

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **1. Strategi Promosi pada Perusahaan Konveksi Putra Mandiri Tulungagung dalam Menghadapi Persaingan Bisnis**

Philip Kotler menyatakan bahwa strategi adalah sebuah “rencana permainan-permainan untuk mencapai sasaran.”<sup>1</sup> Menurut Philip Kotler promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Promosi mempunyai peranan yang sangat penting apabila produk dan harga telah di tetapkan secara tepat oleh perusahaan. Dengan penggunaan promosi yang tepat maka dapat diharapkan produk yang akan dihasilkan oleh perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat.<sup>2</sup> Dengan demikian strategi promosi adalah suatu perencanaan untuk mencapai sasaran perusahaan yakni menunjukkan keunggulan produk dan membujuk konsumen untuk membeli produk dari perusahaan tersebut.

Putra Mandiri merupakan salah satu konveksi yang ada di Desa Tawang Sari Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Konveksi ini merupakan konveksi yang cukup maju dan pesat dalam perkembangan. Hal tersebut dapat dilihat dalam jumlah karyawan serta pemesan pakaian. Produk yang dihasilkan oleh Putra Mandiri, melainkan ada beberapa jenis produk yang dihasilkan oleh konveksi ini yaitu Seragam Sekolah, jaket, almamater, topi, training, kaos, jersey, bendera, sablon, badge bordir komputer dan lain sebagainya sesuai pesanan.

Adapun letak konveksi ini cukup strategis sehingga mudah untuk dijangkau oleh para konsumen. Dengan lokasi yang mendukung ini, juga menjadi faktor pendorong

---

<sup>1</sup> Philip Kotler, *Dasa-dasar Pemasaran*, (Jakarta : Prenhallindo, 1997) hlm. 54.

<sup>2</sup> Ibid., hlm. 67.

untuk memperluas pemasaran dari konveksi ini. Bahkan konsumen tidak hanya datang dalam kota saja, akan tetapi cukup banyak konsumen yang datang dari luar kota seperti halnya kota Kediri, Kota Blitar, Kabupaten Trenggalek dan masih banyak lagi. Bahkan konsumen yang berasal dari luar pulau pun juga ikut berdatangan untuk memesan produk yang dihasilkan oleh konveksi ini.

Seperti halnya perusahaan lainnya, untuk menarik konsumen, perusahaan ini melakukan usaha promosi. Dengan promosi, maka perusahaan ini dapat dikenal oleh masyarakat sehingga barang hasil produksinya dapat laku terjual. Hanya saja promosi yang dilakukan oleh perusahaan berbeda-beda. Adapun promosi yang dilakukan oleh Putra Mandiri pertama kali berdiri yaitu hanya sekedar melalui percakapan biasa kepada masyarakat. Hal itu tidaklah mudah dilakukan oleh perusahaan. Meskipun tidak membutuhkan dana yang banyak untuk melakukan promosi melalui percakapan secara langsung kepada masyarakat, pengusaha sering kali mendapat ujian dalam melakukan promosi seperti halnya tidak dihiraukan oleh masyarakat sekitar serta mendapat ejekan dari masyarakat. Akan tetapi hal tersebut tidaklah dihiraukan oleh pengusaha Putra Mandiri. Pengusaha perusahaan ini terus berusaha untuk melakukan promosi demi memperkenalkan barang hasil produksinya bersama beberapa orang karyawan. Pengusaha Putra Mandiri merupakan orang yang ulet, pantang menyerah dan tidak mudah putus asa. Sehingga dengan berbagai upaya yang dilakukan dapat membuahkan hasil yang cukup baik bagi perusahaan.

Strategi promosi konveksi Putra Mandiri dalam menghadapi persaingan bisnis adalah dengan memberikan pelayanan yang baik agar pelanggan merasa puas. Semakin banyak konsumen semakin besar tantangan yang dihadapi oleh perusahaan ini. Seperti halnya, ketepatan waktu penyelesaian pesanan yang dipesan oleh konsumen, ketelitian dalam mengerjakan barang yang dipesan oleh konsumen, karena

jika mengalami keterlambatan dalam menyelesaikan barang yang dipesan konsumen serta terdapat kekeliruan dalam mengerjakan barang yang telah dipesan oleh konsumen (tidak sesuai dengan pesanan atau keinginan konsumen) maka kepercayaan konsumen terhadap perusahaan ini akan berkurang.

