

BAB V

PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan disajikan beberapa uraian pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian, sehingga pada uraian pembahasan ini penelitian akan menjelaskan hasil penelitian dengan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Data – data diperoleh dari pengamatan wawancara yang mendalam serta dokumentasi sebagaimana telah peneliti mendeskripsikan pada analisis data kualitatif yang kemudian diidentifikasi agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Pengamatan wawancara yang telah dilaksanakan yaitu mengumpulkan data dan informasi yang telah dilaksanakan yaitu mengumpulkan data mengenai Bauran Pemasaran Syariah Alat Dapur PT. Gemilang Logam Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan.

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

Sesuai dengan pengertian produk yaitu hasil berupa barang atau jasa dari perusahaan yang nantinya akan dipasarkan.¹³¹ Selain itu produk dapat dijadikan sebagai pemenuhan kebutuhan manusia. Produk memiliki beberapa kriteria yang harus diperhatikan oleh perusahaan supaya terus mampu dijadikan sumber keuntungan bagi perusahaan. Kriteria tersebut

¹³¹ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1983). Hlm. 80

adalah kualitas, mutu, pelayanan baik dari segi produk itu sendiri maupun pelanggan, ketahanan produk, dan segi fungsi produk (kinerja).

Penerapan strategi pemasaran pada PT. Gemilang Logam menekankan pada strategi produk dengan pengembangan produk, menjaga kualitas, keestetikaan, garansi produk, dan fungsi yang diberikan oleh produk tersebut. Dalam strategi produk yang perlu diperhatikan adalah yang berkaitan dengan keadaan produk, nama produk, isi produk, kemasan produk, jenis produk, label, dan kualitas.¹³² Menjaga kualitas produk dapat dilakukan dengan cara pemilihan bahan baku yang berkualitas dan pastinya terbaik, dan melakukan pengecekan ulang sebelum barang di distribusikan. Dengan menjaga kualitas yang baik akan menimbulkan sikap saling percaya dan saling ridha antara kedua belah pihak. Sesuai dengan Q.S An – Nisa’ ayat 29:

“Hai orang – orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Oleh karena itu sikap tersebut sangatlah bagus jika diterapkan secara terus – menerus. Selain saling ridha, melayani pelanggan dengan sikap kasih sayang juga harus diterapkan. Karena kasih sayang pada hal ini dapat diartikan sebagai sikap manusia yang memiliki rasa saling membantu terhadap sesama. Tidak ada rasa pilih – pilih antara manusia (konsumen) satu dengan yang lain.

¹³² Wawancara dengan Bapak Yoyon Selaku Pemilik PT. Gemilang Logam, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00

Strategi pengembangan produk merupakan strategi yang digunakan oleh pelaku usaha dalam memasarkan atau memperkenalkan produk baru ke pasar. Produk ini biasanya keluaran terbaru dari perusahaan. Perusahaan harus mampu mengeluarkan produk baru supaya produknya berbeda dari produk dari pesaing. Atau perusahaan bisa melakukan pembaharuan pada produk baik dari bahan baku maupun kemasan supaya terlihat lebih menarik.

Perusahaan ini juga pengembangan produk pada tiap tahunnya. Pengembangan produk ini dilakukan supaya konsumen tidak merasa jenuh terhadap produk yang diberikan oleh perusahaan ini. Pengembangan produk sangat erat kaitannya dengan keberhasilan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualannya. Dengan melakukan pengembangan produk maka peluang untuk mendapat pelanggan baru akan semakin besar. Pengembangan produk pada perusahaan ini dilakukan dengan adanya permintaan pasar dan kekreatifan yang dimiliki oleh pemilik.¹³³

Perusahaan ini bisa dikatakan mampu mencapai sebuah target yang diinginkan dengan menggunakan indikator – indikator pada strategi produk yang diterapkan. Hal ini sesuai dengan penelitian milik Kamaruddin pada penelitian Agen Elpiji UD. Kamus Jaya Jenepono dimana produk yang dihasilkan berupa gas elpiji harus tersedia. Tetapi pada kenyataannya banyak agen elpiji yang kehabisan stok gas. Hal

¹³³ Wawancara dengan Bapak Yoyon *Selaku Pemilik PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00

tersebut membuat para konsumen kecewa.¹³⁴ Oleh karena itu, perusahaan sebagai penyedia produk sebaiknya jangan sampai produk yang dibutuhkan konsumen tidak ada. Karena itu semua akan menghambat penjualan.

