

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil PT. Gemilang Logam

a. Sejarah

Gemilang Logam berdiri sejak tahun 2005. Sebelum menjadi nama Gemilang Logam, perusahaan ini dulunya berkecimpung di perdagangan logam (stenlis, plat, galvalume, dll). Selain itu, pemilik juga menimbun rongsokan/limbah stenlis/plat dari berbagai perusahaan alat dapur yang ada di Desa Ngunut. Setelah beberapa tahun merintis usaha, akhirnya pemilik perusahaan ini memberikan nama dengan sebutan UD. Gemilang Logam. Karena pada saat itu masih jual – beli logam dan hanya menjual kembali rongsokan/limbah yang telah ditimbun ke pabrik besar yang ada di Mojokerto. Sesuai dengan ungkapan pemilik :

“Saya dulu sebenarnya tidak menyangka jika bisa mendirikan perusahaan alat dapur seperti ini. Dulunya hanya berjualan stenlis dan plat bahan baku saja. Karena saya melihat potensi pada diri saya dan keadaan pada saat itu, saya memutuskan untuk memproduksi sendiri. Dulu saya hanya memproduksi satu item saja, dan saya sendiri yang mengenalkan produk saya ke pasar ditemani oleh paman saya. Pada saat itu belum ada sosmed untuk mengenalkan produk secara luas, jadi saya harus blusukan sendiri menawarkan ke pedagang di pasar.”¹⁰³

Dan setelah beberapa tahun kemudian, dengan adanya motivasi dan dorongan dari luar, pemilik perusahaan ini mencoba memproduksi alat dapur sendiri. Karena menurut pemilik, mulai dari bahan baku sampai rongsokan/limbah dari bahan logam ini selalu menghasilkan keuntungan.

¹⁰³ Wawancara dengan Bapak Yoyon *Selaku Pemilik PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00.

Berawal dari coba – coba, ternyata pemilik berhasil menembus berbagai segmentasi pasar. Baik dari kalangan bawah, menengah, maupun atas. Penawaran yang dilakukan pemilik dulu pun menggunakan system *face to face* dan pemilik terjun langsung ke lapangan (pasar) untuk melihat situasi dan kondisi.

Setelah melalui proses demi proses, pemilik akhirnya memetik hasil jerih payah yang dilakukan dan mendapatkan hasil yang memuaskan. Produk tersebut di kenal oleh masyarakat luas. Sehingga pemilik berusaha melegalkan status perusahaan menjadi PT. Gemilang Logam. Melalui proses yang cukup panjang, produk – produk yang diproduksi menjadi berbagai macam alat dapur, contohnya seperti: serok, sotel, irus, tungku kompor, asbak, parut, dan panggangan ikan.

Produk dari PT. Gemilang Logam ini sudah tersebar luas di Pulau Jawa oleh beberapa kolega terdekat, bahkan distributor juga mampu menjual produk dari PT. Gemilang Logam sampai ke Lampung, Bali, Kalimantan, dan Nusa Tenggara. Produk tersebut cepat meluas karena alat dapur merupakan kebutuhan pelengkap yang dibutuhkan rumah tangga untuk melengkapi kebutuhan dapurnya. Dan kualitas yang disajikan pun tidak asal – asalan. Sehingga dari tahun ke tahun usaha yang dirintis pemilik tersebut mampu mempertahankan eksistensinya.

b. Visi dan Misi

Visi : Menjadi produsen dan distributor alat dapur yang berkualitas dan mampu bertahan menghadapi persaingan bisnis serupa.

Misi :

- Mampu menciptakan lapangan kerja
- Memproduksi barang yang berkualitas
- Mengutamakan pelayanan

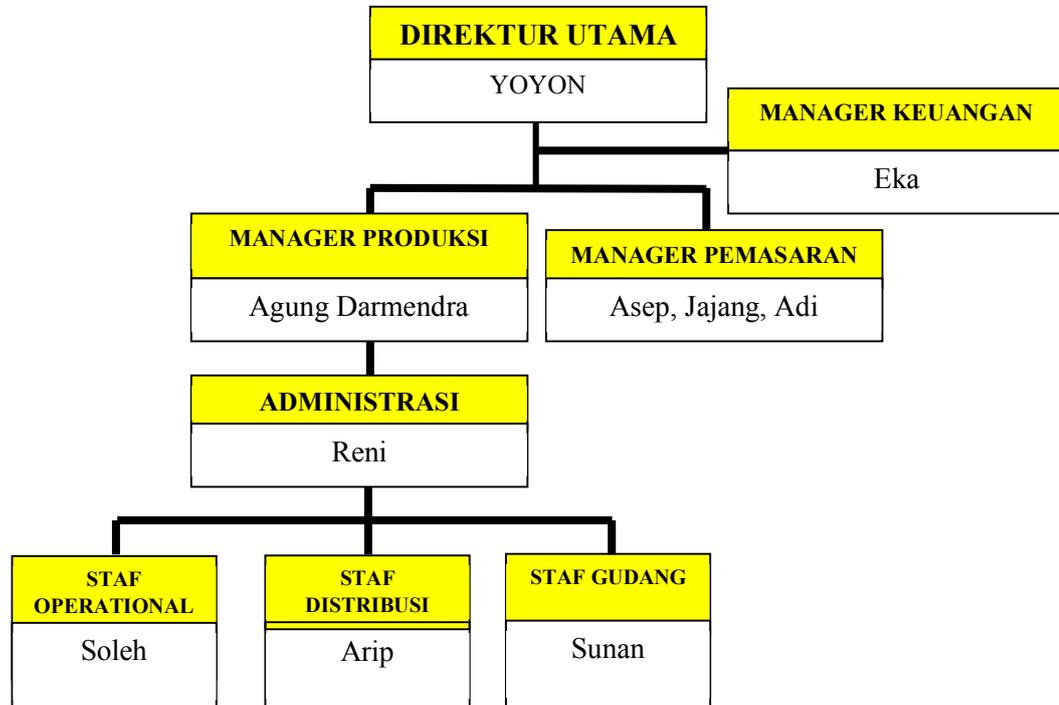
c. Tujuan

Adapun tujuan dari pendirian perusahaan PT. Gemilang Logam adalah sebagai berikut:

- Untuk memberikan lapangan kerja bagi masyarakat lingkungan sekitar agar mempunyai kesibukan dan penghasilan tetap
- Menghindari angka kejahatan yang disebabkan adanya pengangguran di sekitar
- Membantu perekonomian warga
- Bagi pemilik, dari keuntungan produksi tersebut diharapkan mampu untuk menunjang kebutuhan untuk bertahan hidup
- Sebagai produsen barang yang dibutuhkan masyarakat

d. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
STRUKTUR ORGANISASI PT. GEMILANG LOGAM



Pentingnya struktur organisasi bagi perusahaan dan hubungannya dengan pemasaran adalah sebagai alat yang digunakan untuk mengarahkan supaya perusahaan lebih mampu untuk memproduksi barang sesuai dengan kebutuhan. Karena pengertian struktur organisasi merupakan pembagian tugas/wewenang dan tanggung jawab dengan menggunakan skema lini organisasi (wilayah kerja). Struktur organisasi ini dibuat dengan tujuan supaya anggota atau karyawan mampu melaksanakan tanggung jawabnya dengan sebaik mungkin.

Oleh karena itu, system organisasi yang tepat mampu menciptakan komunikasi dan hubungan yang harmonis bagi setiap anggota kerjanya

maupun dengan anggota lain demi mencapai kepentingan bersama. Dari pemaparan tentang struktur organisasi di atas, dapat diuraikan pembagian tugas dan tanggung jawab masing – masing dalam perusahaan PT. Gemilang Logam sebagai berikut:

a) Direktur Utama/ Pimpinan

Tugas utama dari seorang direktur utama/ pimpinan dari perusahaan adalah:

1. Mengorganisasi Visi dan Misi perusahaan secara keseluruhan
2. Menunjuk orang untuk menjadi divisi tertentu
3. Menyusun formula dan strategi bisnis yang lebih baik
4. Mengevaluasi tiap kekurangan – kekurangan yang ada di perusahaan

b) Manager Keuangan

Tugas dari seorang manager keuangan bagi perusahaan adalah:

1. Membuat perencanaan kegiatan keuangan perusahaan
2. Bertanggungjawab dalam pengambilan keputusan tentang keuangan
3. Memajukan keuangan perusahaan
4. Mengontrol dana perusahaan
5. Mengelola fungsi akuntansi

c) Manager Produksi

Tugas dari seorang manager produksi bagi perusahaan adalah:

1. Melakukan perencanaan dan pengorganisasian jadwal produksi
2. Menentukan standar control kualitas
3. Mengawasi proses produksi
4. Menjadi penghubung dengan pembeli, pemasaran, dan staff penjualan
5. Mengorganisir perbaikan dan pemeliharaan rutin peralatan produksi
6. Mengawasi pekerjaan staff junior

d) Manager Pemasaran

Tugas dari seorang manager pemasaran bagi perusahaan adalah:

1. Mengoordinasikan strategi pemasaran
2. Mencoba proses *marketing* baru
3. Membina bagian pemasaran untuk terus menyebarluaskan produk
4. Membuat laporan pemasaran kepada direksi

e) Bagian Administrasi

Tugas dari bagian administrasi bagi suatu perusahaan adalah:

1. Mengatur dan menyusun masalah administrasi perusahaan
2. Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan dibidang administrasi pembelian, perdagangan, dan tenaga kerja

3. Membayar tagihan – tagihan

f) Staff Operasional

Tugas dari bagian staff operasional bagi suatu perusahaan adalah:

1. Pengabsenan karyawan
2. Pengurusan operasional kantor
3. Pengurusan legalitas perusahaan
4. Pembuatan segala izin perusahaan

g) Staff Distribusi

Tugas dari bagian staff distribusi bagi suatu perusahaan adalah:

1. Mengecek barang sebelum diantar ke lapangan
2. Mendistribusikan produk ke pelanggan

h) Staff Gudang

Tugas dari bagian staff gudang bagi suatu perusahaan adalah:

1. Mempersiapkan pesanan konsumen agar selesai tepat waktu
2. Menenerima dan memproses stok gudang yang masuk
3. Melakukan control kualitas terhadap barang yang masuk
4. Menjalankan standar layanan dan menjunjung tinggi kualitas.

e. Jumlah karyawan

Laki – laki : 18 orang

Perempuan : 3 orang

Total : 21 orang

f. Produk PT. Gemilang Logam

Selama kurang lebih 10 tahun perusahaan ini berdiri, produk – produk yang dihasilkan dari tahun ke tahun mengalami perkembangan, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Pengembangan Produk PT. Gemilang Logam

Tahun	Produk
2011	Sotel Tanggung Tanpa Lubang
	Sotel Box Tanpa Lubang
2012	Sotel Tanggung Lubang
	Sotel Box Lubang
	Sotel Bagong Tanpa Lubang
	Sotel Bagong Lubang
	Sotel Leher Pendek Tanpa Lubang
2013	Sotel Leher Pendek Lubang
	Serok Jumbo
	Serok Besar
	Serok Tanggung
	Serok Bawang
	Irus Jumbo
	Irus Besar
2014	Irus Tanggung
	Irus Sayur
	Tungku Kompor Covina Electroplating
2015	Tungku Kompor Bulat Electroplating
	Tungku Kompor Bulat Cat
	Tungku Kompor Rinnai Cat Kaki 4
2016	Tungku Kompor Covina Cat
	Irus Cuing (paling kecil)
	Asbak Electroplating
2017	Asbak Stenlis
	Tungku Kompor Rinnai Corak Kaki 4
2018	Tungku Kompor Rinnai Cat Kaki 6
	Asbak Warna – warni
2020	Tungku Kompor Rinnai Corak Kaki 6
	Tungku Kompor Bulat Corak

g. Harga Produk PT. Gemilang Logam

Sesuai dengan bahan dan kualitas dari produk, perusahaan ini memberikan harga sesuai dengan keadaan. Tetapi, harga akan berubah jika suatu saat harga bahan pokok produksi mengalami kenaikan. Jadi harga yang diberikan perusahaan ini untuk tiap produknya berbeda – beda, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 4.2
Daftar Harga Produk PT. Gemilang Logam

