

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGEMBANGKAN USAHA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS TOKO SANDAL PING TULUNGAGUNG)

Katon Aprila¹, Elok Fitriani Rafikasari²

*UIN Sayyid Ali Rahmatullah^{1,2},
katonaprillia58@gmail.com¹, elokfitriani@gmail.com²*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kepada masyarakat yang sedang mengembangkan usaha mengenai strategi pemasaran toko Sandal Ping Tulungagung. Sebagai seorang muslim, etika bisnis Islam sangat dibutuhkan dalam menjalankan berbagai aktivitas usaha agar usaha yang dijalankan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian, strategi pemasaran Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usahanya adalah melalui bauran pemasaran. Produk yang dijual berkualitas dan model terbaru. Harga yang digunakan mengikuti harga pasar dan mengambil keuntungan 10%. Tempatnya memilih lokasi yang strategis. Promosi melalui papan nama atau banner dan memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli. Perkembangan usaha Toko Sandal Ping Tulungagung terlihat dari pendapatan rata-rata harian 2.500.000 di toko pusat dan 1.000.000 di setiap toko cabang. Toko ini memiliki 7 karyawan dan 3 toko yang terletak di Desa Ringinpitu, Desa Loderesan dan Desa Mojosari. Strategi pemasaran Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha sesuai dengan etika bisnis Islam karena produk yang dijual berkualitas, memiliki daya tarik dan menghindari unsur gharar. Harga yang digunakan mengikuti harga pasar dan tidak mengambil keuntungan yang berlebihan. Tempatnya memilih lokasi yang strategis. Promosinya jelas dan sesuai dengan produk yang dijual.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Perkembangan Usaha, Etika Bisnis Islam

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan memiliki tujuan agar bisa bertahan hidup dan berkembang. Tujuan tersebut bisa dicapai dengan upaya mempertahankan dan meningkatkan penjualan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Bagian pemasaran perusahaan perlu menjalankan strategi pemasaran dengan baik serta memanfaatkan peluang yang ada dalam bidang pemasaran. Dengan banyaknya usaha yang berkembang, maka kebutuhan tenaga kerja akan semakin meningkat. Tingkat pengangguran dimasyarakat dapat menurun dengan adanya penyerapan tenaga kerja. Hal ini, dapat

dibuktikan dengan data perkembangan jumlah usaha dan jumlah penyerapan tenaga kerja di Kabupaten Tulungagung. Pada tahun 2013, 2014, 2015, 2016 dan 2017, perkembangan jumlah UMKM di Kabupaten Tulungagung secara berturut-turut yaitu 40.948, 44.633, 48.650, 51.569 dan 53.488 unit, dengan perkembangan jumlah tenaga kerja secara berturut-turut yaitu 196.183, 233.085, 233.085, 247.070 dan 261.055 unit.

Persaingan bisnis yang semakin ketat, merupakan hal penting yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha. Agar usaha yang dijalankan bisa berkembang, dibutuhkan strategi yang tepat termasuk

strategi pemasarannya. Strategi pemasaran yang baik akan mendorong perkembangan usaha untuk lebih maju. Menurut Staton, strategi pemasaran diartikan sebagai suatu sistem yang mempunyai program yang jelas untuk merencanakan, menentukan, mempromosikan dan menyalurkan suatu barang atau jasa yang tujuan utamanya adalah meningkatkan layanan kepuasan konsumen.

Sebagai seorang muslim, maka diperlukan etika bisnis islam agar usaha yang dijalankan sesuai dengan syariat islam. Etika bisnis islam merupakan kegiatan bisnis yang berbasis pada aturan-aturan Islam dan bertujuan untuk selalu mengingat Allah dalam rangka beribadah dan menghasilkan manfaat tidak hanya bagi dirinya sendiri maupun orang lain, serta menjauhkan berbagai tindakan-tindakan yang merugikan orang lain. Dalam etika bisnis Islam, terdapat strategi pemasaran dalam Islam yang merupakan salah satu strategi yang baik untuk mengembangkan sebuah usaha, karena berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis Nabi Muhammad SAW. Menurut Amalia, strategi pemasaran dalam Islam diartikan sebagai bentuk pemasaran yang berlandaskan pada hukum dan peraturan dalam Islam, serta tidak bertentangan dengan peraturan tersebut.

