

peroleh.<sup>66</sup>

## **F. Pengecekan dan Keabsahan Data**

Uji keabsahan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik Triangulasi, Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.<sup>67</sup>

Triangulasi sebagai penelitian yang menggunakan teknik pengumpulan data yang bervariasi untuk menghasilkan data dari sumber yang sama. Dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan sumber data yang sama dengan cara serempak.

### **BAB IV**

## **HASIL PENELITIAN**

### **A. PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN**

#### **1. Paparan Data**

##### **a. Sejarah Singkat Berdirinya Toko Mebel Sinar Jaya**

Toko Mebel Sinar Jaya berdiri pada tahun 2000 di Paiton dan didirikan oleh Bapak Padrianto sendiri sebenarnya usaha mebel ini turun temurun dari orang tuanya Bapak Padrianto sendiri, akan tetapi dikembangkan dan didirikan lagi oleh Bapak Padrianto pada tahun 2000 yang beralamatkan di Jl. Pakuniran Paiton. Dan lokasi Toko Mebel Sinar Jaya sangat strategis karena dekat dengan

---

<sup>66</sup> Imam Suprayogo, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001).192-197

<sup>67</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung, Alfabeta : 2017), 125

lingkungan penduduk, dan barang-barang yang dijual di Toko Mebel Sinar Jaya diantaranya yaitu: kursi, meja, almari, pintu dan lain-lain.

b. Visi dan Misi di Toko Mebel Sinar Jaya

1) Visi Usaha

Menjadi usaha toko mebel yang unggul dengan kualitas terbaik

2) Misi Usaha

a) Memberikan pelayanan yang berkualitas, memuaskan serta kepercayaan bagi konsumen

b) Meningkatkan kemampuan karyawan

c) Memberikan harga produk yang terjangkau oleh masyarakat

c. Lokasi di Toko Mebel Sinar Jaya

Toko Mebel Sinar Jaya ini beralamat di Jl. Pakuniran, Desa Pandean, Paiton, Probolinggo

d. Deskripsi Jabatan di Toko Mebel Sinar Jaya

Pembagian tugas di setiap organisasi atau usaha adalah hal yang sangat penting, agar berjalannya sebuah usaha dan untuk mencapai tujuan. Berikut ini deskripsi jabatan yang ada di Toko Mebel Sinar Jaya.

1) Pak Padrianto selaku pemimpin bertugas mengatur seluruh operasional usaha dan masalah keuangan.

- 2) Rohim, Fatur, Sulaiman dan Dandi selaku karyawan bertugas sebagai pembuat mebel mulai dari gergaji kayu, mengukir kayu, pengamplasan dan pengecatan dan pengiriman barang.

e. Portofolio Usaha

Usaha yang dikembangkan oleh Toko Mebel Sinar Jaya seperti: barang-barang kebutuhan rumah tangga dan lain-lain yaitu kursi, meja, almari, pintu dan lain-lain.

f. Proses Produksi dan Jasa Layanan

1) Proses Produksi

Proses produksi yang dijalankan Toko Mebel Sinar Jaya seperti: kursi, meja, almari, pintu dan lain-lain, yaitu diproduksi sendiri oleh bagian tukang dan dijual kepada konsumen.

2) Jasa Layanan

Jasa layanan yang dijalankan Toko Mebel Sinar Jaya yaitu dengan menggunakan jasa layanan sendiri tidak memiliki jasa layanan lain seperti (JNT, dll), karena dalam pengiriman barang dan peralatan rumah tangga dengan menggunakan transportasi sendiri seperti mobil pick up yang dimiliki oleh Toko Mebel Sinar Jaya.

