

BAB V

PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Pemasaran Nibra's House Nganjuk

Semua organisasi, baik yang berbentuk badan usaha maupun lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan, dan perusahaan tentu mempunyai suatu tujuan sendiri-sendiri yang merupakan motivasi dari pendiriannya.¹ Demikian pula dengan Nibra's House Nganjuk tentu saja memiliki tujuan, strategi dan manajemen. Pasar tidak lagi seperti dulu, pemasar harus memperhatikan dan merespon sejumlah perkembangan signifikan sebagai realitas pemasaran. Proses-proses manajemen, termasuk manajemen syariah pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat. Fungsi perencanaan meliputi strategi, dan strategi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan suatu bisnis atau perusahaan. Demikian juga dalam pemasaran dibutuhkan suatu strategi, terlebih lagi dalam dunia bisnis yang penuh persaingan, maka strategi sangat penting yang kemudian disebut startegi pemasaran.²

Strategi pemasaran merupakan teknik penyampaian barang dan jasa yang diinginkan pelanggan, dan meliputi kegiatan yang berkaitan dengan usaha untuk mendapatkan serta mempertahankan konsumen. Rahasia

¹ Zaenal Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. (Tangerang:Pustaka Alvaber, 2009), hlm. 14

² Nurul Huda dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, (Depok:Kencana, 2017), hlm. 9

keberhasilan pemasaran terletak pada kemampuan untuk memahami permintaan, kebutuhan dan keinginan pelanggan sebelum perusahaan pesaing melakukannya. Produk dan jasa yang ditawarkan harus dapat memuaskan permintaan, kebutuhan, dan keinginan pelanggan. Aktivitas pemasaran harus memberikan layanan, kenyamanan, dan nilai bagi pelanggan agar mereka mau kembali lagi untuk membeli. Dalam lingkungan bisnis global dan persaingan yang semakin ketat, pemilik perusahaan harus memahami pentingnya mengembangkan strategi pemasaran yang relevan. Kesuksesan dan keberhasilan hidup perusahaan akan sangat bergantung pada strategi pemasaran tersebut. Strategi pemasaran yang sukses tidak mengharuskan seorang wirausahawan menghabiskan banyak uang, tetapi lebih menekankan pada kreativitas, kecerdikan dan pemahaman yang baik mengenai kebiasaan membeli para pelanggan.³

Secara umum, strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Dengan demikian strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan tidak dapat dilakukan hanya sekali proses saja, tetapi butuh proses panjang untuk membuat strategi pemasaran yang sesuai dengan perusahaan tersebut. hal yang paling mendasar dan diperlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya untuk menarik minat masyarakat atau calon pembeli agar mau berbelanja dan bertahan dengan perusahaan kita.

³ Hery, *Menyusun Rencana Gerilya*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2017), hlm. 3

Sesuai dengan strategi pemasaran yang telah diuraikan di bab IV akan dikaji dalam segmenting, targeting, positioning dan bauran pemasaran Nibra's House Nganjuk dalam upaya meningkatkan penjualan konsumen yang telah ada (memenangkan *mind-share*, *heart-share*, dan *market-share*). Dalam melakukan suatu kegiatan usahanya, seperti pada Nibra's House Nganjuk ini telah mempunyai dan menerapkan strategi pemasaran dengan menyesuaikan potensi di pasar daerah tersebut. Adapun strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Nibra's House Nganjuk adalah sebagai berikut:

Segmentasi pasar merupakan tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. Masing-masing konsumen dibedakan menurut karakteristik kebutuhan produk dan bauran pemasaran tersendiri, sedangkan targeting (target pasar) merupakan tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki.⁴ Untuk segmentasi dan targeting pada Nibra's House Nganjuk adalah masyarakat muslim dari semua kalangan usia anak-anak, ibu-ibu, anak remaja, bapak-bapak hingga untuk kalangan anak dewasa.

Positioning (penetapan posisi harga) berarti bagaimana membuat barang yang dijual memiliki keunggulan, disenangi dan melekat dihati pelanggan dan bisa melekat dalam jangka waktu yang lama. Positioning berhubungan dengan apa yang ada dibenak pelanggan, berhubungan dengan persepsi, dimana persepsi tersebut akan melekat dalam jangka waktu yang lama. Tujuannya adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan

⁴ Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 114

keunggulan bersaing produk yang ada di pasar ke dalam benak konsumen (memenangkan mind-share). Strategi penentuan posisi pasar terdiri dari: dasar atribut (harga murah atau harga mahal), menurut kelas pengguna, dan kelas produk. Untuk penetapan pasar ini pada Nibra's House Nganjuk yaitu dengan melihat kondisi pasar masing-masing daerah, karena di setiap daerah itu mempunyai target pasar yang berbeda-beda, jadi lebih ke menyesuaikan target pasar di daerah setempat.

