

BAB V

PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menyajikan beberapa uraian pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, sehingga uraian pembahasan ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian dengan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Data-data yang telah diperoleh dari hasil pengamatan wawancara, observasi secara mendalam, dan dokumentasi yang telah peneliti analisis secara kualitatif. Kemudian data tersebut diidentifikasi agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta dokumentasi mengenai Strategi Bauran Pemasaran Perspektif Ekonomi Profetik Dalam Meningkatkan Penjualan sebagai berikut :

A. Strategi Bauran Pemasaran yang diterapkan CV Arjuna Dalam Meningkatkan Penjualan

Dalam melakukan kegiatan usahanya, CV Arjuna parut kelapa listrik menetapkan strategi pemasaran dengan tujuan mencapai keberhasilan perusahaan yang didukung dengan memilih produk yang berkualitas dengan harga yang efektif, saluran distribusi yang baik dan lancar, dan promosi yang efektif. Sehingga dengan hal tersebut sesuai dengan metode bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yang dimana terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*).

1. Produk (*Product*)

Produk adalah barang yang dibuat atau di produksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Produk adalah kombinasi antara barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Elemen-elemen yang termasuk dalam bauran produk ini antara lain yaitu ragam produk, kualitas, *design*, fitur, nama merek, kemasan, dan layanan. Dari aspek ekonominya, suatu produk yang diciptakan oleh suatu perusahaan harus mempunyai ciri khas tersendiri agar dalam hal peningkatan penjualan, konsumen dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan dan memilih untuk membeli produk yang dikeluarkan oleh CV Arjuna. Hal tersebut juga dapat mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen terhadap produk CV Arjuna, sehingga konsumen akan merasa bahwa produk yang dibelinya merupakan produk yang benar-benar berkualitas. Produk-produk yang dijual oleh CV Arjuna sangat mengutamakan kualitas dari bahannya dan berupaya memberikan hasil yang terbaik dari segi bahan atau hasil produksi yang mana demi menarik kepuasan konsumen. Produk yang dimiliki oleh CV Arjuna yaitu parut kelapa listrik dengan menggunakan bahan baku *stainless steel* (baja tahan karat). Selain menekankan kualitas bahan baku yang menggunakan bahan baku baja tahan karat, CV Arjuna juga menekankan kualitas mesin dari parut kelapa listrik tersebut. Maka dari itu, pemilihan bahan baku produksi yang digunakan CV Arjuna

terbuat dari bahan baku yang mempunyai kualitas baik. Agar produk yang dihasilkan CV Arjuna memiliki posisi yang baik dalam pasar. Dengan begitu, konsumen saat membeli produk parut kelapa listrik dari CV Arjuna konsumen dapat merasa puas akan kualitas parut kelapa listrik dari CV Arjuna tersebut. Serta, konsumen akan melakukan pembelian yang berulang-ulang produk parut kelapa listrik tersebut. Selain karena kualitas produk, kesuksesan dalam pembuatan produk parut kelapa listrik yang bagus dan baik juga di dukung oleh sumber daya manusia yang ada di dalamnya. Dengan konsumen membeli produk parut kelapa listrik tersebut maka dapat meningkatkan pendapatan pemilik CV Arjuna dan menumbuhkan perekonomian karyawan yang ada di sana. Karena dengan lakunya produk tersebut dapat menunjang masa depan dari CV Arjuna. Oleh sebab itu, CV Arjuna selalu memperhatikan kualitas produk parut kelapa listrik agar konsumen mendapatkan kepuasan saat membeli dan menggunakan produk parut kelapa listrik tersebut. Dalam produksi kadang terdapat sedikit hambatan terkait pengiriman stok bahan baku produksi dan stok menipis saat adanya pesanan dalam jumlah yang banyak. Untuk solusinya, memesan bahan baku produksi saat bahan baku produksi tersisa sekitar 40-30 % bahan baku produksi. Kalau tidak begitu, saat pesanan banyak maka proses produksi akan terhambat dan apa lagi saat memesan harus menunggu sekitar kurang lebih 6 bulan karena proses

pembuatan bahan baku utama yaitu dynamo listrik yang lama dan bahan baku tersebut di datangkan dari luar negeri karena harganya yang terjangkau

