

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Tulungagung. Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Tulungagung terletak pada posisi 11143 sampai dengan 11207 Bujur Timur dan 75 sampai dengan 818 Lintang Selatan.<sup>100</sup>

Batas Wilayah di sebuah utara perbatasan Kabupaten Kediri tepatnya dengan Kecamatan Kras. Disebelah timur perbatasan dengan kabupaten Blitar. Disebelah selatan perbatasan dengan Kabupaten Trenggalek. Luas wilayah Tulungagung mencapai 1.150,41km dan terbagi 19 Kecamatan dan 271 desa atau kelurahan. Lokasi UD. Restu Jaya Mebel terletak di Desa Kaliwungu, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung. UD. Restu Jaya Mebel memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.

##### **2. Profil Perusahaan**

###### **a. Sejarah Perusahaan**

Mebel merupakan perlengkapan rumah yang mencakup banyak barang seperti kursi, meja, dan almari. Dengan demikian, mebel adalah sebuah benda yang berada didalam rumah dan digunakan oleh

---

<sup>100</sup> Kabupaten Tulungagung dalam Angka, (Tulungagung, Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, 2004), hal. 3

penghuninya untuk tidur, berbaring, duduk maupun menyimpan benda – benda kecil seperti pakaian atau cangkir. Mebel sendiri biasanya terbuat dari kayu atau papan. Dari pengertian mebel tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti sebuah usaha mebel yang bernama UD. Restu Jaya Mebel yang merupakan salah satu usaha perseorangan yang berada di Kabupaten Tulungagung. Usaha ini didirikan oleh Bapak Arifin bersama istrinya Ibu Nita. UD. Restu Jaya Mebel ini terletak di Desa Kaliwungu Rt.01/Rw.03 Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

Lokasi produksi mebel ini terletak disebelah tempat tinggal pemilik. Adapun luas bangunan tempat usaha dan tempat tinggal pemilik  $\pm \frac{1}{2}$  ha. Usaha ini merupakan usaha yang dijalankan sendiri oleh beliau. Usaha ini berjalan sekitar hampir sepuluh tahun, yaitu berdiri pada tahun 2015 dan masih berjalan sampai sekarang. Bapak Arifin tergerak hatinya untuk mendirikan usaha mebel dikarenakan banyaknya masyarakat di sekitar rumah beliau yang sering membeli mebel dari luar daerah dan dengan harga yang lumayan mahal, namun tidak diimbangi dengan kualitas kayu yang baik. Sebelum mempunyai usaha mebel ini, Bapak Arifin bekerja membantu bapak mertuanya yang juga sebagai pengrajin mebel yang sudah lebih dulu di daerah pucanglaban.

Karena sudah seringnya membantu serta belajar, dari hal tersebut Bapak Arifin ini mulai berfikir untuk membuka usaha mebelnya sendiri dengan modal pengalaman yang dimiliki, dan modal yang di pinjam

dari lembaga keuangan (bank) untuk modal awal usaha mebelnya. Dengan modal yang tidak seberapa, beliau mulai merintis usahanya dari kecil hingga seperti sekarang. Dalam mendapatkan tenaga kerja, proses perekrutannya tidak formal, karena bapak arifin tidak begitu mempertimbangkan syarat – syarat yang terlalu rumit, akan tetapi memiliki ketrampilan, keuletan dan ketelatenan di bidang mebel. Akan tetapi, sebagian dari karyawan yang di pekerjakan merupakan keponakan, teman serta tetangga. Alasan bapak arifin mempekerjakan mereka di karenakan ingin menyerap tenaga kerja di sekeliling lingkungannya, tempat tinggalnya.<sup>101</sup>

Dalam perekrutan tenaga kerja, Bapak Arifin ini tidak muluk – muluk dalam menentukan kriteria pekerjanya. Beliau berprinsip bahwa “siapa yang mau berusaha dan belajar, pasti suatu saat akan sukses”. Jadi bapak arifin tidak begitu mementingkan latar belakang pendidikan atau pengalaman oleh pekerjanya. Beliau hanya ingin menularkan ilmu berbisnisnya kepada siapa saja yang mau belajar. Pendirian usaha mebel ini di namai dengan UD. Restu Jaya Mebel mempunyai makna tersendiri bagi bapak arifin. Restu Jaya ini berasal dari kata “Restu” yang berarti izin sedangkan kata “jaya” yang mempunyai arti kejayaan. Jadi Restu Jaya Mebel ini merupakan Kejayaan yang di izinkan atas usaha mebelnya, maksudnya ialah atas izin Allah kejayaan yang diperoleh bapak arifin dari usaha mebel yang telah beliau geluti selama

---

<sup>101</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Arifin Pemilik Usaha Mebel “UD. Restu Jaya Mebel”, Pada Tanggal 27 Maret 2021

ini.<sup>102</sup> Untuk bahan baku pembuatan mebel yang paling diminati oleh pelanggan bapak arifin menggunakan pohon jati yang merupakan salah satu jenis kayu memang tergolong kuat dan berserat halus, kualitas mebel dari kayu jadi ini tidak diragukan lagi kualitasnya. UD. Restu Jaya Mebel juga memiliki gapura yang berukirkan sebuah burung garuda dengan membawa tulisan bernama UD. Restu Jaya Mebel yang di bawa terbang tinggi burung garuda ke udara sama halnya usaha yang dirintis bapak arifin bisa sukses dan jaya untuk kedepannya.

### **3. Visi dan Misi Usaha**

#### **a. Visi**

Menjadi usaha mebel yang profesional dengan menghasilkan produk yang berkualitas serta sebagai partner strategi yang sanggup memberikan pelayanan yang memuaskan dan kenyamanan bagi konsumen. Sehingga terwujudnya usaha mebel yang berdaya saing kuat, berkelanjutan, dan berwawasan.

#### **b. Misi**

- a) Melakukan pekerjaan sesuai dengan prosedur serta aturan yang ada
- b) Menyelesaikan pesanan konsumen tepat waktu
- c) Bekerja dengan memperhatikan standar keamanan karyawan
- d) Menghasilkan produk berkualitas tinggi

---

<sup>102</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Arifin Pemilik Usaha Mebel “UD. Restu Jaya Mebel”, Pada Tanggal 27 Maret 2021

#### 4. Tujuan Usaha

- 1) Menciptakan lapangan pekerjaan
- 2) Menciptakan produk unggulan dengan kualitas yang tinggi
- 3) Meningkatkan jumlah penjualan
- 4) Membesarkan usaha UD. Restu Jaya Mebel sampai luar kota

#### 5. Struktur Organisasi

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, UD. Restu Jaya Mebel ini belum mempunyai struktur organisasi secara tertulis, namun secara umum gambaran mengenai struktur organisasi telah di jelaskan ketika wawancara berlangsung dengan pemilik usaha. Gambaran umum mengenai struktur organisasi UD. Restu Jaya Mebel dapat dilihat pada gambar berikut

**Tabel 4.1**  
**Organisasi Perusahaan**

<b>Jabatan</b>	<b>Nama</b>
Pimpinan Utama	Bapak Arifin
Bendahara	Ibu Nita
Sekretaris	Ibu Nita
Pemasaran	Bapak Arifin
Produksi	Rizki
Ukir Kayu	Supri
Pengecatan	Toni
Pemotongan kayu	Imam
Pengamplasan	Andri

Sumber: UD. Restu Jaya Mebel

Struktur organisasi diatas menunjukkan bahwa struktur organisasi UD. Restu Jaya Mebel termasuk tipe organisasi fungsional, dimana pihak UD. Restu Jaya Mebel telah melakukan pembagian tugas dalam operasionalnya meskipun pembagian kerja tersebut masih terlihat sederhana. Pemilik UD. Restu Jaya Mebel sendiri bapak arifin yang bertugas sebagai pimpinan

yang mengelola utama serta bertanggung jawab penuh terhadap pengambilan keputusan terkait dengan seluruh aktifitas perusahaan. Selain sebagai pemimpin utama, bapak arifin juga bertanggung jawab terhadap pemasaran produk perusahaan. Pemasaran produk UD. Restu Jaya Mebel ini hanya berkisar kekonsumen langganan, teman dan yang mengetahui saja, serta melalui sosial media yang ada agar mempermudah pemasaran sehingga dapat dikenali orang banyak.