Terkait dengan bauran pemasaran yang dilakukan Nibra's House Nganjuk adalah:⁵ a). Strategi produk Nibra's House Nganjuk dengan menjual macam-macam produk busana muslim seperti: gamis, jilbab, baju anak-anak, baju taqwa, mukena, sarung, atasan dan bawahan dengan bahan yang desainnya bagus, unik dan cantik serta kualitas produk yang baik, serta *fashion* yang modern, elegan namun tetap syar'i saat dikenakan. b). Strategi harga yang diterapkan Nibra's House Nganjuk yaitu, harga yang ditetapkan merupakan harga yang ditentukan oleh pusat dengan harga terjangkau, harga pas dan tidak boleh ditawar. Dalam menjalankan bisnisnya, Nibra's House Nganjuk tidak mencari profit banyak tapi juga dalam menjalankan bisnisnya untuk ibadah untuk selalu ingat pada sang pencipta. Harga disesuaikan dengan kualitas barang dan sesuai dengan standart harga pasar.

Dengan harga yang diperuntukkan kalangan menengah kebawah sangat mudah dijangkau semua kalangan masyarakat. c). Melakukan

⁵ Wawancara dengan Ibu Umi selaku Owner Nibra's House Nganjuk pada tanggal 18 September 2020 pukul 11.00

kegiatan promosi. Promosi yang dilakukan di Nibra's House Nganjuk yaitu dengan memanfaatkan teknologi yaitu media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube dan Nibra's House Nganjuk selain membuka secara *offline* juga melayani secara *online* di *market place* Shopee, Tokopedia dan secara grosir. Seperti yang kita ketahui bahwasanya, sekarang ini banyak sekali jasa-jasa penjualan secara *online*. Bisnis online adalah satu cara yang baik untuk memasarkan sebuah produk yang akan dijual kepada calon pembeli atau pelanggan. Karena sekarang ini juga hampir semua orang memiliki *gadget*. Dengan adanya akun seperti facebook, instagram, dan market place untuk strategi pemasaran ini diharapkan mampu untuk menarik konsumen lebih luas. Artinya, saran yang digunakan untuk memperkenalkan produk Nibra's untuk wilayah Nganjuk maupun luar dari Nganjuk sendiri.

Selain dalam bentuk promosi online Nibra's juga menyebar brosur dan banner untuk memperkenalkan produknya. Dan di Nibra's House Nganjuk ini juga selalu mengadakan promo atau diskon yang setiap harinya ada, minggu, bulan serta tahun yang besar-besaran, juga mengadakan give away, gratis ongkir untuk pembelian yang secara online, voucher belanja dan lain sebagainya. d). Place/saluran distribusi, di Nibra's House Nganjuk ini memiliki lokasi yang strategis, dekat dengan lalu lintas, tempatnya di jalan raya, sehingga memudahkan pada masyarakat untuk dijangkau dengan kendaraan. Selain itu, dengan akses jalan yang bagus dapat

mempermudahkannya Nibra's House Nganjuk dalam mendistribusikan produknya.

B. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Nibra's House Nganjuk Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasarannya tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Dalam hal ini, pemasaran syariah memiliki posisi yang sangat strategis, karena pemasaran syariah merupakan salah satu strategi pemasaran yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunah Rasulullah SAW. Pemasaran Islami merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values (nilai) dari satu inisiator (pemrakarsa) kepada stake holders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip syariah, dan muamalah dalam islam. Secara umum, strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan.⁶

Di dalam kegiatan pemasaran, seseorang juga melakukan silaturahmi dengan sesama manusia. Menjaga silaturahmi sesama manusia adalah hal yang wajib. Karena dalam proses pemasaran tentunya kita akan bertemu dengan banyak orang, semakin banyak relasi yang dikenal maka

⁶ <http://eprints.walisongo.ac.id/>, (diakses pada tanggal 20 Oktober 2020, pukul 11.00 WIB)

akan semakin memperpanjang tali silaturahmi. Disini, pemasaran syariah memegang peran penting dalam setiap kegiatan bermuamalah.

