

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Pembahasan Tentang Strategi Pemasaran Produk UD Kartini Untuk Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.**

Produk merupakan titik sentral dari kegiatan marketing. Produk ini dapat berupa barang maupun berupa jasa. Jika tidak ada produk, tidak ada pemindahan hak milik maka tidak ada marketing. Semua kegiatan marketing lainnya, dipakai untuk menunjang gerakan produk. Satu hal perlu di ingat ialah bagaimana hebatnya usaha promosi, distribusi, dan harga, jika tidak diikuti dengan produk yang bermutu, disenangi oleh konsumen, maka usaha marketing mix ini tidak akan berhasil. Oleh sebab itu perlu di kaji, produk apa yang di pasarkan, bagaimana selera konsumen masa kini, apa needs dan wants mereka. Needs berarti kebutuhan konsumen. Konsumen membeli suatu barang, karena ia membutuhkannya. Namun, konsumen tidak membeli barang, hanya sekedar memperoleh barang saja, akan tetapi ada terkandung unsur lain dibalik barang tersebut.<sup>1</sup> UD Kartini memproduksi material bangunan, pilihan produk tersebut tidak lain karena material bangunan akan selalu dibutuhkan. Di Tulungagung sendiri masih banyak sekali proyek-proyek yang berjalan mulai dari bangunan rumah pribadi samapai infrastruktur yang ada di Tulungagung.

Strategi produk yang dilakukan dalam mengembangkan produk sebagai dengan cara menciptakan kemasan dan menciptakan keberagaman produk.

---

<sup>1</sup> M. mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003 ), hal.69

Kemasan merupakan pembungkus dari suatu produk tersebut. Karena dengan menciptakan kemasan sebaik dan semenarik mungkin maka akan cepat menarik minat calon konsumen dan berdampak pada peningkatan penjualan dalam suatu perusahaan. Sedangkan keberagaman produk merupakan pengembangan dari suatu produk sehingga menghasilkan bermacam-macam pilihan.<sup>2</sup>Tentunya dengan adanya keberagaman produk tersebut akan mempengaruhi suatu volume penjualan. Pada UD Kartini sampai saat ini mengutamakan kualitas produk dan keberagaman produk untuk meningkatkan volume penjualan. Seperti pasir memiliki banyak jenis pasir, koral memiliki berbagai ukuran, dan uruk terdapat campuran batu rapuh yang berfungsi sebagai penguat bangunan karena lebih padat.

Ajaran etika dalam islam pada dasarnya menuntut manusia untuk berperilaku baik kepada diri sendiri maupun lingkungan yang ada sekitarnya. Tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip-prinsip pada tanggung jawab inidividu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Tidak ada satu carapun bagi seseorang untuk melenyapkan perbuatan-perbuatan jahatnyakecuali dengan memohon kepada Allah dan melakukan perbuatan-perbuatan yang baik. Islam sama sekali tidak mengenal konsep dosa warisan, tidak ada seorang pun tanggung jawab atas kesalahan-kesalahan orang lain. Tanggung jawab muslim yang sempurna tentu saja di

---

<sup>2</sup> Penny Rahmawati, *Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breadtlak Yogyakarta*, Jurnal Ilmu Manageme, Vol. 12, No. 1 Januari 2015, hal. 92

dasarkan atas cangkupan kebebasan yang luas, yang dimulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu di ambilnya. Karena kebebasan itu merupakan kembar dan tanggung jawab, maka bila yang di sebut belakangan itu semakin di tekankan berarti pada saat yang sama yang di sebut pertama pun mesti mendapat tekanan yang lebih besar.

Segala kebebasan dalam melakukan bisnis oleh manusia tidak lepas dari pertanggung jawaban yang harus diberikan atas aktivitas yang dilakukan. Sesuai dengan apa yang ada dalam Al-Qur'an surah Al-Mudatsir ayat 38 :

كُلُّ نَفْسٍ ۖ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

*"Artinya : Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah di perbuatnya".*

Pertanggung jawaban berarti bahwa manusia sebagai pelaku bisnis mempunyai tanggungjawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis. Strategi produk yang di terapkan oleh UD Kartini belum sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu karena produk di dapat dari alam tentunya akan merusak alam apalagi UD Kartini mencari produk yang memiliki kualitas bagus dan harus memilih tempat yang memang benar-benar menghasilkan bahan baku yang berkualitas tentunya harus berpindah-pindah tempat agar mendapatkan bahan baku yang berkualitas. Dengan hal tersebut tentunya UD Kartini tidak memenuhi prinsip etika bisnis Islam dalam tanggung jawab, karena dengan hal tersebut akan mengakibatkan keursakan alam.

Begitu juga dalam penelitian yang dilakukan oleh Ita Nurcholifah dijelaskan bahwa strategi produk, menciptakan produk sesuai yang dibutuhkan oleh masyarakat, keunggulan serta kualitas produk yang penting untuk diperhatikan.