Dalam pengelolaan UD. Restu Jaya Mebel ini, ibu nita mempunyai tugas sebagai bendahara yang bertanggung jawab terhadap segala hal yang berkaitan terhadap keuangan UD. Restu Jaya Mebel, misalnya pembayaran gaji karyawan, pengadaan bahan baku, serta keluar masuk arus kas keuangan UD. Restu Jaya Mebel.<sup>103</sup> untuk bagian produksi, pihak yang bertanggung jawab terhadap proses produksi mebel yaitu mas riski. Dalam proses produksi ini, mas riski bertanggung jawab untuk turun tangan langsung dalam proses produksi seperti pemotongan kayu, pembentukan mebel sesuai pesanan, pengamplaan kayu. Untuk pengecatan mebel di kerjakan oleh mas toni. Sedangkan mas supri sebagai pengukir kayu. Karyawan pada perusahaan UD. Restu Jaya Mebel sebagian besar bertugas dalam proses produksi pembuatan mebel, karena pada bidang produksi ini adalah bidang yang paling banyak membutuhkan tenaga kerja. Biasanya dalam menjelaskan aktivitas perusahaan, hubungan antara pemilik UD. Restu Jaya Mebel dengan karyawan lebih bersifat hubungan kekeluargaan

---

<sup>103</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Arifin Pemilik Usaha Mebel“UD.Restu Jaya Mebel”, Pada Tanggal 27 Maet 2021

sehingga hubungan yang terbentuk antara pemilik dan karyawan lebih cenderung ke arah hubungan yang informal.

## **B. Paparan Data**

Paparan data merupakan sebuah gambaran dari pengumpulan data lapangan yang akan membahas mengenai Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Konsumen UD. Restu Jaya Mebel Perspektif Ekonomi Islam. Pada perusahaan ini melakukan kegiatan produksi dengan selalu memperhatikan kualitas produk dan kepuasan konsumen, deangan demikian penjualan akan meningkat.

### **1. Paparan Tentang Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Konsumen UD. Restu Jaya Mebel Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam.**

Strategi pemasaran merupakan sebuah perencanaan yang sifatnya menyeluruh dan menyatu dibidang pemasaran yang dimana akan dijalankan dengan tujuan tercapainya target perusahaan. Padan UD. Mebel ini telah menerapkan strategi pemasaran dengan 7p yaitu: *product, price, place, promotion, people, process, physical eviden.*

#### **a. Produk (*product*)**

Produk merupakan barang yang di tawarkan kepada konsumen. Sedangkan produk yang ditawarkan oleh UD. Restu Jaya Mebel merupakan produk yang berkualitas dengan tujuan agar memberikan kepuasan kepada konsumen. Akan tetapi pada dasarnya sama dengan produk yang dijual para pengusaha mebel lainnya. Ada beberapa

macam jenis kayu yang di pakai oleh UD. Restu Jaya Mebel merupakan kayu yang dipilih dengan kualitas terbaik yaitu kayu jati, kayu waru, kayu bayur, dan kayu mahoni.

UD. Restu Jaya Mebel ini memberikan hasil yang terbaik dari bahan maupun hasil produk dimana yang dapat memberikan kepuasan para konsumen. Adapun jenis barang yang diproduksi oleh UD. Restu Jaya Mebel berupa:

**Tabel 4.2**  
**Jenis Propduk UD. Restu Jaya Mebel Paling Banyak di Minati**

No.	Tahun	Produk	Jumlah
1.	2016	Kursi	80 Unit
2.	2017	Almari	56 Unit
3.	2018	Bufet TV	53 Unit
4.	2019	Pintu	170 Unit
5.	2020	Jendela Divan	120 Unit 45 Unit

Sumber: Pemilik UD. Restu Jaya Mebel

Berdasarkan tabel diatas produk yang paling banyak diminati di tahun 2019 dan 2020 oleh UD. Restu Jaya Mebel merupakan produk terbaik dengan menggunakan bahan – bahan kualitas terbaik menggunakan pohon jati. Pohon jati sendiri mempunyai kualitas bahan yang bagus serta harga yang di berikan oleh UD. Restu Jaya Mebel juga bisa menyesuaikan dengana biaya yang dimiliki oleh konsumen, hal ini di lakukan agar para konsumen merasa puas dengan apa yang telah di pesannya dengan harga yang tidak begitu mahal.

Adapun strategi pemasarn produk yang diterapkan pada UD. Restu Jaya Mebel meliputi:



### 1) Memperhatikan Trend dan Selera Pasar

Pemasaran tidak boleh berjalan terlalu jauh dari fenomena – fenomena sekitar kita. Sekumpulan orang yang mempunyai kebutuhan, keinginan, dan daya beli merupakan pasar, tanpa adanya satu hal ini belumbisa dikatakan sebagai pasar membaca dan mempelajari trend pasar yang sedang berkembang saat ini. Kemudian membangun sebuah mindset yang menggunakan untuk mengimplementasikan tujuan usaha yang didirikan.

Dalam perencanaan pemasarannya, UD. Restu Jaya Mebel selalu memperhatikan selera konsumen serta trend pasar yang sedang berkembang. UD. Restu Jaya Mebel juga selalu memperhatikan kualitas mebel di produksi. Sehingga para konsumen tidak akan merasa dibohongi.<sup>104</sup>

### 2) Memperluas Jaringan Distribusi

Dengan jangkauan distribusi yang luas, maka konsumen bisa lebih mudah dalam mencari suatu produk yang dibutuhkan. Sebuah usaha yang memiliki produk yang hebat bisa saja menjadi *slow moving* dikarenakan jaringan yang dimiliki perusahaan tidak begitu luas serta kurang menjangkau pasar terluar. Hal tersebut akan menghambat produktifitas sebuah perusahaan. Distribusi ini bisa dikatakan tahap penentuan bagi perusahaan, karena suatu perusahaan

---

<sup>104</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Arifin (Pemilik Usaha Mebel “UD.Restu Jaya Mebel”), Pada Tanggal 27 Maret 2021

akan lebih mudah dikenal oleh konsumen jika proses distribusinya menjangkau masyarakat luas.

### 3) Mempunyai Label (Brand/ Merk)

Setelah kedua tahap selesai, tahap selanjutnya dalam strategi pemasaran yaitu melakukan branding merupakan sebuah permasalahan yang tidak ada habisnya. Hal tersebut terkait dengan selera konsumen, konsumen akan lebih tertarik pada sebuah produk karena mempunyai brand yang menarik. Dengan brand ternama yang dimiliki sebuah produk, produsen akan lebih mudah menarik konsumen.

Dalam hal ini, perusahaan mebel ini dinamakan dengan UD. Restu Jaya Mebel. Menurut bapak arifin selaku pemilik mebel, nama tersebut lebih mudah diingat oleh para konsumen. Selain itu, UD. Restu Jaya Mebel juga hanya diproduksi oleh bapak arifin sendiri.<sup>105</sup>

#### b. Harga (*price*)

Harga merupakan sejumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau suatu jasa. Penetapan harga juga harus memperhatikan harga pesanan tujuannya agar tidak rugi karena terlalu mahal atau terlalu murah.

Adapun strategi harga yang diterapkan di UD. Restu Jaya Mebel yaitu:

##### 1) Harga sesuai dengan kualitas produk

Harga yang sesuai dengan kualitas merupakan salah satu strategi yang diterapkan UD. Restu Jaya Mebel. Dalam kebijakan

---

<sup>105</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Arifin (Pemilik Usaha Mebel “UD. Restu Jaya Mebel”), Pada Tanggal 03 April 2021

harga manajemen harus menentukan harga dasar dari produknya, kemudian menentukan kebijakan menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos kirim dan hal – hal lainnya. Perusahaan menetapkan harga dengan berbagai cara. Di perusahaan kecil harga selalu di tetapkan oleh pimpinan tertinggi. Di perusahaan besar harga ditetapkan oleh manager divisi. Pemasar mengakui bahwa konsumen sering secara aktif memproses informasi harga, mengintepretasi harga dari segi pengetahuan mereka berdasarkan pengalaman dari membeli sebelumnya, komunikasi informal (teman, rekan, atau anggota keluarga), dan titik pembelian atau sumber online.<sup>106</sup>

Seperti yang sudah dijelaskan oleh Bapak Arifin bahwasanya tidak ada metode atau rumus khusus ketika menentukan atau memberi harga kepada calon konsumen.