Toko Sandal Ping merupakan salah satu toko yang cukup berkembang karena sudah mempunyai karyawan dan juga toko cabang di tempat lain. Usaha ini berpusat di Desa Ringinpitu, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. Walaupun toko ini cukup berkembang, namun masih terdapat permasalahan terkait strategi pemasarannya. Cabang Toko Sandal Ping ini sering berpindah-pindah tempat karena sepi pembeli, padahal biaya yang dikeluarkan tentunya tidak sedikit untuk membuka cabang usaha baru.

Berdasarkan uraian di atas peneliti ingin mengetahui strategi Toko Sandal Ping dalam mengembangkan usaha dan nantinya juga akan ditinjau dari etika bisnis Islam.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang menggambarkan berbagai macam aspek dalam dunia sosial. Lokasi dalam penelitian ini adalah Toko Sandal Ping yang berpusat di Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung dan toko cabang di Desa Kalangbret dan Desa Loderesan Kabupaten Tulungagung. Dalam penelitian ini, kehadiran peneliti sangat diperlukan untuk memperoleh data yang memuaskan melalui kegiatan observasi, wawancara dan dokumentasi¹.

Data primer atau data yang didapat secara langsung, diperoleh melalui kegiatan observasi dan wawancara dengan sumber datanya adalah pemilik usaha, karyawan dan pembeli di Toko Sandal Ping Tulungagung. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dimana peneliti memilih informan yang dianggap mengetahui informasi dan masalahnya secara mendalam serta dapat dipercaya sebagai sumber data. Dan data sekunder atau data yang diperoleh secara tidak langsung adalah laporan keuangan Toko Sandal Ping maupun data-data lain yang terdokumentasi yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam mengembangkan usaha.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui: (1) Observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan cara mengamati strategi pemasaran dalam mengembangkan usaha pada Toko Sandal Ping Tulungagung secara langsung, (2) Wawancara kepada pemilik usaha, karyawan dan pembeli di Toko Sandal

¹ Moh. Farih Fahmi and Refki Rusyidi, "MAKNA KESEJAHTERAAN BAGI KELUARGA PETANIDI

KABUPATEN LAMONGAN," *JESK: Jurnal Ekonomi Dan Studi Kebijakan* 1, no. 1 (Desember 2020): 24.

Ping Tulungagung, (3) Dokumentasi yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang sudah ada yaitu laporan keuangan Toko Sandal Ping Tulungagung.

Teknik analisis data melalui: (1) Reduksi data yaitu semua data hasil observasi, wawancara dan dokumentasi di Toko Sandal Ping Tulungagung akan dikumpulkan dan dirangkum agar bisa disesuaikan dengan strategi pemasaran Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha dan ditinjau dari Etika Bisnis Islam, (2). Penyajian data agar mudah dipahami oleh pembaca, (3). Penarikan kesimpulan yaitu data yang diperoleh peneliti akan disimpulkan dan disesuaikan dengan strategi pemasaran yang digunakan Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usahanya dan ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

Pengecekan keabsahan temuan dilakukan melalui: (1) Perpanjangan keikutsertaan yaitu peneliti berada di lokasi penelitian sampai data-data yang dibutuhkan terkumpul, (2) Triangulasi yang dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian data hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, (3). Pemeriksaan sejawat dengan cara mengekspos hasil penelitian dalam bentuk diskusi dengan teman sejawat yang sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran.

Tahap penelitian dilakukan dengan cara: (1). Tahap pra-lapangan, melalui: menyusun rancangan penelitian, memilih lokasi penelitian, mengurus tentang perizinan, menilai situasi di lapangan dan memilih serta memanfaatkan lingkungan penelitian. (2). Tahap pekerjaan lapangan, meliputi: memahami latar penelitian dan mempersiapkan diri, memasuki area lapangan, ikut serta di lapangan dan

mengumpulkan data yang ada. (3). Tahap analisis data yaitu peneliti akan mempelajari data penelitian dan kajian pustaka, serta memilah-milah data yang penting sehingga mudah untuk dikelola serta memutuskan kesimpulan dari penelitian. Selanjutnya, data akan disusun dengan rinci agar mudah dibaca serta dipahami. (4). Tahap pelaporan, meliputi: menyusun data yang diperoleh dari hasil penelitian, melakukan konsultasi penelitian dan memperbaiki hasil dari konsultasi penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Strategi Pemasaran Toko Sandal Ping Tulungagung dalam Mengembangkan Usaha

a. Strategi Pemasaran

Dalam mengembangkan usaha, Toko Sandal Ping Tulungagung telah menggunakan strategi bauran pemasaran melalui produk, harga, tempat dan promosi. Strategi pemasaran yang digunakan di toko pusat maupun di toko cabang, secara keseluruhan sama. Berikut data yang diperoleh dari hasil penelitian:

1) Produk

Strategi pemasaran produk yang digunakan Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha adalah menyediakan produk yang berkualitas dan model yang terbaru untuk memenuhi permintaan pembeli. Hal ini bertujuan agar produk yang dijual sudah tepat dengan pasar sasaran². Produk yang disediakan juga cukup lengkap dari usia anak-anak sampai orang dewasa dan tidak hanya menjual sandal dan sepatu saja, tetapi juga menyediakan produk lain seperti tas, kosmetik, aksesoris, hijab, alat tulis dan mainan anak-anak untuk meningkatkan penjualannya. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur

² Dapiyah, et. al, Strategi Marketing Syari'ah dalam Meningkatkan Pendapatan pada Jasmine Home Spa

Khusus Wanita Cabang Cirebon, Jurnal Ecopreneur Vol. 1 No. 2, 2020

Rovi'ah dengan judul Analisis Strategi Bauran Pemasaran pada Produk Gas Lpg Mayangkara Group dalam Perspektif Ekonomi Islam, bahwa produk yang berkualitas baik dapat berpengaruh terhadap penjualan.³

2) Harga

Strategi pemasaran harga yang digunakan Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha adalah mengikuti harga pasar agar produk yang dijual cepat laku dan masyarakat mampu untuk membeli produk di toko tersebut. Toko ini menggunakan harga pas, dimana harga yang diberikan menggambarkan kualitas dari produk tersebut atau bisa disebut sebagai harga psikologis.

Harga yang diberikan sudah sesuai dengan kualitas produknya, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan. Cara pengambilan keuntungan di Toko Sandal Ping Tulungagung adalah 10% dari harga jual. Sebagai contohnya: harga jual Rp 50.000,-, pengambilan keuntungannya Rp 5.000. Cara perhitungannya adalah sebagai berikut

$$n: \frac{Rp\ 50.000,-}{Rp\ 5.000,-} \times 100\% = 10\%.$$

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur Rovi'ah dengan judul strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada home industri hanger ayam jago tulungagung perspektif etika bisnis islam, bahwa memberikan harga yang sesuai dengan kualitas dapat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan.⁴

3) Tempat

Strategi tempat yang digunakan Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha adalah memilih

lokasi yang strategis yaitu berdekatan dengan jalan raya, pemukiman penduduk dan tempat yang ramai. Hal ini bertujuan agar banyak masyarakat yang mengetahui lokasi Toko Sandal Ping Tulungagung dan tempatnya mudah untuk ditemukan atau di kunjungi oleh pembeli. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur Rovi'ah dengan judul Analisis Strategi Bauran Pemasaran pada Produk Gas Lpg Mayangkara Group dalam Perspektif Ekonomi Islam, bahwa lokasi yang strategis dapat berpengaruh terhadap penjualan.⁵

Di toko ini pembeli langsung datang ke toko, sehingga toko ini memberikan tempat belanja yang nyaman dan menyediakan fasilitas kamar mandi serta tempat parkir untuk pembeli. Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tipe interaksi yang digunakan Toko Sandal Ping Tulungagung adalah pembeli datang ke penyedia produk atau toko.

4) Promosi

Strategi promosi yang digunakan Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha adalah memasang papan nama atau baner di depan toko untuk memperjelas lokasi toko dan memberikan informasi tentang produk apa saja yang dijual di tersebut. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur Rovi'ah dengan judul Analisis Strategi Bauran Pemasaran pada Produk Gas Lpg Mayangkara Group dalam Perspektif Ekonomi Islam, bahwa promosi melalui banner dapat berpengaruh terhadap penjualan.⁶

Para karyawan juga berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pembeli agar mereka merasa nyaman ketika berbelanja. Produk-produk yang dijual di tata

⁴ Siti Nur Rovi'ah, *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Produk Gas Lpg Mayangkara Group*

Dalam Perspektif Ekonomi Islam, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2018)

⁵ *Ibid.*,

⁶ *Ibid.*,

dengan rapi dan disesuaikan dengan jenis produknya untuk memudahkan pembeli dalam mencari produk yang dibutuhkan.