## 2. Temuan Penelitian

1. Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Daya Beli Konsumen Di Toko Mebel Sinar Jaya Paiton

Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar berkesinambungan. Penyusunan rencana usaha secara menyeluruh dilandasi oleh strategi pemasaran. Penetapan strategi pemasaran digunakan untuk mencapai sasaran pemasaran. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan dan bauran pemasaran. Terdapat empat bauran pemasaran yang mempengaruhi strategi pemasaran, yaitu harga, produk, promosi, lokasi perusahaan/toko.

a) Produk (*Product*)

Penerapan bauran pemasaran tentang aspek produk untuk mengetahui hal tersebut maka peneliti melakukan wawancara. Dengan Pak Padrianto selaku pemilik Toko Mebel Sinar Jaya sebagai berikut :

“Untuk produk yang saya miliki itu pasti memiliki ciri khas bak yaitu saya sangat menjaga kualitas keringnya kayu kemudian kualitas finishingnya bak, dan saya juga memiliki merek bak dengan tujuan untuk lebih dikenal masyarakat atau menarik perhatian masyarakat untuk membeli barang di toko mebel saya bak, dan Kualitas barang yang dimiliki oleh toko mebel ini sudah cukup baik bak, dan produk-produk yang di jual di toko mebel ini mencakup perabot mebel rumahan bak, dan ada

garansi bagi barang-barang yang rusak bak jika rusaknya itu murni dari kesalahan konsumen, maka ada biaya tambahan untuk perbaikan bak, dan jika ada produk yang tidak tersedia di toko mebel kami, maka konsumen boleh pesan terlebih dahulu bak, sesuai permintaan konsumen”.<sup>68</sup>

Dari aspek produk peneliti melakukan wawancara dengan karyawan, menurut Pak Rohim selaku karyawan mengatakan bahwa:

“Kualitas produk yg dimiliki toko mebel ini itu telah cukup baik bak serta mempunyai ciri khas tersendiri bak, serta produknya itu menggunakan bahan standar mebel di umumnya bak yaitu kayu jati dan saya jamin pasti awet bak, serta produk-produknya itu terdiri dari aneka barang mebel rumahan seperti kursi, almari, pintu serta meja bak dan barangnya itu sudah relatif baik bak”.<sup>69</sup>

Dengan hasil wawancara dengan Pak Hasan selaku konsumen mengatakan bahwa:

“Alhamdulillah produk yg dijual di toko mebel ini telah cukup baik bak, dan barang-barang di toko mebel ini cukup lengkap dan saya cukup puas terhadap barang yang dimiliki di toko mebel ini bak”.<sup>70</sup>

---

<sup>68</sup> Padrianto, Wawancara, Pemilik Mebel Sinar Jaya, 10 Juli 2023.

<sup>69</sup> Rohim, Wawancara, Karyawan Mebel Sinar Jaya, 10 Juli 2023.

<sup>70</sup> Hasan, Wawancara, Konsumen Mebel Sinar Jaya, 10 Juli 2023.

b) Harga (*Price*)

Penerapan bauran pemasaran tentang aspek harga di Toko Mebel Sinar Jaya untuk mengetahui hal tersebut peneliti melakukan wawancara dengan Pak Padrianto. Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan Pak Padrianto selaku pemilik Toko Mebel sebagaimana berikut.

“Buat memilih harga, harga biasanya saya tentukan dari harga pokok mentah serta biaya operasional produksi untuk harga mebel di Toko Sinar Jaya itu standart harga mebel di toko mebel lainnya bak serta harganya itu pasti terdapat perbedaan bak antara toko saya dengan toko yg lain dan bedanya itu sedikit bak kurang lebih 50.000 hingga 80.000 ribuan bak, dan saya pernah menurunkan harga yang serendahnya bak tapi tujuan saya menurunkan harga tidak buat menguasai pasar tapi untuk bertahan bak sebab pada keadaan toko yg sedang sepi, dan untuk harga mebel pada toko saya itu sangat terjangkau buat rakyat bak”<sup>71</sup>

Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Pak Rohim selaku karyawan di Toko Mebel Sinar Jaya menyatakan bahwa:

“Harga jual barang pada Toko Mebel ini cukup terjangkau buat rakyat bak, karena harganya relatif sama dengan toko mebel

---

<sup>71</sup> Padrianto, Wawancara, Pemilik Mebel Sinar Jaya, 10 Juli 2023.

