita sendiri desa Trtunggal sendiri. Kita berupaya untuk membuka lahan di luar wilayah kampung atau lain kecamatan. Itu juga kita melihat pangsa konsumen, melihat daerah tersebut banyak konveksi kita berencana untuk membuka lahan disitu. Semuanya itu juga melihat kondisi perekonomian modal itu memang penting. Jadi kita juga memikirkan untuk lahan dan lokasi mana tempat yang strategis untuk usaha itu. Itu yang kedepannya yang kita pikirkan untuk jangka panjang, karena disini juga jangka panjang ini setiap ada konsumen atau pemula dari masyarakat lain desa kita ajari, sharing cara teknis menyablon, teknis menjahit. Dari segi keterampilan kita arahkan itu yang untuk kedepannya supaya usaha kita bisa berjalan dengan baik itu yang kita harapkan.”

Peneliti : Menurut bapak apakah lokasi Toko Mitra Abadi '90 sudah strategis (jangkauan dan akses lokasi)?

Bpk Sofyan : “Menurut strategis toko memenuhi syarat strategi karena lokasi toko kita itu di jalan raya, jalan propinsi, jadi umpama kita itu

nyari bahan ke Surabaya itu mudah untuk ekspedisi misalnya ke Surabaya, kebanyakan konveksi itu ke Bandung itu sangat mendukung, karena ekspedisi itu bisa langsung menjangkau di Toko Mitra Abadi '90 karena Jalur jalannya itu di jalan propinsi jalan besar kelas A itu sangat strategi memangnya.”

Penelitian : Apa saja produk yang dijual di Toko Mitra Abadi '90?

Bpk Sofyan : “kalo produk dari Mitra abadi ini yang kita sediakan itu 1. Kelengkapan peralatan jahit mesin-mesin, terus bahan mentah untuk sarana keterampilan sablon menyablon, menyediakan benang, menyediakan kain dibidang sekolah, kain buka kain kaos tapi seragam untuk baju itu yang kita sediakan. Bahan mentah dari peralatan sablon juga peralatan letter itu juga sama dengan peralatan sablon itu yang kita sediakan.”

Peneliti : faktor internal apakah ada kendala dalam menjalankan usaha?

Bpk Sofyan : “Kalau kendala internal dari dalam toko Mitra Abadi '90 ini saya kitra tidak ada kendala, Cuma kendala modal usahanya itu yang kurang. Misalnya perlu dukungan, misalnya bapak angkat itu perlu.”

Peneliti : Untuk proses penyediaan barang lebih banyak ya pak. Lalu untuk faktor eksternal yang menyebabkan usaha mengalami penurunan penjualan mungkin selama pandemic covid?

Bpk Sofyan : “Memang asalah eksternal dengan terjadinya wabah pandemic covid-19 ini memang sangat terasa. Satu banyak sekolah yang diliburkan, banyak aktivitas masyarakat tidak bisa dengan baik, kecukupan bahan mentah, bahan jadi, bahan setengah jadi itu langkah. Jadi kita tidak bisa memenuhi kebutuhan itu sendiri. Untuk konsumen banyak sekolah yang tutup ini otomatis sangat berpengaruh, omset bisa menurun sampai kurang lebih 60%. Ya itu yang dialami. Karena aktivitas masyarakat sudah tidak ada, sekolah banyak yg libur, suku cadang banyak yg kosong karena ekspedisi juga lambat. Suku cadangnya banyak yg kosong jadi kita sendiri juga kesulitan untuk bahan-bahan itu yang sangat

prihatin dari usaha itu karena terjadi covid-19. Aktivitas masyarakat tidak bisa berjalan.

Peneliti : Bagaimana hubungan bapak dengan masyarakat sekitar Desa Tritunggal?

Bpk Sofyan : "Kalo hubungan dengan masyarakat sekitar alhamdulillah, kita dengan masyarakat sekitar atau masyarakat kampung atau dari konsumen kita itu hubungan sangat baik. Memang kita jalin baik, karena apa kita sebagai pengusaha membutuhkan konsumen setiap ada konsumen yang belum begitu terampil kita arahkan teknis" cara konveksi, cara pembuatan misalnya kaos, cara menyablon, kita kasih tau kadang-kadang ada perkumpulan di dalam rt kita tetap memberi arahan, itu yang kita jalin terhadap masyarakat itu yg kita jalankan."

Peneliti : Apakah pelanggan di toko Mitra abadi '90 berasal dari kerabat/teman?

