

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Strategi

Menurut Ismail Solihin, kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani "strategos," yang terdiri dari kata "stratus" yang berarti militer, dan "ag" yang berarti memimpin. Pada awalnya, strategi diartikan sebagai kepemimpinan militer atau tindakan yang dilakukan oleh para jenderal untuk merencanakan penaklukan dan kemenangan dalam peperangan. Di sisi lain, Nanang Fatah mengemukakan bahwa strategi adalah langkah-langkah yang sistematis dan terstruktur dalam merencanakan tujuan secara menyeluruh (makro) dan berjangka panjang.

Terdapat dua pandangan utama mengenai definisi strategi, yaitu pendekatan tradisional dan pendekatan modern. Dalam pendekatan tradisional, strategi dipahami sebagai suatu rencana jangka panjang yang bersifat antisipatif (mengarah ke masa depan). Sementara itu, dalam pendekatan modern, strategi lebih dipahami sebagai pola yang bersifat reflektif (melihat ke masa lalu).⁹

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi ialah serangkaian rancangan jangka panjang yang diterapkan dalam seluruh proses bisnis organisasi untuk menghadapi persaingan dan mencapai visi perusahaan.¹⁰

⁹ Ahmad, *Manajemen Strategi*, (Makasar: Nas Media Pustaka, 2020), 2

¹⁰ Zuriana, Ritonga. *Buku Jara Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 46

Strategi merupakan rencana yang digunakan dalam mencapai tujuan suatu perusahaan yang mempunyai tujuan yang sama namun cara atau strategi yang digunakan berbeda. Jadi strategi yang digunakan dibuat sesuai tujuan masing-masing.

B. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan sebuah aktifitas yang dilakukan oleh seorang pedagang dalam menjual barang atau jasa yang menghasilkan keuntungan. Transaksi ini dapat juga diartikan sebagai perpindahan kepemilikan barang ataupun jasa dari penjual kepada pembeli atau konsumen.¹¹ Menurut Philip Kotler penjualan adalah apa yang dilakukan sebuah perusahaan untuk menjual produk-produknya.¹²

Penjualan adalah hal penting atau inti dari sebuah kegiatan bisnis, karena melalui kegiatan penjualan dapat diperoleh sebuah keuntungan yang menjadi tujuan utama sebuah bisnis didirikan, oleh karena itu diperlukan berbagai macam cara untuk memajukan penjualan agar memperoleh keuntungan dan tujuan yang diharapkan sebuah perusahaan. penjualan merupakan bagian dari pemasaran yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran terhadap suatu produk yang dihasilkan kepada konsumen (masyarakat/pemakai) guna mencapai keuntungan atau laba, sehingga idealnya suatu perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang optimal apabila perusahaan tersebut mampu menjual seluruh hasil produk yang ditawarkan.

¹¹ Wulandari, siska Aprilia, “Sistem Informasi Penjualan Produk Berbasis WEB Pada Chanel Distro Pringsewu,”(Jurnal Tamvol, 2015), 43.

¹² Eman Suherman, *Praktik Bisnis Berbasis Enterepreneurship*, (Bandung : Alfabetha, 2011), 123.

Penjualan dan pemasaran harus berjalan secara sinergis, di mana pemasaran menciptakan lingkungan yang kondusif bagi penjualan untuk berkembang. Maka dari itu seorang pengusaha harus memiliki perencanaan yang strategis, pengawasan yang matang serta tindakan-tindakan yang nyata dan terprogram dalam memengaruhi konsumen. Dalam ilmu manajemen pemasaran, hal ini dinamakan dengan *marketing mix* atau bauran pemasaran. Aktivitas *marketing mix* memiliki empat macam tindakan, antara lain:

1. Strategi Produk (*Product*)

Seorang pengusaha dapat memengaruhi konsumen dengan produk yang ditawarkan, dan konsumen akan tertarik dengan produk yang ditawarkan suatu perusahaan. Secara eksplisit produk yang dilarang dalam Al-Qur'an dan Sunnah nabi adalah bangkai, daging babi, darah hewan, minuman beralkohol, perjudian, prostitusi, dan penggunaan bunga dalam praktik keuangan dan perbankan. Dalam perspektif islami marketing produk harus memenuhi ketentuan halal, tidak menyebabkan pikiran kotor atau rusak, tidak mengganggu, tidak mengandung unsur riba dan maysir. Produk harus dalam kepemilikan yang sah, produk harus diserahterimakan dengan jelas karena penjualan produk fiktif tidak dapat dibenarkan (contoh penjualan ikan di sungai) dan produk harus tepat secara kuantitas dan kualitasnya.¹³ Terdapat empat faktor yang harus dipertimbangkan pengusaha dalam membuat sebuah produk, diantaranya yaitu¹⁴:

¹³ Roni Mohamad Dan Endang Rahim, "*Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah*" Vol.2 No.1, (IAIN Sultan Amai Gorontalo, 2021),7

¹⁴ Dr.Juliansyah Noor, S.E.,M.M, "*Manajemen Strategi Konsep dan Model Bisnis*, (Banten:La Tansa Mashiro Publisher) 2020, 130

- a) Fitur produk, yaitu keunikan dan karakteristik produk yang membedakan dari pesaing.
- b) Kualitas, yaitu baik buruknya sebuah produk atau mutu produk.
- c) Kemasan, yaitu kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan.
- d) Merk, yaitu identitas dan citra brand yang ditransmisikan kepada pelanggan.

2. Strategi Harga (*Price*)

Menurut pendapat Philip Kotler bahwa harga untuk semua adalah gagasan idea. Penentuan harga yang rendah, diskon, harga obral serta cuci gudang adalah metode penetapan harga yang dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli bahkan memborong produk penetapan harga memiliki tujuan mempertahankan dan memperbaiki *market share*, stabilitas harga untuk mencapai target pengembalian investasu dan laba maksimum.¹⁵

Factor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan harga adalah biaya competitor dan perubahan kebutuhan pasar. Agar produk dapat bersaing di pasar, pengusaha perlu menerapkan strategi penerapan harga yang sesuai dengan kondisi pasar. Penetapan harga sepenuhnya berada di tangan penjual, yang menjadikan komponen harga dalam bauran pemasaran sebagai sumber pendapatan dan keuntungan. Dalam

¹⁵ Mohamad dan Rahim, “*Strategi dan Bauran Pemasaran*”,9

pemasaran syariah, penetapan harga diatur sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Mengambil keuntungan secara tidak adil melalui penetapan harga yang tinggi tanpa ada peningkatan kualitas atau kuantitas produk dianggap sebagai tindakan yang tidak sah, seperti maisir (perjudian).

Penjual tidak diperbolehkan menetapkan harga yang berbeda kepada dua orang pembeli atau lebih atas barang yang sama. Perlakuan semacam ini sama dengan riba. Ketika ada satu penjual dalam pasar menaikkan harga produknya di atas harga pasar atau sebaliknya, ia menjual produknya dibawah harga pasar, maka yang akan terjadi adalah distorsi pasar. Yang akan memacu kondisi ekonomi menjadi tidak efisien sehingga mengganggu agen ekonomi dalam memaksimalkan kesejahteraan mereka sendiri.

3. Strategi Promosi (*Promotion*)

Untuk memperkenalkan produk suatu perusahaan perlu melakukan kegiatan promosi agar konsumen mengenal produk yang ditawarkan kemudian menyukainya, bahkan bagi yang lupa diharapkan dapat mengingatnya kembali. Promosi bertujuan untuk menginformasikan ke market atau konsumen mengenai produk atau bisnis Anda. Promosi dapat berupa iklan, public relations, publikasi (media sosial dan media cetak) dan promosi penjualan. Kegiatan promosi sangat dipengaruhi oleh perencanaan strategi pemasaran perusahaan untuk mempertahankan pelanggan dan *market share*, minimal dalam periode jangka pendek.¹⁶