b. Perkembangan Usaha

Dalam penelitian ini, perkembangan usaha di Toko Sandal Ping Tulungagung dilihat melalui pendapatan, karyawan dan cabang usaha yang dimiliki. Berikut penjelasannya:

1) Pendapatan

Dalam menjalankan usaha, pendapatan dari hasil penjualan yang diperoleh Toko Sandal Ping Tulungagung mengalami kenaikan dan penurunan yang menunjukkan bahwa toko ini sedang berkembang. Menurut pemilik usaha, dalam 1 hari pendapatan yang diperoleh rata-rata adalah 2.500.000 di Toko Pusat dan

1.000.000 pada setiap toko cabangnya. Adapun data pendapatan Toko Sandal Ping Tulungagung selama 3 bulan terakhir akan dipaparkan pada tabel 1.

2) Karyawan

Adapun karyawan di Toko Sandal Ping Tulungagung berjumlah 7 orang dengan pembagian lokasi kerja yaitu 3 karyawan di Desa Ringinpitu, 2 karyawan di Desa Mojosari dan 2 karyawan di Desa Loderesan. Semua karyawannya mempunyai tugas yang sama yaitu menata barang, melayani pembeli, membersihkan toko, mengecek barang yang kosong, dan sebagainya. Sedangkan data karyawan toko sandal Ping Tulungagung akan dipaparkan pada tabel 2.

Tabel 1 Data pendapatan Toko Sandal Ping Tulungagung Bulan Desember 2020, Januari 2020 dan Februari 2021

No.	Lokasi Toko	Pendapatan		
		Desember 2020	Januari 2021	Februari 2021
1.	Toko Pusat (Desa Ringinpitu)	Rp71,605,900	Rp73,094,500	Rp72,788,500
2.	Toko Cabang 1 (Desa Mojosari)	Rp28,202,000	Rp21,080,000	Rp23,063,500
3.	Toko Cabang 2 (Desa Loderesan)	Rp41,623,500	Rp32,088,500	Rp33,419,500

Sumber: Dokumen Toko Sandal Ping Tulungagung

Tabel 2 Data Karyawan Toko Sandal Ping Tulungagung⁷

No.	Nama	Tempat dan Tanggal Lahir	Alamat
1.	Yunike Nurul Maulina	Tulungagung, 18 Juni 2000	Desa Ringinpitu, Kec. Kedungwaru, Kab. Tulungagung
2.	Eliza Novianty	Tulungagung, 13 April 2000	Desa Bangoan, Kec. Kedungwaru, Kab. Tulungagung
3.	Tri Heny Indriyani	Tulungagung, 03 Mei 1996	Desa Ringinpitu, Kec. Kedungwaru, Kab. Tulungagung

⁷ Wawancara kepada Semua Karyawan Toko Sandal Ping Tulungagung, 16-20 Maret 2021

4.	Laila Fitrotin	Tulungagung, 17 Oktober 2000	Desa Wonokromo, Kec. Gondang, Kab. Tulungagung
5.	Reni Hidayati	Tulungagung, 25 Desember 1989	Desa Mojosari, Kec. Kauman, Kab. Tulungagung
6.	Dina Nur Kavita D	Tulungagung, 09 April 2000	Desa Kepatihan, Kec. Tulungagung Kab. Tulungagung
7.	Evita Yulia Rahmawati	Tulungagung, 30 Juli 1999	Desa Sambirobyong, Kec. Sumbergempol, Kab. Tulungagung

3) Cabang Usaha

Dalam mengembangkan usahanya, Toko Sandal Ping Tulungagung pernah mempunyai 4 lokasi toko. Tetapi, karena toko ke 4 sepi pembeli, akhirnya seluruh produknya digabungkan dengan produk di Toko Cabang 2 (Desa Loderesan). Menurut pemilik usaha, toko ini sering berpindah-pindah tempat karena sepi pembeli dan tempatnya yang kurang strategis. Toko ini pernah berpindah lokasi di Desa Jepun, Desa Karangwaru dan Desa Ringinpitu.

