

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Strategi Bauran Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan BUMDesMa Madupapaken Bersinar Durenan**

Pemasaran merupakan suatu aktifitas yang erat kaitannya dengan pasar yang didalamnya berisi kegiatan yang bersifat potensial guna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Adapun strategi pemasaran merupakan suatu alat penting atau fundamental yang digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan dari perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang sehat dan kompetitif.

Didalam melakukan pemasaran hendaknya tetap memperhatikan nilai-nilai keislaman yang dijadikan sebagai acuan karena paada dasarnya suatu usaha bukan semata-mata mengejar keduniawian saja akan tetapi juga mengharapkan keberkahan atas usaha yang dijalankan. Didalam buku *Keajaiban Teknik Selling Rosululloh* terdapat beberapa prinsip yang perlu diteladani didaalam melakukan perdagangan yang diantaranya yakni sikap saling ridho, keadilan, menghindari riba, kasih sayang, tolong menolong, persaudaraan, tidak melalaikan ibadah, hutang piutang harus dicatat dengan baik dan lain sebagainya.<sup>84</sup>

---

<sup>84</sup> Freddy Rangkuti, *Keajaiban Teknik Selling Rosululloh*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal.16

Sebagai bentuk upaya peningkatan pendapatan BUMDEsMa Madupapaken Bersinar melalui pemasaran produknya, perlu diterapkannya strategi pemasaran produk yang baik dan terarah. Dengan adanya pemilihan strategi yang tepat tentunya akan membawa pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualannya. Akan tetapi didalam penerapan strategi pemasan suatu usaha harus tetap memperhatikan nilai-nilai syariah yang telah disyariatkan oleh agama Islam. Sehubungan dengan hal tersebut, BUMDesMa Madupapaken Bersinar Durenan menerapkan strtegi pemasaran dengan kerangka kerja 7P secara terarah dan berkelanjutan dengan tetap memegang teguh nilai-nilai keislaman sebagai berikut ini:

#### 1. Produk (*product*)

Produk adalah segala sesuatu yang diciptakan oleh perusahaan aataau orgaanisasi ddengan tujuan untuk diperjualbelikan didalam pasar guna untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Terkait dengan strtegi produk yang diterapkan didalam BUMDesMa Madupapaken Bersinar ini yakni lembaga usaha ini dalam menentukan produk harus memperhatikan target pasar terlebih dahulu. Dengan memperhatikan target pasar tersebut maka diperoleh target yakni ibu-ibu rumah tangga serta anak-anak dan siswa-siswi sekolah mulai dari TK sampai dengan SMK. Sehubungan dengan hal tersebut, BUMDesMa ini memilih menjual produk yang yang menjadi kebutuhan utama para target tersebut yakni kebutuhan rumah tangga sehari hari seperti sembako, kebutuhan cuci dan mandi serta kebutuhan anak-anak

dan siswa-siswi mulai dari anak atau jajanan ringan hingga beranekamacam kebutuhan alat tulis sekolah.

Namun seiring berjalannya waktu, konsumen tersebut memiliki *request* sendiri sendiri. Akan tetapi tidak semua *request* dari para konsumen tersebut *dirreadykan* karena mengutamakan kualitas dari produk. Karena dengan kualitas produk yang baik maka konsumen akan tetap mempertahankan seleranya terhadap produk tersebut. Untuk mempertahankan kualitas produk BUMDesMa Madupapaken Bersinar ini melakukan pengendalian mutu (*quality control*) yang dilakukan dengan pengecekan barang dari segi BPOM dan sertifikasi halal.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nindi Retno Kumalasari dengan objek penelitian pada Toko Ismart dan Indomart Ponorogo, bahwasannya didalam menjual produk mengutamakan kualitas serta kehalalan produk serta tidak memperjualbelikan barang yang dianggap memiliki mudharat bagi konsumennya.<sup>85</sup>

Disamping itu Assauri juga menjelaskan bahwasannya kualitas merupakan suatu faktor yang sangat penting dalam suatu barang yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai ddengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimanfaatkan.<sup>86</sup>