¹⁶ Usman Moonti, *Bahan Ajar Mata Kuliah Dasar-dasar Pemasaran*, (Yogyakarta: Interpena, 2015), 5

Dalam Al-Qur'an tidak ada larangan mempromosikan produk, baik barang atau jasa dengan sistem periklanan. Bahkan periklanan pun dapat digunakan untuk mempromosikan kebenaran bagaimana seharusnya usaha bisnis dalam Islam. Namun, periklanan yang berisi tentang pernyataan-pernyataan yang berlebihan termasuk kedalam bentuk penipuan. Tidak peduli apakah deskripsi pernyataan tersebut sebagai metafor atau sebagai kiasan tentu sudah pasti dilarang. Islam sangat menganjurkan untuk berpegang teguh kepada nilai-nilai kejujuran dalam melaksanakan kegiatan ekonomi, termasuk dalam promosi.

4. Strategi tempat (*Place*)

Salah satu elemen Tempat (*place*) yang masuk dalam *Marketing mix* bukan hanya diartikan sebagai tempat dimana usaha dijalankan, namun lebih luas lagi dimana "*place*" tersebut merupakan segala kegiatan penyaluran produk berupa barang ataupun jasa dari produsen ke konsumen (distribusi). Menurut Philip Kotler distribusi adalah : "*The various the company undertakes to make the product accessible and available to target customer*". Berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia untuk konsumen sasaran.¹⁷ Dalam saluran distribusi, semakin banyak perangkat yang digunakan biasanya akan mampu menjangkau populasi yang lebih luas. Semakin mudah produk didapatkan berarti proses distribusi semakin baik, dan penjualan produk berpeluang besar untuk meningkat. Untuk itulah saluran distribusi penting

¹⁷ Mohamad dan Rahim, *Strategi Bauran*, 13

direncanakan dengan matang oleh pemasar. Dalam menentukan *place* atau saluran distribusi, perusahaan Islami harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market, sehingga dapat efektif dan efisien. Sehingga pada intinya, dalam menentukan *marketing mix* harus didasari pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran. Perbedaan pada bisnis Islami dan non-Islami terletak pada aturan operasional yang menjadikan halal dan haram, sehingga harus terdapat kehati-hatian dalam menjalankan strategi.

Untuk meningkatkan penjualan produk, perusahaan harus menerapkan strategi tempat penjualan yang efektif, seperti memilih lokasi yang strategis dan mengoptimalkan tata letak perusahaan. Strategi tempat merupakan juga elemen strategi pemasaran yang fundamental dan penting karena ketika tempatnya strategis dan tepat maka memudahkan konsumen untuk memperoleh produk yang ditawarkan.

C. Perseroan Terbatas (PT)

Istilah Perseroan Terbatas terdiri dari 2 (dua) kata, yaitu “perseroan” dan “terbatas”. Perseroan merujuk pada modal Perseroan Terbatas yang terdiri dari sero-sero atau saham-saham. Sedangkan terbatas merujuk pada tanggung jawab pemegang saham yang hanya terbatas pada nilai nominal semua saham yang dimilikinya. Oleh karena itu, Perseroan Terbatas adalah persekutuan yang berbentuk badan hukum. Badan hukum ini tidak disebut persekutuan, tetapi perseroan, sebab modal badan hukum itu terdiri dari sero-sero atau saham-saham. Istilah terbatas tertuju pada tanggung jawab pesero

atau pemegang saham, yang luasnya terbatas pada nilai nominal semua saham yang dimilikinya.