Bpk Sofyan : "Memang kalo di dalam kampung memang kebanyakan itu teman/kerabat sendiri tapi kalo sudah diluar memang banyak yang berasal dari luar kampung karena adanya digital yang sudah sangat luas ini. Masyarakat luar kampung banyak yang datang untuk belajar. Misalnya konveksi pemula banyak yang bertanya. Kadang-kadang melihat di jaringan digital itu kurang jelas juga akhirnya sambil sharing lewat langsung jadi sharing langsung di Toko Mitra Abadi '90. Dan itu juga kita arahkan dengan jelas, kita arahkan teknis-teknis dengan baik. Jangan sampai konsumen itu merugi soalnya kecewa terhadap pelayanan kita tetap layani dengan baik dan cara-cara untuk membuat Home industry itu yang kita laksanakan."

Peneliti : Bagaimana cara bapak menjangkau konsumen dari luar kota?

Bpk Sofyan : "ini untuk jangkauan luar daerah kita sudah memberikan pelayanan kekonsumen dengan cara bisa lewat ekspedisi, bisa pemesanan online kita layani memang kita buka di google, di online itu kita buka jadi untuk pengembangan diluar daerah. Iya

Alhamdulillah, malah lewat online ini bisa menjangkau Untuk luar daerah luar propinsi, untuk luar pulau juga bisa. Kita juga sering mengirim keluar pulau dengan perlatan sablonnya. Dan Alhamdulillah ada hubungan untuk luar pulau, luar propinsi juga ada dengan kita bukanya di jaringan internet tersebut.”

Peneliti : Cara bapak mempertahankan loyalitas pelanggan toko Mitra Abadi '90 di tengah persaingan usaha yang sama?

Bpk Sofyan : “Memangnya kita mempunyai trick tersendiri bagaimana pelayanan kita harus sumeh dengan konsumen dengan sopan kita tidak boleh cemberut kita harus senyum, itu memang kita layankan seperti itu supaya konsumen merasa enjoy-enjoy saya. Jadi rasa persaudaraan kita tanamkan. Supaya konsumen tidak merasa kecewa karena pelayanan kita, kita upayakan secepat mungkin dalam pelayanan itu dan sharing apa yang masih jadi kendala dalam melaksanakan Home industry tersebut barangkali tidakpuas. Kita tawari untuk sharing. Memang kendala yang sering dihadapi ketika melayani pelanggan yang baru belajar dari youtube cenderung memiliki ego yang tinggi dan merasa bisa, kita tetap memberikan arahan baik itu yang saya tanamkan.”

Peneliti : Apakah setiap hari raya memberikan bingkisan untuk pelanggan tetap di Toko Mitra Abadi '90?

Bpk Sofyan : “Untuk menjalin persaudaraan, kekeluargaan, itu memang tiap tahun kita membuat bingkisan sudah saya sisipkan sekian % untuk para konsumen, pelanggan tetap sudah ada yang rutinitas datang ke toko itu mesti sudah kita berikan bingkisan tiap tahunnya, sampai saat ini yang kita pakai.”

Peneliti : Apabila ada produk lama belum terjual bagaimana cara bapak memasarkan produk tersebut?

Bpk Sofyan : ”Kalau produk yang lama memang kita tidak ada, terus produk kita itu jangan sampai kita itu lama. Jadi kita upayakan tiap seminggu sekali barang itu sudah keluar, jadi harus kita kroscek kendali barang harus ada. Jadi seumpama barang yang sudah

“wahh ini kok belum keluar?” itu kita siapkan kalo ada konsumen. Jadi barang itu jangan sampai kadaluarsa rusak itu kita jaga. Jadi stok juga kita tidak berani jika barang itu gampang rusak engga berani banyak, secukupnya saja, jangan sampai barang kita dianggap masyarakat barangnya akurang bagus itu kita jaga.”

Peneliti : Apakah dalam memasarkan produknya toko Mitra Abadi '90 mengutamakan kualitas produk?

Bpk Sofyan : “Kualitas produk itu kita jaga, seumpama konsumen itu membutuhkan barang yang bagus atau tidak saya beri arahan se jelasnya. Jadi produknya bagus, produk ini kurang bagus. Misalkan masyarakat atau konsumen menggunakan produk yang kurang bagus tinggal konsumennya. Tapi kita tetap mengarahkan ini barang yang bagus dan ini yang tidak, saya jelaskan efeknya juga bagus itu gini, kalau tidak bagus itu efeknya begini itu saya jelaskan. Biar tidak kecewa.jangan sampai konsumen merugi.”