Jika harga satu unit almari seharga Rp1.500.000 maka akan menjualnya dengan harga tinggi terlebih dahulu, misalnya Rp1.800.000, kemudian calon konsumen pasta akan menawar dari harga tersebut. Jika harga yang ditawarkan oleh calon konsumen masih bisa mendapatkan laba dari harga bahan serta, pembuatan, lalu masih mencangkup biaya produksi maka harga tawaran tersebut disetujui.<sup>107</sup>

Dalam segi pembayaran sebelumnya UD. Mebel ini bisa secara langsung dan kredit/angsuran, namun semenjak tahun 2019 pemilik yaitu Bapak Arifin sudah tidak menerima pembayaran secara angsuran.

---

<sup>106</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Marketing Management Jilid 12.*, hal. 80

<sup>107</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Arifin ( Pemilik UD.Restu Jaya Mebel) 03 April 2021

Rata – rata para konsumen yang membayar dengan angsuran justru membuat pendapatannya sedikit menurun dikarenakan banyaknya konsumen yang telat atau tidak membayar setelah jatuh tempo.<sup>108</sup>

Rentang harga dari barang yang murah dengan yang mahal hanya sekitar Rp400.000 – Rp700.000 namun ada juga yang lebih dari itu, tergantung jenis bahan. Berikut ini merupakan penjelasan dari beberapa konsumen atau pelanggan UD. Restu Jaya Mebel.

Menurut saya harga yang diberikan oleh UD. Restu Jaya Mebel masih masuk akal ya mbak karena tidak begitu mahal dan kualitasnya selalu jadi unggulan. Jadi saya pribadi tidak pernah mempermasalahkan harga jika harga itu memiliki kualitas barang yang baik pula.<sup>109</sup>

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Agus Priono mengenai harga yang di tetapkan:

Kalo saya pribadi ya mbak, sudah berlangganan sejak dua tahun terakhir. Karena saya rasa UD. Restu Jaya Mebel bisa memberikan apa yang saya inginkan. Dengan harga yang dibidang tidak mahal dan juga tidak murah masih lebih miring di banding dari harga UD. Mebel lainnya.<sup>110</sup>

Setiap perusahaan pasti memiliki kebijakan masing – masing dalam menentukan harga, serta memiliki kebijakan sendiri mengenai metode pembayaran yang dilakukan. Kebijakan harga UD. Restu Jaya Mebel di tentukan oleh pemilik langsung, sehingga jika calon pembeli ingin melakukan tawar menawar harga akan bertatap muka

---

<sup>108</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Arifin ( Pemilik UD.Restu Jaya Mebel) 03 April 2021

<sup>109</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Rosita Nui,Ibu Jumiati (konsumen serta pelanggan tetap UD.Restu Jaya Mebel, 05 April 2021

<sup>110</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Agus Priono (Konsumen serta pelanggan UD.Restu Jaya Mebel, 05 April 2021

langsung dengan Bapak Arifin selaku pemilik UD. Restu Jaya Mebel.

## 2) Harga Terjangkau

Di bawah ini daftar harga jual produk UD. Restu Jaya Mebel Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung:

**Tabel 4.3**  
**Daftar Harga Produk UD. Restu Jaya Mebel**

No.	Jenis Produk	Harga
1.	Kursi	Rp 150.000
2.	Almari satu Pintu	Rp 400.000
3.	Almari dua Pintu	Rp 750.000
4.	Kursi tamu satu set 4 + Meja	Rp 2000.000
5.	Lemari buffet Tv	Rp 800.000
6.	Kursi sekolah	Rp 80.000
7.	Bangku jati minimalis	Rp 1300.000
8.	Balai uk. 1 orang	Rp 3000.000
9.	Meja rias	Rp 2600.000

### c. Lokasi (*place*)

Lokasi yang mempertimbangkan dekat dan jauhnya mempengaruhi biaya produkis bahkan yang mempengaruhi dan dapat menarik minat pembeli.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Arifin selaku pemilik UD.

Restu Jaya Mebel:

Memilih tempat berada di Desa Kaliwungu dikarenakan disitulah peluang pembelian lebih banyak, belum adanya usaha mebel berdiri di desa tersebut sehingga menjadi peluang bagi perusahaan.<sup>111</sup>

<sup>111</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Arifin (Pemilik UD. Restu Jaya Mebel), Pada Tanggal 27 Maret 2021

Dari penjelasan Bapak Arifin selaku pemilik UD. Restu Jaya Mebel mengatakan bahwa memilih tempat yang tepat berada di Desa kaliwungu di sekeliling rumah warga diakui banyak menguntungkan, seperti setiap orang yang akan memesan mebel pasti akan memilih ketempat Bapak Arifin dikarenakan tempat pemesanannya yang dekat dengan rumah juga dapat menghemat biaya transportasi, bahkan seperti orang dari desa lainpun jika mereka ingin membeli perlengkapan *furniture* memilih keluar dari desanya dan membeli ketempat Bapak Arifin.

Seorang konsumen yang bersal dari desa sumberingin mengakui bahwa ud. Restu Jaya Mebel benar – benar memiliki tempat yang strategis, dimana tempatnya mudah dijangkau oleh semua orang yang berada di Kecamatan Ngunut, bahkan jika ada orang dari luar Kecamatan Ngunut ingin membeli produk dari UD. Restu Jaya Mebel sangat mudah mencari lokasinya.

Berdasarkan wawancara dari Mas Toni selaku karyawan UD.

Restu Jaya Mebel:

Letak dari lokasi suatu perusahaan memang menjadi pertimbangan bagi para calon konsumen, jika lokasinya mudah dijangkau atau mudah dicari maka akan banyak konsumen yang datang keperusahaan. Namun jika suatu lokasi perusahaan sulit dicari bahkan sulit dijangkau oleh banyak orang maka akan sedikit pula calon konsumen yang mau berkunjung.<sup>112</sup>

---

<sup>112</sup> Hasil Wawancara dengan Mas Toni ( Karyawan UD.Restu Jaya Mebel ), 03 April 2021

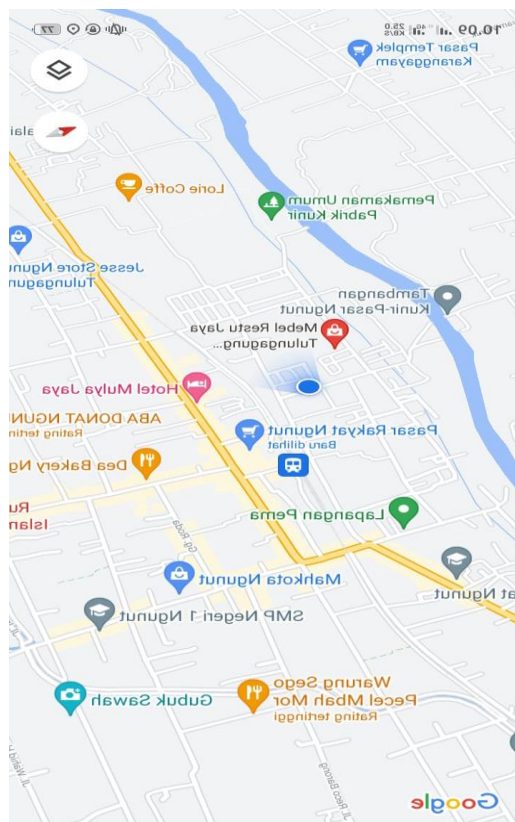
Dipertegas oleh Mas Supri selaku karyawan UD. Restu Jaya

Mebel:

Tidak sedikit konsumen yang akan mempertimbangkan jauh dekatnya , atau sulit mudahnya jalan untuk mengakses tempat tersebut. Mereka akan sangat mempertimbangkannya, jika lokasi tersebut mudah diakses maka mereka akan memilih tempat tersebut untuk berbelanja.<sup>113</sup>

Menurut Mas Supri selaku karyawan yang bekerja di UD. Restu Jaya Mebel, mengatakan memang benar jika lokasi yang dipilih sudah strategis.