Di zaman yang semakin maju dan teknologi yang semakin canggih, menyebabkan persaingan bisnis semakin ketat. Sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa ada banyak oknum-oknum yang tidak bertanggungjawab dalam menjual dan memasarkan produknya. Segala cara dilakukan untuk memperoleh keuntungan yang besar, tanpa memikirkan dampak yang diterima oleh orang yang dirugikannya. Untuk membatasi kecurangan-kecurangan yang terjadi, maka pemasaran syariah adalah hal yang tepat untuk dilakukan untuk menyeimbangkan kepentingan dunia dan akhirat.

Penampilan seorang karyawan juga dapat mencerminkan pada setiap calon pelanggan datang ke Nibra's House Nganjuk. Dalam hal ini, Nibra's House Nganjuk dalam menetapkan standar pakaian, tidak harus untuk menuntut berpakaian yang syar'i sekali⁷. Tetapi di Nibra's House Nganjuk menerapkan standar pakaian yang baik sopan dan pantas untuk di lihat karena di Nibra's sendiri menjual produk-produk muslim yang dapat menjadikan contoh yang baik bagi para calon pembeli saat berpakaian. Dalam menghadapi persaingan, Nibra's House Nganjuk tidak mementingkan dirinya sendiri, disini *owner* Nibra's sendiri menganggap bahwa persaingan bukanlah sesuatu yang negatif. Menurut *owner* Nibra's,

⁷ Wawancara dengan Ibu Umi selaku Owner Nibra's House Nganjuk pada tanggal 18 September 2020 pukul 11.00

persaingan adalah salah satu motivasi untuk membuat Nibra's jadi semakin lebih baik lagi. Owner Nibra's menyakini bahwa rejeki masing-masing orang sudah ditentukan oleh Allah SWT. Sebagai salah satu perwujudan nyata, penghasilan yang diperoleh Nibra's digunakan untuk di Infaqkan dan di Zakatkan kepada lembaga yang sudah mengatur semua hal tersebut.

Karakteristik pemasaran syariah yang dilakukan oleh Nibra's House Nganjuk adalah sebagai berikut⁸:

1. Ketuhanan (Rabbaniyah), Owner Nibra's House Nganjuk menganggap bahwa setiap gerak gerik manusia selalu diawasi oleh Allah SWT. Nibra's House Nganjuk didirikan tidak hanya bertujuan untuk mencari keuntungan saja, tetapi juga untuk bertujuan ibadah semata-mata karena Allah SWT. Nibra's selalu mengedepankan konsep rahmat dan ridho. Oleh karena itu, Nibra's senantiasa berperilaku jujur dalam segala hal. Nibra's tidak melakukan kecurangan penipuan apapun serta tidak merugikan orang lain.
2. Etis (Akhlak), strategi pemasaran syariah yang dilakukan Nibra's berada pada standar norma dan etika pada umumnya, tanpa merugikan orang lain. Nibra's melayani para konsumen dengan sepenuh hati dengan perhatian, senantiasa menerima saran dan kritikan dari konsumen dalam segala hal yang

⁸ Hermawan Kartajaya dan Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), hlm.

berhubungan dengan Nibra's. Pihak Nibra's selalu mengutamakan kepuasan dan kenyamanan konsumen dengan tidak membuntuti setiap calon pembeli yang datang ke Nibra's dan di Nibra's juga tidak membedakan-bedakan konsumen sama semua dalam pelayanan karena pelanggan itu adalah raja. Jadi, inilah alasan mengapa Nibra's selalu ingin memberikan kepuasan, kenyamanan bagi para konsumen yang datang ke Nibra's.

3. Realistis (Al-Waqi'iyah), realitas atau al-waqi'iyah berarti sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ngada dan berbohong. Semua transaksi yang dilakukan berlandaskan realitas, dimana setiap terjadi transaksi ada bukti pembayarannya. Nibra's selalu mempromosikan produknya sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, dengan cara memberikan keterangan yang jelas spesifik dari bahan atau kain, ukuran, warna dan detail gambar produk yang di *upload* ke media sosial.
4. Humanistis (Al-Insaniyah), berarti saling menghormati antara sesama manusia. Nibra's tidak membedakan setiap pembeli yang datang, pihak Nibra's selalu menganggap bahwa pembeli di sini adalah raja yang harus di hormati. Di mana setiap ada calon pembeli, karyawan Nibra's memberikan pelayanan sama kepada calon pembeli dengan memberikan salam dan membuka pintu saat masuk Nibra's dan saat pulang juga. Nibra's

memberikan kebebasan untuk memilih barang yang akan dibeli tanpa ada pengawasan yang ketat, dengan tidak membuntuti setiap calon pembeli yang datang. Namun tetap dengan pengawasan terkontrol. Nibra's berusaha untuk membuat kehidupan menjadi lebih baik melalui produk yang dijualnya. Dari sini Nibra's dapat juga untuk memperluas dan mempererat tali silaturahmi dengan baik antar konsumen.