### **B. Pembahasan Tentang Strategi Pemasaran Harga UD Kartini Untuk Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.**

Masalah kebijaksanaan harga adalah turut menentukan keberhasilan pemasaran produk. Kebijakan harga dapat dilakukan pada setiap tingkat distribusi, seperti oleh produsen, oleh grosir, dan oleh retailer (pedagang eceran). Harga bagi sebagian besar masyarakat menduduki posisi teratas dalam menentukan pengambilan keputusan terhadap pembelian barang atau jasa. Karena itu, penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen perusahaan. Oleh karena itu manajemen perusahaan haruslah memiliki prinsip dalam menentukan harga yakni menitik beratkan pada kemauan pembeli terhadap harga yang sudah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutup biaya-biaya yang telah dikeluarkan beserta presentase laba yang diinginkan.

Berdasarkan penelitian terkait strategi pemasaran harga yang diterapkan oleh UD Kartini sesuai dengan pasaran. Untuk harga ditetapkan menurut jenis barang yang diambil dan jarak tempuhnya atau ongkos pengiriman. Biasanya ketika persediaan barang melimpah dan permintaan barang juga melimpah UD Kartini melakukan penurunan dari harga pasaran agar dapat meningkatkan penjualan. Dengan alasan pada setiap bisnis memang banyak yang bersaing

mengenai harga dengan kata lain bermain harga agar bisa menarik konsumen sebanyak-banyaknya.

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tak di sukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus di temoatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak diatas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.

Strategi dalam etika bisnis Islam harga yang di terapkan oleh UD Kartini harga di tetapkan sesuai dengan harga pasaran, akan tetapi belum sesuai dengan etika bisnis Islam bagian melakukan banting harga yang bertujuan agar penjualan semakin banyak, karena kan menyebabkan kecemburuan sosial dan menumbuhkan persaingan yang tidak sehat.

Allah berfirman (Al-Maidah: 8)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ

شَنَّانُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اْعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ

ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : *“Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil itu lebih dekat dengan takwa”*

Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dalam perniagaan (tjariah), Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat terjadi karena adanya gangguan dalam mekanisme pasar atau karena adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh oleh salah satu pihak. Gangguan dalam mekanisme pasar dapat berupa gangguan dalam penawaran dan gangguan dalam permintaan.

Begitu juga dalam penelitian yang dilakukan oleh Ita Nurcholifah dijelaskan bahwa harga merupakan suatu yang menjadi perhatian oleh masyarakat, memberikan harga yang pantas dan harga yang dapat bersaing dengan produk-produk pesaing serta terhindar dari unsur riba.

### **C. Pembahasan Tentang Strategi Pemasaran Promosi UD Kartini Untuk Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.**

Promosi merupakan kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Dengan kata lain, sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi melakukan pertukaran dalam pemasaran. Kegiatan dalam promosi ini pada umumnya adalah periklanan,

personal selling, promosi penjualan, pemasaran langsung, serta hubungan masyarakat dan publikasi.

Periklanan dipandang sebagai kegiatan penawaran kepada suatu kelompok masyarakat baik secara langsung lisan maupun dengan penglihatan (berupa berita) tentang suatu produk, jasa atau ide. Tapi periklanan dilakukan dengan mengeluarkan sejumlah biaya. Kegiatan periklanan berarti kegiatan menyebarluaskan berita (informasi) kepada pasar (masyarakat/konsumen). Masyarakat perlu di beritahu kepada siapa (sponsor) yang bertindak melalui media iklan tersebut.<sup>3</sup>

Berdasarkan penelitian terkait dengan strategi promosi yang digunakan UD Kartini menggunakan cara penjualan pribadi (*Personal selling*), diketahui bahwa strategi promosi yang digunakan mengenalkan produknya sendiri dengan menggunakan sosial media yaitu facebook, whatsapp, dan instagram dengan hal tersebut mampu meningkatkan jumlah penjualan pada UD Kartini. Yang paling utama pada strategi promosi UD Kartni adalah promosi dari mulut-kemulut yang pada akhirnya konsumen langsung datang ke tempat dan melihat barang yang akan di beli lanjut dengan kesepakatan harga.

Ajaran Islam menekankan agar menghindari unsur penipuan atau memberikan informasi yang tidak benar bagi para calon konsumen atau pelanggan. Dalam sifat Nabi Muhammad SAW dalam bisnis mengajarkan bahwa orang yang memiliki sifat tabligh akan menyampaikannya dengan benar dengan tutur kata yang tepat. Jika merupakan seorang pemimpin dalam dunia

---

<sup>3</sup> Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2003), hal. 96

bisnis ia haruslah menjadi seorang yang mampu mengomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada karyawan dan stake holder lainnya. Jika seorang pemasar, ia harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong dan menipu pelanggan.