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

Menurut Ridwan Iskandar Sudayat harga adalah tingkat pertukaran barang dengan barang lain. Harga merupakan elemen penting dalam menentukan pangsa pasar. Harga juga mempengaruhi daya beli konsumen. Di era pandemi saat ini orang-orang lebih melihat seberapa besar harga daripada seberapa kualitasnya produk tersebut. Karena mereka beranggapan harga murah tidak masalah yang penting fungsinya sama.¹³⁵ Hal ini sesuai dengan penelitian Moh. Rusdi tentang Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genteng UD. Berkah Jaya, bahwa harga dari produk genteng ini bisa dibilang lebih tinggi dari perusahaan yang sejenis, karena produk yang dibuat pada

¹³⁴ Kamaruddin, *Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam*, (Jurnal Laa Maisyir, Vol. 4, No. 1, Tahun 2017), hlm. 81 – 96

¹³⁵ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar – Dasar Ekonomi Islam)*, Cet. Ke – 1, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), hlm. 62

perusahaan ini memiliki kualitas lebih dan tidak diragukan lagi. Harga yang ditawarkan pun bervariasi tergantung dari jenis gentengnya.¹³⁶

Penerapan strategi harga pada PT. Gemilang Logam ini dilihat dari kualitas produk dan melihat dari sisi kualitas produk kompetitor. Jika menemui kompetitor yang menyebar produk dengan harga sama tapi kualitas tidak terlalu baik, maka perusahaan ini menyaingi dengan menciptakan produk dengan harga dibawah harga pesaing tapi dengan kualitas bagus. Hal seperti ini menurut pemilik perusahaan mampu menggeser barang kompetitor, sehingga produk dari perusahaan ini mampu menguasai pasar dan volume penjualan dapat meningkat.¹³⁷ Sesuai dengan teori Sofyan Assauri bahwa dalam penetapan harga hal yang harus diperhatikan adalah kualitas dan mutu.¹³⁸ Semakin bagus kualitas bahan baku yang dijadikan produk maka semakin mahal pula harga yang dipatok pada produk tersebut. Variasi harga digunakan supaya konsumen bisa memilih pada produk mana dan harga yang seperti apa yang sesuai dengan daya beli konsumen.

Perusahaan ini akan menaikkan produk jika bahan baku yang digunakan naik dan komoditas terbatas. Menaikkan harga pun juga tidak semena – mena, tetapi harus melihat kondisi pada saat itu juga. Sesuai

¹³⁶ Moh. Rusdi, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genteng UD. Berkah Jaya*, (Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, Vol. 6 (2), Tahun 2019), hlm. 49 - 54

¹³⁷ Wawancara dengan Bapak Yoyon Selaku Pemilik PT. Gemilang Logam, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00

¹³⁸ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011), hlm. 224 – 227

dengan hadist Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Abu Dawud, dari

Anas bin Malik, ia berkata:

“Wahai Rasulullah, harga telah naik, maka tetapkanlah harga untuk kami. Lalu Rasulullah bersabda, “sesungguhnya Allah yang menerapkan harga, yang mempersempit, dan yang memperluas, dan aku berharap bertemu dengan Allah sedangkan salah dari kalian menuntutku karena kezhaliman dalam darah atau harta.” (H.R Abu Dawud)¹³⁹

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

Pengertian tempat sebagai saluran distribusi menurut C. Gleen Walters, saluran distribusi adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. Selain sebagai tempat lokasi perusahaan berada, pengertian lain mengenai tempat adalah bagaimana proses penyaluran barang.¹⁴⁰ Barang yang dimaksud adalah mulai dari pendistribusian bahan baku hingga pendistribusian produk sampai pada konsumen. Hal itu dilakukan supaya produk dari perusahaan mampu didistribusikan dengan baik. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Maryana tentang *Analisis Marketing Mix Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Busana Muslim Toko Rosidah Kota Bengkulu* bahwa pada dasarnya pemilihan lokasi yang tepat

