

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kegiatan dalam bisnis meliputi proses produksi pemasaran dan pendistribusian kepada konsumen baik dalam bentuk barang maupun jasa dengan tujuan untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Kegiatan dalam bisnis tidak terlepas dari adanya dua unsur yaitu subjek dan objek. Subjek dalam bisnis meliputi pelaku bisnis itu sendiri termasuk pemerintah, pemilik perusahaan, produsen, karyawan, distributor, dan masyarakat, sedangkan objek dalam bisnis meliputi produk barang maupun jasa. Selain adanya dua unsur tersebut dalam kegiatan bisnis juga diperlukan beberapa hal penting agar bisnis tersebut dapat berjalan secara maksimal seperti manajemen dan etika bisnis.

Perkembangan bisnis di era globalisasi disebabkan oleh perubahan pola pikir manusia. Oleh karena itu kegiatan bisnis sangat dibutuhkan oleh perseorangan maupun perusahaan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan adanya kegiatan bisnis diharapkan tujuan perusahaan dapat tercapai. Banyaknya pelaku bisnis di era globalisasi mengharuskan pelaku bisnis

menerapkan strategi - strategi pemasaran. Perkembangan dunia bisnis yang penuh dengan persaingan ini mengharuskan para pelaku bisnis untuk melakukan perubahan terhadap cara mereka melayani atau memuaskan konsumen. Oleh karena itu pelaku bisnis harus melakukan strategi pemasaran yang efektif dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis tersebut.

Definisi dari pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang produsen atau perusahaan untuk mempromosikan atau menjual produk yang telah mereka ciptakan. Perusahaan harus mengetahui dan melaksanakan strategi pemasaran yang tepat untuk produk yang akan ditawarkan di pasaran. Dalam hal ini strategi pemasaran sangat mendorong untuk meningkatkan volume penjualan yang ada pada perusahaan. Wawasan tentang strategi pemasaran menjadi hal yang penting bagi perusahaan saat dihadapkan dengan beberapa permasalahan, seperti turunnya volume penjualan atau minat daya beli konsumen terhadap produk sehingga mengakibatkan perusahaan memiliki hambatan untuk berkembang.

Sedangkan bauran pemasaran merupakan salah satu strategi penting yang ada dalam setiap sistem pemasaran. Bauran pemasaran berperan penting dalam mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian produk barang atau jasa yang dipasarkan. Keberhasilan pemasaran yang ada di perusahaan juga dipengaruhi oleh baik atau tidak bauran pemasarannya. Strategi bauran pemasaran meliputi : produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan bukti

fisik. Unsur-unsur ini memiliki peran yang penting untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan dan menghadapi persaingan bisnis yang semakin tajam.

Volume penjualan dapat didefinisikan sebagai perhitungan unit penjualan suatu produk dalam periode waktu tertentu. Volume penjualan dapat menjadi tanda baik atau tidaknya pemasaran yang ada pada suatu perusahaan. Peningkatan volume penjualan menjadi salah satu tujuan dari perusahaan . Oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang efektif agar volume penjualan dapat meningkat, salah satunya dengan menerapkan bauran pemasaran 7P yang meliputi strategi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik.

Adapun bisnis dalam Islam dapat dipahami sebagai segala macam aktivitas jual beli yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya namun dibatasi dalam cara memperoleh atau penggunaan hartanya, singkatnya kegiatan bisnis yang dilandasi dengan dasar – dasar hukum Islam. Seseorang diharuskan untuk bekerja agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam hal mencari rezeki, Allah SWT telah melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk mencari rizki. Sebagaimana dikatakan dalam firman Allah dalam QS. Al-Araaf ayat 10 :

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ

yang artinya : “*Sesungguhnya kami telah menempatkan kamu sekalian di bumi dan kami adakan bagimu di muka bumi itu (sumber-sumber) penghidupan.*”²

Islam menghalalkan para umatnya untuk melakukan kegiatan ekonomi, bahkan Rasulullah SAW dikenal sebagai sosok pebisnis pada zamannya (sebelum diangkat menjadi rasul). Syekh Abdul Aziz bin Fathi As-Sayyid Nada dalam *Ensiklopedia Adab Islam Menurut Alquran dan Assunnah* menyatakan “Sepanjang sejarah, orang Islam merupakan simbol sebuah amanah dan di bidang perdagangan, mereka berjalan di atas adab islamiah”. Rasulullah SAW mengajarkan kepada para umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika bisnis yang sesuai dengan syariat Islam. Dalam melakukan bisnis, umat Islam dilarang untuk melakukan hal bathil dan harus melakukan bisnis dengan halal atau sesuai dengan hukum-hukum agama Islam.³ Firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ. وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ. إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

yang artinya “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan*

² Departemen Agama RI, *Al – Qur’an dan Terjemahnya*, (Jakarta Timur: CV Darus Sunnah, 2017), hal. 84

³ Tati Handayani dan Muhammad Anwar Fathoni, *Manajemen Pemasaran Islam*, (Sleman: Penerbit Deepublish, 2019), hal. 20

*perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.*⁴

Minyak goreng termasuk dalam salah satu bahan pangan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Tidak heran apabila minyak goreng selalu digunakan oleh masyarakat apalagi masyarakat Indonesia yang lebih banyak menyukai makanan hasil penggorengan. Minyak goreng berasal dari minyak kelapa sawit merupakan minyak yang lebih sering digunakan masyarakat untuk mengolah makanan atau sebagai bahan makanan. Masyarakat lebih sering menggunakan minyak goreng kelapa sawit karena minyak goreng kelapa sawit lebih mudah didapatkan dan harganya lebih terjangkau.