---

<sup>85</sup>Nindi Retno Kumalasari. Analisi Stratrgi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Produk di Toko Ismart dan Indomaret Ponorogo. *Skripsi Tidak Diterbitkan*. (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020), hal.60

<sup>86</sup>Endi Sentosa, et al," Pengaruh Kualitas Bahan Baku, Proses Produksi dan Kualitas Tenaga Kerja Terhadap Kualitas Produk Pada PT Delta Surya Energi Bekasi", (*Jurnal ilmu Manajemen*), Vool.13, No. 2, hal. 64

Didalam ajaran islam juga dijelaskan bahwasannya didalam melakukan perdagangan hendaknya harus memperhatikan kualitas barang yang dijual. Hal tersebut karena dengan menjual barang dengan kualitas buruk maka akan merugikan pihak pembeli.

## 2. Harga (*price*)

Harga merupakan salah satu dari unsur bauran peasaran yang berpengaruh pada penerimaan atau peningkatan volume penjualan.

Suatu usaha pada hakikatnya memiliki tujuan untuk mencari keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Dengan demikian, dalam menetapkan harga hendaknya sangat diperhatikan. Karena dengan harga yang tepat maka akan berpengaruh besar terhadap penjualan usaha kedepannya. Didalam strategi harga ini, BUMDesMa Madupapaken Bersinar Durenan mematok harga sesuai dengan kualitas dari produk yang ditawarkan. Misalkan saja dengan barang yang sudah BPOM maka barang tersebut tidak dapat dijual dengan harga tinggi atau rendah. Jadi barang tersebut dijual sesuai dengan standar kualitas dan sesuai dengan kantong semua kalangan mulai dari ibu-ibu rumah tangga hingga anak-anak dan siswa-siswi sekolah.

Terkait dengan penetapan harga, dalam upaya menarik konsumen BUMDesMa ini juga memiliki taktik yang memiliki *feedback* yang baik diantaranya yakni mengadakan promo, banting harga para produk-produk yang kurang diminati konsumen pada setiap akhir bulan sehingga mereka akan berbondong-bondong untuk membelinya.

Terkait dengan strategi harga yang diterapkan didalam BUMDesMa Madupapaken bersinar ini, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Moh Rusdi dengan objek penelitian Perusahaan Genting UD Berkah, bahwasannya didalam menetapkan harga disesuaikan dengan kualitas, jenis serta variasi dari barang yang dijual.<sup>87</sup>

Disamping itu, juga dijelaskan oleh Kotler dan Keller bahwasannya tujuan dari penetapan suatu harga barang yakni diantaranya untuk kelangsungan hidup, memperoleh laba maksimum, memperoleh pendapatan maksimum, agar pertumbuhan penjualan dapat maksimal, serta meningkatkan kepemimpinan mutu produk.<sup>88</sup>

Didalam Islam juga dijelaskan bahwasannya didalam mengambil keuntungan hendaknya didalam batasi wajar. Karena pada dasarnya suatu usaha bukan semata-mata mengejar keduniawian saja akan tetapi mengharapkan adanya keberkahan nantinya.

### 3. Tempat (*place*)

Tempat merupakan suatu elemen penunjang suatu usaha atau bisnis. Dengan pemilihan tempat yang tepat maka akan mempengaruhi minat konsumen untuk mengunjungi lokasi tersebut. Didalam ajaran islam juga dijelaskan bahwasannya Nabi SAW didalam melakukan perniagaan tidak hanya menetap pada satu wilayah saja, akan tetapi

---

<sup>87</sup>Moh. Rusdi, "strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya", (*Jurnal studi Manajemen dan Bisnis*), Vol. 6, No. 2, hal. 53

<sup>88</sup>Christianti Natalia Soei, "Penentuan Harga Jual Produk dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing pada UD. Sinar Sakti", (*Jurnal EMBA*), Vol. 2, No.3, hal. 210

Beliau berkelana ke berbagai wilayah. Dengan Begitu, maka produk yang dijual akan dikenal masyarakat umum di berbagai wilayah.

