

BAB V

PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Konveksi Mukena Bordir Tulungagung

Konveksi Mukena Bordir Tulungagung merupakan usaha yang bergerak di bidang konveksi mukena. Konveksi ini terletak di Desa Nglutung Kecamatan Sendang. Nama pemilik dari konveksi ini adalah Moch Heri Setiawan. Proses penjualannya dilakukan dengan cara online. Awalnya konveksi ini masih mengambil produk dari tempat konveksi lain. Namun karena permintaan pasar semakin banyak dan stok selalu kehabisan, akhirnya mas Heri melakukan produksi sendiri yang dimodali oleh pelanggannya yang di Jawa Barat.

Mukena Bordir Tulungagung menerapkan strategi pemasaran dalam bidang jual beli. Strategi pemasaran yang dilakukan berhubungan dengan tujuan meningkatkan omzet penjualan dan juga mencari keuntungan. Strategi yang dilakukan oleh Konveksi Mukena Bordir Tulungagung yaitu strategi produk, harga, distribusi dan promosi. Seperti yang telah difokuskan oleh peneliti, maka akan dipaparkan data-data temuan yang berhubungan strategi pemasaran dan akan di jelaskan dalam pembahasan ini.

a. Produk (*Product*)

Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapat perhatian agar dibeli dan dapat dikonsumsi sehingga dapat

memenuhi kebutuhan dan keinginan.¹ Jadi produk merupakan sesuatu yang bisa diperjual belikan yang nantinya dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Klasifikasi produk dibagi menjadi 3 macam, yakni produk tahan lama, produk tidak tahan lama, dan jasa. Dalam strategi produk perlu adanya pengembangan produk melalui logo dan motto, penciptaan merk, penciptaan kemasan, penciptaan label.



**5.1 Gbr.
Produk
Konveksi
Mukena
Bordir**

Berdasarkan hasil observasi mengenai strategi produk Konveksi Mukena Bordir Tulungagung strategi produk yang digunakan adalah dengan memberikan ciri khas pada mukena yang di produksi. Memproduksi berbagai model mukena namun ciri khasnya tetap ada pada setiap model yang berbeda tersebut. Motif yang ada pada mukena selalu inofatif dan mengikuti perkembangan, sehingga barang yang ditawarkan selalu hal yang baru dan menarik pelanggan. Bahan yang digunakan juga memiliki kualitas

¹ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa. *Manajemen...*, hlm. 359

yang bagus. Produk yang dikirimkan sesuai dengan gambar yang tertera di situs online.

b. Harga (*Price*)

Menurut Basu Swastha, harga dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang beserta pelayanannya.² Adapun elemen harga yang terdapat pada strategi pemasaran adalah diskon, daftar harga, periode pembayaran dan persyaratan kredit. Harga merupakan salah satu strategi pemasaran yang akan memberikan keuntungan, dengan adanya penetapan harga yang sesuai maka jual beli akan mampu bersaing dan memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen. Dalam penetapan harga tidak hanya mementingkan pedagang saja, tetapi juga mempertimbangkan kemampuan daya beli konsumen.

² Basu Swastha. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. (Yogyakarta: BPFE UGM, 2000). hlm. 147



**5.2 Gbr. Pemilik
Konveksi Mukena
Bordir
Tulungagung**

Berdasarkan hasil observasi mengenai strategi harga, Konveksi Mukena Bordir Tulungagung memberikan harga produk yang ditawarkan sebanding dengan kualitas yang dimiliki. Memberikan harga sesuai kualitas, diharapkan Konveksi Mukena Bordir Tulungagung dikenal melalui kualitas barangnya. Disamping itu Konveksi Mukena Bordir Tulungagung juga melihat harga di situs jual beli online, sehingga konveksi tersebut dapat mengikuti harga pasar. Konveksi Mukena Bordir Tulungagung sering mengadakan diskon untuk produk yang ditawarkan, dengan harapan dapat menarik calon pelanggan baru. Harga yang ditetapkan untuk reseller tentunya lebih rendah dengan harga jual di pasar, karena nantinya reseller tersebut akan menjualnya kembali.

c. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengetahui produk yang ditawarkan oleh

perusahaan kepada konsumen agar mereka tertarik untuk membelinya.³ Tanpa adanya promosi tentu saja konsumen tidak akan mengetahui produk apa yang perusahaan tawarkan. Oleh karena itu promosi merupakan sarana paling ampuh dalam mengenalkan produk kepada masyarakat.

Banyak sekali sarana yang dapat dilakukan untuk mempromosikan produk kepada konsumen, yakni dengan cara periklanan, publikasi, penjualan pribadi dan promosi penjualan. Semakin sering perusahaan melakukan promosi, maka semakin banyak masyarakat yang mengetahui produk yang ditawarkan. Hal itu bertujuan untuk menarik hati masyarakat agar terdorong untuk membeli produk yang ditawarkan.