Dapur menjadi tempat yang sangat penting untuk memenuhi kebutuhan makan penghuni rumah, khususnya untuk menggoreng makanan. Menggoreng merupakan salah satu proses pengolahan bahan pangan yang sangat disukai oleh seluruh lapisan masyarakat baik itu rumah tangga, pedagang makanan, maupun industry. Masyarakat pada umumnya lebih suka mengolah bahan pangan dengan memanfaatkan minyak goreng. Hal ini dikarenakan adanya anggapan masyarakat bahwa makanan yang digoreng akan terasa lebih renyah, nikmat, dan memenuhi beberapa asupan gizi. Meskipun begitu pada dasarnya

⁴ Departemen Agama RI, *Al – Qur’an dan Terjemahnya...*, hal 84

masyarakat belum memahami kekurangan dari minyak goreng jika sudah dipakai berkali kali.

Industri minyak goreng Hepi Koki merupakan salah satu industri yang bergerak dalam pengolahan minyak goreng untuk dipasarkan kepada konsumen. Industri yang berada di Desa Tenggur Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung ini dimiliki oleh Bapak Ariadi dan Ibu Sulastri yang didirikan sejak tahun 2017. Minyak goreng mentah yang diimpor dari luar kota ini diolah dan dikemas di pabrik milik Bapak Ariadi dan Ibu Sulastri dan diberi nama atau brand Hepi Koki. Usaha industri ini sudah bisa dibilang cukup berjalan baik dari segi pemasaran, dengan memanfaatkan beberapa sales yang bekerja di Home Industri ini, pemasaran minyak goreng Hepi Koki yang dipasarkan di berbagai daerah di wilayah Tulungagung terbilang cukup lancar.

Dalam pengolahan dan pemasarannya pemilik usaha ini dibantu oleh 5 karyawan di pabriknya dan beberapa sales yang bertugas untuk mendistribusikan kepada para konsumen. Para karyawan ini bertugas di tempat usaha untuk mengolah dan atau mengoperasikan minyak mentah sampai tahap pengemasan hingga siap didistribusikan. Sedangkan para sales bertugas untuk mendistribusikan minyak goreng yang sudah jadi ke pasar sasaran atau beberapa tempat yang ada di Kabupaten Tulungagung. Pemilik usaha ini juga memiliki satu truk tangki minyak untuk memudahkannya dalam mengimpor

minyak mentah dan satu pabrik yang diisi oleh beberapa karyawan yang bertugas untuk pengolahan minyak.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pemilik usaha dan penjelasan diatas penulis tertarik untuk mengambil judul dalam penelitian ini **“Penerapan Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada *Home Industry* Minyak Goreng Hepi Koki dalam Prespektif Manajemen Bisnis Syariah”**.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana penerapan bauran pemasaran pada *Home Industry* Minyak Goreng Hepi Koki?
2. Bagaimana penerapan bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada *Home Industry* Minyak Goreng Hepi Koki?
3. Bagaimana penerapan bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada *Home Industry* Minyak Goreng Hepi Koki dalam prespektif manajemen bisnis syariah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan bauran pemasaran pada *Home Industry* Minyak Goreng Hepi Koki.

2. Untuk mengetahui dan memahami penerapan bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada *Home Industry* Minyak Goreng Hepi Koki.
3. Untuk mengetahui dan memahami penerapan bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada *Home Industry* Minyak Goreng Hepi Koki dalam prespektif manajemen bisnis syariah.

D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Penelitian ini membahas tentang penerapan bauran pemasaran yaitu *product, price, promotion, place, people, process*, dan *physical evidence* untuk meningkatkan volume penjualan pada *home industry* Minyak Goreng Hepi Koki dalam prespektif manajemen bisnis syariah. Penelitian ini dilandasi dari teori – teori yang sudah dibaca oleh peneliti dan juga penelitian terdahulu. Peneliti juga ingin mengetahui seberapa besar peran bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada *home industry* minyak goreng hepi koki yang dilandasi dengan prespektif manajemen bisnis syariah.

2. Batasan Masalah

Sebagaimana judul yang telah dibuat pada penelitian ini peneliti memberikan batasan terhadap pembahasan, yaitu hanya pada *Home Industry* Minyak Goreng Hepi Koki, penerapan bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan yang sesuai dengan prespektif manajemen bisnis syariah.