Produk	Harga
Sotel Tanggung Tanpa Lubang	Rp. 38.000
Sotel Tanggung Lubang	Rp. 39.000
Sotel Box Tanpa Lubang	Rp. 52.000
Sotel Box Lubang	Rp. 51.000
Sotel Bagong Tanpa Lubang	Rp. 20.500
Sotel Bagong Lubang	Rp. 21.500
Sotel Leher Pendek Tanpa Lubang	Rp. 20.500
Sotel Leher Pendek Lubang	Rp. 21.500
Sotel Ontak	Rp. 19.000
Serok Jumbo	Rp. 94.000
Serok Besar	Rp. 65.000
Serok Tanggung	Rp. 30.000
Serok Bawang	Rp. 23.000
Irus Jumbo	Rp. 55.000
Irus Besar	Rp. 55.000
Irus Tanggung	Rp. 45.000
Irus Cuing	Rp. 27.000
Irus Sayur	Rp. 19.000
Asbak Electroplating	Rp. 20.000
Asbak Stenlis	Rp. 25.000
Asbak Warna	Rp. 25.000
Tungku Kompor Rinnai Lurik	Rp. 200.000
Tungku Kompor Bulat Lurik	Rp. 200.000
Tungku Kompor Rinnai Kaki 6	Rp. 190.000
Tungku Kompor Rinnai Hitam	Rp. 135.000
Tungku Kompor Bulat Hitam	Rp. 130.000
Tungku Kompor Kovina	Rp. 130.000

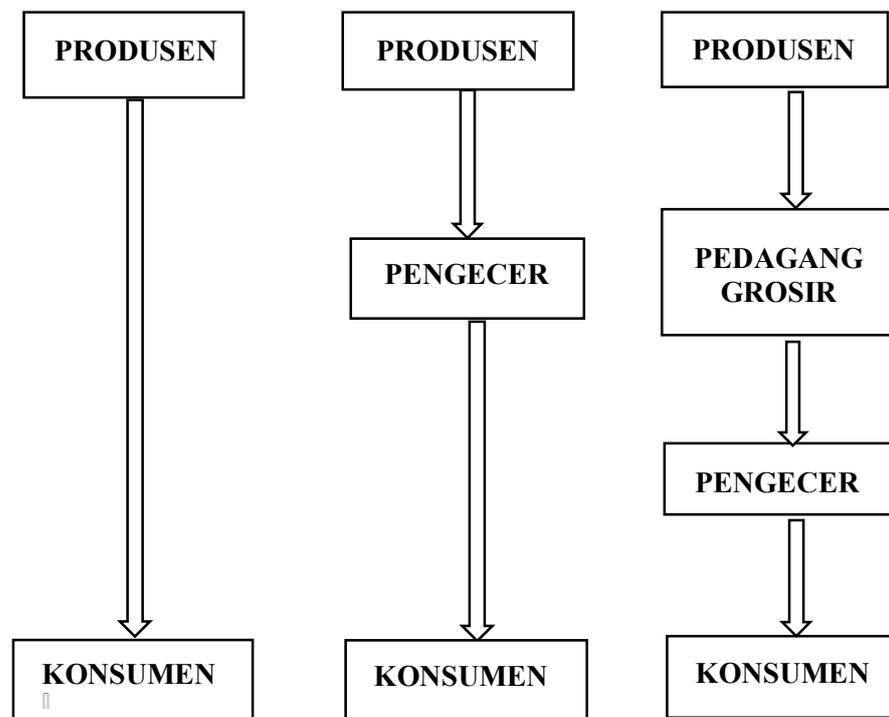
h. Promosi

Untuk saat ini perusahaan cara promosinya masih menggunakan cara *offline*. Tetapi, pemilik perusahaan pernah mengikuti misi dagang yang diselenggarakan oleh pemerintah Provinsi Jawa Timur. Dimana hal tersebut membawa dampak baik bagi perusahaan, yaitu produk ini bisa dikenal hingga ke luar Pulau Jawa. Karena misi dagang ini bertujuan membangun jejaring konektivitas perdagangan antara Jawa Timur dengan Luar Pulau yang akan dijangkau.

Kegiatan tersebut diikuti pemilik selama beberapa kali. Pada saat itu pemerintah provinsi menganjurkan untuk membawa brosur yang berisi semua produk – produk yang diproduksi oleh perusahaan. Tidak secara langsung kegiatan tersebut juga termasuk promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Selain dengan mengikuti kegiatan itu, perusahaan ini terus gencar memperluas pasar dengan cara mengenalkan produk ke tiap – tiap kota yang ada di Pulau Jawa.

i. Saluran Distribusi/tempat

Gambar 4.2
Saluran Distribusi PT. Gemilang Logam



Saluran distribusi yang dilakukan oleh perusahaan selama ini adalah seperti yang tertera pada skema di atas. Di mana ada tiga tipe saluran distribusi yang dilakukan. Yang semuanya berakhir pada konsumen yang memiliki manfaat penuh akan produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

B. Temuan Penelitian

Dalam pembahasan ini, peneliti akan menguraikan hasil Penelitian Bauran Pemasaran Syariah Alat Dapur PT. Gemilang Logam dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan. Pendekatan strategi *marketing mix* 4P ini digunakan hasil

penelitian mengacu pada teori ilmiah, focus penelitian dan pedoman wawancara yang dilakukan peneliti dibuat dengan cara pendeskripsian penelitian, karena dinilai lebih spesifik. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dan didapatkan secara langsung ke lapangan guna mendapatkan hasil yang maksimal.