**Gambar 4.1**  
**Lokasi UD. Restu Jaya Mebel**



Sumber: Google Maps UD. Restu Jaya Mebel

<sup>113</sup> Hasil Wawancara dengan Mas Supri ( Karyawan UD.Restu Jaya Mebel ), 03 April 2021

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di lokasi UD. Restu Jaya Mebel Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung terbukti strategis dan mudah di jangkau masyarakat.

d. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan aktifitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Secara umum bentuk – bentuk promosi mempunyai bentuk yang sama, namun setiap bentuk tersebut masih bisa dibedakan berdasarkan spesifikasi tugasnya.

Spesifikasi tugas tersebut bisa disebut sebagai bauran promosi yang meliputi tugas – tugas sebagai berikut: <sup>114</sup>

1) *Personal Selling*

Merupakan komunikasi langsung antara penjual dan calon pembeli untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pembeli dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.

2) Periklanan

Periklanan meliputi semua kegiatan yang terlibat dalam penyajian pesan yang non personal (tidak tertuju pada seseorang

---

<sup>114</sup> Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, hal. 122



tertentu). Pesan yang disampaikan tersebut disebut sebagai iklan yang bisa disiarkan melalui satu atau lebih media dan dibiayai oleh sponsor yang diketahui umum.

### 3) *Direct Marketing*

*Direct marketing* merupakan sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau media iklan untuk menimbulkan tanggapan atau respon terukur dan transaksi di sembarang lokasi.

Berikut pernyataan dari Mas Supri selaku karyawan UD. Restu Jaya Mebel:

UD. Restu Jaya Mebel tiak pernah melakukan promosi seperti perusahaan – perusahaan lainnya, hanya saja mereka melakukan komunikasi secara langsung kepada calon konsumen ketika konsumen datang ke UD. Restu Jaya Mebel.<sup>115</sup>

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Rosita Nui selaku konsumen di UD. Restu Jaya Mebel:

UD. Restu Jaya Mebel menggunakan karyawannya secara langsung ketika calon konsumen datang maka karyawan tersebutlah yang menjelaskan kekurangan dan kelebihan produk mereka.<sup>116</sup>

Berdasarkan wawancara dengan Mas Riski selaku karyawan UD. Restu Jaya Mebel:

Keterbukaan atau kejujuran dari para karyawan ini juga menjadi pertimbangan minat para calon konsumen, karena karyawan terbuka terhadap kualitas produk yang akan di beli konsumen.

---

<sup>115</sup> Hasil Wawancara dengan Mas Supri ( Karyawan UD. Restu Jaya Mebel ), 03 April 2021

<sup>116</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Rosita Nui ( Konsumen UD. Restu Jaya Mebel ), 03 April

Jika barang yang diminati konsumen memiliki kualitas buruk maka karyawan akan mengatakan sejujurnya.<sup>117</sup>

Maka keterbukaan karyawan itulah yang menarik calon konsumen berminat membeli barang dari UD. Restu Jaya Mebel.<sup>118</sup> Namun jika dikaitkan dengan teori promosi yang peneliti cantumkan maka UD. Restu Jaya Mebel ini melakukan strategi promosi menggunakan *personal selling* dimana pemilik atau karyawan UD. Restu Jaya Mebel bertatap muka secara langsung kepada para konsumen untuk menjelaskan produk apa yang sedang dicari oleh konsumen sehingga konsumen tertarik terhadap produk tersebut.

e. Orang (*people*)

Sumber Daya Manusia (SDM) atau karyawan adalah aset utama dalam perusahaan. SDM merupakan ujung tombak pelayanan dan merupakan komponen penting dalam perusahaan jasa, karyawan sangat mempengaruhi pemasaran internal dan pemasaran interaktif.

Pemasaran internal menggambarkan tugas yang diemban perusahaan dalam rangka melatih dan memotivasi karyawan agar dapat melayani dengan baik, yang tak kalah penting pemberian penghargaan dan pengakuan yang layak sepadan dengan kontribusi setiap karyawan, sedangkan pemasaran interaktif menggambarkan interaktif antara pelanggan dan karyawan. Strategi UD. Restu Jaya Mebel dalam melatih karyawan cukup baik dalam bauran pemasaran.

---

<sup>117</sup> Hasil Wawancara dengan Mas Riski ( Karyawan UD.Restu Jaya Mebel ), 03 April 2021

<sup>118</sup> Hasil Wawancara dengan Mas Riski ( Karyawan UD.Restu Jaya Mebel ), 03 April 2021

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Arifin pemilik dari UD.

Restu Jaya Mebel:

Jika masalah pelatihan perusahaan mempunyai pelatihan khusus terhadap para calon karyawan baru dan bimbingan terhadap karyawan yang sudah lama memberikan pelajaran yang mudah dipahami oleh calon karyawan baru. Dan perusahaan lebih mencontohkan secara tindakan.<sup>119</sup>

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Nita pemilik dari UD. Restu

Jaya Mebel:

Perusahaan memberikan penghargaan pada skala kerja yang nyata itu terlihat pada karyawan yang loyal dari skala kerjanya, setahun sekali maka kami akan beri nilai siapa yang paling baik lalu kami memberi bentuk penghargaan dalam bentuk material maupun in material.<sup>120</sup>

Aspek yang perusahaan UD. Restu Jaya Mebel lakukan dalam hal ini dapat membangkitkan motivasi, moral, kerja rasa bangga loyalitas pada setiap orang yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi para pelanggan.

f. Proses (*process*)

Proses meliputi rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh konsumen dalam pembelian produk. Pemilik menghadapi tantangan yang cukup rumit pada aspek ini karena pada aspek proses pelanggan terlibat dalam proses pembelian produk.

Berdasarkan wawancara dengan Mas Riski karyawan di UD.

Restu Jaya Mebel:

Proses pembuatan biasanya tertunda akibat adanya bahan baku yang kosong. Sehingga konsumen harus menunggu untuk

---

<sup>119</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Arifin ( Pemilik UD.Restu Jaya Mebel ), 03 April 2021

<sup>120</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nita (Pemilik UD. Restu Jaya Mebel), 03 April 2021

menyelesaikan proses pembuatannya. Proses setiap pembuatan produksi tidak sama di masing – masing produksi barang<sup>121</sup>

g. Bukti fisik (*physical evidence*)

Bukti secara fisik merupakan aspek penting dari produksi, sebab sebagian produk konsumen perlu hadir secara fisik dalam lingkungan jasa. Kualitas lingkungan yang baik secara langsung mempengaruhi keputusan konsumen terhadap jasa yang diterima, dalam bukti fisik ini strategi yang dilakukan UD. Restu Jaya Mebel dapat dibagi menjadi dua bagian, seperti hasil pernyataan wawancara bersama Bapak Arifin :

Fasilitas/sarana itu bisa bagian pelayanan dan komunikasi, perusahaan memberikan tempat yang nyaman dan bersih. Produk yang di berikan juga berkualitas baik agar para konsumen merasa puas terhadap pelayanan serta fasilitas yang diberikan.<sup>122</sup>

## 2. Kendala dan Solusi Strategi Pemasaran pada UD. Restu Jaya Mebel.

a. Produk (*product*)

Produk merupakan suatu objek penting yang diperjual belikan dalam suatu usaha. Berikut ini merupakan kendala yang dihadapi UD. Restu Jaya Mebel dalam menjalankan perusahaannya.

1) Kendala yang dihadapi oleh UD. Restu Jaya Mebel seperti ungkapan dari Bapak Arifin berikut ini:

Kendala pada produk biasanya pada bahan baku yang diminta konsumen sering mengalami stok kosong sehingga untuk pembuatan pesanan konsumen jadi tertunda dengan waktu yang cukup lama karena menunggu bahan baku yang akan datang.<sup>123</sup>

---

<sup>121</sup> Hasil Wawancara dengan Mas Riski ( Karyawan UD.Restu Jaya Mebel ), 03 April 2021

<sup>122</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Arifin (Pemilik UD. Restu Jaya Mebel), 03 April 2021

<sup>123</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Arifin ( Pemilik UD.Restu Jaya Mebel ), 03 April 2021

Menurut keterangan dari Bapak Arifin selaku pemilik UD. Restu Jaya Mebel dapat disimpulkan bahwa kendala strategi produk yang di alami terdapat pada saat pelanggan atau konsumen UD. Restu Jaya Mebel meminta bahan baku kayu yang diinginkan tetapi bahan dari kayu tersebut masih kosong. Sehingga sangat diperlukan solusi dalam menangani kendala dalam hal tersebut.