¹³⁹ Muhammad Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam,*, hlm. 354

¹⁴⁰ Rifqi Suprpto dan M. Zaky Wahyuddin Azizi, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, (Ponorogo: Myria Publisher, 2020), hlm. 36

dan mengelola saluran distribusi dengan baik akan memberikan dampak baik terhadap kemajuan tiap usaha.¹⁴¹

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada PT. Gemilang Logam. Penerapan strategi pemasaran yang menekankan pada strategi tempat/saluran distribusi adalah memberikan fasilitas yang terbaik untuk konsumen dengan cara memperhatikan lokasi pabrik, tata letak produksi, produksi menggunakan mesin supaya bisa efektif dan efisien, dan pendistribusian barang. Sesuai dengan pengertian *place* menurut Menurut Kotler, tempat merupakan lokasi terjadinya kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produknya mudah tersedia dan dapat dijangkau oleh konsumen.¹⁴² Tempat merupakan sarana kegiatan distribusi, dimana kegiatan yang saling terkait, perusahaan perlu merencanakan dan mengintegrasikan dengan baik. Distribusi produk dari produsen ke konsumen biasanya melibatkan sejumlah perantara pemasaran, yaitu perusahaan yang terlibat dalam perpindahan barang produsen ke konsumen. Selain terfokus pada *place* sebagai lokasi produksi, pada perusahaan ini juga menjadikan *place* sebagai saluran distribusi. Karena perusahaan ini memiliki tiga tipe saluran distribusi, yaitu:¹⁴³

a. Produsen => Distributor => Pengecer => Konsumen

¹⁴¹ Maryana, *Analisis Marketing Mix Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Busana Muslim Di Toko Rosidah Kota Bengkulu*, (Bengkulu: Skripsi IAIN Bengkulu, 2017)

¹⁴² Fandy Tjiptono et.all, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hlm. 66

¹⁴³ Wawancara dengan Bapak Yoyon Selaku Pemilik PT. Gemilang Logam, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00

b. Produsen => Pengecer => Konsumen

c. Produsen => Konsumen

Semakin baik lokasi tempat saluran distribusi yang dipilih maka akan berpengaruh terhadap kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Dalam Islam tidak dijelaskan secara khusus bagaimana menentukan tempat atau saluran distribusi yang baik. Tetapi Islam menganjurkan supaya memberikan rasa aman, dan nyaman untuk konsumen mendapatkan produk perusahaan. Konsep tempat saluran distribusi yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW bahwa melarang adanya pengecatan atau pemotongan jalur distribusi, inti dari pelarangan adalah untuk menghindari adanya perantara.¹⁴⁴

Adapun prinsip utama dalam konsep pendistribusian menurut pandangan Islam adalah peningkatan dan pembagian hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan. Dengan demikian kekayaan dapat melimpah secara merata dan tidak hanya berada diantara golongan itu saja. Berdasarkan penelitian pada PT. Gemilang Logam dalam menerapkan strategi tempat saluran distribusi sudah sesuai dengan etika syariah yaitu memberikan rasa aman, nyaman, dan akses yang mudah dijangkau oleh konsumen. Sehingga konsumen bisa percaya akan kualitas pendistribusian yang diberikan oleh perusahaan ini.

¹⁴⁴ *Ibid*

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

Promosi memiliki arti suatu penyampaian informasi yang digunakan untuk mengenalkan, menawarkan, dan menginformasikan kepada orang – orang mengenai produk yang sifatnya membujuk konsumen. Penerapan strategi pemasaran PT. Gemilang Logam menekankan pada strategi promosi adalah dengan cara menerapkan sistem *offline*. Media *offline* dilakukan melalui promosi *face to face*. Sistem ini digunakan karena lebih efektif bisa menuju ke sasaran langsung. PT. Gemilang Logam tidak pernah menggunakan sarana promosi yang mengandung unsur negatif, dan tidak pernah melakukan penipuan ataupun mengobral sumpah palsu kepada konsumen. Sesuai dengan hadist Nabi Muhammad SAW yang berbunyi:¹⁴⁵

“Sumpah yang diucapkan untuk melariskan dagangan, dapat merusak keuntungan.” (H.R Muslim)

Dari hadist tersebut menunjukkan bahwa dilarangnya untuk bersumpah palsu yang hal tersebut dapat menjadikan citra buruk bagi pemilik perusahaan ini. Promosi yang dilakukan pada PT. Gemilang Logam ini juga dilakukan dengan jujur tanpa membohongi pelanggan. Kebenaran dan kejujuran ini merupakan nilai yang sudah sesuai dengan kaidah Islam.