Hal ini serupa mengenai teori bauran pemasaran dimana menurut M. Anang Firmansyah bahwa kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu, perusahaan berusaha untuk memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing.⁸² Sehingga konsumen tersebut saat membeli produk parut kelapa listrik akan merasa puas akan hasilnya. Oleh karena itu, produk yang dibuat CV Arjuna yaitu parut kelapa listrik harus memiliki bahan baku produksi dengan kualitas baik yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan serta strategi pemasaran yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan mencapai target yang diinginkan.

Hasil dari penelitian ini juga senada dengan penelitian terdahulu milik Achmad Fawaid dan Erwin Fatmala (2020). Penelitian ini dilakukan di Desa Kotaanyar Kabupaten Probolinggo dimana menjelaskan tentang mengenai strategi pemasaran home industri sebagai pemberdayaan usaha mikro dalam meningkatkan *financial revenues* masyarakat dengan menggunakan strategi

⁸² M Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019), Hlm. 5-9

pemasaran yang mengedepankan kualitas produk. Hasil dari penelitian ini adalah produk yang dihasilkan industri ini adalah kripik singkong. Dalam *home industry* ini singkong merupakan bahan pokok yang harus terus tersedia dengan baik, jika seperti itu maka produksi kripik ini akan berjalan dengan lancar, begitupun sebaliknya. Maka dari itu persediaan bahan baku harus betul-betul diperhatikan. Selain bahan baku, kesuksesan suatu usaha juga didukung oleh sumber daya manusia yang ada didalamnya.⁸³ Dengan penelitian yang sedang dilakukan yang menjadi kesamaan adalah strategi pemasaran produk yang dilakukan sama-sama memperhatikan kualitas produk, serta membuat produk yang bagus agar industrinya dapat berjalan dengan lancar. Serta konsumen mendapatkan kepuasan saat membeli produk tersebut.

2. Harga (*Price*)

Pada dasarnya penetapan harga, CV Arjuna tidak bisa langsung menetapkan harga produk parut kelapa listrik karena biaya yang diambil harus diperhitungkan biaya produksi terlebih dahulu. Akan tetapi, strategi pengambilan harga yang digunakan oleh CV Arjuna dengan menetapkan pengambilan keuntungan dari total nilai produksinya. Sehingga penentuan harga ini diambil berdasarkan dari upah pekerja, harga bahan baku, dan dilihat dari harga pesaing.

⁸³Achmad Fawaid, Erwin Fatmala, Home Industry Sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat, dalam *jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, Vol. 14, No. 1, 2020, Hlm. 121-122

Dengan harga yang tidak terlalu ekstrem, produk parut kelapa listrik tersebut dapat dijangkau oleh kalangan menengah ke bawah sekalipun. Harga yang dipatok yaitu Rp. 225.000,-.

Tabel 5.1⁸⁴

Harga Penjualan CV Arjuna Tahun 2021

NO	Nama Barang	Harga
1	Parut Kelapa Listrik	Rp. 225.000,-

Sumber : Dokumen CV Arjuna Tahun 2021

Karena harga yang dipatok tidaklah terlalu tinggi, namun barang yang didapatkan berkualitas. Hal tersebut juga sudah sesuai dengan harga pasaran yang ada. Begitu pula dalam sistem pembayaran, CV Arjuna juga sudah menyediakan rekening ataupun melakukan pembayaran secara langsung tujuannya untuk mempermudah sistem transaksi yang dijalankan oleh CV Arjuna dengan konsumen. Strategi pemasaran dalam penetapan harga yang dilakukan CV Arjuna yaitu dengan menggunakan penekanan keuntungan dan tidak mengurangi kualitas produk yang diperjual belikan. Persamaan dengan penelitian sama-sama menentukan harga terkait produk. Karena dengan adanya penentuan harga produk maka dapat menghasilkan pendapatan yang dimiliki oleh pemilik CV Arjuna.