Peneliti : Apabila ada konsumen yang ingin belajar mengenai konveksi bagaimana transparansinya?

Bpk Sofyan : “ Dalam pelanggan yang pemula kita arahkan dan bina, jadi sifat kita itu membina. Kita arahkan bagaimana teknis jahitnya, teknis sablon keterbukaan kalau saya bagaimana cara jahit yang bagus, kendalanya tetap kita arahkan. Kalo sambil belajar, iya kita sambil belajar ada kesulitan kita buka untuk bertanya”

Peneliti : Sebelum memasarkan produk apakah dilakukan pengecekan terakhir untuk memastikan kualitas produk yang dijual?

Bpk Sofyan : ”Produk yang kita pasarkan memang kita lihat dulu, memang kualitas bagus kita coba, kita lihat, kita amatilah. Ini memang produk bagus dan ini memang produk tidak bagus. Kita amati dulu kita jelaskan kepada konsumen juga.”

Peneliti : Apakah dalam menentukan harga sudah memperhitungkan aspek lainnya (misal biaya operasional, pengemasan, distribusi)?

Bpk Sofyan : ”Otomatis, produk itu kan biaya produk sudah melihat costnya

berapa sudah kita amati, biaya perjalanan, biaya packing, untuk biaya tenaga kerjanya itu kita kalkulasi dari omset kita berapa, kita kalkulasi dan kita ambil berapa %. Memang harus, kalau tidak begitu asal-asalan nanti bagaimana langkah selanjutnya usaha tersebut tidak bisa berjalan. Dengan sendirinya harus kita kalkulasi.”

Peneliti : Bagaimana dengan penggunaan CCTV, untuk kenyamanan dan keamanan konsumen dan pemilik usaha di toko Mitra Abadi '90?

Bpk Sofyan : “Cctv itu untuk menjaga dari konsumen memang supaya masyarakat konsumen merasa lega menaruh barang, saya pasang cctv supaya aman. Jadi seumpama parkir kendaraan di depan toko tidak khawatir kehilangan. Itu memang kita pasang untuk menjaga.”

Peneliti : Apakah harga produk di toko Mitra Abadi '90 dapat bersaing dengan usaha sejenis di sekitarnya?

Bpk Sofyan : “saya kita untuk masalah persaingan ini sudah kita jaga, fasilitas terus barang terus transportasi itu berpengaruh. Ambil keuntungan itu seefisien mungkin. Supaya masyarakat masih bisa membeli. Dan masyarakat tidak berpengaruh pada mahalnya harga yang penting masyarakat kalau memang mahal sedikit tapi pelayanan bagus, lebih sopan dan keterbukaan lebih enjoy. Itu yang kita tanamkan persauradaan untuk sharing belajar. Persaingan memang banyak bermunculan pengusaha-pengusaha baru tapi kadang-kadang belum berpengalaman teknisnya, cara melayani konsumen itu belum terbiasa. Kalo Mitra Abadi '90 terbuka kesulitan apa kita Tanya. Jadi konsumen itu insyaallah bisa kita pertahankan.”

Peneliti : Apakah harga produk diberikan sama kepada semua konsumen, misalkan ada harga khusus untuk pembelian banyak?

Bpk Sofyan : “kalau memang pembelian pelanggan ada fee tersendiri, ada potongan harga sebesar 3-5%, ini memang konsumen rutinitasnya ambil atau partai besar itu ada skala. Misalnya ada kalkulasi

tersendiri presentasi harga itu ada. Ada keistimewaan tersendiri
Karen ada partai kecil dan partai besar.”

Peneliti : Dalam kegiatan promosi apa saja yang sudah dilakukan toko
Mitra Abadi '90?

Bpk Sofyan : “Kalau promosi produk itu memang sudah. Sekarang harus
berani promosi jadi ada kegiatan atau event-event kita promosi
dalam kegiatan tersebut, pamphlet, instagram, lewat radio kita
lewatkan disitu”

Peneliti : Dalam melakukan promosi apakah sudah memberikan informasi
yang jujur?

Bpk Sofyan : “saya kira masalah kejujuran insyaallah sudah kita laksanakan
secara jujur secara *fair*, karena kita melayani pelanggan konveksi,
seumpama konsumen membuat barang tidak bagus. Contohnya
ini sablon dan salah kita ya kasihan iya kalau sablon Cuma satu
dua kalau sampai ratusan ribuan kaos kalau ada salah ini ruginya
berapa? Ini kita tetap arahkan , keterbukaan dan kejujuran kita
tanamkan disitu. Rasa persaudaraan kita menolong kita tanamkan
karena modal konveksi tidak sedikit bisa mencapai ratusan juta
hampir juga milyard, misalkan ada kesalahan fatal nantinya kita
juga ikut rugi, konsumen akan mengeluhkan atas kualitas
produknya.”