Selain itu, Perseroan terbatas (PT) adalah badan hukum perusahaan yang paling banyak digunakan dan diminati oleh para pengusaha. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mendefinisikan perseroan terbatas (PT). Perseroan Terbatas adalah badan hukum yang didirikan berdasarkan perjanjian yang melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham, dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya.¹⁸

Perseroan Terbatas adalah badan usaha yang sudah memiliki status badan hukum. Dengan status badan hukum tersebut, Perseroan Terbatas mempunyai harta kekayaan sendiri, dan bertanggung jawab sendiri. Hal ini berarti setiap kewajiban atau utang Perseroan Terbatas hanya dilunasi dari harta kekayaan Perseroan Terbatas itu sendiri. Harta pemegang saham, Direktur dan/atau Komisaris Perseroan Terbatas tidak dapat dipergunakan untuk melumasi Perseroan Terbatas, kecuali terjadi kesalahan, kelalaian, perbuatan melawan hukum dan/atau pertentangan kepentingan yang merugikan pasar dan/atau kreditur perseroan.

Sebagai perusahaan (PT), mengutamakan karyawan sangat penting untuk mencapai kesuksesan jangka panjang. Karyawan adalah aset terpenting dalam sebuah perusahaan. Mereka yang menjalankan operasional sehari-hari dan berkontribusi pada inovasi serta pertumbuhan. Disamping hal tersebut

¹⁸ Ahmad Yani dan Gunawan Widjaya, *Seri Hukum Bisnis Perseroan Terbatas*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2000), 7.

adanya imbal balik sangat diperlukan. Oleh karena itu sebagai karyawan yang bekerja di perusahaan (PT) mempunyai hak dan kewajiban terhadap PT.¹⁹

D. Kesejahteraan Karyawan

1. Pengertian Kesejahteraan Karyawan

Menurut Malayu S.P. Hasibuan, kesejahteraan karyawan adalah bentuk penghargaan yang meliputi unsur materi dan non-materi, yang diberikan oleh perusahaan berdasarkan kebijakan tertentu, dengan tujuan untuk mempertahankan serta meningkatkan kondisi fisik dan mental karyawan, sehingga kinerja mereka menjadi lebih baik.²⁰

Kesejahteraan karyawan adalah suatu balas jasa berupa *material* dan *nonmaterial* dari perusahaan yang diberikan kepada karyawan berdasarkan kebijaksanaan, dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas karyawan serta memperbaiki kondisi fisik dan mental karyawan.²¹

Kesejahteraan diberikan oleh perusahaan hendaknya bermanfaat dan dapat meningkatkan kinerja karyawan sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan, adapun beberapa tujuan pemberian kesejahteraan yaitu:

- a) Kesejahteraan diberikan untuk meningkatkan kesetiaan pekerja kepada perusahaan.

¹⁹ Ibid., 20

²⁰ Muhamamad Busro, *Teori-teori Manajemen Sumber Daya Manusia* (Prenada Media, 2018), 113.

²¹ Malayu SP Hasibuan, *Manajemen sumber daya manusia* (Bumi Aksara, 2016), 185.

- b) Diberikan untuk memenuhi kebutuhan pekerja beserta keluarganya agar terjamin.
- c) Fasilitas kesejahteraan yang diberikan perusahaan kepada karyawan bertujuan agar memotivasi pekerja agar produktivitas lebih maksimal.
- d) Meminimalisir tingkat absensi dan *turnover* karyawan.
- e) Menciptakan lingkungan kerja yang nyaman.

2. Indikator Kesejahteraan Karyawan

Kesejahteraan karyawan merujuk pada bentuk penghargaan yang diberikan kepada individu atau kelompok karyawan sebagai bagian dari keanggotaan mereka dalam suatu organisasi. Tujuan pemberian kesejahteraan ini adalah untuk memperkuat loyalitas karyawan, meningkatkan motivasi, serta mendorong produktivitas kerja mereka. Keberhasilan organisasi dalam menjalankan operasionalnya sangat dipengaruhi oleh kontribusi karyawan yang terlibat dalam aktivitas tersebut. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyediakan fasilitas kesejahteraan yang sesuai dengan harapan karyawan untuk menjaga semangat kerja mereka. Sebaliknya, jika kesejahteraan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan karyawan, hal tersebut dapat menurunkan semangat dan kinerja mereka.²² Menurut Hasibuan, terdapat tiga indikator utama dalam pemberian kesejahteraan karyawan yaitu²³:

²² Irvan Y. Pardisty, "Analisis Tingkat Kesejahteraan Karyawan (Studi Pada Pt. Jiwaseraya (Persero) Regional Office I)", Vol. 9, No. 1, (Jurnal Logistik Bisnis, Mei 2019), 30.