Hal ini menurut Tengku Firli Musafar harga adalah jumlah uang yang haruslah dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh

⁸⁴ Data dari CV Arjuna Parut Kelapa Listrik Tahun 2021

suatu produk. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan, sedangkan untuk unsur-unsur yang lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah suatu unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dan membutuhkan waktu yang lumayan singkat.⁸⁵ Persamaan dengan penelitian sama-sama menentukan harga terkait produk. Karena dengan adanya penentuan harga produk maka dapat menghasilkan pendapatan yang dimiliki oleh pemilik CV Arjuna. Dalam strategi harga hambatannya adanya persaingan harga di pasaran, setelah itu kendalanya juga terdapat pada modal. Karena industri ini CV (*Commanditaire Vennootschap*) terdiri dari modal sendiri. Untuk solusinya dengan tetap menjaga kualitas produk parut kelapa listrik dengan harga yang kompetitif dan tidak lebih mahal dari produk parut kelapa listrik yang lain.

Hasil dari penelitian ini juga senada dengan penelitian terdahulu milik Feni Dwi Aggraeni, Imam Hardjanto, Ainul Hayat (2013), dimana penelitian ini dilakukan di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang, yang menjelaskan tentang pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kenaikan harga baku ini tentu saja mempengaruhi harga penjualan, apalagi bahan baku diperoleh dari *di supply*, sehingga mereka memerlukan biaya yang lebih

⁸⁵Tengku firli musafar, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), Hlm. 13-14

dibandingkan jika mendapatkan bahan baku dari kebun sendiri. Inilah yang menjadi kendala karena mereka hanya akan mensuplai bahan baku sesuai *budget* yang mereka miliki. Otomatis produksi yang dihasilkan akan terbatas padahal permintaan pasar cukup banyak. Sehingga persamaan pada penelitian sebelumnya terletak pada harga produk dapat mempengaruhi pendapatan dan penjualan, dikarenakan jika harga dari bahan baku tersebut naik otomatis harga penjualan pun juga akan naik.⁸⁶ Seperti yang sudah di jelaskan penelitian diatas, kenaikan harga bahan baku pastinya akan mempengaruhi suatu produk. Dalam penentuan harga di industri CV Arjuna selalu memperhitungkan terkait harga bahan baku dan harga yang ada di pasaran. Jika harga bahan baku naik, maka harga penjualan produk parut kelapa listrik pun ikut naik.

3. Distribusi (*Place*)

Berdasarkan hasil penelitian penerapan strategi Tempat/saluran distribusi (*Place*) oleh industri parut kelapa listrik di CV Arjuna dilakukan dengan cara langsung dan tidak langsung, yang mana konsumen dapat memesan atau membeli di tempat, sehingga konsumen dapat melihat barang atau produk parut kelapa listrik secara langsung, sedangkan dalam distribusi secara tidak langsung yaitu dilakukan dengan cara di kirim hal ini dapat membantu dan

⁸⁶ Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, dkk, Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal, dalam *jurnal Administrasi Publik*, Vol. 1, No. 6, 2013, Hlm. 1291-1292

memudahkan konsumen yang tidak dapat langsung mengambil barang ke tempat industri ini.

Menurut teori Tengku Firli Musafar, bauran distribusi yaitu pemahaman yang mendalam tentang target pasar perusahaan, pahami mereka dari dalam dan kita akan menemukan posisi dan saluran distribusi yang paling efisien yang dapat berbicara langsung dengan pasar kita. Tempat atau saluran pemasaran meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Saluran distribusi adalah rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk membuat suatu produk maupun jasa yang siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran distribusi dapat diartikan sebagai himpunan perusahaan ataupun perorangan yang mengambil alih hak ataupun membantu dalam pengalihan hak atas barang dan jasa tertentu selama barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen.⁸⁷