Dalam strategi pemasaran pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) dimana hal tersebut sering digunakan dalam kegiatan pemasaran lain, dan dinilai mampu mengendalikan perusahaan sehingga mampu mempengaruhi tingkat reaksi konsumen terhadap suatu produk. Pada bauran pemasaran syariah alat dapur PT. Gemilang Logam dalam upaya meningkatkan volume penjualan dengan studi kasus yang dilakukan di Desa Pulosari Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung ini menguraikan beberapa upaya strategi yaitu: a) Produk; b) Harga; c) Saluran Distribusi; d) Promosi. Dalam penjelasan teori sebelumnya dalam kegiatan penelitian ini peneliti akan menguraikan strategi pemasaran yang dilakukan PT. Gemilang Logam.

1. Penerapan Strategi *Product* (produk) Bauran Pemasaran Syariah Pada PT. Gemilang Logam

Produk merupakan suatu bentuk benda berwujud (barang) maupun tidak berwujud (jasa) yang dapat ditawarkan kepada konsumen karena memiliki nilai fungsi bagi yang membutuhkan. Produk menjadi icon tersendiri bagi konsumen untuk mengenali produk secara pasti, sehingga produk memiliki peran dalam penilaian

terhadap kualitas yang dilihat oleh konsumen. Selain itu produk yang sesuai adalah produk yang ditawarkan produsen kepada sedemikian rupa sama bentuknya dengan apa yang sudah diterima oleh konsumen. Seperti halnya dengan PT. Gemilang Logam yang terletak di Desa Pulosari Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung, strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan ini dengan memperhatikan kualitas, pelayanan, dan pengembangan produk. Seperti hal yang diungkapkan oleh Bapak Yoyon selaku pemilik PT. Gemilang Logam:

“Disini kualitas lebih diutamakan, baik kualitas barang maupun kualitas pelayanan. Dari kualitas barang hal yang perlu diperhatikan adalah bahan baku. Jika bahan bakunya bagus produk yang dihasilkan juga akan bagus. Kita tidak boleh memberikan produk yang asal – asalan pada konsumen. Kita harus berikan yang terbaik untuk konsumen. Supaya kita sama – sama menerima pada saat transaksi.”¹⁰⁴

Ungkapan serupa oleh Bapak Sunan selaku karyawan:

“Produk diperusahaan ini kualitasnya selalu kita jaga, pada saat pembuatan, pengemasan, bahkan pada saat akan dikirim. Jika ada barang rusak itu pemilik memberikan catatan kepada kami supaya ada perbaikan lagi kedepannya.”¹⁰⁵

Ungkapan serupa oleh Bapak Adi selaku distributor:

“Produk yang diproduksi oleh perusahaan ini mudah diterima oleh pasar. Semua yang dihasilkan menjadi *best seller* apalagi pada produk tungku kompornya. Warnanya menarik dan memiliki corak, sehingga membuat konsumen tertarik.”¹⁰⁶

Ungkapan serupa oleh Ibu Syamsiah selaku konsumen:

¹⁰⁴ Wawancara dengan Bapak Yoyon *Selaku Pemilik PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00

¹⁰⁵ Wawancara dengan Bapak Sunan *Selaku Karyawan PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00.

¹⁰⁶ Wawancara dengan Bapak Adi *Selaku Distributor PT. Gemilang Logam*, Pada 29 Mei 2021 pada pukul 11.00

“Produknya sangat berkualitas dapat dilihat dari keawetan. Rusaknya dalam jangka waktu yang lama.”¹⁰⁷

Selain kualitas, dalam menjalankan kegiatannya perusahaan alat dapur PT. Gemilang Logam juga memperhatikan pelayanan dengan menawarkan garansi produk, dan memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen. Seperti hal yang diungkapkan oleh Bapak Yoyon selaku pemilik PT. Gemilang Logam:

“Untuk kualitas pelayanan jika ada barang yang rusak atau cacat akan diganti dengan barang yang baru atau bisa ditukar dengan uang senilai barang. Kita melayani pembeli disini dilakukan dengan rasa saling bantu dan saling membutuhkan.”¹⁰⁸

Ungkapan serupa oleh Bapak Sunan selaku karyawan:

“Jika ada cacat pada produk kita evaluasi lagi kok bisa produk cacat apa penyebabnya. Setelah adanya evaluasi nanti kita ada perbaikan terhadap produk tersebut supaya tidak ada lagi kerusakan pada produk yang dihasilkan.”¹⁰⁹

Ungkapan serupa oleh Bapak Adi selaku distributor:

“Di perusahaan ini juga memberikan garansi terhadap barang yang rusak, bisa ditukar barang atau ditukar uang.”¹¹⁰

Ungkapan serupa oleh Ibu Syamsiah selaku konsumen:

“Saya suka beki disana karena pelayanannya baik, meskipun saya hanya beli ecer 1 atau 2 tetap dilayani. Malah kadang juga dikasih.”¹¹¹

¹⁰⁷ Wawancara dengan Ibu Syamsiah *Selaku Konsumen PT. Gemilang Logam*, Pada 05 Juni 2021 pada pukul 10.00

¹⁰⁸ Wawancara dengan Bapak Yoyon *Selaku Pemilik PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00

¹⁰⁹ Wawancara dengan Bapak Sunan *Selaku Karyawan PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00.