²³ Hasibuan, *Manajemen Sumber*, 201

Ekonomi	Fasilitas	Pelayanan
1. Gaji	1. Perlengkapan	1. Jaminan
2. Tunjangan Hari Raya	dan peralatan kerja	kesehatan
3. Bonus/uang lembur	2. Pemberian Cuti / izin	

Menurut Hasibuan, dengan memperhatikan indikator-indikator kesejahteraan seperti ekonomi, fasilitas, dan pelayanan perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan menyenangkan bagi karyawan. Hal ini termasuk membantu karyawan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, seperti alat rumah tangga, sarana transportasi, hingga hiburan yang dapat mendukung keseimbangan kehidupan kerja dan pribadi. Pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar ini berperan penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung kesejahteraan karyawan secara menyeluruh, kesejahteraan yang baik akan mempengaruhi tingkat kepuasan kerja, motivasi, dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan.²⁴

3. Indikator Kesejahteraan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Kesejahteraan dalam pandangan Islam tidak hanya dinilai dari ukuran materi saja, akan tetapi juga dinilai dari ukuran non material, seperti terpenuhinya kebutuhan spiritual, terpeliharanya nilai-nilai moral, dan terwujudnya keharmonisan sosial, Berdasarkan tiga indikator

²⁴ Jumraedah, “ *Peran Kesejahteraan Dalam Upaya Peningkatan Disiplin Dan Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil Pada Kantor Sekretariat Daerah Kabupaten Kutai Timur*”, Vol.1 No.1, (Jurnal Administrasi Reform, Januari-Maret 2019), 214.

kesejahteraan menurut Al-Syatibi dalam perspektif ekonomi Islam, hidup sejahtera dimulai dengan kesejahteraan setiap individu yang memiliki tauhid yang kuat, terpenuhinya semua kebutuhan dasar, dan jika semua aspek tersebut tercapai, maka akan tercipta kondisi yang aman, nyaman, dan damai.²⁵ Hal ini merujuk pada salah satu surat dalam Al-Quran yaitu surah al-Quraisy ayat 3-4:

فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ (۳) الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ

خَوْفٍ (۴)

Artinya : "(3) Maka hendaklah mereka menyembah Tuhan (pemilik) rumah ini (Ka'bah). (4) Yang telah memberi mereka makanan untuk menghilangkan lapar dan mengamankan mereka dari rasa takut."²⁶

Berdasarkan ayat tersebut menunjukkan bahwa indikator kesejahteraan menurut ekonomi islam yaitu ada tiga, diantaranya:

1. Indikator yang pertama adalah anjuran untuk menyembah Allah (*Ibadatullah*), artinya bahwa untuk mendapatkan kehidupan yang sejahtera harus mengutamakan Rabb-Nya. Sehingga pada saat seorang insan belum mendapatkan kesejahteraan secara fisik, maka yang terlebih dahulu adalah menjadikan Allah SWT sebagai sebaik-baiknya pelindung, penolong, dan pengayom.
2. Indikator yang kedua adalah menghilangkan lapar dengan artian meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dengan tingkat perekonomian

²⁵ Suharyono, "Pemikiran Al-Syatibi Dalam Bidang Ekonomi," Vol.3 No.1 (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Nahdhatul Ulama Bengkulu, 2022) 4.

²⁶ "Muhammad Hanif Rahman (<https://nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-al-quraisy-ayat-3-4-keamanan-dan-ekonomi-adalah-kunci-kesejahteran-hidup-sIX6K>.)" Diakses pada 20 Juli 2023

yang baik maka akan terpenuhinya kebutuhan dalam kehidupan manusia yaitu sandang, pangan, dan papan.