Sehubungan dengan hal tersebut BUMDesMa Madupapaken Bersinar memilih tempat yang sangat strategis yakni di Jl Lapangan Durenan RT.005 RW 003 Desa Durenan Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek, yang mana lokasi tersebut berada di pusat keramaian mulai dari lingkungan sekolah, pemukiman padat penduduk, lingkungan kantor hingga pusat olahraga yakni lapangan Durenan. Selain itu lokasi dari BUMDeMa ini juga didukung dengan kemudahan akses untuk menuju ke lokasi tersebut.

Didalam penentuan tempat harus memperhatikan faktor yakni primer dan sekunder. Adapun faktor primer yakni terkait seperti lokasi yang berbau keramaian sedangkan sekunder seperti faktor-faktor penunjang lain seperti fasilitas pelebaran lokasi, harga jual tempat kedepannya dan lain sebagainya.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh T. Prasetyo Hadi Atmoko dengan objek penelitian Cavinton Hotel Yogyakarta bahwasannya penentuan lokasi yakni berada di pinggir jalan raya utama atau berada dalam pusat keramaian.<sup>89</sup>

#### 4. Promosi (*promotion*)

---

<sup>89</sup>T. Prasetyo Hadi Atmoko, "Strategi pemasaran Guna Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta", (*Journal of Indonesian Tourism, Houspitaly and Recreations*), Vol. 1, No.2, hal. 91

Promosi merupakan kegiatan yang sangat penting didalam pemasaran. Karena promosi menyangkut terkait dengan upaya pengkomunikasian produk dalam suatu perusahaan agar produk tersebut dapat dikenal oleh masyarakat umum. Jadi dengan adanya promosi yang tepat maka akan berdampak langsung terhadap penjualan usaha pada suatu organisasi atau perusahaan tersebut. Akan tetapi didalam melakukan promosi kita harus tetap memperhatikan nilai-nilai keislaman yakni seperti larangan memanipulasi timbangan, menjual barang yang cacat, melakukan sumpah berlebihan bahkan melakukan janji palsu dan lain sebagainya.

Dengan demikian, didalam BUMDesMa Madupapaken Bersinar ini didalam melakukan promosi melalui media sosial sesuai dengan perkembangan media sosial dengan tetap memberikan spesifikasi produk yang sesuai.

Menurut Sofjan Assauri promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti penjualan yang dilakukan secara langsung, *event sponsorship*, hubungan masyarakat, periklanan, publisitas serta promosi penjualan.<sup>90</sup>

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh alfin Sugiarta dengan studi penelitian Distro Equaltrev 16 C Mulyojati Kota Metro bahwasannya, dalam strategi promosi memanfaatkan sosial media sesuai dengan perkembangan zaman seperti *facebook*, *instagram*, yang

---

<sup>90</sup>Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran.....*hal. 17

dengan memanfaatkan media online tersebut mampu meningkatkan volume penjualannya.<sup>91</sup>

#### 5. Orang (*people*)

Didalam upaya peningkatan usaha, orang atau Sumber Daya Manusia memegang peran yang sangat penting. Karena, Sumber Daya Manusia didalam suatu organisasi atau usaha akan mempengaruhi persepsi dari konsumen. Oleh karena itu, untuk memberikan layanan yang baik kepada konsumen maka didalam melakukan perekrutan karyawan diberikan *job spesification*. Karena didalam islam juga dijelaskan bahwasannya didalam memberikan pelayanan kepada pelanggan kita haarus memberlakukan sama untuk semua kalangan.

Menurut pengamatan peneliti, didalam BUMDesMa Madupapaken Bersinar ini didalam merekrut karyawan dari semua akalangan tetapi tetap memperhatikan keramahan, kejujuran, ketelatenan, tanggung jawab, pekerja keras, aktif dalam organisasi kemasyarakatan, serta *fresh graduate* dan pengalaman kerja menjadi nilai tambah. Dengan begitu pekerja dalam BUMDesMa ini memiliki kualitas SDM yang cukup baik.

Disamping itu, untuk meningkatkan semangat kerja para karyawan dalam BUMDesMa ini seringkali memberikan *fee* serta motivasi kerja agar lebih totalitas mempertanggung jawabkan pekerjaannya.