¹⁴⁵ *Ibid*

Dengan adanya promosi ini bagi perusahaan sangat berguna untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan bagi perusahaan. Menurut Gitosudarmo promosi ialah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.¹⁴⁶ Bentuk promosi yang saat ini sering digunakan adalah:

- a. *Advertising* (koran, televisi, radio, majalah, internet)
- b. *Personal Selling* (bentuk penjualan efektif untuk pemasaran)
- c. *Sales Promotion* (lebih diingat oleh konsumen)
- d. *Public Relation* (publikasi kegiatan pelayanan masyarakat)

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Eny Kustiah tentang Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Volume Penjualan Di Pasar Malam Ngarsopuro Surakarta bahwa seharusnya promosi tidak dilakukan dengan satu cara, melainkan beberapa cara yaitu dengan promosi melalui media cetak, selebaran, baleho maupun media elektronik sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.¹⁴⁷

¹⁴⁶ Agung Eka Purwana, *Strategi Menjaga Loyalitas Pelanggan*, (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2010), hlm. 70 – 79

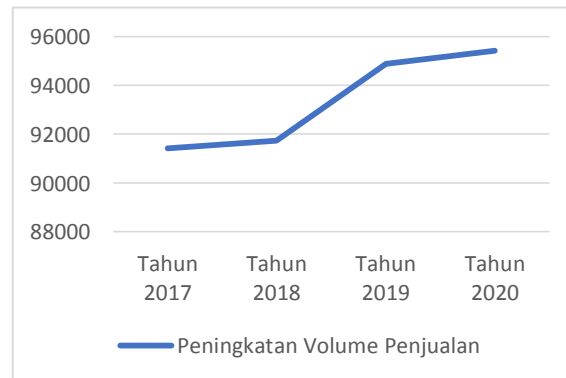
¹⁴⁷ Eny Kustiyah dan Irawan, *Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Volume Penjualan Di Pasar Malam Ngarsopuro Surakarta*, (Jurnal Paradigma, Vol. 12, No. 01, 2014), hlm. 1

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

Volume penjualan merupakan salah satu yang menandakan naik turunnya tingkat penjualan pada suatu perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton, atau liter. Semakin besar jumlah peningkatan penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan, maka semakin besar pula laba yang akan diterima oleh perusahaan. Oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal yang sangat penting yang harus dikaji kembali supaya perusahaan tidak merugi. Jadi volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukan untuk kepentingan sendiri.

Pengetahuan tentang bauran pemasaran syariah sangat penting agar dapat mencapai keuntungan, selain keuntungan yang didapat ada nilai plus tersendiri bagi yang mau menerapkan. Misal selain keuntungan yang didapat kemaslahatan diakhirat pun akan kita dapatkan juga. Dimana kita harus memikirkan orang sekitar supaya juga ikut terdampak positif dari apa yang telah kita berikan. Pada PT. Gemilang Logam sudah menerapkan bauran pemasaran syariah kurang lebih 7 tahun. Pengaruh atau dampak yang dihasilkan sangat menguntungkan bagi semua pihak, terutama bagi perusahaan ini sendiri. Sekitar kurun waktu kurang lebih 4 tahun ini tingkat volume penjualan pada perusahaan ini terus mengalami kenaikan. Sesuai dengan grafik di bawah ini :

Grafik 5.1
Data Peningkatan Volume Penjualan 2017 - 2020



Dari grafik tersebut dapat dilihat bahwa setiap tahunnya jumlah penjualan mengalami kenaikan. Puncaknya pada tahun 2020, meskipun saat ini sedang menghadapi situasi pandemi tidak memungkiri perusahaan ini semakin berkembang pesat. Menurut Bapak Yoyon selaku pemilik, jika penerapan bauran pemasaran syariah ini memberikan dampak yang sangat baik untuk kemajuan perusahaan ini.