3. Indikator ketiga adalah menghilangkan rasa takut dengan adanya jaminan keselamatan. Hidup sejahtera berarti hidup dalam suasana yang aman, nyaman, dan damai. Jika tindakan kriminal seperti perampokan, perkosaan, bunuh diri, dan kejahatan lainnya masih terjadi dalam suatu komunitas, maka komunitas tersebut belum dapat dianggap sejahtera. Oleh karena itu, membentuk individu yang saleh dan menciptakan sistem yang dapat menjaga kesalehan setiap orang menjadi bagian penting dari upaya mensejahterakan masyarakat.

4. Program Kesejahteraan Karyawan

Pada tiap-tiap perusahaan memiliki dan menyelenggarakan program kesejahteraan untuk karyawan untuk meningkatkan kinerja karyawan dan jaminan kelayakan.²⁷

Beberapa program kesejahteraan menurut Ramadhani diantaranya yaitu²⁸:

- a) Program kesejahteraan yang bersifat ekonomis, program ini bertujuan untuk keamanan karyawan dengan menambah gaji pokok dengan program kesejahteraan yang terdiri atas:
 - 1) Tunjangan Hari Raya (THR)
 - 2) Bonus
 - 3) Uang Makan

²⁷ Budiharjo, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: penerbit samudra biru, 2019), 95.

²⁸ Dr.Sry Rosita, S.E.,M.M, Dian Mala Fithriani Aira S.E., M.S.M.,dkk, "*Buku Ajar Manajemen Sumber Daya Manusia*",(Jambi:WIDA Publishing,2024), 256

- b) Program kesejahteraan yang bersifat fasilitas. Program ini bertujuan untuk memberikan kenyamanan kepada karyawan. Yang termasuk dalam kesejahteraan fasilitas, yaitu:
- 1) Sarana kerohanian (tempat beribadah)
 - 2) Kafetaria
- c) Program kesejahteraan bersifat pelayanan. Program ini bertujuan dalam membant memberikan informasi terkait keberlangsungan arus penerimaan penghasilan atau keseluruhan penghasilan yang hilang. Program kesejahteraannya berupa asuransi kesehatan (BPJS). Setiap perusahaan memberikan jaminan asuransi kepada karyawan untuk menjamin keselamatan dalam bekerja.²⁹

²⁹ Mulyapradana Aria dan Hatta Muhammad, “*Jadi Karyawan Kaya Genius Mengetahui dan Mengelola Hak Keuangan Karyawan*” (Jakarta: Transmedia, 2016), 68.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Menurut Libarkin C.Julie dan Kurdziel P.Joseph, penelitian dengan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang menggunakan data deskriptif yang dijabarkan menggunakan kata-kata tertulis atau lisan dari responden yang sudah diwawancara.³⁰ Proses penelitian, peneliti terjun langsung ke lokasi yang diteliti dengan pendekatan kualitatif yang menggunakan jenis penelitian deskriptif analisis. Penelitian deskriptif merupakan proses analisis fakta-fakta yang ada di lapangan agar dapat dipahami dan disimpulkan secara jelas dan faktual.

B. Kehadiran peneliti

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan secara langsung di lokasi penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Kehadiran peneliti sangat penting pada proses pengumpulan data. Peneliti hadir di PT BAS untuk meminta izin kepada manajer untuk melakukan wawancara kepada karyawan PT BAS guna mendapatkan informasi terkait kesejahteraan yang diberikan PT BAS kepada karyawan untuk menunjang kinerjanya.

³⁰ Muh Fitrah dan Dr Luthfiah, "Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif," *Tindakan Kelas dan Studi Kasu.*, Sukabumi: Jejak, 2017, 14.

C. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Bumi Amanah Sukses yang terletak di Jl.Kelud, Desa Tegalan, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.