Hasil dari penelitian ini juga senada dengan penelitian terdahulu milik Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti (2015). Dimana penelitian ini dilakukan di Batik Diajeng Solo, yang menjelaskan mengenai Saluran distribusi terkait dengan berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk dapat disalurkan ke konsumen. Sebagian besar produk dijual secara *pre-order* sehingga produk langsung dikirim ke konsumen, hal ini

⁸⁷ Tengku firli musafar, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), Hlm. 15

dikarenakan saat ini Batik Diajeng Solo belum memiliki gerai untuk menjual produk secara langsung ke konsumen.⁸⁸ Dalam pendistribusian CV Arjuna menerapkan pendistribusian langsung atau tidak langsung. Pendistribusian langsung yaitu pemilik CV Arjuna mendistribusikan langsung ke pelanggan atau konsumen. Untuk yang tidak langsung CV Arjuna menyewa truk kontainer atau memaketkan produk parut kelapa listrik. Biasanya dalam pendistribusian tidak langsung konsumen memesan produk dalam jumlah yang sangat banyak atau daerahnya yang jauh.

Gambar 5.1

Unit Produk Parut Kelapa Listrik



Sumber : Dokumentasi CV Arjuna

⁸⁸ Dimas Hendika Wibowo, dkk, Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo), dalam *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 29, No. 1, Desember 2015.Hlm. 64

Gambar 5.1 menunjukkan unit produk parut kelapa listrik. Dimana produk parut kelapa listrik tersebut akan didistribusikan ke konsumen.

4. Promosi (*Promotion*)

Adapun strategi promosi yang dilakukan oleh CV Arjuna yaitu dengan cara offline atau dari mulut ke mulut. Strategi promosi yang dilakukan CV Arjuna dengan menggunakan terjun ke lapangan langsung atau langsung menjelajahi pasarnya. Dengan cara itu CV Arjuna mendapat konsumen yang setia dan percaya terhadap produknya. Dengan terjun ke lapangan langsung maka konsumen akan mengetahui kualitas yang dimiliki oleh produk parut kelapa listrik dari CV Arjuna ini. Dalam rangka menunjang keberhasilan kegiatan pemasaran yang dilakukan dan efektifnya rencana pemasaran yang disusun, maka CV Arjuna haruslah menetapkan dan menjalankan strategi promosi yang tepat.

Hal ini sesuai menurut penelitian dari Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti (2015). Dimana penelitian ini dilakukan di Batik Diajeng Solo, yang menjelaskan mengenai promosi dapat diartikan sebagai aktivitas yang memberitahukan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk. Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh pihak produsen untuk memberitahukan bagaimana manfaat dari produk yang dimilikinya, membujuk, dan mengingatkan para konsumen agar membeli produk

tersebut. Tujuan promosi adalah menginformasikan, mengingatkan, membujuk pelanggan.⁸⁹ Persamaan dengan penelitian ini sama-sama menerapkan strategi promosi. Dengan adanya promosi mampu meningkatkan penjualan produk yang dimiliki oleh CV Arjuna

Hasil dari penelitian ini juga senada dengan teori milik Tengku Firli Musafar yaitu promosi merupakan komponen pemasaran yang sangat penting karena dapat meningkatkan *brand recognition* dan penjualan. Promosi terdiri dari beberapa elemen yaitu: periklanan, penjualan langsung, promosi penjualan, dan lain-lain.⁹⁰ Promosi yang dilakukan CV Arjuna menggunakan penjualan langsung dan terjun ke pasarnya langsung. Dengan menerapkan strategi seperti itu dari dulu, CV Arjuna mampu memiliki konsumen yang loyal terhadap produk parut kelapa listrik dan memiliki banyak pelanggan yang membeli produk.

Sebagaimana diketahui bahwa penjualan akan meningkatkan keuntungan yang diperoleh oleh sebuah perusahaan, semakin besar penjualan maka keuntungan akan bertambah. Berikut merupakan data penjualan pada CV Arjuna dengan strategi pemasaran yang efektif sebagaimana yang telah dilakukan CV Arjuna ternyata mampu menarik pelanggan.