Seiring dengan berkembangnya zaman, strategi promosi yang digunakan oleh konveksi Putra Mandiri ini bukan hanya lewat lisan ke lisan saja, tetapi juga melalui media sosial yakni *instagram* dan *facebook*. Hal ini digunakan untuk menarik para konsumen agar membeli barang dari konveksi Putra Mandiri dengan menyuguhkan gambar-gambar hasil produksi dan juga proses produksi dari konveksi ini. Dan hasil dari strategi promosi melalui media online ini yakni konsumen semakin bertambah dan omset penjualan dari konveksi ini semakin bertambah naik. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Moh. Tantowi Jauhari (2007). Skripsi dengan judul “*Strategi Pemasaran Melalui Saluran Distribusi dan Media Promosi Guna Meningkatkan Penjualan di Perusahaan Saos “Cherry” Malang*”. Yang mana dalam penelitian ini menyebutkan bahwa semakin besar media promosi yang digunakan, maka akan semakin meningkat juga penjualan di perusahaan.<sup>3</sup>

## **2. Strategi Promosi pada Perusahaan Konveksi Putra Mandiri Tulungagung dalam Menghadapi Persaingan Bisnis ditinjau dari Ekonomi Islam**

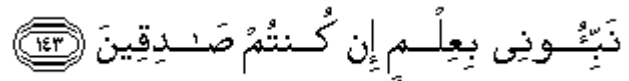
Strategi promosi konveksi Putra Mandiri dalam menghadapi persaingan bisnis ditinjau dari Ekonomi Islam yakni dalam melaksanakan kegiatan usahanya, tetap berpegang teguh dengan ajaran agama. Sehingga segala larangan atau bentuk kegiatan yang menyimpang dari Islam benar-benar di jauhi oleh perusahaan konveksi ini. Dengan melakukan kegiatan yang tidak menyimpang dari agama Islam, usaha ini

---

<sup>3</sup> Moh. Tantowi Jauhari. Skripsi dengan judul “*Strategi Pemasaran Melalui Saluran Distribusi dan Media Promosi Guna Meningkatkan Penjualan di Perusahaan Saos “Cherry” Malang*”. (Malang: Skripsi, 2007), hlm. 98.

cukup mengalami perkembangan yang baik. Masyarakat banyak yang percaya akan barang yang diproduksi oleh perusahaan ini memiliki kualitas yang bagus.

Produk bermanfaat apabila proses produksinya benar dan baik. Ada pun metode yang dapat digunakan agar proses produksi benar dan baik, menurut Al-Quran, sesuai petunjuk dalam QS. Al-An'am: 143



artinya, “Beritahukanlah kepadaku (berdasarkan pengetahuan) jika kamu memang orang-orang yang benar.”<sup>4</sup>

Ayat ini mengajarkan kepada kita, untuk meyakinkan seseorang terhadap kebaikan haruslah berdasarkan ilmu pengetahuan, data, dan fakta. Jadi, dalam menjelaskan manfaat produk, nampaknya peranan data dan fakta sangat penting. Bahkan sering data dan fakta jauh lebih berpengaruh dibanding penjelasan. Hal ini sesuai dengan apa yang dilakukan oleh konveksi Putra Mandiri yang selalu mengerjakan proses produksi dengan baik dan benar tanpa mengurangi kualitas yang diinginkan dari konsumennya.

Dalam melakukan promosi secara lisan, perusahaan konveksi ini benar-benar melakukannya dengan jujur dan tidak ada yang ditutup-tutupi. Apa yang menjadi kekurangan dan kelebihan dari barang hasil produksi disampaikan begitu aja tanpa ada keberatan sedikitpun kepada konsumen atau toko yang dititipi. Hal ini sesuai dengan etika pemasar yang menjadi prinsip *syariah marketer* yakni jujur dan terpercaya (amanah).<sup>5</sup>

Karena pengusaha memiliki tekad yang kuat bahwa apa yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai. Adapun tujuan utama dari pengusaha adalah konsumen

---

<sup>4</sup> Qs. Al-An'am dan arti dalam <https://tafsirq.com/6-Al-An'am/ayat-143>, diakses pada 6 Juli 2018 pukul 20. 26 WIB.