Strategi promosi untuk meningkatkan penjualan yang di tetapkan oleh UD Kartini sesuai Islam mempromosikan produk melalui media sosial dan dari mulut kemulut sesuai dengan kenyataan tidak ada unsur menipu. UD Kartini sangat bertanggung jawab dengan produk yang mereka promosikan. Begitu juga dalam penelitian Ita Nurcholifah dijelaskan bahwa strategi promosi yang baik, tidak berbohong serta menipu calon pembeli atau pelanggan.

#### **D. Pembahasan Tentang Strategi Pemasaran Tempat UD Kartini Untuk Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.**

Sebelum produsen memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan pola distribusi yang akan dilakukan. Disini penting sekali karena dalam segala hal mereka berhubungan dengan konsumen. Para penyalur dapat menjadi alat bagi perusahaan untuk mendapat umpan balik dari konsumen pasar. Namun perlu juga dipertimbangkan untuk penentuan jumlah penyalur ini disesuaikan dengan sifat produk yang akan di tawarkan. Oleh karena itu, manajer pemasaran harus berhati-hati dalam menyeleksi dan menentukan jumlah penyalur agar distribusi produk dapat berjalan lancar dan seimbang.

Strategi didtribusi merupakan strategi yang berkaitan erat dengan upaya untuk mendistribusikan atau menyalurkan produknya kepada konsumen. Oleh karena itu, peranan saluran distribusi atau saluran pemasaran sebagai perantara



produk dari produsen ke konsumen sangatlah penting. Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling terlibat dalam usaha menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau di konsumsi.<sup>4</sup>

Saluran distribusi adalah rute atau rangkaian perantara, baik dikelola pemasar maupun independen, dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Jumlah perantara yang terlibat dalam suatu saluran distribusi sangat bervariasi. Menurut Tjiptono (dikutip dari Kolter) terdapat tingkatan-tingkatan dalam saluran distribusi berdasarkan jumlah perantara didalamnya<sup>5</sup>, yaitu :

- 1) *Zero level channel*, menunjukkan bahwa pemasar tidak menggunakan perantara dalam memasarkan produknya.
- 2) *One levelchannel*, menunjukkan pemasar menggunakan satu tipe perantara
- 3) *Two level channel*, berarti memakai tipe perantara dan seterusnya.

Berdasarkan penelitian strategi tempat pada UD Katini berada di pemukiman masyarakat dan sangat mudah di jangkau oleh kosumen. Karena berjarak 50km dari jalan raya kota antar provinsi, selain itu berdekatan pula dengan lokasi pengambilan bahan baku yaitu sungai dan gunung. UD kartini tidak menggunakan perantara dalam memasarkan produknya.

Ihsan (benevolence), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah

---

<sup>4</sup> Lingga purnama, *Strategic Marketing Plan*, (Jakarta :PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal. 141

<sup>5</sup> Tjiptono,F. *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 1997), hal. 187

Allah melihat Siddiqi melihat bahwa keihsana lebih penting kehadirannya daripada keadilan dalam kehidupan sosial. Jika keadilan dapat menyelamatkan lingkungan sosial dari tindakan-tindakan yang tidak di inginkan dan kegetiran hidup, ke-ihsanan justru membuat kehidupan sosial ini menjadi manis dan indah.

Menurut Ahmad, kemurahan hati adalah fondasi dan ihsan. Ke-ihsana adalah tindakan terpuji yang dapat mempengaruhi hampir setiap aspek dalam hidup, keihsanan adalah atribut yang selalu mempunyai tempat terbaik dari sisi Allah. Kedermawanan hati dapat terkait dengan keihsanan, jika di ekspresika dalam bentuk perilaku kesopanan dan kesantunan, pemaaf, mempermudah kesulitan yang dialami orang lain.

Hal lain yang tak kalah penting adalah prinsip persaudaraan secara muslim dapat pula di refleksikan kepada persoalan bisnis dan transaksi yang sudah dibatasi dalam frame syariat, agar Allah SWT selalu membukakan pintu keberkahan kepada umat dalam setiap aktivitas bisnis dan transaksi yang dijalankan. Harus di garis bawahi bahwa setiap hubungan ekonomi antara yang mengusung semangat persaudaraan sekalipun harus tetap dilandasi agama dan tidak di perkenankan untuk melaksanakan aturan syariat justru bertujuan untuk mengokohkan ikatan persaudaraan diantara orang-orang Islam.

strategi tempat yang diterapkan pada UD Kartini untuk menentukan lokasi perusahaan belum sesuai dengan etika bisnis Islam karena dengan adanya proses produksi mengganggu masyarakat sekitar, terutama pada suara mesin yang bisinng dan getaran mesin yang menjadi khawatiran tetangga sekitar.