C. Analisis Kendala-kendala Strategi Pemasaran Nibra's House Nganjuk Dalam Meningkatkan Penjualan

Dalam melakukan kegiatan usaha pasti ada kendala-kendala yang menghambat aktivitas perusahaan. Kegiatan pemasaran dan kebijakan-kebijakan yang dirumuskan sebelumnya terkadang tidak sesuai dengan apa yang kita harapkan. Hal ini lah yang juga di hadapi Nibra's House Nganjuk. Oleh karena itu, untuk meminimalisir adanya permasalahan yang tidak diinginkan, maka perencanaan strategi harus dilakukan dengan baik dan tepat sasaran.

Kendala merupakan suatu hal yang lumrah dalam sebuah proses usaha. Demikian juga dalam usaha pemasaran bisnis, kendala pemasaran merupakan hal yang biasa akan muncul meskipun terkadang kita sudah melakukan sebuah rencangan manager yang terbaik. Persoalannya adalah sejauh mana pihak perusahaan menyiapkan berbagai langkah alternatif untuk mengatasi berbagai bentuk kendala pemasaran yang akan dan mungkin muncul. Sebuah manajemen dan strategi pemasaran yang cukup

profesional biasanya akan mampu meminimalisir berbagai bentuk kendala pemasaran yang akan atau mungkin di pasar konsumen.⁹

Kendala internal yang dihadapi Nibra's House Nganjuk dalam meningkatkan penjualan konsumen yaitu dalam hal produksi karena di Nibra's House Nganjuk tidak memproduksi sendiri, dan produknya hanya distributor. Dikarenakan semakin banyaknya konsumen dengan segala permintaan yang diinginkan membuat pihak Nibra's House Nganjuk sedikit kewalahan untuk menerima permintaan atas keinginan dari konsumen. Kemudian solusi kami dalam menghadapi hal tersebut dengan selalu memberi pengertian pada calon konsumen dan menampung semua saran, kritikan serta permintaan dari konsumen sendiri untuk di serahkan pada pihak pusat Nibra's karena sesungguhnya konsumen adalah kunci dari loyalitas kami.

Kemudian kendala internal di Nibra's House Nganjuk terkait dengan strategi promosi dari sosial media yaitu youtube yang masih kurang begitu menguasai dari segi youtube, untuk mempromosikan produknya ke dalam youtube agar dapat di kenal di kalangan masyarakat setempat. Berdasarkan pernyataan tersebut Nibra's House Nganjuk masih kurang efektif dari segi strategi promosi melalui media sosial yaitu youtube. Dengan begitu solusi dari Nibra's House Nganjuk yaitu dengan tetap konsisten belajar mengenai youtube, karena disini youtube bukan hanya salah satu strategi promosi saja

⁹ Bangs, Jr. David H. *Pedoman Langkah Awal Menjalankan Usaha*, (Jakarta: Erlanggan, 2017), hlm. 39

karena masih banyak strategi promosi melalui media sosial yang cukup bagus untuk diterapkan.

Kendala eksternal yaitu kurangnya tenaga sumber daya manusia (SDM) pada Nibra's House Nganjuk. Sumber daya manusia memang sangat penting dan dibutuhkan dalam suatu perusahaan, tidak hanya seberapa atau sebatas ijazah tetapi juga ketrampilan serta ketekunan dan kerja keras dalam suatu kinerja yang dimilikinya untuk menjadikan SDM yang kita miliki atau terapkan secara kualitas. Upaya dalam mengatasi kurangnya SDM pada Nibra's House Nganjuk yaitu dengan salah satunya merangkap tugas kinerja yang lain dengan melakukan kerjasama, saling membantu satu lain serta juga membuka lowongan bagi kinerja di luar sana yang mampu berkerja keras, berketrampilan dan ketekunan dalam suatu kerjasama dalam perusahaan yang diinginkan tersebut.