#### 6. Proses (*proces*)

---

<sup>91</sup>Alfin Sugiarta. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada Distro Equaltrev 16C Mulyojati Metro). *Skripsi tidak diterbitkan*. (Metro: IAIN Metro, 2019), hal. 43

Setiap kegiatan tentunya tidak akan terlepas dari suatu proses. Begitupun didalam suatu usaha tentunya juga memerlukan adanya proses. Didalam pemasaran, proses erat kaitannya dengan aliran produk hingga ketangan konsumen.

Dengan demikian didalam BUMDesMa Madupapaken Bersinar ini proses penyaluran barang mulai dari *supplier* langsung dipasarkan didalam BUMDesMa tanpa adanya proses penimbunan barang. Karena dalam islam juga dijelaskan bahwasannya aktivitas penimbunan barang akan merugikan konsumen karena barang tersebut akan menurun kualitasnya akibat waktu yang lama. Terkait dengan kegiatan pemesanan barang tersebut adalah barang yang telah *dirready*kan oleh BUMDesMa yang kemudian dipasarkan melalui media online dengan proses penyaluran barang melalui COD, jasa pengiriman barang ataupun diambil langsung ke BUMDesMa sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli.

#### 7. Bukti Fisik

Bukti fisik tentunya juga sangat mempengaruhi keputusan dari para konsumen. Krena bukti fisik sangat erat kaitannya dengan lingkungan produk pada suatu organisasi atau perusahaan.

Menurut pengamatan peneliti, bentuk penerapan dari bukti fisik didalam BUMDesMa Madupapaken Bersinar ini yakni dari segi tata letak, kebersihan lingkungan dan produk sudah jauh dari kata kotor dan produk di display pada rak sesuai dengan jenisnya serta di sajikan

dengan kemasan yang rapi dengan ciri khas BUMDesMa, selain itu kenyamanan juga diwujudkan dengan lokasi yang luas dan dilengkapi dengan AC, kemudian BUMDesMa ini juga dilengkapi dengan WIFI sehingga konsumen akan betah berlama-lama di BUMDesMa ini.

Dengan adanya bukti fisik yang baik maka konsumen akan tertarik untuk berkunjung ke lokasi serta melihat dan melakukan pemilihan barang secara langsung sesuai dengan keinginannya. Dalam Islam juga dijelaskan bahwasannya dalam jual beli harus ada rasa suka sama suka diantara pembeli dan penjualnya.

#### **B. Kendala dan Solusi yang Dilakukan Oleh BUMDesMa Madupapaken Bersinar Durenan dalam Melakukan Strategi Bauran Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualannya**

Strategi pemasaran memegang peranan yang sangat penting didalam perusahaan. Karena, dengan strategi yang baik akan mampu meningkatkan volume penjualan dari perusahaan. Adapun strategi pemasaran yang diterapkan oleh BUMDesMa Madupapaken Bersinar yakni strategi bauran pemasaran dengan kerangka kerja 7P yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotions*), orang (*people*), proses (*process*), serta bukti fisik (*physical evidence*). Didalam penerapan strategi pemasaran tentunya tidaklah mudah. Kendala-kendala tentunya juga dialami dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan. Oleh karenanya, suatu organisasi atau perusahaan dituntut untuk lebih cermat dan solutif dalam menghadapi kendala yang dihadapi.

### 1. Produk (*product*)

Produk memiliki peran yang sangat penting terhadap penjualan dari perusahaan. Oleh karenanya suatu produk harus mampu mempertahankan kualitasnya agar tetap mempertahankan minat dari konsumen. Adapun kendala dari segi produk yang dihadapi oleh BUMDesMa Madupapaken Bersinar yakni, perkembangan dari produk yang sangat pesat dari hari ke hari sehingga akan mempengaruhi kualitas dan selera konsumen dari produk yang dijual. Terkait dengan solusi yang dilakukan yakni pihak BUMDesMa tetap bersikap selektif dan meningkatkan pengendalian mutu (*quality control*) agar kualitas dari produk tetap terjaga.