Hasil observasi dalam melakukan promosi, Konveksi Mukena Bordir Tulungagung melakukan berbagai cara agar Masyarakat bisa mengetahui produk yang ditawarkan agar bisa menarik daya beli masyarakat. Cara yang dilakukan oleh Konveksi Mukena Bordir Tulungagung adalah dengan cara mempublikasikan produknya melalui jejaring sosial yakni facebook, instagram, shopee dan whatsapp, dengan menunjukkan foto asli dari mukena tersebut, di karenakan dalam promosi yang digunakana hanya media sosial, maka Konveksi Mukena Bordir Tulungagung hanya mengandalkan kepercayaan konsumen yang menyebarkan dari mulut ke mulut.

³ Sofjan Assauri. *Manajemen Pemasaran...*, hlm. 239

d. Distribusi

Distribusi merupakan cara perusahaan melakukan penyaluran barang mulai dari perusahaan hingga ketangan konsumen akhir.⁴ Pemilihan strategi distribusi yang tepat merupakan pelayanan yang sesuai kepada konsumen. Ketepatan waktu juga diperhitungkan dalam proses pendistribusian barang. Panjang pendeknya proses distribusi juga perlu diperhitungkan secara matang.



5.3 Gbr.
Pendistribusian
Barang melalui
Jasa Pengiriman

⁴ Kasmir. *Kewirausahaan...*, hlm. 179



**5.4 Gbr.
Pengemasan
Produk**

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, Konveksi Mukena Bordir Tulungagung dalam pendistribusian barang memanfaatkan jasa pengiriman, dikarenakan jarak yang jauh dan tidak memungkinkan apabila diantar atau diambil sendiri. Wilayah pengiriman barang meliputi Jatim, Jabar, Jateng, Sumatera dan Kalimantan. Konveksi Mukena Bordir Tulungagung juga akan memperluas wilayah pemasaran. Ketepatan waktu juga diperhatikan oleh konveksi ini karena konveksi ini menerapkan barang langsung dikirim setelah customer mengirimkan bukti pembayaran sejumlah yang tertera. Hal ini untuk menghindari keterlambatan barang yang dikirim. Pengemasan produk saat pengiriman juga diperhatikan, sehingga tidak mengalami kerusakan disaat mengirim barang.

e. *SDM (People)*

Sumber daya manusia merupakan orang yang ikut campur dalam proses penyediaan kebutuhan dan keinginan konsumen. Strategi ini sudah diterapkan oleh Konveksi Mukena Bordir Tulungagung dengan baik dan

menurut tanggapan karyawan dan konsumen bahwa pelayanan dan juga motivasi kinerja sudah dilakukan dengan baik.



**5.5 Gbr.
Karyawan
Konveksi
Mukena
Bordir
Tulungagung**

Motivasi kerja sangat diperlukan oleh setiap karyawan agar pekerjaan yang diberikan bisa diselesaikan dengan baik dan memberikan hasil yang memuaskan. Dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan, Konveksi Mukena Bordir Tulungagung memberikan bonus kepada karyawan apabila dapat menyelesaikan dengan baik dan sesuai dengan waktu yang ditentukan.

f. Proses (*Process*)

Strategi proses berhubungan erat dengan tata letak ruang, alokasi dan alur penjualan. Strategi ini mempunyai dampak jangka panjang dalam perusahaan pada efisiensi, fleksibilitas, biaya yang dikeluarkan serta kualitas produk. Alur penjualan sangat menentukan tingkat efisiensi kegiatan produksi pada perusahaan.

Hasil Observasi dalam penerapan di Konveksi Mukena Bordir Tulungagung strategi ini sudah diterapkan dengan baik. Dapat dilihat dari alur produksi dan juga alur penjualan. Alur kerja yang bebas dan lancar,

dimana lokasi kerja yang bisa menyesuaikan kondisi karyawan, dan juga alur penjualan produk melalui media sosial dengan metode pemesanan. Proses ini dirasa sangat membantu karena mempermudah konsumen dalam memesan produk.

Strategi proses yang sudah diterapkan di Konveksi Mukena Bordir Tulungagung sudah sangat baik. Hasil dari jawaban wawancara yang memiliki keselarasan. Menurut tanggapan konsumen bahwasanya Konveksi Mukena Bordir Tulungagung melayani dengan cepat.

g. *Bukti Fisik (Physical Evidence)*

Menurut hasil observasi bukti fisik yang diberikan oleh Konveksi Mukena Bordir Tulungagung sudah dilakukan dengan baik. Konveksi Mukena Bordir Tulungagung telah memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memesan produk yang ada, dengan memanfaatkan fasilitas media sosial, maka konsumen lebih leluasa untuk melakukan pemilihan produk.