⁸⁹ Dimas Hendika Wibowo, dkk, Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 29, No. 1, Desember 2015. Hlm. 61-62

⁹⁰ Tengku firli musafar, *Manajemen Pemasaran.....*, Hlm. 17-18

Berikut merupakan tabel hasil penjualan guna mengetahui peningkatan penjualan CV Arjuna dari tahun 2019-2020.

Tabel 5.2

Daftar Penjualan CV Arjuna pada Tahun 2019.⁹¹

Bulan	Jumlah Pendapatan
Januari	Rp. 25.875.000
Februari	Rp. 26.100.000
Maret	Rp. 24.300.000
April	Rp. 25.200.000
Mei	Rp. 27.000.000
Juni	Rp. 27.900.000
Juli	Rp. 25.650.000
Agustus	Rp. 26.325.000
September	Rp. 27.450.000
Oktober	Rp. 28.350.000
November	Rp. 29.250.000
Desember	Rp. 30.150.000
Total	Rp. 323.550.000

Sumber : Dokumen CV Arjuna Tahun 2019

Dari laporan penjualan CV Arjuna pada tahun 2019 bahwasanya setiap bulannya mengalami peningkatan penjualan, hanya ada beberapa bulan yang mengalami penurunan mungkin karena faktor dimana stok bahan baku produksi pada bulan tersebut hanya sedikit jadi pembuatan produk hanya sedikit atau adanya faktor lain yang membuat pada bulan tersebut pendapatan menurun. Karena dalam berwirausaha pendapatan menurun atau meningkat itu sudah menjadi resiko. Jadi, pada tahun ini strategi yang digunakan oleh CV Arjuna tersebut bisa dikatakan berkembang dengan baik. Sehingga usaha parut kelapa listrik ini dapat meneruskan strategi

⁹¹ Data dari CV Arjuna Parut Kelapa Listrik Tahun 2019

pemasaran yang dipakai ke tahun berikutnya untuk mempertahankan persaingan pasar serta mendapatkan keuntungan.

Tabel 5.3

Daftar Penjualan CV Arjuna pada Tahun 2020.⁹²

Bulan	Jumlah Pendapatan
Januari	Rp. 28.800.000
Februari	Rp. 28.800.000
Maret	Rp. 29.250.000
April	Rp. 27.000.000
Mei	Rp. 25.200.000
Juni	Rp. 24.750.000
Juli	Rp. 24.075.000
Agustus	Rp. 23.625.000
September	Rp. 22.950.000
Oktober	Rp. 24.750.000
November	Rp. 22.950.000
Desember	Rp. 25.200.000
Total	Rp. 307.350.000

Sumber : Dokumen CV Arjuna Tahun 2020

Dilihat dari tabel penjualan di atas, memperlihatkan bahwa jumlah penjualan pada tahun 2020 CV Arjuna parut kelapa listrik mengalami fluktuasi penjualan karena terdampak adanya pandemi wabah virus Covid-19 yang dimana menurunnya tingkat penghasilan yang diperoleh oleh CV Arjuna serta menurunnya pengambilan keuntungan jika mulanya 20% hanya 15%. Walaupun dengan demikian, CV Arjuna tetap memakai strategi pemasaran tersebut dengan lebih memperhatikan kepuasan konsumen dan lebih menonjolkan produk, harga, distribusi serta promosi yang sudah dijalankan. Prinsip yang digunakan CV Arjuna parut kelapa listrik

⁹² Data dari CV Arjuna Parut Kelapa Listrik Tahun 2020

ini adalah yang terpenting barang parut kelapa listrik tersebut dapat terjual dengan laku dengan kualitas barang yang bagus.

Untuk mengetahui total penjualan CV Arjuna Parut Kelapa Listrik, berikut merupakan tabel dari hasil penjualan dari tahun 2019-2020.