Toko Sandal Ping Tulungagung saat ini mempunyai 3 tempat usaha, yaitu: a). Toko pusat, di Jalan Ir. Bung Tomo No.3, Dusun Ringinsari, Desa Ringinpitu, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur (66251). b). Toko cabang 1, di Ruko C, Dusun Mojasari, Desa Mojosari, Kec. Kauman, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur (66261). c). Toko cabang 2, di Jalan Iswahyudi, Dusun Gempolsari, Desa Loderesan, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur (66229)

4) Strategi Pemasaran Toko Sandal Ping Tulungagung dalam Mengembangkan Usaha Ditinjau dari Etika Bisnis Islam

Adapun strategi pemasaran dalam islam melalui produk, harga, tempat dan promosi yang digunakan Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha adalah sebagai berikut:

1. Produk

Strategi pemasaran produk yang digunakan Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha adalah menyediakan produk yang berkualitas dan model yang terbaru untuk memenuhi permintaan pembeli. Di toko ini, para pembeli dapat melihat langsung produk yang akan dibelinya, sehingga terhindar dari unsur *gharar*. Produk yang berkualitas merupakan produk yang bermutu, berdaya guna dan mudah untuk dipakai.

Model yang disediakan juga terbaru sehingga mempunyai daya tarik dan keindahan. Dari pernyataan di atas menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk yang digunakan Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha sudah sesuai dengan etika bisnis Islam karena produk yang dijual berkualitas, mempunyai daya tarik dan terhindar dari unsur *gharar*.

2. Harga

Strategi pemasaran harga yang digunakan Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha adalah mengikuti harga pasar agar produk yang dijual cepat laku dan masyarakat mampu untuk membeli produk di toko tersebut. Harga yang diberikan juga sesuai dengan kualitas produknya, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan. Cara pengambilan keuntungan di Toko Sandal Ping Tulungagung adalah 10% dari harga jual. Sebagai contohnya: harga jual Rp 50.000,-, pengambilan keuntungannya Rp

5.000,-. Cara perhitungannya adalah sebagai berikut

$$n: \frac{Rp\ 50.000,-}{Rp\ 5.000,-} \times 100\% = 10\%.$$

Dari pernyataan diatas menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk yang digunakan Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha sudah sesuai dengan etika bisnis islam karena menggunakan harga pasar yang sesuai dengan daya beli masyarakat dan tidak mengambil keuntungan secara berlebihan.

3. Tempat

Strategi tempat yang digunakan Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha adalah memilih lokasi yang strategis yaitu berdekatan dengan jalan raya, pemukiman penduduk dan tempat yang ramai. Hal ini bertujuan agar banyak masyarakat yang mengetahui lokasi Toko Sandal Ping Tulungagung dan tempatnya mudah untuk ditemukan atau di kunjungi oleh pembeli. Di toko ini pembeli langsung datang ke toko, sehingga toko ini memberikan tempat belanja yang nyaman dan menyediakan fasilitas kamar mandi serta tempat parkir untuk pembeli.

Berdasarkan pernyataan di atas menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk yang digunakan Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha sudah sesuai dengan etika bisnis islam karena menggunakan lokasi yang strategis agar mudah dijangkau oleh konsumen dan tidak ada aksi pencegahan barang sebelum sampai ke pasar.

4. Promosi

Strategi promosi yang digunakan Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha adalah memasang papan nama atau baner di depan toko untuk memperjelas lokasi toko dan memberikan

informasi tentang produk apa saja yang dijual di tersebut. Informasi yang diberikan di papan nama juga sudah jelas dan sesuai dengan produk yang dijual di toko tersebut. Sehingga, strategi promosi yang dilakukan tidak mengandung unsur penipuan ataupun merugikan orang lain.

Para karyawan juga berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pembeli agar mereka merasa nyaman ketika berbelanja. Produk-produk yang dijual di tata dengan rapi dan disesuaikan dengan jenis produknya untuk memudahkan pembeli dalam mencari produk yang dibutuhkan.

Berdasarkan pernyataan di atas menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk yang digunakan Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha sudah sesuai dengan etika bisnis islam karena informasi yang diberikan di papan nama sudah jelas dan sesuai dengan produk yang dijual di toko tersebut sehingga terhindar dari unsur penipuan.

PENUTUP

Strategi pemasaran Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha adalah melalui bauran pemasaran. Produk yang dijual berkualitas dan model terbaru. Harganya mengikuti harga pasar dan mengambil keuntungan 10%. Tempatnya memilih lokasi yang strategis. Promosinya melalui papan nama atau banner dan memberikan pelayan yang baik kepada pembeli.