lainnya atau harganya itu stabil bak serta masalah harga pasti terdapat perbedaan dengan toko mebel yg lain akan tetapi bedanya hanya sedikit bak, dan buat harga mebel di Toko Mebel Sinar Jaya itu pernah terjadi naik turun bak, setahu saya Pak Padrianto itu jika menentukan harga itu tergantung dari harga mentahnya dan biaya operasionalnya bak”.<sup>72</sup>

Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Pak Hasan selaku kosumen di Toko Mebel Sinar Jaya menyatakan bahwa:

“Harga barang pada Toko Mebel Sinar Jaya itu standar harga mebel pada toko lainnya bak, berdasarkan saya harganya itu pas bak buat kalangan rakyat karena sangat terjangkau, dan kualitas produknya cukup baik bak, serta harganya juga pernah terjadi naik turun bak, dan buat pembayarannya itu secara cash bak”.<sup>73</sup>

c) Promosi (*Promotion*)

Pembahasan tentang aspek promosi untuk mengetahui penerapannya peneliti melakukan wawancara dengan Pak Padrianto selaku pemilik toko sebagai berikut:

“Untuk sekarang promosinya via online dan offline mas, karena lebih luas dalam menjangkau konsumen, dan yang

---

<sup>72</sup> Rohim, Wawancara, Karyawan Mebel Sinar Jaya, 10 Juli 2023.

<sup>73</sup> Hasan, Wawancara, Konsumen Mebel Sinar Jaya, 10 Juli 2023.

bertanggung jawab pada promosi ialah saya sendiri bak serta buat kenaikan pangkat itu bisa asal antar konsumen serta saya pernah melakukan promosi melalui online bak akan tetapi tidak ada hasilnya bak, dan saya juga pernah memberikan bonus pada para konsumen, lalu memberikan undian pada konsumen yang membeli pada jumlah tertentu dan kenang-kenangan berupa kaos kepada para konsumen baks dan saya tidak pernah melakukan promosi melalui pameran atau bakti sosial bak, dan tidak pernah melakukan promosi melalui salesman serta salesgirl bak.”<sup>74</sup>

Dari aspek promosi berdasarkan wawancara dengan Pak Rohim sebagai karyawan mengatakan bahwa:

“Buat saya sebagai karyawan di toko mebel ini saya tidak pernah melakukan promosi mas padahal saya bekerja di Toko Mebel Sinar Jaya sudah lama bak, akan tetapi saya tidak pernah terlibat masalah promosi bak, karena yang bertanggung jawab masalah promosi itu pemilik toko sendiri bak, tugas saya hanya melakukan pelayanan yg baik saja bak.”<sup>75</sup>

Dari aspek promosi berdasarkan wawancara dengan Pak Hasan sebagai konsumen mengatakan bahwa:

---

<sup>74</sup> Padrianto, Wawancara, Pemilik Mebel Sinar Jaya, 10 Juli 2023.

<sup>75</sup> Rohim, Wawancara, Karyawan Mebel Sinar Jaya, 10 Juli 2023.

“Saya tahu toko mebel ini bukan dari media sosial melainkan dari teman saya bak, saat itu saya tanya teman saya bak saat mau membeli almari bak tapi saya bingung mau beli dimana, kemudian teman saya memberikan saran untuk membeli di Toko Mebel Sinar Jaya saja, karena barang-barangnya cukup bagus mas serta kualitasnya juga cukup baik, dan katanya Pak Padrianto, Pak Padrianto juga pernah memberikan potongan harga atau diskon kepada para konsumen”.<sup>76</sup>

d) Lokasi (*Place*)

Penerapan bauran pemasaran tentang aspek lokasi untuk mengetahui tersebut peneliti melakukan wawancara dengan Pak Padrianto selaku pemilik toko mebel sebagai berikut:

“Saya menentukan lokasi usaha ini, sebab daerah usaha ini peninggalan dari orang tua saya bak saya tinggal meneruskan usaha orang tua saya bak, dan letaknya dekat dengan lingkungan penduduk bak dan berada di pinggir jalan dan juga mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu toko tersebut, dan lokasi toko tersebut sangat mudah dijangkau oleh para konsumen yang ingin membeli mebel pada toko saya bak, akan tetapi ada beberapa toko mebel yg berdiri yang menyebabkan persaingan sangat ketat bak.”<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Hasan, Wawancara, Konsumen Mebel Sinar Jaya, 10 Juli 2023.