Tabel 5.4

**Daftar total Penjualan CV Arjuna Parut Kelapa Listrik
dari Tahun 2019-2020**

Tahun	Jumlah Penjualan	Pertumbuhan	
		(Dalam +/-)	(Dalam %)
2019	Rp. 323.550.000	-	-
2020	Rp. 307.350.000	16.200.000	5%

Sumber : Dokumen CV Arjuna

Dari daftar penjualan diatas, dapat diketahui bahwa CV Arjuna mengalami peningkatan jumlah penjualan pada tahun 2019 total jumlah penjualannya sebesar Rp. 323.550.000,-, sedangkan pada tahun 2020 jumlah penjualannya sebesar Rp. 307.350.000,-. Pada tahun 2019 ke 2020 mengalami penurunan sebesar Rp. 16.200.000,-. Jadi pada tahun 2019 ke 2020 mengalami penurunan menjadi 5%. Hal ini disebabkan karena daya beli masyarakat menurun karena berdampak adanya pandemi wabah virus Covid-19 yang mulai dari bulan Maret sudah melanda di Indonesia, sehingga juga berdampak pada industri parut kelapa listrik yang dikelola oleh CV Arjuna ini. Sebelum pandemi pendapatan yang di dapat CV Arjuna selalu meningkat namun pada tahun 2020 mengalami

penurunan. Strategi yang digunakan agar tidak merugi terlalu besar CV Arjuna dengan cara menurunkan harga awal agar produk parut kelapa listrik tetap laku. Jadi dapat disimpulkan bahwa CV Arjuna telah mengalami peningkatan yang cukup bagus untuk usaha parut kelapa listrik pada tahun 2019 meski pun ada sedikit kendala. Pengelolaan yang baik dengan melihat peluang walaupun juga terhalang dengan pandemi seperti sekarang ini. Penentuan harga dan pengambilan keuntungan yang dilakukan oleh CV Arjuna ini sudah sesuai dengan prinsip syariah. Karena CV Arjuna disini lebih mengutamakan kejujuran dan barangnya berkualitas bagus. Tujuannya yaitu agar harga yang ditawarkan tidak melebihi dari harga pesaing, sehingga banyak menarik konsumen untuk membeli produk dari UD. Karya Mebel ini. Produk CV Arjuna ini berkisar dari Rp 225.000,- dimana produk tersebut sudah mempunyai kualitas bagus dan bahan baku terbuat dari bahan baku yang anti karat. Penentuan harga ini diambil berdasarkan dari upah pekerja, bahan baku, dan dilihat dari harga pesaing. Dengan harga yang tidak terlalu ekstrem, produk parut kelapa listrik tersebut dapat dijangkau oleh kalangan menengah ke bawah sekalipun, karena harga yang dipatok tidaklah terlalu tinggi, namun barang yang didapatkan berkualitas. Hal tersebut juga sudah sesuai dengan harga pasaran yang ada.

Hal tersebut juga dijelaskan dalam penelitian terdahulu milik Feni Dwi Aggraeni, Imam Hardjanto, Ainul Hayat (2013), dimana

penelitian ini dilakukan di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang, yang menjelaskan tentang pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal. Hasil penelitian ini menunjukkan dalam hal ini Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang telah memberikan sarana dalam pemasaran produk yaitu dengan mengadakan kegiatan promosi produk.⁹³ Maksudnya, kegiatan promosi itu sangat penting untuk menunjang keberhasilan suatu industri. Dengan adanya promosi digunakan agar produk dapat dikenal oleh pihak luar dan dapat menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Serta mampu meningkatkan penjualan produk yang dimiliki suatu industri.