2) Adapun solusi yang dilakukan UD. Restu Jaya Mebel dalam meminimalisir kendala yaitu sebagai berikut:

Solusinya biasanya perusahaan memberikan pilihan kepada konsumen dengan menerangkan bahan kayu apa saja yang kualitasnya bagus, atau memberikan penjelasan bahwa jenis kayu atau bahan pembuatan *furniture* yang mereka inginkan masing masing kosong, jadi keputusan ada para konsumen sendiri jika ingin menunggu sampai bahan kayu yang diinginkan datang, atau memberikan pilihan bahan baku lainnya yang kualitas tentunya tidak kalah bagus.<sup>124</sup>

Diperkuat oleh Ibu Nita pemilik UD. Restu Jaya Mebel

mengungkapkan:

Biasanya jika bahan baku yang di perlukan di rumah ayah saya masih ada, perusahaan meminjam bahan baku dari ayah saya. Agar mempersingkat waktu pembuatan. Setelah itu nanti mengganti bahan baku tersebut berupa bahan baku kayu juga.<sup>125</sup>

Menurut keterangan yang diungkapkan oleh Bapak Arifin dan Ibu Nita selaku pemilik UD. Restu Jaya Mebel dapat disimpulkan bahwa solusi yang diterapkan untuk mengatasi kendala yang dihadapi UD. Restu Jaya Mebel yaitu dengan mengambil bahan baku kayu yang dimiliki pribadi oleh Bapak dari Ibu Nita didesa

---

<sup>124</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Arifin (Pemilik UD. Restu Jaya Mebel), 03 April 2021

<sup>125</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nita (Pemilik UD. Restu Jaya Mebel), 03 April 2021

pucanglaban sehingga dapat mempersingkat waktu pembuatan *furniture* dari konsumen agar tidak terlalu lama.

b. Harga (*price*)

Harga dapat mempengaruhi konsumen untuk berulang kali dalam berfikir untuk memutuskan pembelian suatu barang. UD. Restu Jaya Mebel memberikan harga yang terbilang miring dari perusahaan mebel lainnya akan tetapi dengan kualitas yang masih unggul.

1) Adapun kendala yang dialami dalam strategi harga yang diterapkan oleh UD. Restu Jaya Mebel seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nita:

Banyak konsumen atau pelanggan tetap kita meminta dibuatkan *furniture* apa yang mereka inginkan. Tetapi biaya yang mereka miliki masih kurang dari produk yang diinginkan atau tidak mencukupi biaya produksi. Perusahaan biasanya mengambil bahan baku dari tempat ayah saya yang berada di desa pucanglaban.<sup>126</sup>

Disambung oleh Bapak Arifin:

Untuk mengenai harga biasanya saya menentukan dari segi bahan, kalo untuk *budget low* dan yang dipesan ingin sesuai *riques* biasanya kami menawarkan bahan kayu nomor dua tetapi dengan kualitas yang masih baik agar konsumen puas dan perusahaan mendapat pelanggan yang lebih banyak.<sup>127</sup>

Dari penjelasan Bapak Arifin dan Ibu Nita dapat disimpulkan bahwa kendala strategi harga yang dialami oleh perusahaan UD. Restu Jaya Mebel yaitu apabila konsumen dari UD. Restu Jaya Mebel meminta pesanan dengan menyesuaikan *budget*.

---

<sup>126</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nita (pemilik UD. Restu Jaya Mebel), 05 April 2021

<sup>127</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Arifin (pemilik UD. Restu Jaya Mebel), 05 April 2021

c. Tempat (*place*)

Lokasi merupakan tempat yang digunakan oleh pelaku usaha untuk memproduksi barang serta menjual produknya kepada konsumen. Adapun kendala – kendala yang dihadapi oleh UD. Restu Jaya Mebel yaitu seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nita, berikut ini:

Kendalanya di Kecamatan Ngunut ini ada juga perusahaan mebel yang memproduksi barang serupa tetapi dengan kualitas yang tidak sama dengan UD. Restu Jaya Mebel. Akan tetapi beberapa konsumen tidak sabar menunggu antrian dalam pembuatan pesanan, mangkanya ada juga beberapa konsumen juga memilih pindah ke perusahaan mebel lainnya dikarenakan tidak mau menunggu antrian dalam pembuatan mebel.<sup>128</sup>

Menurut ungkapan Ibu Nita tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kendala yang dihadapi oleh UD. Restu Jaya Mebel yaitu adanya pesaing perusahaan mebel lainnya yang memproduksi barang serupa sehingga apabila pesanan membludak sebgaiian konsumen yang tidak sabar mengantri atau pembuatannya dirasa lama lebih memilih berpindah ke UD. Mebel lainnya agar pesanan mereka dapat diselesaikan dengan cepat.

Dalam mengatasi kendala tersebut, UD. Restu Jaya Mebel memiliki memiliki solusi yang digunakan untuk mengurangi hambatan yang dialami oleh perusahaan. Adapun solusi seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nita berikut:

Solusi yang dilakukan perusahaan memberi pemahaman atau penjelasan bahwa hasil yang di produksi UD. Restu Jaya Mebel jauh lebih bagus dan murah di banding dengan perusahaan mebel lainnya. Sehingga konsumen atau pelanggan tidak berpaling ke

---

<sup>128</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nita (pemilik UD. Restu Jaya Mebel), 05 April 2021

perusahaan lain dan mau bersabar mengantri sesuai urutan pemesanan.<sup>129</sup>

Solusi tempat yang dilakukan guna dapat meminimalisir hambatan yang dialami oleh UD. Restu Jaya Mebel yaitu dengan memberikan pemahaman kepada konsumen bahwa hasil dari produksi UD. Restu Jaya Mebel jauh lebih baik dari pada UD. Mebel Lainnya.

Peneliti berhasil mewawancarai beberapa konsumen di UD. Restu Jaya Mebel dan menjelaskan beberapa alasan, mengapa mereka senang berbelanja di UD. Restu Jaya Mebel terkait dengan unsur 7P.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Jumiati selaku konsumen dari UD. Restu Jaya Mebel:

Sudah lama saya menjadi pelanggan di UD. Restu Jaya Mebel sekitar 4 sampai 5 tahun yang lalu. Saat perusahaan tempatnya masih kecil dan berjualan keliling menggunakan pik up, namun saat ini perusahaan sudah lebih maju dan berkembang dengan pesat. Tempat nya sudah mulai besar, nyaman dan rapi. Produk yang disediakan disana itu bermacam – macam jadi kalo saya kesana selalu ingin memesan produk lain selain pesanan yang saya pesan. Yang terakhir kemarin saya memesan satu set meja makan dari pohon jati dan hasilnya benar – benar bagus sekali sangat memuaskan.<sup>130</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Mbak Rosita Nui selaku konsumen UD. Restu Jaya Mebel. Berdasarkan wawancara dengan Mbak Rosita Nui selaku konsumen UD. Restu Jaya Mebel:

Saya sudah lama mengenal UD. Restu Jaya Mebel 3 tahun yang lalu, awal mulanya saya tahu keberadaan perusahaan ini dari saudara saya yang rumahnya berada di Desa Kaliwungu terus saya penasaran dengan produk – produknya apa saja akhirnya saya mendatangi ke tempat perusahaan UD. Restu Jaya Mebel di

---

<sup>129</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nita (pemilik UD. Restu Jaya Mebel), 05 April 2021

<sup>130</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Jumiati (konsumen UD. Restu Jaya Mebel), 08 April 2021



Desa Kaliwungu, lokasinya lumayan jauh dari rumah saya karna saya tinggal di Desa Pucanglaban kira – kira 1jam untuk sampai di lokasi.<sup>131</sup>

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Agus Priono selaku konsumen dari UD. Restu Jaya Mebel:

Alasan saya senang berbelanja di UD. Restu Jaya Mebel dikarenakan produk yang dihasilkan itu sesuai dengan selera konsumen, juga selalu memiliki model terbaru di setiap ukirannya. Untuk hasilnya saya benar – beajar puas bahan kayu jati yang sudah menjadi unggulan juga memberikan kualitas yang sangat bagus hasilnya.<sup>132</sup>

Bapak yadi yang sudah lama menjadi pelanggan di UD. Restu Jaya Mebel menuturkan bahwa beliau senang berbelanja di perusahaan dikarenakan harga sesuai kualitas produk yang ditawarkan.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Suyadi selaku konsumen UD. Restu Jaya Mebel:

Saat awal UD. Restu Jaya Mebel dibuka saya sudah menjadi pelanggan tetapnya, dikarenakan saya sangat puas dari produksi, hasil, serta ukiran yang rapi membuat saya senang dan tertarik menjadi konsumen tetap di perusahaan ini. Apalagi harga yang diberikan sedikit lebih murah dibandingkan dengan perusahaan mebel lainnya yang memproduksi barang serupa.<sup>133</sup>

Peneliti juga berhasil mewawancarai Ibu – Ibu konsumen dari UD. Restu Jaya Mebel dan mengungkapkan hal yang hampir sama terkait dengan 7p kepada penelitian. Berikut ungkapan dari Bu Siti kepada peneliti:

---

<sup>131</sup> Hasil Wawancara dengan Mbak Rosita Nui (konsumen UD. Restu Jaya Mebel), 10 April 2021

<sup>132</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Agus Priono (konsumen UD. Restu Jaya Mebel), 10 April 2021

<sup>133</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Suyadi (konsumen UD. Restu Jaya Mebel), 10 April 2021

Berbelanja di UD. Restu Jaya Mebel ini membuat saya selalu puas dengan produk *furniture* yang dihasilkan. Karena selain produknya berkualitas juga disesuaikan dengan harga yang mudah dijangkau oleh semua kalangan. Saya sering memesan untuk dibuatkan *furniture* buffet TV yang sesuai dengan model yang saya inginkan, kebetulan permintaan saya lumayan rumit dan termasuk orang yang cerewet, akan tetapi perusahaan UD. Restu Jaya Mebel mampu memberikan pelayanan terbaiknya.<sup>134</sup>

Selain melakukan pemasaran dengan menerapkan bauran pemasaran yang didalamnya meliputi 7p unsur pemasaran yaitu *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*.

UD. Restu Jaya Mebel juga menerapkan pelayanan yang baik untuk menarik minat beli konsumen dan untuk mempertahankan pelanggan.

#### d. Promosi (*promotion*)

Agar sebuah produk yang dijual perusahaan dapat diketahui oleh konsumen maka pihak dari UD. Restu Jaya Mebel melakukan promosi. Akan tetapi dalam melakukan promosi tersebut perusahaan mengalami kendala, namun juga memiliki solusi untuk mengatasi kendala tersebut.

Berikut kendala yang dihadapi oleh UD. Restu Jaya Mebel, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nita selaku istri dari pemilik perusahaan:

Untuk kendala dalam promosi produk perusahaan belum memiliki admin yang aktif di sosial media, maknanya untuk promosi di sosial media belum maksimal. Karena saya sendiri sudah memiliki tanggung jawab sendiri, sehingga untuk menjawab orderan dari konsumen di sosial media belum bisa membalasnya dengan menyeluruh.<sup>135</sup>

<sup>134</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Siti (Konsumen UD. Restu Jaya Mebel), 10 April 2021

<sup>135</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nita (pemilik dari UD. Restu Jaya Mebel), 05 April 2021

Setelah terdapat hambatan yang dialami UD. Restu Jaya Mebel, adapu solusi yang dapat diberikan.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Nita pemilik dari UD. Restu Jaya Mebel:

Solusinya perusahaan harus tetap membalas orderan dari konsumen melalui sosial media, meskipun perusahaan *slow respon* dalam menjawab orderan konsumen. Apabila konsumen tidak sabar menunggu balasan dari perusahaan biasanya menyarankan agar meminta untuk datang langsung ke UD. Restu Jaya Mebel.<sup>136</sup>

Dalam menghadapi kendala yang dialami oleh UD. Restu Jaya Mebel tersebut yaitu dengan cara menghandle sendiri sosial media UD. Restu Jaya Mebel dan membalas orderan yang ada.

e. Orang (*people*)

Orang atau *people* merupakan semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga mempengaruhi persepsi kosumen atau keberhasilan penyampaian jasa.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Arifin pemilik UD. Restu Jaya Mebel:

Dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli karyawan kami berinteraksi langsung dengan konsumen dengan frekuensi yang cukup sering sehingga dapat mempengaruhi minat beli dari konsumen.<sup>137</sup>

---

<sup>136</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nita (pemilik UD. Restu Jaya Mebel), 05 April 2021

<sup>137</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Arifin (pemilik UD. Restu Jaya Mebel), 05 April 2021

f. Proses (*process*)

Didalam pemasaran jasa seluruh aktifitas kerja merupakan proses yang melibatkan prosedur, tugas, jadwal, mekanisme, aktivitas, dan rutinitas dengan apa produk disalurkan ke pelanggan.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Arifin pemilik UD. Restu Jaya Mebel:

Perusahaan memberikan pelayanan serta hasil dari sebuah produk yang berkualitas, mengerjakan pesanan dengan sangat rapih serta mengerjakan tidak secara sembarangan agar konsumen UD. Restu Jaya Mebel merasa puas. Biasanya ketika produk dikerjakan tanpa sengaja mengalami cacat pada produk<sup>138</sup>

Berdasarkan paparan di atas Bapak Arifin juga memiliki solusi untuk mengatasinya:

Produk yang cacat tanpa sengaja biasanya kami memberikan garansi atau pembetulan kembali agar para konsumen dapat yakin dan puas berbelanja di perusahaan UD. Restu Jaya Mebel.

Dalam menghadapi kendala tersebut yaitu perusahaan UD. Restu Jaya Mebel memberikan garansi kepada konsumen untuk melakukan perbaikan terhadap produk yang cacat.

g. Bukti Fisik (*physical evidence*)

Bukti fisik merupakan suatu hal yang secara turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan.

---

<sup>138</sup>Hasil Wawancara dengan Bapak Arifin (pemilik UD. Restu Jaya Mebel), 05 April 2021

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Arifin pemilik UD. Restu

Jaya Mebel:

Untuk pelayanan berupa bukti fisik perusahaan memberikan tempat yang nyaman, transportasi dalam mengangkut produk konsumen, serta memberikan tempat beribadah atau mushola kecil untuk karyawan dan konsumen yang mau beribadah.<sup>139</sup>

---

<sup>139</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Arifin (pemilik UD. Restu Jaya Mebel, 05 April 2021

### 3. Strategi Pemasaran UD.Restu Jaya Mebel Menurut Perspektif

#### Ekonomi Islam

UD. Restu Jaya Mebel selain menerapkan strategi pemasaran secara konvensional juga menerapkan strategi pemasaran Islam yang mana sesuai dengan karakteristik yang terdapat dalam ekonomi Islam. Sebagaimana dijelaskan dalam Q.S An – Nisa Ayat 29.

**الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بَيْنَ يَدَيْهَا  
 -تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا  
 29**

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”*<sup>140</sup>

Hal ini diungkapkan oleh Bapak Arifin, selaku pemilik UD.Restu Jaya Mebel, sebagai berikut:

UD.Mebel ini didirikan dengan 3 misi yaitu misi bisnis, misi sosial dan misi spiritual. Jadi semua aktivitas yang dilakukan di UD.Mebel ini juga berpegang teguh pada Islam yaitu saling menghormati dan tidak membeda – bedakan setiap konsumen yang datang ke UD.Restu Jaya Mebel ini.”<sup>141</sup>

Kemudian Bapak Arifin juga menambahkan:

UD.Mebel Restu Jaya Mebel ini menjalankan strategi pemasaran yang berlandaskan pada bisnis syariah. Kami sangat mengedepankan konsep saling ridho atau suka sama suka diantara penjual dan pembeli sehingga kami akan mendapatkan keberkahan dalam berbisnis. Kemudian aktivitas yang kami lakukan didasari dan sesuai dengan etika bisnis. Etika bisnis berhubungan dengan produk

<sup>140</sup> Departemen Agama RI, AL–Qur’an dan Terjemahannya. 2004. Surabaya: Mekar

<sup>141</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Arifin ( Pemilik UD.Restu Jaya Mebel ), 03 April 2021

yangmana kami menjual produk yang halal sehingga dapat bermanfaat untuk konsumen.”<sup>142</sup>

Setiap perusahaan didirikan pasti memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan semata namun berbeda dengan UD.Restu Jaya Mebel yang mendirikan perusahaan karena tujuan duniawi dan spiritual. Berikut pernyataan dari Bapak Arifin mengenai tujuan didirikannya UD.Mebel tersebut:

Saya mendirikan UD.Restu Jaya Mebel ini dengan tujuan bukan hanya mencari keuntungan duniawi saja mbak namun saya mendirikan usaha ini dengan tujuan ibadah juga dan mencari keberkahan serta ridho dari Allah SWT. Karena saya yakin kalau Allah ridho maka usahanya akan berjalan lancar berapapun keuntungan yang diperoleh.<sup>143</sup>

Dalam hal berperilaku Bapak Arifin selaku pemilik UD.Mebel mengungkapkan harus bersikap sopan dan sabar dalam melayani konsumen. Berikut ungkapannya:

Kalau untuk masalah berperilaku saya meminta para karyawan saya untuk selalu sopan dan sabar dalam menangani konsumen mbak yaitu harus melayani dengan sepenuh hati dan menerima segala usul atau permintaan konsumen sesulit apapun itu mbak. Karna bagi saya konsumen itu adalah raja yang wajib kita layani dengan sepenuh hati. Dan saya tidak pernah lupa mengingatkan para karyawan saya untuk kewajibannya menjalankan sholat 5 waktunya.<sup>144</sup>

Pemasaran Islami juga diterapkan oleh UD.Restu Jaya Mebel, seperti yang telah diungkapkan Bapak Arifin kepada peneliti:

Kami selalu berkata jujur dalam menjalankan strategi pemasaran mbak karena bagi saya kejujuran adalah kunci kesuksesan setiap usaha. Bisnis yang baik juga harus dilandasi dengan kejujuran.Kami selalu jujur dalam menyampaikan produk kalau barangnya baik ya saya bilang baik mbak kalau kurang baik ya saya bilang kurang baik

---

<sup>142</sup> *Ibid*

<sup>143</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Arifin (Pemilik UD.Restu Jaya Mebel), 03 April 2021

<sup>144</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Arifin ( Pemilik UD.Restu Jaya Mebel ), 03 April 2021

mbak. Produk yang kami jual pun juga benar – benar barang dengan kualitas kayu yang baik bukan barang cacat mbak. Begitu juga dengan harga kami selalu menentukan harga sebaik mungkin dan tidak asal menentukan harga mbak dan kemudian melalui promosi kami juga jujur dalam mempromosikan produk kami. Karena kami ingin menjual produk yang saling menguntungkan bukan hanya di pihak penjual namun juga dipihak pembeli.<sup>145</sup>

UD. Restu Jaya Mebel tetap berprinsip pada kejujuran meskipun ada barang yang rusak. Berikut ungkapan dari Mas Andri selaku koordinator dan juga salah karyawan di UD.Restu Jaya Mebel:

Kami selalu berprinsip pada kejujuran mbak sekalipun ada barang yang rusak ataupun cacat kami tetap memberitahukan kepada konsumen karena kami tidak ingin konsumen merasa kecewa dan berpikir bahwa kami tidak jujur. Saat melakukan promosi pun kami juga tidak pernah melebih – lebihkan mengenai produk yang ditawarkan dan kami selalu melakukan promosi apa adanya prouk tersebut mbak. Sehingga tidak ada unsur penipuan sama sekali di UD.Restu Jaya Mebel<sup>146</sup>

Berikut beberapa alasan konsumen senang berbelanja di UD.Restu Jaya Mebel apabila dilihat dari perspektif Ekonomi Islam. Alasan dari Ibu Jumiati senang berbelanja di UD.Restu Jaya Mebel ini adalah sebagai berikut:

Selain karena produk yang ditawarkan berkualias baik dan harganya juga terjangkau, alasan lain saya senang berbelanja di UD.Rest Jaya Mebel ini adalah karena UD.Restu Jaya Mebel selalu jujur dalam mempromosikan produk juga selalu jujur mengenai kondisi barang tersebut. Menurut saya UD.Restu Jaya Mebel ini sudah menerapkan pemasaran Islami dengan sangat baik. serta menurut saya UD.Restu Jaya Mebel ini dapat dipercaya dalam memasarkan produknya karena memasarkan produk sesuai dengan kenyataan produk. Serta pelayanan yang diberikan sangat baik.<sup>147</sup>

---

<sup>145</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Arifin ( Pemilik UD.Restu Jaya Mebel ), 03 April 2021

<sup>146</sup> Hasil wawancara dengan Mas Andri ( Karyawan UD.Restu Jaya Mebel ), 10 April 2021

<sup>147</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Jumiati ( Konsumen UD.Restu Jaya Mebel ), 10 April 2021



Hal yang sama juga diungkapkan oleh Mbak Rosita Nui selaku konsumen di UD.Restu Jaya Mebel. Berikut ungapannya kepada peneliti:

UD.Restu Jaya Mebel ini sangat jujur mbak dalam hal penyampaian produk karena apabila produk yang rusak atau cacat pasti konsumen langsung diberitahu. Promosi yang dilakukan juga dapat dikatakan jujur mbak karena produk yang dipromosikan sesuai dengan kenyataannya.<sup>148</sup>

Kemudian Bapak Agus Priono juga mengungkapkan mengenai strategi pemasaran islam yang di lakukan oleh UD.Restu Jaya Mebel, berikut:

Menurut saya UD.Restu Jaya Mebel ini sudah menerapkan strategi pemasaran Islam mbak karena jujur dalam menawarkan produknya dan promosi yang dilakukan pun tidak dengan melebihi – lebihkan namun dengan apa adanya produk. Jadi, menurut saya UD.Restu Jaya Mebel ini dapat kami percaya dalam hal menawarkan produknya.”<sup>149</sup>

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Suyadi selaku Konsumen UD. Restu Jaya Mebel:

Saya sangat senang mbak berbelanja di UD.Restu Jaya Mebel ini karena selain produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas barangdan harganya mudah dijangkau, kejujuran dari para karyawan dalam memberitahukan mengenai kondisi produk sangat membuat saya yakin bahwa UD.Restu Jaya Mebel ini mampu menawarkan produk dengan sebaik mungkin dan terhindar dari penipuan<sup>150</sup>

Kemudian Ibu Siti juga mengungkapkan mengenai alasan senang berbelanja di UD.Restu Jaya Mebel. Berikut alasannya:

Kejujuran dari UD.Restu Jaya Mebel ini menjadi alasan saya senang berbelanja di UD.Mebel ini. Karena para karyawan selalu jujur dalam menjelaskan mengenai kondisi produk dan lebih teliti

---

<sup>148</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Rosita Nui ( Konsumen UD.Restu Jaya Mebel ), 10 April 2021

<sup>149</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Agu Priono (Konsumen UD.Restu Jaya Mebel), 10 April 2021

<sup>150</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Yadi ( Konsumen UD.Restu Jaya Mebel ), 10 April 2021

terhadap kondisi produk, mereka juga meneliti kembali produk yang sudah dipilih untuk mengecek kembali produk apakah ada yang rusak atau tidak dan apabila ada yang rusak maka akan di betulkan kerusakan tersebut. Kejujuran inilah yang membuat saya percaya bahwa UD.Restu Jaya Mebel dapat dipercaya dalam memasarkan produknya ke publik.<sup>151</sup>

Penerapan pemasaran Islami yang lain yang diterapkan oleh UD.Restu Jaya Mebel adalah dengan menerapkan tujuan yang telah ditetapkan di awal yaitu tujuan sosial. Yangmana tujuan sosial ini dilakukan untuk membantu orang – orang disekitar yang membutuhkan.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Arifin pemilik UD. Restu Jaya Mebel:

Dalam berbisnis saya tidak hanya mencari keuntungan saja mbak karena harta atau rezeki sudah ada yang mengaturnya jadi selain untuk mendapatkan keuntungan saya juga melakukan hal – hal yang dapat membantu orang – orang disekitar saya yaitu melalui sedekah mbak. Hal ini saya lakukan agar saya mendaapatkan keberkahan dalam berbisnis dan bisnis saya juga mampu memberikan.<sup>152</sup>

## C. Temuan Peneliti

### 1. Analisis Tentang Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Konsumen UD. Restu Jaya Mebel Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam.