<sup>77</sup> Padrianto, Wawancara, Pemilik Mebel Sinar Jaya, 10 Juli 2023.

Dari aspek lokasi berdasarkan pendapat Pak Rohim selaku karyawan di toko mebel ini mengutarakan bahwa:

” Buat lokasi toko mebel ini sudah strategis bak karena berada ditengah tengah lingkungan penduduk bak serta berada pada pinggir jalan, setahu saya Pak Padrianto itu tinggal meneruskan usaha mebel milik orang tuanya, jadi lokasi tokonya itu milik orang tuanya bak, tapi didekat dekat toko mebel sini juga ada toko-toko mebel lain bak, jadi persaingannya sangat ketat”.<sup>78</sup>

Adapun pendapat lain yang diutarakan oleh Pak Hasan selaku konsumen sebagai berikut:

“Lokasi Toko Mebel Farid Rohman sudah cukup strategis bak karena berada di tengah tengah penduduk masyarakat dan berada di pinggir jalan, dan juga cukup mudah untuk dijangkau para konsumen, akan tetapi masalahnya bak, tidak jauh dari Toko Bebel Sinar Jaya ini ada juga Toko Mebel lain yang berdiri bak jadi persaingan sangat rumit sekali bak”.<sup>79</sup>

## 2. Dampak Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Daya Beli Konsumen Di Toko Mebel Sinar Jaya Paiton

Dampak secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu perubahan yang terjadi akibat suatu aktivitas. Aktivitas tersebut

---

<sup>78</sup> Rohim, Wawancara, Karyawan Mebel Sinar Jaya, 10 Juli 2023.

<sup>79</sup> Hasan, Wawancara, Konsumen Mebel Sinar Jaya, 10 Juli 2023.

dapat bersifat alamiah, baik sosial, ekonomi, fisik, kimia maupun biologi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dampak adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik dampak positif maupun negatif.<sup>80</sup>

Pengaruh adanya daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi. Adapun dampak memberikan pengaruh berupa:

- a. Dampak positif yaitu dampak yang berpengaruh positif
- b. Dampak negatif yaitu dampak yang berpengaruh negatif
- c. Dampak langsung yaitu dampak yang dirasakan langsung berkaitan dengan dampak positif
- d. Dampak tidak langsung yaitu dampak tidak langsung yang dirasakan dengan adanya suatu pengaruh.

Untuk mengetahui bagaimana dampak strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen di Toko Mebel Sinar Jaya Paiton, maka peneliti melakukan wawancara kepada Pak Padrianto sebagai berikut:

---

<sup>80</sup> Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, 105.

“Dari saya langsung bak, terkait strategi pemasaran yang sudah saya terapkan, sebenarnya saya sudah menerapkan strategi pemasaran bak, baik itu secara online juga offline, saya melakukan promosi secara online mulai di tahun 2017 bak seperti Facebook, WhatsApp tapi lebih fokus dengan WhatsApp bak untuk Facebook itu jarang bak, dan sebelum mengenal promosi secara online saya promosi secara offline bak dan itu saya lakukan sebelum tahun 2017 akan tetapi menurut saya promosi yang sudah saya lakukan sebelum tahun 2017 dan sesudah tahun 2017 itu dampaknya masih sama saja masih sulit dalam menarik minat beli konsumen bedanya kalau online itu jangkauannya luas sedangkan kalau offline itu hanya sekitar Paiton dan sekitarnya saja bak, dan untuk masalah strategi pemasaran, saya belum pernah mengikut sertakan karyawan saya untuk melakukan promosi bak, akan tetapi semua strategi pemasaran yg telah saya lakukan itu berdampak masih sulit dalam menarik minat beli konsumen, padahal saya telah berusaha untuk melakukan strategi pemasaran yg efektif menggunakan via online juga offline, tapi hasilnya masih sama saja bak”.<sup>81</sup>

Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Pak Rohim selaku karyawan di Toko Mebel Sinar Jaya menyatakan bahwa:

---

<sup>81</sup> Padrianto, Wawancara, Pemilik Mebel Sinar Jaya, 10 Juli 2023.