Berdasarkan tanggapan konsumen bahwasannya Konveksi Mukena Bordir Tulungagung telah memanfaatkan fasilitas yang ada dan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pembelian, Dan juga kemudahan dalam bertransaksi.

B. Strategi Pemasaran Konveksi Mukena Bordir Tulungagung Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan observasi yang telah penulis lakukan mengenai strategi pemasaran Konveksi Mukena Bordir Tulungagung, maka penulis akan

menganalisa kesesuaian antara strategi pemasaran menurut perspektif ekonomi islam yang akan di uraikan dalam pembahasan berikut:

Dalam berbisnis islam mengajarkan untuk selalu jujur dalam menjelaskan kualitas produk yang ditawarkan, seperti yang diajarkan Rosulullah SAW dengan menjalankan perintah Allah dan Rosul serta menjauhi laranganNya Maka pengusaha diharuskan untuk bisa menjamin kualitas kehalalan produk yang ditawarkannya, misalnya mengenai bahan baku dan campuran yang nantinya akan digunakan untuk memproduksi bahan tersebut.

Produk yang ditawarkan oleh Konveksi Mukena Bordir Tulungagung merupakan produk yang halal dan tidak dilarang agama. Selain itu produk Konveksi Mukena Bordir Tulungagung merupakan produk yang digunakan sehari-hari dalam beribadah, sehingga produsen sangat memperhatikan kualitas kehalalan dalam proses produksinya.

Wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa strategi produk yang diterapkan oleh Konveksi Mukena Bordir Tulungagung sudah sesuai dengan ekonomi Islam, karena Konveksi Mukena Bordir Tulungagung menggunakan bahan yang halal dan juga dalam menjelaskan spesifikasi produknya sesuai dengan keadaan produk. Hal tersebut dijelaskan dalam buku Abdullah Amrin dalam buku Strategi Pemasaran Asuransi Syariah bahwa dalam pembuatan produk harus memperhatikan nilai kehalalan, mutu dan manfaat yang berhubungan dengan kebutuhan manusia serta terhindar dari unsur *gharar*.⁵ Seperti yang dijelaskan dalam QS. Al Baqarah: 168 yang berbunyi:

⁵ Abdullah Amrin. *Strategi Pemasaran...*, hlm. 60

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Terjemahannya: “Wahai manusia! Makanlah sari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu (168)” (QS. Al Baqarah: 168)⁶

Dalam menetapkan harga, Konveksi Mukena Bordir Tulungagung dilakukan secara adil, dimana pemilik konveksi juga memikirkan harga yang dipatok oleh reseller agar harganya tidak terlalu tinggi dengan produk lain, dan juga harga yang ditentukan sesuai dengan kualitas barang yang ada. Tentunya harga yang di patok juga tidak terlalu rendah, karena itu nantinya akan menjatuhkan pesaing dan hal tersebut dilarang oleh Islam.

Promosi yang dilakukan oleh Konveksi Mukena Bordir Tulungagung yakni melalui media sosial dengan menjelaskan klasifikasi produk sesuai dengan keadaan produk yang sebenarnya. Tujuan promosi sendiri yakni untuk mengenalkan atau menawarkan produk kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli barang yang ditawarkan. Jadi apabila kita menawarkan dengan memanipulasi informasi barang yang ditawarkan, maka hal tersebut akan menurunkan dan menghilangkan kepercayaan konsumen.

Seperti halnya yang dijelaskan dalam Firman Allah QS. Al’Imran ayat 77 yang berbunyi:

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلْقَ لَهُمْ فِي الْأَخْرَةِ
وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ ﴿٧٧﴾

Terjemahannya : “Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bagian (pahala) di akhirat, dan Allah tidak akan berkata-kata dengan mereka dan

⁶ Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al Qur'an dan Terjemahannya...*, hlm. 25

tidak akan melihat kepada mereka pada hari kiamat dan tidak (pula) akan mensucikan mereka bagi mereka azab yang pedih.” (QS. Al ‘Imran: 77)⁷

Pendistribusian yang dilakukan oleh Konveksi Mukena Bordir Tulungagung dilakukan dengan cara pengiriman melalui jasa pengiriman yang ditujukan kepada reseller Konveksi Mukena Bordir Tulungagung di beberapa daerah. Pendistribusian barang dilakukan sesuai dengan pemesanan.

Ketepatan waktu juga diperhitungkan oleh pemilik konveksi, serta keamanan barang saat pengiriman kepada reseller supaya nanti tidak terjadi adanya komplain mengenai kerusakan barang yang disebabkan dalam proses pengiriman. Memberikan pelayanan yang baik dan memberikan kesenangan untuk pelanggan merupakan salah satu sifat Rasulullah yang sudah diterapkan di Konveksi Mukena Bordir Tulungagung, dengan pelayanan yang baik dan juga fasilitas yang mempermudah konsumen untuk bertransaksi

⁷ Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al Qur'an dan Terjemahannya...*, hlm. 59