¹¹⁰ Wawancara dengan Bapak Adi *Selaku Distributor PT. Gemilang Logam*, Pada 29 Mei 2021 pada pukul 11.00

¹¹¹ Wawancara dengan Ibu Syamsiah *Selaku Konsumen PT. Gemilang Logam*, Pada 05 Juni 2021 pada pukul 10.00

Selain pelayanan, dalam menjalankan kegiatan perusahaan alat dapur PT. Gemilang Logam juga selalu melakukan pengembangan produk dengan melakukan inovasi produk pada setiap tahunnya. Hal ini dilakukan supaya konsumen bisa memilih produk baru yang ada pada perusahaan ini. Seperti hal yang diungkapkan oleh Bapak Yoyon selaku pemilik PT. Gemilang Logam:

“Selain kualitas kita juga selalu melakukan pengembangan produk. Pengembangannya dilakukan dengan cara inovasi produk, ini biasanya dilakukan setiap tahun. Pembaharuan terus dilakukan supaya produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini semakin banyak. Inovasi dilakukan supaya ada pembeda produk saya dengan produk kompetitor elain itu agar konsumen tidak bosan dengan produk yang kita hasilkan.”¹¹²

Ungkapan serupa oleh Bapak Sunan selaku karyawan:

“Pengembangan produk ini dilakukan setiap tahun. Jika tahun ini ada ada pengembangan produk pada tungku kompor dan irus, ditahun kedepannya ada pengembangan lagi sotel dan asbak. Jadi produknya itu selalu bertambah.”¹¹³

Ungkapan serupa oleh Bapak Adi selaku distributor:

“Produk yang dihasilkan di perusahaan ini sangat banyak sekali. Karena tiap tahun ada saja produk baru yang dibuat. Sampai saya yang mana yang harus saya jual dulu. Karena kualitas juga oke semua.”¹¹⁴

Berdasarkan pernyataan – pernyataan di atas dapat diketahui terdapat beberapa strategi bauran produk yang diterapkan pada perusahaan ini, yaitu dengan memperhatikan kualitas, pelayanan, dan

¹¹² Wawancara dengan Bapak Yoyon *Selaku Pemilik PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00

¹¹³ Wawancara dengan Bapak Sunan *Selaku Karyawan PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00.

¹¹⁴ Wawancara dengan Bapak Adi *Selaku Distributor PT. Gemilang Logam*, Pada 29 Mei 2021 pada pukul 11.00

pengembangan terhadap produk. Selain itu, perusahaan ini juga menerapkan bagaimana produk tersebut mendapatkan nilai plus berupa syariah. Sehingga apa yang sudah dilakukan perusahaan ini sudah dipertimbangkan sesuai dengan kaidah Islam.

2. Penerapan Strategi *Price* (harga) Bauran Pemasaran Syariah Pada PT. Gemilang Logam

Harga adalah ukuran nilai suatu barang atau jasa yang dapat ditukar dengan sejumlah uang. Dari harga yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen secara tidak langsung memberikan dampak penilaian baik buruk kualitas dari produk tersebut. Strategi harga pada perusahaan ini dilakukan melalui penetapan harga jual yang sesuai agar perusahaan tidak merugi. Produk – produk yang dijual pada perusahaan ini harga yang diberikan sesuai dengan kualitas dan tingkat segmentasi pasar. Karena penentuan harga haruslah adil, sebab keadilan merupakan prinsip dasar dalam transaksi yang islami. Di perusahaan ini ada harga yang murah, menengah, dan mahal. Semua tergantung jenis bahan, tingkat kesulitan produksi lain lain – lain. Seperti yang diungkapkan Bapak Yoyon selaku pemilik PT. Gemilang Logam:

”Untuk harga setiap produk itu berbeda – beda, karena ukurannya juga berbeda, bahan baku yang digunakan memiliki ketebalan berbeda. Biaya produksinya per item juga berbeda – beda. Jadi untuk harga kita klasifikasikan.”¹¹⁵

Ungkapan serupa oleh Bapak Sunan selaku karyawan:

¹¹⁵ Wawancara dengan Bapak Yoyon *Selaku Pemilik PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00

“Kalau harga produk itu menyesuaikan biasanya. Karena disini produk yang dibuat bermacam – macam. Jadi harganya beda – beda.”¹¹⁶

Ungkapan serupa oleh Bapak Adi selaku distributor:

“PT. Gemilang Logam sudah memberikan harga yang sesuai dengan kualitas barang. Harga yang diberikan juga tidak hanya itu itu saja, kadang harga juga dikurangi kalau misal saya order banyak.”¹¹⁷

Ungkapan serupa oleh Ibu Syamsiah selaku konsumen:

“Harganya sangat terjangkau khususnya bagi ibu rumah tangga.”¹¹⁸

Selain tentang penentuan harga, dalam pengelolaan harga perusahaan alat dapur PT. Gemilang Logam juga selalu melakukan persaingan harga pasar. Hal ini dilakukan supaya perusahaan tetap mampu bersaing di pasar. Seperti hal yang diungkapkan oleh Bapak Yoyon selaku pemilik PT. Gemilang Logam:

“Di pasar itu banyak sekali produk yang serupa dan dengan harga yang sama, kita harus pandai – pandai menyiasati dan harus berani berperang harga di pasar. Kalau kita tidak bisa mengatur itu semua, produk kita bisa tersingkirkan oleh produk lain. Jadi saya menawarkan harga mulai dari Rp. 20.000/losin untuk produk yang murah, dan di atas harga Rp. 40.000/losin untuk produk yang kualitasnya lebih baik. Jika harga bahan baku dari pabrik naik, biasanya harga jual produk juga akan naik. Tergantung produk apa yang bahan bakunya naik. Itu semua sudah kita perhitungkan, jadi tidak ada unsur yang kurang baik dalam penentuan harga jual, contohnya riba.”¹¹⁹

Ungkapan serupa oleh Bapak Sunan selaku karyawan:

¹¹⁶ Wawancara dengan Bapak Sunan *Selaku Karyawan PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00

¹¹⁷ Wawancara dengan Bapak Adi *Selaku Distributor PT. Gemilang Logam*, Pada 29 Mei 2021 pada pukul 11.00

¹¹⁸ Wawancara dengan Ibu Syamsiah *Selaku Konsumen PT. Gemilang Logam*, Pada 05 Juni 2021 pada pukul 10.00

¹¹⁹ Wawancara dengan Bapak Yoyon *Selaku Pemilik PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00