### 2. Harga (*price*)

Harga merupakan suatu elemen dalam pemasaran yang mempengaruhi seorang konsumen membeli atau tidak terhadap produk yang ditawarkan. Didalam menetapkan harga haruslah diperhitungkan dengan matang karena akan mempengaruhi tingkat penjualan kedepannya. Adapun kendala yang dihadapi oleh BUMDesMa Madupapaken Bersinar ini dari segi harga yakni terkait dengan penyesuaian harga dengan kualitas produknya. Terkadang dengan harga yang mahal produk tersebut tidak diterima oleh konsumen padahal harga tersebut sudah sesuai dengan kualitasnya. Begitupun sebaliknya jika harga dibandrol sangat murah maka pandangan konsumen para barang tersebut tidak berkualitas. Adapun solusi yang diterapkan oleh

BUMDesMa yakni dengan menetapkan harga secara wajar sesuai dengan kualitas yang diberikan.

3. Tempat (*place*)

Tempat sangat erat kaitannya dengan lokasi yang digunakan oleh suatu usaha dalam memasarkan produknya. Terkait dengan strategi tempat, BUMDesMa ini memiliki kendala yakni, dengan semakin banyaknya produk yang dijual didalam BUMDesMa maka tempat yang digunakan untuk mendisplay barang kurang memadai. Adapun solusi yang dilakukan yakni dengan melakukan renovasi penambahan rak-rak displas agar dapat memberikan ruang baru pada barang-barang yang disediakan.

4. Promosi (*promotions*)

Promosi merupakan suatu kegiatan pengkomunikasia produk agar produk yang ditawarkan dapat diketahui oleh khalayak ramai. Adapun kendala yang dihadapi oleh BUMDesMa ini dari segi promosi yakni seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi, mengakibatkan pegawai kualahan dalam mengimbangi perkembangannya. Terkait dengan masalah ini solusi yang dilakukan yakni dengan pemusatan tugas promosi pada pegawai yang menguasai teknologi pada BUMDesMa tersebut. Selain itu terdapat pula kendala yakni menghadapi masyarakat yang gptek sehingga membuat kebijakan untuk melakukan promosi dengan memanfaatkan media cetak yang disebar ke masyarakat sekitar.

5. Orang (*people*),

Orang (*people*) tidak kalah pentingnya dalam kegiatan perusahaan. Kualitas SDM dari perusahaan akan mampu menentukan tertarik tidaknya seorang konsumen untuk berkunjung pada tempat tersebut akibat pelayanannya yang diberikan kepada konsumen. Adapun kendala yang dihadapi oleh BUMDesMa Madupapaken Bersinar dari segi *people* yakni terkait dengan pemilihan kandidat yang sangat banyak dan solusinya yakni dengan membuat *job spesification*. Selain itu kendalanya juga dari segi totalitas kerja yang mudah berkurang dan solusi terkait permasalahan ini yakni dengan memberikan arahan serta motivasi kepada para karyawan dari atasan sehingga akan mampu meningkatkan semangat kerja sesuai dengan tugas dan wewenangnya.

6. Proses (*process*)

Proses sangat erat kaitannya dengan aliran penyaluran barang dengan kecepatan, ketepatan hingga ketangan konsumen sehingga tidak ada aktivitas penimbunan barang. Didalam strategi proses ini, BUMDesMa Madupapaken Bersinar tentunya juga tidak terlepas dari kendala-kendala yang dihadapi. Adapun kendala dari segi proses ini yakni, yakni terkait dengan jaraak antara *suplyer* dengan lembaga sehingga *fast moving* barang memakan waktu cukup lama. Adapun solusi terkait dengan kendala ini yakni kami memilih *suplyer* yang berlokasi lebih dekat dengan lokasi BUMDesMa Madupapaken Bersinar. Dengan begitu penyaluran barang akan lebih efektif dan konsumen dapat segera mengkonsumsi produk sesuai dengan kebutuhannya.

7. Bukti fisik (*physical evidence*)

Bukti fisik sangat mempengaruhi keputusan para konsumen untuk membeli atau tidak produk yang ditawarkan dalam suatu usaha. Dalam BUMDesMa ini terdapat kendala dari segi bukti fisik yakni dari segi kualitas kemasan produk. Adapun solusinya yakni mengganti kemasan yang lebih menarik dengan menambah atribut label dan lainnya yang menjadi ciri khas dari BUMDesMa.