B. Ekonomi Profetik yang Diterapkan Dalam Industri Parut Kelapa Listrih Di CV Arjuna

Profetik adalah suatu sifat, perilaku dan ucapan yang ada pada diri Nabi. Bahwasanya Nabi memiliki sifat yang mulia dalam berperilaku maupun berucap. Dengan perilaku yang dimiliki seorang Nabi, dapat menjadi contoh dalam menumbuhkan perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Nabi menganjurkan dalam berbisnis haruslah sesuai dengan nilai-nilai Islam seperti sifat kejujuran, tidak serakah, kepedulian, dll. Dalam berekonomi atau berbisnis pastinya sifat kejujuran dan kepedulian itu sangat penting terhadap bisnis

⁹³ Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, dkk, *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal*, dalam jurnal *Administrasi Publik*, Vol. 1, No. 6, 2013, Hlm. 1291

yang sedang dijalankan. Karena sifat kejujuran juga akan menunjang masa depan bisnis yang sedang dijalankan tersebut. Dalam hal tersebut CV Arjuna menerapkan sifat kejujuran dan keadilan terhadap konsumen, dimana setiap pembelian produk parut kelapa listrik konsumen mendapatkan garansi 1 bulan untuk berjaga-jaga jika ada produk yang cacat dan rusak saat ingin digunakan konsumen. Serta, saat awal pembelian konsumen juga diberikan testi untuk mencoba produk parut kelapa listrik, jika cocok maka konsumen dapat membeli produk parut kelapa listrik dari CV Arjuna itu. Setelah itu, mengenai pengambilan keuntungan pemilik CV Arjuna melihat harga bahan baku, upah pekerja serta harga pesaing di pasaran dan tidak berlebihan agar terhindar dari riba dan mendapat ridha dari Allah SWT. Dalam penerapan ekonomi *profetik* CV Arjuna menerapkan sifat wajib dari Rasulullah SAW yaitu Sifat *Siddiq* (jujur), Sifat *Amanah* (dapat dipercaya), Sifat *Tabligh* (menyampaikan perintah), Sifat *Fathonah* (Cerdas)

a. Sifat *Siddiq* (jujur)

Mengenai produk CV Arjuna selalu mengatakan kenyataannya tentang produk parut kelapa listrik kepada pelanggan. Jika memang produk parut kelapa listrik tersebut terbuat dari kualitas yang buruk atau kualitas bagus pemilik CV Arjuna akan memberitahukan keadaan yang sebenarnya dan tidak mengada-mengada.

Selain itu hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Muh. Nasrul Baihaqi yang menyebutkan tidak melebih-lebihkan dan tidak menutupi kecacatan produk yang dijualnya.⁹⁴ Dari penjelasan tersebut bahwasanya Muh Nasrul Baihaqi mengajarkan dalam penjualan produk melarang untuk menutupi kecacatan produk, karena hal tersebut dapat merugikan pihak konsumen.

a. Sifat *Amanah* (dapat dipercaya)

Pada hal ini CV Arjuna selalu mengajarkan kedisiplinan agar karyawan dapat datang tepat waktu dan bekerja dengan maksimal. Pemilik CV Arjuna selalu membuka industrinya pukul 07.30. Untuk karyawan diwajibkan jam 08.00 sudah datang ditempat kerja. Jika ada karyawan ada yang telat pastinya akan merasa malu dan di tegur oleh pemilik CV Arjuna. Dengan hal itu, maka karyawan tidak akan telat lagi.

Selain itu penelitian ini didukung oleh Irwan Misbach bahwasanya amanah bisa bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Dan amanah juga merupakan salah satu moral keimanan. Seorang pebisnis haruslah memiliki sifat amanah, karena Allah menyebutkan sifat orang-orang mukmin yang beruntung adalah yang dapat memelihara amanat yang diberikan kepadanya. Integritas seseorang akan terbentuk dari sejauh mana orang tersebut dapat memelihara amanah yang diberikan kepadanya. Pebisnis

⁹⁴ Novi Indriyani Sitepu, Perilaku Bisnis Muhammad SAW Sebagai Entrepreneur Dalam Filsafat Ekonomi Islam, dalam *Jurnal HUMAN FALAH*, Vol.3, No. 1 Januari – Juni 2016, Hlm.31.