Perkembangan usaha Toko Sandal Ping Tulungagung dapat dilihat dari pendapatan, karyawan dan cabang usaha. Pendapatan yang diperoleh Toko Sandal Ping Tulungagung perhari rata-rata adalah 2.500.000 di Toko Pusat dan 1.000.000 pada setiap toko cabangnya. Toko ini sudah mempunyai 7 karyawan dan 3 toko yang

berlokasi di Desa Ringinpitu, Desa Loderesan dan Desa Mojosari.

Strategi pemasaran yang digunakan Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha sudah sesuai dengan etika bisnis islam karena produk yang dijual berkualitas, mempunyai daya tarik dan terhindar dari unsur *gharar*. Harganya menggunakan harga pasar dan tidak mengambil keuntungan secara berlebihan. Tempatnya memilih lokasi yang strategis. Promosinya jelas dan sesuai dengan produk yang dijual.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Satria dan Febriani Latifah. 2016. *Decision Support System Penilaian Kinerja Karyawan pada Perusahaan menggunakan Metode Simple Additive Weighting*. Jurnal TAM Vol. 6.
- Amrin, Abdullah. 2007. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: Grasindo.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak.
- Anggriana, Rina. Nurul Qomariah dan Budi Santoso. 2017. *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek Online "OM-JEK" Jember*. JSMBI Vol. 7 No. 2.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Tulungagung, www.tulungagungkab.bps.go.id (28 Desember 2020 Pukul 10.32 WIB)
- Dapiyah, et. al. 2020. *Strategi Marketing Syari'ah dalam Meningkatkan Pendapatan pada Jasmine Home Spa Khusus Wanita Cabang Cirebon*. Jurnal Ecopreneur Vol.1 No.2.
- Darbi, Ahmad dan Siti Fariza. 2015. *Analisis Penjualan Rempeyek Jangkrik Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Hukum Islam Vol. 15 No. 1
- Fahmi, Moh. Farih and Refki Rusyadi. "Makna Kesejahteraan Bagi Keluarga Petanidi Kabupaten Lamongan." *Jesk: Jurnal Ekonomi Dan Studi Kebijakan* 1, No. 1 (Desember 2020): 24.
- Firli Musfar, Tengku. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hakim, Rusman. 2010. *Break Through: Bisnis itu Permainan, Bukan Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Heliana, Endah et. al. 2007. *Sukses Mengelola Usaha Warung Makan*. Jakarta: TransMedia Pustaka.
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: dalam penelitian pendidikan bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Nurcholifah, Ita. 2014. *Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah*. Jurnal Khatulistiwa Vol. 4 No. 1.
- Nur Rovi'ah, Siti. 2018. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Produk Gas Lpg Mayangkara Group Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Tulungagung: IAIN Tulungagung.
- Onggo, Cindra dan Fiftin Noviyanto. 2013. *Sistem Pendukung Keputusan untuk Pemilihan Lokasi Pembukaan Cabang Usaha Variasi Mobil dengan Metode Promethee*. Jurnal Sarjana Informatika Vol. 1 No. 1.
- Rafidah.2020. *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha dan Kewirausahaan Islami terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan Keluarga Wanita Pengrajin Batik Danau Teluk Kota Jambi*. Malang: Ahlimedia Press.
- Raharjo, Tri Weda dan Herrukmi Septa Rinawati. 2019. *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM*

- Berbasis Kemitraan Desa Wisata*.
Surabaya: Jakad Publising.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Flexible Marketing*.
Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
Utama.
- Santoso, Muhammad. 2019. *Loyalitas
Nasabah PD Bank Pengkreditan
Rakyat Wilayah Cirebon*. Sleman:
Invalidiant Candrawinata.
- Sarjono, Bambang. 2014. *Strategi Penetapan
Harga pada Bisnis Ritel*. Jurnal Orbith
Vol. 10 No. 1.
- Sayyid, Mokhtar. 2020. *Strategi Pemasaran
Bisnis Farmasi*. Sidoarjo: Zifatama
Jawara.
- Widaningsih dan Ariyanti. 2018. *Aspek
Hukum Kewirausahaan*. Malang:
Polinema Press.
- Wijoyo, Hadion et. al. 2021. *Dosen Inovatif
Era New Normal*. Solok: CV. Insan
Cendekia Mandiri.
- Zamzam, H. Fakhry dan Havis Aravik. 2020.
*Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis
Keberkahan*. Yogyakarta:
Deepublish.