Peneliti : Apakah bapak telah mengetahui sifat nabi dalam berdagang
yakni shiddiq, amanah, tabligh dan fathona?

Bpk Sofyan : “saya kira masalah berdagang ini saya laksanakan secara benar
ya shiddiq, ini karena apa? Setiap ada pertanyaan dan setiap ada
permintaan barang itu saya kasih sebenarnya, tidak kita tutupi
terbuka itu yang kita tanamkan, jadi kebenaran barang bagus dan
tidak saya jelaskan juga, ini menurut pengamatan saya ya, saya
jelaskan sebenarnya, jadi yang benar, jadi sifat sidiq itu kita
gunakan , supaya konsumen tidak kecewa, itu disitu .

Peneliti : Apakah menurut bapak dalam melakukan pemasaran produk
telah sesuai dengan sifat Nabi Muhammad dalam berdagang

shiddiq (benar)?

Bpk Sofyan : “Ya sesuai dong, karena tiap permintaan itu kan kita jelaskan sesuai ini barang yang bagus dan tidak, jadi kebernaran barang tuh kita jaga, oh ini barang produk yang bagus dan ini tidak, ini saya kasih tau secara benar, jadi supaya konsumen tidak salah dalam memilih barang.”

Peneliti : Apakah menurut bapak dalam melakukan strategi harga telah sesuai amanah (jujur dipercaya)?

Bpk Sofyan : ”Mengenai harga ya dengan sendirinya, orang jualan itu mencari keuntungan, tapi kita jangan sampai keuntungan kita buat semena-mena, jadi seenaknya aja, tetep kita melaksanakan namanya jual-beli, kita harus mencari keuntungan, tapi kan harus sesuai dengan kondisi, jadi jangan sampek masyarakat itu kecewa karena harganya terlalu mahal, lah itu tetep kita jaga, jadi masyarakat itu, oh ini harganya sekian dan ini sekian , itu supaya masyarakat itu kita tanam jiwa kepercayaan ..”

Peneliti : Apakah menurut bapak dalam melakukan strategi promosi telah sesuai tabligh (peyampaian)?

Bpk Sofyan : “Untuk penyampaian masalah barang, ini memang saya jelaskan, jadi kualitas barang itu tetep kita sampaikan, secara bagus dan benar, secara sopan, untuk menerangkan barang-barang yang kita miliki, itu tetep kita tanamkan rasa penyampaiannya secara jujur ..”

Peneliti : Oh jadi, kualitas prodak itu sesuai gitukan dalam promosinya?

Bpk Sofyan : “ya otomatis kita sesuaikan, barang memang ini barang yang kurang bagus dan bagus bisa kasih tau yang sebenar nya.”

Peneliti : Apakah menurut bapak dalam melakukan pemilihan tempat distribusi telah sesuai fathona (bijaksana dan cerdas)?

Bpk Sofyan : “Kita berdagang sebelum melaksanakan atau melangkah, kita memang sudah melihat strategi lokasi memang perlu yang kita perlukan, lokasinya dimana, itu memang sudah kita rencanakan sejak dini. Jadi, oh di daerah ini perlu kita dirikan toko semacam

ini atau peralatan semacam ini, sudah saya tinjau sebelumnya, jadi melihat peluang kedepannya itu akan berkembang dan tidak itu sudah kita amati gitu, mangkanya kita juga membuat tempat juga ditempat tepi jalan, letak yg strategis itu kita ambil ..

Peneliti : Dalam proses pengadaan produk dari distributor, apakah pembayaran dilakukan secara cash/hutang?

Bpk Sofyan : “Ini saya laksanakan secara cash, kalo ada kurang dana sehari dua hari sudah kita kirim (*Transfer*), tapi biasanya cash/full paling kurangnya hanya berapa 3%. Jadi kita juga menjaga supaya distributor menjalin dengan baik, jika kita tidak cepat karena kesulitan atau telat kita terus terang untuk menjaga keterkaitan agar usaha kita sama-sama lancar”.

Hasil wawancara dengan konsumen Toko Mitra Abadi '90

Peneliti : Sudah berapa lama anda menjadi konsumen di Toko Mitra Abadi '90?