“Pengaruh harga yang diberikan pada perusahaan ini cukup besar terhadap daya beli konsumen. Dimana harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Factor lain yang mempengaruhi harga yang diberikan untuk konsumen ini antara lain: 1) Kualitas bahan baku yang digunakan; 2) Biaya operasional saat produksi; 3) Biaya transportasi pada saat pengiriman.”¹²⁰

Ungkapan serupa oleh Bapak Adi selaku distributor:

"Harga yang diberikan PT. Gemilang Logam kepada distributor termasuk saya, saya kira sudah standar sesuai dengan kondisi barang. Tapi terkadang yang susah pada saat kenaikan harga produk akan berdampak pada penjualan produk di pasar. Tapi dengan harga yang diberikan perusahaan ini saya tetap bisa menguasai pasar karena kembali lagi ke kualitas barangnya.”¹²¹

Dari pernyataan – pernyataan di atas, dapat diketahui bahwa untuk memperlancar penjualan penentuan harga yang tepat, perlu dilakukan. Selain itu melihat peluang perusahaan untuk mengalahkan kompetitor juga perlu dilakukan, supaya produk tetap bertahan di pasar dan memiliki harga yang stabil. Yang terpenting penentuan harga tersebut harus dilakukan secara adil dan melihat kondisi situasi tertentu.

3. Penerapan Strategi *Place* (tempat/ saluran distribusi) Bauran Pemasaran Syariah Pada PT. Gemilang Logam

Tempat sebagai saluran distribusi adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. Dalam pandangan Islam konsep distribusi berfungsi untuk meningkatkan dan membagikan hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan

¹²⁰ Wawancara dengan Bapak Sunan *Selaku Karyawan PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00

¹²¹ Wawancara dengan Bapak Adi *Selaku Distributor PT. Gemilang Logam*, Pada 29 Mei 2021 pada pukul 11.00

dapat ditingkatkan. Fungsi distribusi ini bertujuan untuk mempercepat laju perjalanan barang/produk sampai ke tujuan. Strategi yang dilakukan perusahaan ini adalah terletak pada tempat dan saluran distribusi. Seperti ungkapan Bapak Yoyon selaku pemilik PT. Gemilang Logam:

“Untuk perusahaan ini sudah strategis dan angkutan roda empat seperti truk mobil box bisa masuk. Untuk tempat atau lokasi pengambilan bahan baku, saluran distribusi, lokasi kegiatan produksi, hingga lokasi penyimpanan barang jadi, kita buat sebaik mungkin dan seefisien mungkin supaya tidak memakan banyak waktu dan mudah dijangkau.”¹²²

Ungkapan serupa oleh Bapak Sunan selaku karyawan:

“Tempat (saluran distribusi) di PT. Gemilang Logam ini sudah strategis. Di dalam kota, di luar kota, di luar provinsi, di luar Pulau Jawa dapat dijangkau alat transportasi dengan mudah, sebab dekat dengan jalan raya.”¹²³

Ungkapan serupa oleh Bapak Adi selaku distributor :

“Untuk lokasi pabrik, menurut saya sudah sangat strategis, karena bisa dijangkau truk maupun mobil box.”¹²⁴

Ungkapan serupa oleh Ibu Syamsiah selaku konsumen:

“Pemilihan tempat yang ada di pinggir jalan raya sangat strategis sehingga mudah dijangkau oleh semua orang.”¹²⁵

Selain tentang tempat sebagai lokasi usaha, pada perusahaan alat dapur PT. Gemilang Logam juga menjadikan indikator *place* sebagai

¹²² Wawancara dengan Bapak Yoyon *Selaku Pemilik PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00

¹²³ Wawancara dengan Bapak Sunan *Selaku Karyawan PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00

¹²⁴ Wawancara dengan Bapak Adi *Selaku Distributor PT. Gemilang Logam*, Pada 31 Mei 2021 pada pukul 10.00

¹²⁵ Wawancara dengan Ibu Syamsiah *Selaku Konsumen PT. Gemilang Logam*, Pada 05 Juni 2021 pada pukul 10.00

saluran distribusi. Hal ini dilakukan supaya perusahaan tetap mampu bersaing di pasar. Seperti hal yang diungkapkan oleh Bapak Yoyon selaku pemilik PT. Gemilang Logam:

“Untuk penyaluran produk ke distributor, saya kirim 2 kali seminggu memakai truk pribadi untuk meminimalisir kerusakan produk saat dikirim. Tapi ada juga distributor yang mengambil langsung ke tempat saya. Tidak sedikit juga konsumen akhir datang ke tempat saya untuk membeli produk. Biasanya ada tungku kompor dirumahnya rusak, terus mereka beli hanya 1 biji.”¹²⁶

Ungkapan serupa oleh Bapak Adi selaku distributor:

“Selama saya berlangganan di PT. Gemilang Logam, semua berjalan dengan baik. Baik kecepatan dan ketepatan produk hingga ke tangan konsumen. Ya terkadang ada produl yang sedikit lecet tapi itu semua tidak berpengaruh. Kemasan yang diterima pun masih sama dengan kondisi saat di pabrik, jadi saat penyaluran barang pun masih terjaga kualitasnya.”¹²⁷

Dari pernyataan – pernyataan di atas dapat diketahui bahwa *place* (tempat)/saluran distribusi juga menjadi kunci pada perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran supaya menyesuaikan terhadap kompetitor. Mulai dari pemilihan lokasi usaha, tempat pengambilan bahan baku, bagaimana bahan baku diolah sampai menjadi produk baru, penyimpanan barang setengah jadi hingga bahan jadi, dan ketepatan produk sampai ke tangan konsumen (pendistribusian). Itu semua juga termasuk dalam strategi pendistribusian produk sampai ke tangan

¹²⁶ Wawancara dengan Bapak Yoyon *Selaku Pemilik PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00.

¹²⁷ Wawancara dengan Bapak Adi *Selaku Distributor PT. Gemilang Logam*, Pada 31 Mei 2021 pada pukul 10.00

konsumen, sehingga konsumen pun bisa merasakan pelayanan yang baik dari perusahaan.