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa wawasan dan pengetahuan bagi dunia bisnis, khususnya pada *home industry* Minyak Goreng Heki Koki yang dalam pemasarannya menerapkan bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi, tempat, proses, orang, dan bukti fisik yang digunakan untuk mengembangkan perusahaan. Penerapan bauran pemasaran tersebut diharapkan agar *home industry* dapat meningkatkan volume penjualan yang tetap dilandasi dengan prespektif manajemen bisnis syariah. Dengan adanya hal itu diharapkan perusahaan dapat mencapai target yang maksimal.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat member manfaat bagi berbagai pihak diantaranya:

a. Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang terkait dengan penerapan bauran untuk meningkatkan volume penjualan dengan prespektif manajemen bisnis syariah sebagai langkah awal untuk menjalankan suatu bisnis dan menciptakan wirausaha serta lapangan pekerjaan yang baru.

b. Pemilik Usaha

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan untuk evaluasi dan pengembangan perusahaan pada *home industry* Minyak Goreng Hepi Koki yang sesuai dengan prespektif manajemen bisnis syariah.

- c. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berkontribusi dalam pengembangan ilmu di bidang manajemen bisnis syariah di Perguruan Tinggi

- d. Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dan referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya dalam penelitian tentang penerapan bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan.

F. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini dibutuhkan penegasan istilah agar tidak terjadi kesalahpahaman. Istilahnya sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

- a. Bauran Pemasaran :

Menurut Lupiyoadi bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan alat alat pemasaran yang terdiri dari berbagai variabel

suatu system pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar strategi pemasaran dan positioning yang diterapkan dapat berjalan dengan baik dan mencapai tujuan perusahaan.⁵

b. Volume Penjualan :

Menurut Kotler volume penjualan merupakan hasil penjualan yang telah dihasilkan oleh perusahaan dalam sistem pemasaran atau merupakan suatu bagian dari hasil program pemasaran secara keseluruhan.⁶ Volume penjualan juga dapat didefinisikan sebagai hasil penjualan produk yang dicapai oleh perusahaan atau instansi dari waktu ke waktu yang tetap stabil maupun naik turun.

c. Manajemen :

Sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan yang diatur dengan baik terhadap sumber daya yang ada disuatu perusahaan untuk mencapai target maupun tujuan yang efektif dan efisien.

d. Bisnis Syariah :

⁵ Wahyu Abdillah dan Andri Herawati, "Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepener", Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi, Vol. 2, No. 2, Tahun 2018, hal. 312

⁶ Putu Agus Semara Jaya, "Pengaruh Biaya Promosi dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Dupa Pada Putra Mas di Desa Bulian Tahun 2010 – 2014", Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE), Vol. 5, No. 1 Tahun 2015, hal. 2

Kegiatan menciptakan atau menawarkan produk barang atau jasa yang diperjualbelikan kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan yang dilandaskan pada syariat syariat Islam atau berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah.

2. Definisi Operasional

Dari penjelasan penejelasan istilah diatas dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dalam judul penelitian ini ” Penerapan bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada *home industry* Minyak Goreng hepi Koki dalam prespektif manajemen bisnis syariah” adalah untuk mengetahui, dan mempelajari terhadap hal-hal yang berkaitan dengan penerapan bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan yang diharapkan dapat membantu keberlangsungan dan perkembangan *home industry* Minyak Goreng Hepi Koki yang dibahas dengan melakukan penelitian melalui aspek – aspek yang sesuai dengan prespektif manajemen bisnis syariah.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan ini dibuat untuk memudahkan pembaca memahami isi dari penelitian. Penelitian ini disusun dengan enam bab dengan perincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjelaskan secara umum gambaran isi penelitian yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II KAJIAN PENELITIAN

Pada bab ini berisikan penjelasan-penjelasan kepustakaan yang berfungsi sebagai acuan teoritis dalam melakukan penelitian. Penjelasan-penjelasan dalam bab ini terdiri dari kajian pustaka, penelitian terdahulu, dan kerangka teori.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis memberikan penjelasan mengenai metodologi penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi dan subyek penelitian, metode pengumpulan data yang terdiri dari sumber dan jenis data, metode pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan temuan, tahap penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang *pertama*, sejarah berdirinya *home industry* Minyak Goreng hepi Koki, struktur organisasi, tujuan didirikannya perusahaan, keadaan lokasi, keadaan produk yang diteliti, owner dan karyawan, sarana dan prasarana. *Kedua*, laporan penelitian berupa paparan data dan analisisnya.

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang temuan penelitian yang merupakan pembahasan terhadap hasil penelitian yaitu terkait dengan penerapan bauran pemasaran

untuk meningkatkan volume penjualan pada *home industry* Minyak Goreng Hepi Koki dalam prespektif manajemen bisnis syariah.

BAB VI PENUTUP

Bab ini terdiri atas kesimpulan terhadap pembahasan data-data yang telah dianalisis dan saran sebagai bahan pertimbangan dan menjadikan sumbangan pemikiran bagi lembaga atau instansi khususnya di *home industry* Minyak Goreng Hepi Koki.