<sup>5</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing...*, hlm. 67.

dapat puas menikmati barang hasil produksi, mendapat keuntungan yang diperoleh dengan cara yang halal, dapat mensejahterakan karyawan serta dapat melakukan sedekah kepada orang lain dari hasil yang diperoleh. Sebelum melakukan promosi, pengusaha selalu mengucapkan bismillah terlebih dahulu dengan harapan apa yang dilakukannya senantiasa mendapat berkah dari Allah SWT serta kegiatan yang dilakukan berjalan dengan lancar. Hal ini sesuai dengan etika pemasar yang menjadi prinsip *syariah marketer* yakni memiliki kepribadian spiritual (Taqwa).<sup>6</sup>

Strategi promosi konveksi Putra Mandiri dalam menghadapi persaingan bisnis adalah dengan memberikan pelayanan yang baik agar pelanggan merasa puas. Semakin banyak konsumen semakin besar tantangan yang dihadapi oleh perusahaan ini. Seperti halnya, ketepatan waktu penyelesaian pesanan yang dipesan oleh konsumen, ketelitian dalam mengerjakan barang yang dipesan oleh konsumen, karena jika mengalami keterlambatan dalam menyelesaikan barang yang dipesan konsumen serta terdapat kekeliruan dalam mengerjakan barang yang telah dipesan oleh konsumen (tidak sesuai dengan pesanan atau keinginan konsumen) maka kepercayaan konsumen terhadap perusahaan ini akan berkurang.

Inti utama dari sebuah perusahaan adalah rasa percaya dari konsumen. Untuk menjaga kepercayaan konsumen agar memilih produk dari perusahaan tersebut bisa dengan mempertahankan mutu dan kualitas dari barang yang diperjual belikan dan juga model barang yang sesuai dengan kebutuhan masa sekarang. Khususnya pada konveksi, hampir setiap saat ada model baru yang disuguhkan agar menarik minat konsumen untuk membeli barang dari konveksi tersebut.

Di samping itu, dalam melakukan penjualan barang hasil produksinya, pengusaha ini menetapkan harga yang mana harga tersebut tidak memberatkan

---

<sup>6</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing...*, hlm. 67.

konsumen. Dalam artian keuntungan yang didapatkan setiap penjualan satu barang tidak terlalu banyak, akan tetapi disesuaikan dengan harga pasar. Karena menurut beliau, inilah hal yang cukup penting untuk tetap dilakukan oleh seorang pengusaha dalam melakukan usaha. Karena pengusaha ini berpendapat jika seorang pengusaha menetapkan harga yang melebihi dari harga pasar dan mengambil keuntungan yang terlalu banyak maka konsumen akan lari. Di samping itu hal tersebut merupakan kegiatan yang dilarang oleh Islam. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip umum yang berlaku pada semua bentuk transaksi termasuk prinsip mengenai keadilan atau 'adl. Allah SWT menekankan hal ini dalam Al-Qur'an surat Al-Huud ayat 85, yang berbunyi :

وَيَنْقُومِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ  
وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٨٥﴾

Artinya :

*"Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan".<sup>7</sup>*

Dari penjelasan di atas terkait praktik promosi yang dilakukan oleh perusahaan Putra Mandiri sudah sesuai dengan apa yang telah diajarkan dalam Islam. Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Islam agama yang sangat luar biasa. Islam agama yang lengkap, yang berarti mengurus semua hal dalam hidup manusia. Islam agama yang mampu

menyeimbangkan dunia dan akhirat; antara *hablum minallah* (hubungan dengan Allah) dan *hablum minannas* (hubungan sesama manusia). Ajaran Islam lengkap karena Islam agama terakhir sehingga harus mampu memecahkan berbagai masalah besar manusia.

Di samping itu dalam melakukan perdaganganpun perusahaan ini tidak menyimpang dari etika Islam. Jika meneladani Rasulullah saat melakukan perdagangan, maka beliau sangat mengedepankan adab dan etika dagang yang luar biasa. Etika dan adab perdagangan inilah yang dapat disebut sebagai strategi dalam berdagang. Dari sinilah dapat dikatakan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengusaha sangat memegang teguh prinsip syariah dan berusaha untuk menghindari apa yang dilarang oleh syari'ah salah satunya dalam berwirausaha.