“Saya sebagai karyawan di toko mebel ini tidak pernah melakukan strategi pemasaran atau promosi mas, semua strategi pemasaran sepenuhnya dipegang oleh Pak Padrianto sendiri bak, tapi saya paham betul terkait strategi pemasaran yang diterapkan oleh toko mebel ini bak, karena saya sudah lama menjadi karyawan di toko mebel ini bak, dampak strategi pemasaran yang sudah diterapkan oleh Pak Padrianto baik secara online juga offline itu sama saja bak masih sulit menarik minat beli konsumen, terkadang Pak Padrianto itu mengeluh kepada karyawannya bak terkait strategi pemasaran yg telah dijalankan oleh Pak Padrianto dampaknya sama saja dalam menarik minat beli konsumen masih sulit”<sup>82</sup>

## B. PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian ini dimaksudkan untuk memberkan penjelasan terhadap deskripsi data dari penelitian yang di sesuaikan dengan teori yang digunakan. Pembahasan ini dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Daya Beli Konsumen Di Toko Mebel Sinar Jaya Paiton
  - a) Strategi Pemasaran Produk (*Product*)

Masalah-masalah di dalam marketing mempunyai hubungan erat dengan produk apa yang akan dijual kepada konsumen dan juga berhubungan dengan profitabilitas.<sup>83</sup> Kualitas produk adalah fungsi

---

<sup>82</sup> Rohim, Wawancara, Karyawan Mebel Sinar Jaya, 10 Juli 2023.

<sup>83</sup> M. Mursid, Manajemen Pemasaran Cet.7 (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), 70

dari suatu kemampuan produk. Kemampuan meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan operasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.

Produk yang ada di Toko Mebel Sinar Jaya merupakan salah satu faktor untuk menarik minat beli konsumen. Hal ini bias dilihat dari hasil wawancara dengan Pak Padrianto selaku pemilik toko mebel mengatakan produk yang ditawarkan kepada konsumen diusahakan yang berkualitas untuk memuaskan konsumen bila membelinya dan sudah memiliki ciri khas tersendiri terkait produknya dan sangat menjaga kualitas keringnya kayu kemudian kualitas finishingnya dan sudah memiliki merek guna untuk menarik perhatian para konsumen.

Adapun wawancara dengan para karyawan mengatakan bahwa kualitas produk dari toko mebel ini memiliki kualitas yang baik, karena menggunakan bahan baku mebel pada umumnya yaitu berbahan dasar kayu jati.

Kemudian wawancara dengan para konsumen yang membeli mebel di Toko Mebel Sinar Jaya mengatakan bahwa kualitas produk yang ditawarkan di toko mebel ini cukup bagus karena sesuai dengan harapan para konsumen.

Penjelasan di atas bahwa produk yang dihasilkan Toko Mebel Sinar Jaya sesuai dengan penerapan teori produk. Pak Padrianto

berusaha memberikan kualitas produk yang bagus dan menurut konsumen sesuai dengan selera para konsumen agar kembali melakukan pembelian mebel. Akan tetapi produk yang dihasilkan di Toko Mebel Farid Rohman sudah memiliki kualitas yang baik tapi masih sulit dalam menarik minat beli konsumen.

b) Strategi Pemasaran Harga (*Price*)

Dalam kebijaksanaan harga manajemen harus menentukan harga dasar dari produknya, kemudian menentukan kebijaksanaan menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos kirim dan hal-hal lainnya. Perusahaan-perusahaan melakukan penetapan harganya dengan berbagai cara. Di perusahaan-perusahaan kecil, harga sering ditetapkan oleh pimpinan tertinggi. Di perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga ditangani oleh manajer divisi. Pemasar mengakui bahwa konsumen sering secara aktif memproses informasi harga, menginterpretasi harga dari segi pengetahuan mereka berdasarkan pengalaman membeli sebelumnya, komunikasi formal (telepon penjualan iklan dan brosur), komunikasi informal (teman, rekan, atau anggota keluarga), dan titik pembelian atau sumber online.<sup>84</sup>