Dalam upaya meningkatkan upaya penjualan pada UD. Restu Jaya Mebel perlu dilakukan berbagai macam strategi pemasaran. Dengan strategi pemasaran yang tepat serta efisien maka tujuan suatu perusahaan akan mudah tercapai. Setelah melakukan pengamatan di UD. Restu Jaya Mebel

---

<sup>151</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Siti ( Konsumen UD.Restu Jaya Mebel ), 10 April 2021

<sup>152</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Arifin ( Pemilik UD.Restu Jaya Mebel ), 08 April 2021

dan lebih memfokuskan pada strategi 7p yaitu *product, price, place, promotion, people, process, physical evidient*.

a. Produk (*product*)

Berdasarkan paparan data terkait strategi pemasaran produk meliputi:

Memperhatikan selera dan trend pasar, memperluas jaringan distribusi, mempunyai label (*brand merk*) menciptakan produk dengan kualitas terbaik. Dengan memperhatikan selera serta trend pasar sehingga model yang diproduksi perusahaan tidak ketinggalan zaman atau kuno. Sedangkan *brand merk* yang dimiliki agar dapat lebih mudah di kenal oleh masyarakat serta para konsumen baru yang ingin membeli produk dari UD. Restu Jaya Mebel. Selain itu dalam menawarkan produknya sangat menjaga baik kualitas yang dimiliki agar tidak mengecewakan konsumen dan pelanggan tetap.

b. Harga (*price*)

Berdasarkan paparan data terkait strategi pemasaran harga dapat di analisis bahwa strategi pemasaran pada harga yang diterapkan pada UD. Restu Jaya Mebel dengan memberikan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya. Akan tetapi dengan harga murah tidak menurunkan kualitas yang dimiliki.

c. Tempat (*place*)

Berdasarkan paparan data diatas terkait strategi pemasaran tempat dapat dianalisis bahwa strategi tempat dan lokasi yang dipilih

dengan memiliki strategi yang strategis, mudah diakses jangkauannya oleh para konsumen UD. Restu Jaya Mebel dan dekat dengan pemukiman warga Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut.

d. Promosi (*promotion*)

Berdasarkan paparan diatas terkait dengan strategi promosi dapat dianalisis bahwa strategi promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan produknya. UD. Restu Jaya Mebel melakukan promosi dengan cara berikut:

1) *Personal Selling*

Merupakan komunikasi langsung antara penjual dan pembeli untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pembeli

2) Periklanan

Periklanan meliputi semua kegiatan yang terlibat dalam penyajian pesan yang non personal (tidak tertuju pada seseorang tertentu) di suarakan atau visual dan di biayai secara terbuka untuk suatu produk, jasa atau ide.

3) Direct Marketing

Direct Marketing merupakan sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan tanggapan/respon terukur dan transaksi sembarang lokasi.

e. Orang (*people*)

Berdasarkan paparan data diatas terkait dengan orang dapat di analisis bahwa karyawan UD. Restu Jaya Mebel dapat memberikan pelayanan kepada konsumen dengan baik serta dapat menyelesaikan pesanan dengan tepat waktu.

f. Proses (*process*)

Berdasarkan paparan data diatas terkait dengan proses dapat di analisis bahwa didalam pembuatan produk sudah mempunyai alat yang lengkap serta mempunyai bahan baku yang komplit dari berbagai jenis pohon yang digunakan.

g. Bukti Fisik (*physical evidence*)

Berdasarkan paparan data diatas terkait mengenai bukti fisik yaitu perusahaan UD. Restu Jaya Mebel dapat memberikan pelayanan atau pemberitahuan produk yang nyata.

## **2. Analisis Tentang Kendala dan Solusi Strategi Pemasaran**

### **UD.Restu Jaya Mebel**

#### **a. Produk (*product*)**

Berdasarkan paparan data diatas mengenai kendala serta solusi strategi pemasaran pada produk dapat di analisis bahwa produk yang di hasilkan UD.Restu Jaya Mebel mengalami berbagai macam kendala yang di hadapi oleh UD.Restu Jaya Mebel yaitu ketika pada saat pelanggan atau konsumen UD.Restu Jaya Mebel meminta bahan baku kayu yang diinginkan akan tetapi bahan dari kayu tersebut masih kosong, solusi yang dilakukan yaitu dengan mengambil bahan baku kayu yang di miliki pribadi oleh Bapak dari Ibu Nita di desa Pucanglaban sehingga dapat mempersingkat waktu pembuatan pesanan furniture dari konsumen. Sehingga konsumen bisa puas dengan pelayanan produk dari kami dan juga menambah pelanggan UD.Restu Jaya Mebel.

#### **b. Harga (*price*)**

Berdasarkan paparan data di atas mengenai tentang strategi pemasaran harga dapat di analisis bahwa Banyak konsumen atau pelanggan tetap UD.Restu Jaya Mebel meminta dibuatkan furniture yang mereka inginkan. tetapi biasanya badget yang mereka miliki masih kurang dari produk yang di inginkan atau tidak mencakup biaya produksi.Solusinya biasanya menentukan dari segi bahan, sedangkan untuk badget low dan yang di pesan ingin sesuai riques biasanya pihak UD.Restu Jaya Mebel menawarkan bahan kayu yang lebih miring tetapi

untuk kualitas masih di berikan yang terbaik agar konsumen juga puas dan dapat menambah pelanggan lebih banyak.

c. Promosi (promotion)

Berdasarkan paparan data diatas terkait kendala dan solusi strategi pemasaran promosi dapat dianalisis bahwa setiap perusahaan pasti memiliki cara atau usaha untuk memperkenalkan produknya agar di ketahui oleh banyak orang. Akan tetapi dalam melakukan suatu promosi produk terdapat kendala yang di hadapi yaitu saat proses promosi dengan belum adanya admin yang aktif mengatur penjualan di sosial media sehingga banyak orderan menumpuk yang belum bisa di layani secara cepat, sehingga solusi yang digunakan untuk mengatasinya dengan cara handle sendiri sosial media UD.Restu Jaya Mebel dan membalas oderan yang ada.

b. Tempat (*place*)

Berdasarkan paparan data di atas terkait dengan kendala strategi pemasaran tempat di analisis bahwa tempat merupakan lokasi tempat produksi . UD.Restu Jaya Mebel terletak di desa kaliwungu kecamatan ngunut kabupaten Tulungagung.

Kendala yang di alami UD.Restu Jaya Mebel yaitu adanya pesaing di kecamatan ngunut yang memproduksi atau pembuatan furniture sama dengan UD.Restu Jaya Mebel sehingga jika orderan membeludak para konsumen atau pelanggan UD.Restu Jaya Mebel tersebut memilih berpindah ke UD.Mebel Lainnya agar pesanan mereka dapat di

selesaikan dengan cepat. Solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasinya yaitu memberikan pemahaman kepada konsumen bahwa hasil dari produksi UD. Restu Jaya Mebel jauh lebih baik dari pada lainnya.

e. Bukti fisik (*Physical evidence*)

Berdasarkan paparan data di atas mengenai tentang strategi pemasaran bukti fisik dapat di analisis bahwa jika tidak ada bukti fisik dari perusahaan maka suatu perusahaan tidak dapat berjalan dengan baik.

f. Proses (*Process*)

Berdasarkan paparan data di atas mengenai tentang strategi proses yaitu jika suatu proses pembuatan produk tidak di lakukan dengan baik dan tepat waktu maka akan memberikan pandangan jelek di mata konsumen

g. Orang (*People*)

Berdasarkan paparan data di atas mengenai tentang strategi orang yaitu jika suatu sumberdaya manusianya unggul akan membuat sebuah perusahaan lebih unggul dari perusahaan serupa atau mampu bersaing dengan perusahaan lainnya dan dapat bertahan lebih lama.