yang baik adalah yang mampu memelihara integritasnya. Integritas yang terpelihara akan menimbulkan kepercayaan bagi mitra bisnis, atasan maupun bawahan dan bahkan semua kalangan dalam suatu bisnis. Dari sinilah, bisnis yang didasarkan dengan nuansa syariah akan bangkit, sepanjang sifat-sifat Nabi Muhammad saw. menjadi jiwa dalam perilaku bisnisnya.⁹⁵ Dari penelitian terdahulu tersebut menyimpulkan bahwasanya pebisnis haruslah memiliki sifat amanah. Karena dengan adanya sifat tersebut maka dapat memelihara integritasnya.

b. Sifat *Tabligh* (menyampaikan perintah)

Pelayanan yang ramah pastinya selalu diinginkan oleh pihak konsumen. Maka dari itu, CV Arjuna selalu menerapkan dan berperilaku ramah terhadap pelanggan. Jika ada pelanggan yang menanyakan perihal kualitas produk atau garansi terkait produk pemilik CV Arjuna atau pun karyawannya selalu menjelaskan dengan ramah dan sopan. Dengan hal tersebut, maka pelanggan akan berfikir untuk memesan produk parut kelapa listrik dikarenakan pelayanan terhadap konsumen yang bagus, selain produk yang mempunyai kualitas bagus.

Selain itu hasil penelitian ini didukung oleh Rizka Ar-Rahmah yang menyebutkan bahwa berkomunikasi dengan konsumen menggunakan bahasa yang sopan dan halus. Dalam memasarkan suatu

⁹⁵ Irwan Misbach, Perilaku Bisnis Syariah, dalam *Jurnal Al Idarah* , Vol.5, Juni 2017, Hlm. 37-39

produk yang ditawarkan pada konsumen, dibutuhkan cara penyampaian yang tepat dan komunikasi yang baik supaya kehadiran produk dan jasa yang ditawarkan lebih cepat diterima. Selain itu, dengan menjalin hubungan komunikasi yang baik dan interaksi yang menyenangkan dengan pelanggan dapat membentuk reputasi perusahaan yang baik.⁹⁶ Dari penelitian terdahulu tersebut menyimpulkan bahwasanya berkomunikasi dengan konsumen dengan bahasa yang halus dan sopan akan membuat konsumen tertarik untuk membeli produk dan dapat meningkatkan reputasi dari perusahaan tersebut.

c. Sifat *Fatanah* (Cerdas)

Dalam hal ini, CV Arjuna dalam pengelolaan sebisa mungkin melakukan yang terbaik demi majunya industri ini. Seperti dalam distribusi produk pemilik CV Arjuna selalu mencari peluang pasar untuk mendistribusikan produk parut kelapa listrik tersebut dan dan promosi yang digunakan CV Arjuna dari dulu sampai sekarang yaitu dengan cara terjun ke pasarnya langsung dan langsung mendatangi konsumen. Dengan begitu, sekarang sudah mempunyai banyak konsumen di berbagai daerah yang sudah percaya dengan produk parut kelapa listrik dan pesan dalam jumlah.

Selain itu hasil penelitian ini didukung oleh Akhmad Nur Zaroni yang mengatakan bahwa untuk itu bisnis dalam Islam

⁹⁶ Rizka Ar-Rahmah, Etika Dan Manajemen Bisnis Islam (Studi Kasus Di Waroeng Steak And Shake Cabang SM Raja Medan), dalam *Jurnal J-Ebis*, Vol. 2, No. 2 April 2016, Hlm. 16

disamping harus dilakukan dengan cara profesional yang melibatkan ketelitian dan kecermatan dalam proses manajemen dan administrasi agar terhindar dari kerugian.⁹⁷ Dari penelitian terdahulu tersebut menyimpulkan bahwa seorang pengusaha juga harus bersikap profesional dan juga cermat dan mengelola usahanya. Jadi harus mengetahui mana yang terbaik untuk usahanya. Dalam hal tersebut, pengusaha akan memperoleh keuntungan dan dapat terhindar dari kerugian.

⁹⁷ Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*, dalam *Jurnal MAZAHIB*, Vol. IV, No. 2, Desember 2007, Hlm. 183.