4. Penerapan Strategi *Promotion* (promosi) Bauran Pemasaran Syariah Pada PT. Gemilang Logam

Promosi merupakan cara yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengenalkan produk atau jasa pada suatu perusahaan yang bertujuan untuk menarik konsumen supaya mau membeli atau mengkonsumsi produk tersebut dan mampu meningkatkan penjualan. Strategi promosi yang dilakukan adalah memasarkan dengan cara *offline*. Seperti ungkapan Bapak Yoyon selaku pemilik PT. Gemilang Logam:

“Dari dulu sampai sekarang saya belum pernah promosi menggunakan *online*, karena yang saya produksi itu alat dapur stenlis bukan barang cina yang berbahan plastik melamin warna – warni yang mencolok sehingga lihat gambar saja sudah tertarik. Promosi yang saya gunakan ini istilahnya ngetrendnya *face to face*, yaitu memperkenalkan produk dengan cara terjun langsung ke lapangan. Jadi konsumen bisa percaya akan kebenaran dan keberadaan produk yang kita buat.”¹²⁸

Ungkapan serupa oleh Bapak Adi selaku karyawan :

“Untuk promosi yang saya lakukan menggunakan *offline* atau *online* itu kalau menurut saya relatif, tergantung pangsa pasar masing – masing distributor, kalau pasaran lokal saya lebih baik *offline*, karena kalau sudah bertatap muka langsung dengan konsumen itu ada kesan tersendiri kalau menurut saya. Bisa *sharing* juga tentang produk apa saja yang laku keras di dalam pasar, selain itu kita bisa melihat tingkat kepuasan konsumen terhadap barang yang akan dibeli bisa terjamin. Tapi kalau penjualan nasional menurut saya menggunakan cara *online* lebih baik.”¹²⁹

¹²⁸ Wawancara dengan Bapak Yoyon Selaku Pemilik PT. Gemilang Logam, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00.

¹²⁹ Wawancara dengan Bapak Adi Selaku Distributor PT. Gemilang Logam, Pada 31 Mei 2021 pada pukul 10.00

Berdasarkan pernyataan yang dipaparkan oleh beberapa narasumber dapat disimpulkan jika promosi yang digunakan oleh narasumber yang paling efektif dan dapat diterima langsung oleh konsumen adalah dengan sistem *offline face to face*. Karena konsumen lebih suka diberikan *example* produk dari pada gambar produk. Promosi ini dilakukan benar sesuai dengan adanya. Tidak melebihi – lebihkan dan tidak hanya omong kosong belaka. Tapi promosi ini dilakukan dengan membrikan contoh langsung akan produk yang dibuat oleh perusahaan ini.

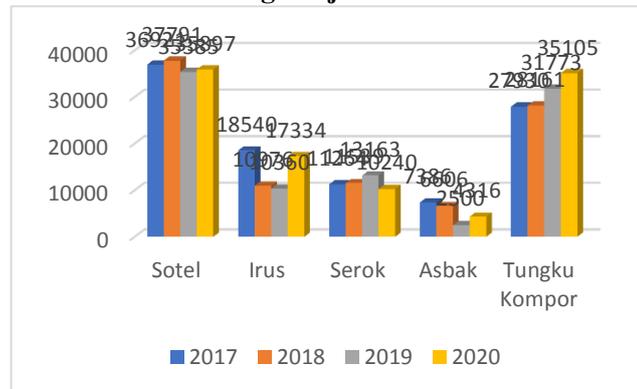
5. Dampak Penerapan Bauran Pemasaran Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Gemilang Logam

Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran dengan menerapkan 4P ini mampu meningkatkan volume penjualan pada PT. Gemilang Logam. Dapat dilihat dari grafik penjualan selama 4 tahun terakhir:

Grafik 4.1
Data Peningkatan Volume Penjualan 2017 - 2020



Grafik 4.2
Jumlah Produk Yang Terjual Tahun 2017 - 2020



Berdasarkan grafik di atas bahwa terdapat peningkatan penjualan pada periode tahun 2017 – 2020. Hal tersebut membuktikan bahwa dengan menerapkan strategi pemasaran 4P yang tepat dapat meningkatkan volume penjualan pada tiap tahunnya. Seperti ungkapan Bapak Yoyon selaku pemilik:

“Tiap tahunnya pasti mengalami peningkatan penjualan. Apalagi dengan menerapkan bauran pemasaran syariah ini mampu memberikan dampak baik bagi perusahaan. Alhamdulillah apalagi setelah kita menerapkan pemasaran syariah ini lebih menambah kolega dan keberkahan pada usaha ini.”¹³⁰

C. Analisis Penelitian

Pada umumnya aktifitas di suatu lembaga maupun perusahaan pasti membutuhkan perencanaan secara sistematis dalam segala hal. Segala aktifitas tersebut akan terjadwal secara terstruktur jika mempunyai aturan rancangan kerja dalam mencapai tujuan suatu lembaga maupun perusahaan, mulai dari struktur

¹³⁰ Wawancara dengan Bapak Yoyon *Selaku Pemilik PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00

organisasi lembaga, jadwal kegiatan, rencana tindak lanjut, maupun rencana kerja yang sedang dilakukan dan yang akan dilakukan untuk kedepannya.

1. Penerapan Strategi *Product* (produk) Bauran Pemasaran Syariah Pada PT. Gemilang Logam

Penerapan yang dilakukan PT. Gemilang Logam terhadap produk adalah dengan cara tetap mempertahankan kualitas, memberikan pelayanan prima, dan selalu melakukan pengembangan produk. Hal tersebut dilakukan untuk menghadapi persaingan yang semakin hari semakin banyak. Dalam hal ini yang sangat perlu dipantau adalah karyawan, jika karyawan tidak telaten dan teliti menggarap produk, maka yang terjadi adalah penurunan dari kualitas produk. Karena untuk alat dapur itu pengemasannya tidak satu persatu, melainkan perlosin atau perkodi.