D. Sumber data

Data adalah fakta empirik yang didapatkan oleh peneliti untuk memecahkan suatu permasalahan, data tersebut digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pada suatu penelitian. Berdasarkan sumbernya, dan terbagi atas dua sumber data yaitu³¹:

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data. Peneliti mencari data tersebut dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, ataupun diskusi terfokus. Sumber data primer pada penelitian ini adalah pemilik PT Bumi Amanah Sukses dan para karyawannya, yang kemudian memberikan data terkait strategi penjualan di PT Bumi Amanah Sukses dalam meningkatkan kesejahteraan pada karyawan.
- b. Data Sekunder adalah data yang didapatkan dari sumber yang sudah ada, jadi pada hal ini peneliti mendapatkan data dari tangan kedua seperti laporan, buku, jurnal, dan lain sebagainya.

³¹ Aan Komariah dan Djam'an Satori, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2013), 100

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Pengertian observasi menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) adalah pengamatan atau peninjauan secara langsung maupun tidak langsung³². Pengamatan yang dilakukan secara langsung adalah terjun ke lapangan dan terlibat seluruh pancaindra. Sedangkan pengamatan yang dilakukan secara tidak langsung yaitu dengan menggunakan bantuan media visual/audiovisual, seperti teleskop dan *handycam*.³³ Metode pengumpulan data pada penelitian ini selain menggunakan teknik wawancara, juga menggunakan teknik observasi dengan terjun langsung ke objek penelitian.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik yang digunakan dalam pengumpulan data untuk memperoleh informasi dari responden/informan. Pengumpulan data ini dilakukan dengan mengumpulkan beberapa informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan yang dijawab oleh responden/informan. Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara dengan responden yaitu karyawan PT BAS.

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan pertanyaan kepada pemilik serta para karyawan PT Bumi Amanah Sukses terkait dengan masalah yang diteliti (Strategi Penjualan PT Bumi Amanah Sukses dalam Meningkatkan Kesejahteraan Karyawan) dengan beberapa pertanyaan

³² Ibid., 104

yang mengacu pada indikator kesejahteraan menurut BKKBN (Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional) dan indikator kesejahteraan dalam Islam, serta pertanyaan terkait strategi penjualan yang dilakukan PT Bumi Amanah Sukses, serta indikator kesejahteraan dalam Islam.

c. Dokumentasi

Metode pengumpulan data melalui dokumentasi dimaksudkan untuk mengungkapkan peristiwa yang terjadi di lapangan, realita objek, dan data-data yang dapat menambah pemahaman informasi bagi peneliti dan juga sebagai data pelengkap proses penelitian. Data-data tersebut merupakan data yang berhubungan dengan operasional PT Bumi Amanah Sukses, seperti dokumentasi foto kegiatan produksidan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, peneliti juga mencari dokumentasi dari luar obyek penelitian guna memperoleh dokumentasi foto terkait dengan kesejahteraan karyawan. Dokumentasi dari luar obyek di sini dilakukan dibeberapa rumah karyawan.

F. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan dalam membantu proses penelitian dalam mengumpulkan data-data. Pengertian instrument dalam penelitian kualitatif menurut Nasution yaitu, manusia itu sendiri yang merupakan instrument penelitian. Dikarenakan segala sesuatu dalam penelitian tersebut belum mempunyai bentuk pasti, seperti fokus penelitian, prosedur penelitiannya, hipotesis yang digunakan, sampai pada hasil

penelitian yang diharapkan.³⁴ Hal tersebut perlu dikembangkan sehingga yang menjadi instrument pada penelitian ini adalah peneliti sendiri yang perlu terjun ke lapangan untuk mencari data-data yang diperlukan melalui wawancara dan observasi. Instrument pendukung penelitian tersebut yaitu *handphone* dan alat tulis.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Validitas data pada penelitian kualitatif yaitu, data yang telah terkumpul dan menunjukkan realitas yang hendak diungkapkan peneliti.³⁵ Validitas data atau pengecekan keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. faktor yang mempengaruhi adanya perbedaan antara data yang dibicarakan dengan kenyataan dilapangan yaitu karena kredibilitas informan, waktu pengungkapan, kondisi yang dialami, dan lainnya. Terdapat triangulasi dari sumber atau informan, triangulasi dari teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu³⁶. Triangulasi sumber adalah pengecekan keabsahan data dari sumber yang beragam yang masih terkait satu sama lain. Triangulasi yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber. Pengecekan ini dilakukan dengan membandingkan data hasil observasi dengan data wawancara dari responden.

Pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi dapat berhasil dengan cara membandingkan hasil wawancara dengan data hasil pengamatan.

³⁴ Fenti Hikmawati, "*Metodologi Penelitian (Cet. I)*," (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017), 30.

³⁵ M. A. Afrizal, "*Metode penelitian kualitatif*," (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 167.

³⁶ Komariah dan Satori, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 170.

Hasil yang ingin diketahui dari perbandingan ini adalah untuk mengetahui alasan-alasan yang melatarbelakangi adanya perbedaan tersebut (jika ada perbedaan). Bukan titik temu atau kesamaannya sehingga dapat dimengerti dan dapat mendukung validitas data.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Bogdan dan Biklen adalah upaya yang dilakukan dengan mengorganisasikan data, memilah - milah menjadi satuan yang dapat dikelola, dan menemukan hal-hal yang penting dan dapat diceritakan kepada orang lain.³⁷ Jadi analisis data merupakan usaha dalam mengurai suatu fokus kajian menjadi bagian-bagian (*decomposition*) sehingga susunannya jelas dan mudah dipahami. Pada penelitian ini, analisis data yang digunakan peneliti yaitu:

a. Penyederhanaan Data

Penyederhanaan data yaitu melakukan pemilahan data dengan membuang data yang sekiranya tidak diperlukan.

b. Penyajian Data

Setelah proses penyederhanaan data, lalu data yang sudah dipilah disusun secara sistematis agar mudah dimengerti dan dipahami maknanya.

c. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini, data-data yang sudah tersusun secara sistematis tersebut di tarik kesimpulannya, dan kecocokan atas data yang telah disajikan.

³⁷ Ibid., 200.

I. Tahap-tahap Penelitian

Menurut Sugiyono, terdapat tiga tahapan dalam melakukan penelitian kualitatif, diantaranya yaitu:

- a. Tahap deskripsi atau orientasi, yaitu peneliti mendeskripsikan data yang sudah diperoleh melalui hasil wawancara dan juga observasi.
- b. Tahap reduksi, pada tahap ini peneliti mereduksi data-data hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, kemudian di fokuskan pada masalah tertentu yang diambil sebagai penelitian.
- c. Tahap seleksi, pada tahap ini peneliti menjabarkan masalah penelitian secara rinci, kemudian dianalisis fokus penelitiannya. Hasil dari analisis tersebut berupa tema yang dikonstruksi berdasarkan data lapangan yang telah diperoleh melalui proses wawancara dan observasi.³⁸

Pada penelitian ini tahapan-tahapan yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

- a. Tahap pra-lapangan, pada tahap ini yang dilakukan peneliti adalah
 - 1) memilih objek penelitian
 - 2) menyusun fokus permasalahan
 - 3) mengurus perizinan penelitian
 - 4) memilih dan memanfaatkan informasi
 - 5) menyiapkan perlengkapan yang akan digunakan pada proses penelitian.

³⁸ Feny Rita Fiantika., *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Get Press, 2022), 6.

- b. Tahap pengerjaan lapangan, setelah tahap pra-lapangan tahap selanjutnya yang dilakukan yaitu mengumpulkann data-data dan informasi yang ditemukan dilapangan sesuai dengan fokus permasalahan.
- c. Tahap analisis data, data-data dan informasi dilapangan yang diperoleh melalui observasi lapangan dan proses wawancara kemudian dikumpulkan dan di cek keabsahan data tersebut. pengecekan keabsahan data tersebut dilakukan melalui teknik trianggualasi data.