Ibu Suliswati : “Sudah lama sekali, karena saya juga usaha konveksi jadi butuh barang-barang dari Mitra Abadi jadi ya sekitar 6 tahunan menjadi konsumen di Mitra Abadi”.

Peneliti : Apakah anda tau jam operasional/Buka Toko Mitra Abadi '90?

Ibu Suliswati : “Saya tau, jadi kalo pagi itu sekitar jam 6. Kalo tutupnya itu malam sekitar jam 9 malam”.

Peneliti : Apakah anda mengetahui produk apa saja yang dijual di Toko Mitra Abadi '90?

Ibu Suliswati : “iya saya tau, soalnya saya kan sudah lama menjadi pelanggan ditoko Mitra Abadi '90. Iya kira-kiranya produk bahan-bahan konveksi seperti benang alat sablon dan sebagainya”

Peneliti : Alasan ada alasan khusus anda tetap membeli produk di Toko Mitra Abadi '90? Karena saya lihat ada banyak beberapa toko kecil yang menjual produk yang sama?

Ibu Suliswati : “Mungkin saya menjadi konsumen tetap, itu karena banyak alasan. Pertama itu produknya itu sangat lengkap terus tempat

yang mudah dijangkau dari tempat saya.”

Peneliti : Bagaimana kualitas produk yang dijual di Toko Mitra Abadi '90?

Ibu Suliswati : “Oh sangat bagus sekali produknya, kalau semisal saya butuh barang disana siap sedia”.

Peneliti : Selama menjadi konsumen di Toko Mitra Abadi '90 apakah anda pernah kehabisan stock produk yang ada butuhkan?

Ibu Suliswati : “Mungkin kalau barangnya langka dari produksi saya ada kehabisan barang tapi tidak lama setelah itu didatangkan barang yang saya pesan”.

Peneliti : Berapa lama jangka waktu yang dibutuhkan?

Ibu Suliswati : “Mungkin 3 Hari”

Peneliti : Apakah harga produk yang dijual di toko Mitra Abadi '90 sudah terjangkau?

Ibu Suliswati : “Iya sudah terjangkau”

Peneliti : Sejauh ini apakah anda tau bentuk promosi yang dilakukan toko Mitra Abadi '90?

Ibu Suliswati : “Kalo promosi, iya tau”

Peneliti : Menurut anda apakah lokasi toko Mitra Abadi '90 mudah dijangkau?

Ibu Suliswati : “Iya sangat mudah soalnya tempatnya berada di Jalan Raya Besar mankanya mudah dijangkau untuk khalayak umum”.

Peneliti : Apa sajakah pelayanan yang anda terima sebagai konsumen?

Ibu Suliswati : “Untuk pelayanannya cukup bagus dan memuaskan kalau barangnya tidak cocok dengan saya sebagai konsumen itu boleh dikembalikan tapi asalkan ada akad perjanjian diawal. Dan pelayanannya cukup memuaskan jadi tidak merugikanlah bagi saya sebagai konsumen”.

Peneliti : Apakah anda mengetahui sifat Nabi Muhammad saw (Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fathanah) dalam berniaga?

Ibu Suliswati : “Iya kalo diterapkan di toko itu iya sesuai karena kan jujur amanah, maksudnya amanah kan barangnya sesuai dengan

harganya terus menyampaikannya bagus misalkan ada barang kosong diberitahu waktu barang akan tersedia kembali.”

Peneliti : Menurut anda strategi pemasaran 4P (Produk, Harga, Tempat, Promosi) yang sudah diterapkan Toko Mitra Abadi '90 sudah sesuai dengan sifat nabi?

Ibu Suliswati : “iya sangat sesuai seperti yang saya jelaskan di awal tadi.”



Lampiran 4

Dokumentasi Wawancara



Gambar 1 : Proses Wawancara



Gambar 2 : Lokasi toko Mitra Abadi '90



Tempat Parkir toko Mitra Abadi '90



Gambar 4 : Produk yang dijual di toko Mitra Abadi '90



Gambar 5 : Produk yang dijual di toko Mitra Abadi '90



Gambar 6: Produk yang dijual di toko Mitra Abadi '90



Gambar 7 : Produk yang dijual di toko Mitra Abadi '90



Gambar 8 : Produk yang dijual di toko Mitra Abadi '90



Gambar 9 : Produk yang dijual di toko Mitra Abadi '90



Gambar 10. Bentuk Promosi di Media Sosial

Gambar 11 : Wawancara dengan Ibu Suliswati

Gambar 11 : Wawancara dengan Ibu Suliswati