Jadi, pengemasannya harus dihitung secara manual tidak boleh kurang dan tidak boleh lebih. Itu semua dilakukan untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Selain itu, PT. Gemilang Logam juga mengedepankan pelayanan terhadap konsumen. Jika ada barang yang perusahaan tersebut memberikan garansi penukaran barang (retur) atau mengembalikan uang sejumlah harga barang yang akan ditukar.

Selain itu perusahaan ini juga mengedepankan etika bisnis Islam dimana harus memberikan produk yang terbaik supaya pada kedua belah

pihak antara penjual dan pembeli tidak ada rasa mengganjal. Perusahaan ini juga melayani pelanggan dengan tulus sepenuh hati dan tidak ada rasa pilih pilih antara konsumen satu dengan yang lain.

2. Penerapan Strategi *Price* (harga) Bauran Pemasaran Syariah Pada PT. Gemilang Logam

Penerapan harga yang dilakukan PT. Gemilang Logam adalah memberikan harga dari yang paling murah, menengah, dan cukup mahal. Dari kategori harga tersebut konsumen bisa memilih sesuai kebutuhannya. Penetapan harga biasanya dilihat dari bahan baku produk tersebut. Jika bahan baku yang digunakan memiliki ukuran lebih tipis, maka harga yang ditetapkan dikategorikan pada harga murah, begitupun sebaliknya.

Yang cukup sulit untuk menetapkan harga adalah jika suatu saat harga bahan baku naik, maka produk yang dibuat pun harganya juga akan naik. Tetapi, kadang konsumen jika harga barang dinaikkan tidak sedikit yang merasa kecewa. Karena menurut mereka, pasar sudah tertata rapi dengan keadaan harga yang sudah ditetapkan. Selain itu tentang keadaan ekonomi sulit seperti ini membuat konsumen pasar enggan untuk menandu barang, karena dikhawatirkan tidak ada biaya untuk membayar.

Tetapi penentuan harga pada perusahaan ini sudah tepat, karena tidak ada unsur riba di dalamnya. Meskipun akan ada saatnya harga bahan baku melonjak naik, perusahaan ini menaikkan harga ke konsumen

juga tidak langsung naik. Tapi, ada pemberitahuan pada sebelumnya. Sehingga disini tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

3. Penerapan Strategi *Place* (tempat/ saluran distribusi) Bauran Pemasaran Syariah Pada PT. Gemilang Logam

Penerapan strategi tempat pada PT. Gemilang Logam ini tidak hanya terpaku pada lokasi perusahaan saja. Melainkan melihat bagaimana penyaluran distribusi baik bahan baku, produk jadi, transportasi, dll. Hal tersebut diatur sesuai dengan rancangan perusahaan supaya tidak ada keterlambatan pada saat pengiriman barang.

Mulai dari tempat yang strategis yang mampu dijangkau oleh kendaraan roda empat, tempat penyimpanan barang yang masih satu lokasi dengan pabrik, pendistribusian bahan baku yang diambil dari Jakarta, dan pendistribusian produk hingga sampai ke tangan konsumen. Ini semua dilakukan supaya konsumen nyaman, karena mereka dapat melihat bahwa benar adanya jika produk tersebut diproduksi di tempat yang layak dan menggunakan standar operasional kerja.

Selain tempat, *place* sebagai saluran distribusi juga diterapkan pada tempat ini. Dimana perusahaan ini memiliki beberapa tipe konsumen. Ada yang melalui produsen ke distributor ke pengecer ke konsumen,

ada yang produsen ke pengecer ke konsumen, dan ada yang produsen langsung ke konsumen.

Saluran distribusi Islami yang ditepakan pada perusahaan ini adalah sama – sama membagikan hasil dari kekayaan. Dimana kedua belah pihak dari produsen, distributor, dan konsumen mampu untuk kerjasama secara sehat.

4. Penerapan Strategi *Promotion* (promosi) Bauran Pemasaran Syariah Pada PT. Gemilang Logam

Penerapan strategi promosi pada PT. Gemilang Logam ini menggunakan cara *offline* atau bisa disebut dengan *face to face*. Karena untuk produk seperti ini sasarannya adalah pasar yang mayoritas orang - orangnya tidak telaten jika terus memegang *gadget*.

Tetapi penjualan yang dihasilkan pun tidak beda dengan yang dipromosikan secara *online*. Malahan banyak yang lebih suka jika dipromosikan dengan cara *offline*, karena bisa melihat kualitas barang secara langsung. Hanya saja pasar yang dijadikan sasaran untuk produk tersebut kurang luas. Sehingga hanya daerah – daerah tertentu saja yang bisa dijangkau.

Sebenarnya jika promosi menggunakan sistem *online* yang kenal akan produk tersebut bukan hanya nasional saja, melainkan bisa sampai ke Asia Tenggara bahkan dunia. Karena melihat produk – produknya

juga menarik. Semua pasti memiliki kekurangan dan kelebihan masing – masing dari cara promosi yang digunakan.

Perusahaan ini juga menerpakan promosi yang beretika. Dimana tiap promosi yang dilakukan tidak ada unsur bohong. Karena promosi dilakukan secara tatap muka langsung, jadi ini mampu menghindari promosi yang sifatnya palsu dan hanya omongan saja. Dan barang yang dipromosikan pun benar adanya sesuai dengan kenyataan, tidak melebihi – lebihkan dan tidak mengobral sumpah.

5. Dampak Penerapan Bauran Pemasaran Syariah dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan

Dari strategi bauran pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*) yang sudah diterapkan pada PT. Gemilang Logam ini menunjukkan hasil yang signifikan dari tahun – tahun sebelumnya. Terbukti dari grafik yang telah dipaparkan pada saat penelitian, jika bauran pemasaran syariah ini sangat membantu proses kemajuan perusahaan ini. Nilai – nilai syariah yang sudah diterapkan pun membantu segala proses yang terjadi dalam perusahaan.