Harga yang tepat adalah harga yang terjangkau dan paling efisien bagi konsumen. Harga yang ditetapkan pada Toko Mebel Sinar Jaya adalah salah satu faktor untuk menarik minat beli konsumen. Harga yg ditawarkan di Toko Mebel Sinar Jaya itu stabil harga mebel pada

---

<sup>84</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, Marketing Management Jilid 12., 80

umumnya, serta pemilik Toko Mebel Sinar Jaya itu juga pernah menurunkan harga pada saat keadaan toko itu sepi bukan untuk menguasai pasar. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara dengan karyawan yang bekerja di Toko Mebel Sinar Jaya dan konsumen yang melakukan pembelian mebel di toko mebel tersebut. Menyatakan bahwa harga yang ditawarkan di Toko Mebel Sinar Jaya itu relatif stabil dengan toko mebel lainnya harganya cukup terjangkau dan masalah harga di Toko Mebel Sinar Jaya dengan toko mebel lainnya itu ada perbedaan, tapi perbedaannya hanya sedikit.

Dari penjelasan di atas bahwa harga yang ditawarkan oleh Pak Padrianto stabil dan terjangkau agar dapat menarik minat beli konsumen, akan tetapi dengan harga yang stabil dan terjangkau oleh masyarakat masih sulit dalam menarik minat beli konsumen.

c) Strategi Pemasaran Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Secara umum bentuk bentuk promosi mempunyai bentuk yang sama, namun setiap bentuk tersebut masih dapat dibedakan berdasarkan spesifikasi tugasnya.

Spesifikasi tugas tersebut biasa disebut sebagai bauran promosi yang meliputi tugas tugas sebagai berikut:<sup>85</sup>

1) *Personal selling*, merupakan komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.

2) Periklanan. Periklanan meliputi semua kegiatan yang terlibat dalam penyajian pesan yang non personal (tidak tertuju pada seseorang tertentu) di suarakan atau visual dan di biayai secara terbuka untuk suatu produk, jasa atau ide. Pesan yang disampaikan tersebut disebut sebagai iklan yang bisa disiarkan melalui satu atau lebih media dan dibiayai oleh sponsor yang diketahui umum.

3) *Direct marketing*. Bila personal selling berupaya mendekati pembeli, iklan berupaya memberitahu dan mempengaruhi pelanggan, promosi penjualan berupaya mendorong pembeli dan public relations membangun dan memelihara citra perusahaan, maka direct marketing memadatkan semua kegiatan tersebut dalam penjualan langsung tanpa perantara. Direct marketing merupakan system pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk

---

<sup>85</sup> Agustina Shinta, Manajemen Pemasaran, 122

menimbulkan tanggapan/respon terukur dan atau transaksi di sembarang lokasi. Dalam direct marketing, komunikasi promosi langsung ditujukan kepada konsumen individual, dengan tujuan agar pesan-pesan tersebut ditanggapi/direspon oleh konsumen yang bersangkutan.

Hal ini bisa dilihat dari hasil wawancara dengan Pak Padrianto selaku pemilik toko mebel menyatakan pernah melakukan promosi lewat online. Konsumen mengetahui toko ini dari konsumen lain dan media sosial, dan Pak Padrianto juga pernah memberikan diskon atau potongan harga atau kenang-kenangan berupa kaos kepada para konsumen.

Hasil wawancara dengan karyawan di Toko Mebel Sinar Jaya mengatakan hal serupa bahwa tidak pernah melakukan promosi tugasnya hanya memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Kemudian hasil wawancara dengan konsumen yang melakukan pembelian di Toko Mebel Sinar Jaya mengatakan bahwa mendapatkan informasi dari temannya.

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa teori dan fakta promosi yang dilakukan oleh Pak Padrianto sudah terbilang cocok. Dimana promosi konsumen-konsumen baru mengetahui Toko Mebel Sinar Jaya dari teman dan dari media sosial juga dan pernah memberikan diskon atau kenang-kenangan kepada para

konsumen. Akan tetapi promosi yang dilakukan Toko Mebel Sinar Jaya sudah baik tapi masih sulit dalam menarik minat beli konsumen.

d) Strategi Pemasaran Lokasi (*Place*)

Lokasi yaitu yang mempertimbangkan dekat dan jauhnya mempengaruhi biaya produksi bahkan yang mempengaruhi dan dapat menarik minat pembeli.<sup>86</sup>

Hal ini dilihat dari hasil wawancara dengan Pak Padrianto selaku pemilik Toko Mebel Sinar Jaya mengatakan bahwa lokasi tempat yang beliau pilih ini memperkirakan letak yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen serta dekat dengan jalan, dan penduduk masyarakat.

Kemudian wawancara dengan karyawan yang bekerja di Toko Mebel Sinar Jaya mengatakan bahwa lokasi toko mebel ini sangat strategis karena berada di tengah penduduk masyarakat, kemudian dekat dengan jalan, akan tetapi ada juga toko mebel lain yang tidak jauh dari Toko Mebel Sinar Jaya yang mengakibatkan persaingan yang sangat ketat.

Selanjutnya wawancara dengan konsumen yang melakukan pembelian di Toko Mebel Farid Rohman mengatakan bahwa lokasi toko mebel ini cukup strategis karena berada di tengah penduduk

---

<sup>86</sup> Agustina Shinta, Manajemen Pemasaran, 90

masyarakat dan di juga di pinggir jalan yang mudah dijangkau oleh konsumen.

Dari paparan data di atas dapat disimpulkan bahwa teori dan penerapan lokasi oleh Pak Padrianto sudah sesuai. Dimana Pak Padrianto memperkirakan tempat tokonya yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Akan tetapi lokasinya sudah strategis karena berada di tengah penduduk masyarakat tapi dalam menarik minat beli masih sulit.

## 2. Dampak Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Toko Mebel Sinar Jaya Paiton

Menurut Kamus besar Bahasa Indonesia dampak merupakan benturan, pengaruh yang mendatangkan dampak baik dampak positif maupun negatif. keberadaan perusahaan berdampak positif terhadap warga sekitarnya bisa bersifat langsung serta tidak langsung. Bersifat langsung, maksudnya kesejahteraan pekerja/karyawan di perusahaan itu sendiri. Sedangkan yang bersifat tidak eksklusif merupakan akibat positif terhadap peningkatan kesempatan kerja di perusahaan-perusahaan/ kegiatan-kegiatan ekonomi lokal lainnya melalui keterkaitan produksi/ usaha antara perusahaan bersangkutan dan perusahaan-perusahaan lokal lainnya.<sup>87</sup> Di dalam penelitian ini, penulis hanya fokus menganalisis dampak strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen di Toko Mebel Sinar Jaya Paiton. Strategi

---

<sup>87</sup> Tambunan, Usaha Mikro Di Indonesia, 58.

pemasaran yang dilakukan oleh Toko Mebel Sinar Jaya merupakan salah satu faktor untuk menarik minat beli konsumen. Strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Toko Mebel Sinar Jaya itu sudah efektif secara online dan juga offline dan strategi pemasaran secara online itu Pak Padrianto lakukan setelah tahun 2017 dan sebelum tahun 2017 itu secara offline. Hal ini bisa dilihat dari hasil wawancara kepada karyawan yang bekerja di Toko Mebel Sinar Jaya bahwa, karyawan pada Toko Mebel Sinar Jaya sering menerima keluhan dari Pak Padrianto tentang strategi pemasaran, padahal Pak Padrianto telah menerapkan strategi pemasaran yang efektif baik secara online dan juga offline tapi dampaknya sebelum mengenal online maupun sudah mengenal online itu masih sama saja masih sulit dalam menarik minat beli konsumen.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa teori strategi pemasaran sudah dilakukan dengan tepat oleh Pak Padrianto karena dengan cara online maupun offline, akan tetapi strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh Pak Padrianto baik secara online maupun offline itu berdampak masih sulit dalam menarik minat beli konsumen.**BAB V**

## **PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**