

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kebutuhan primer manusia salah satunya adalah papan (tempat tinggal). Tempat tinggal adalah tempat berlindung dari panas, hujan, dan polusi. Karena kita membutuhkan tempat tinggal yang aman, nyaman dan strategis untuk kelangsungan hidup kita karena pastinya kita akan menempati dalam jangka waktu yang lama. Untuk mendapatkan rumah yang berkualitas dan nyaman kita perlu memperhatikan lokasi di sekitar tempat yang akan kita tinggali seperti udara yang sejuk dan jauh dari limbah pabrik, tempat dan lingkungan yang bersih dan aman, juga tempat yang strategis agar kita bisa mudah mengakses kemanapun.²

Dalam kehidupan sehari-haripun dimana kita berada, kita akan selalu menemukan bangunan di berbagai tempat. entah itu bangunan berupa rumah, toko, warung, sekolah, kantor, dan masih banyak lagi. Definisi dari bangunan sendiri adalah sebuah struktur atau rangka yang dibuat oleh manusia dan didirikan permanen di suatu tempat dengan fungsi yang berbeda-beda. Fungsi dari bangunan sendiri sangat beragam sesuai dengan jenis bangunannya, misalnya bangunan toko berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli, bangunan sekolah untuk menempuh pendidikan dan untuk menuntut ilmu, bangunan

² Elrangga, Gibran Baradi, Analisis Pengaruh Tingkat Pendapatan, Jumlah Tanggungan Keluarga, Tingkat Pendidikan, Usia dan Lokasi Perumahan terhadap Permintaan Kredit Pemilikan Rumah Bank BTN (studi kasus kota Malang tahun 2014). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*:Vol.12, No.7 (Juni 2016), hlm.8

rumah untuk tempat tetap kita untuk tinggal, dan masih banyak bangunan lainnya dengan fungsi yang berbeda-beda.

Penggunaan bahan bangunan harus memenuhi kriteria kesehatan, keselamatan, dan ekonomis. Struktur bangunan gedung atau bangunan sipil lainnya harus memenuhi persyaratan tersebut dan ketentuan peraturan perundang-undangan serta standar untuk konstruksi, yang dibuktikan dengan analisis struktur sesuai ketentuan. Penggunaan bahan bangunan secara garis besar mempertimbangkan nilai manfaat, ketersediaan bahan, konstruksi, nilai ekonomis, dan rantai pasok serta perkiraan biaya konstruksi berdasarkan sistem bangunan yang disajikan dalam bentuk gambar, diagram sistem, dan laporan tertulis hasil studi perencanaan sampai pelaksanaan. Bahan struktur bangunan gedung, sipil, atau bangunan khusus untuk struktur beton bertulang, struktur kayu maupun struktur baja harus mengikuti standar teknis bahan bangunan yang berlaku di Indonesia dan dihitung kekuatannya berdasarkan standar teknis yang sesuai dengan bahan atau struktur konstruksi yang bersangkutan. Ketentuan penggunaan bahan bangunan disesuaikan dengan kemajuan teknologi ilmu bahan bangunan, khususnya disesuaikan dengan kemampuan sumber daya setempat dengan tetap mempertimbangkan kekuatan dan ketahanan sesuai dengan peruntukan yang telah ditetapkan.³

Saat membangun sebuah bangunan, kita harus memperhatikan sebuah pondasi, pondasi sendiri adalah bagian bangunan yang menghubungkan gedung

³ Tri Mulyono, *Bahan Bangunan dan Kontruksi*, (Yogyakarta: Stiletto Indie Book, 2021), hlm. 1

dengan tanah. Tanah harus menerima beban dari gedung dan pondasi membagi beban, sehingga tekanan tanah yang diperbolehkan tidak dilewati. Pondasi harus diperhatikan sedemikian rupa sehingga menjamin kestabilan bangunan terhadap berat sendiri, beban bangunan, beban bangunan dan gaya-gaya luar seperti tekanan angin, gempa bumi, dan lain-lain.⁴

Pondasi yang diperhitungkan dengan tepat menghindarkan penurunan gedung yang tidak merata. Penurunan gedung yang tidak merata mengakibatkan retak-retak pada dinding, dinding yang tidak sejajar atau pintu dan jendela tidak dapat dibuka lagi. Untuk menghindari kejadian itu maka pondasi diperhitungkan sedemikian rupa sehingga tekanan pada tanah pada seluruh bangunan menjadi sama. Mengenai keadaan tanah tempat bangunan kita harus mengetahui dalamnya dan tebalnya lapisan bumi (strata) terutama lapisan yang akan menerima beban pondasi, kekokohan landasan, dan keadaan hidrologis (pengetahuan mengenai perairan pada lapisan tanah masing-masing).⁵

Selain harus memperhatikan penggunaan bahan bangunan, kita juga harus memperhatikan estetika bangunan yang tidak hanya berfungsi untuk mempercantik bangunan tapi juga punya kegunaan tersendiri. Seperti misalnya plafon atau langit-langit atap. Selain berfungsi sebagai estetika dalam suatu bangunan, plafon juga berfungsi sebagai pelindung atau pencegah dari berbagai macam cuaca seperti cuaca dingin dan panas agar tidak langsung masuk ke dalam rumah setelah menembus atap. Selain plafon ada juga paving, lisplang, angin

⁴ Rifana, Kawet, *Konstruksi Bangunan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2012), hlm. 56

⁵ *Ibid*, hlm.57

angin rumah dengan bentuk yang bervariasi untuk mempercantik rumah, gawangan pintu dan pilar dengan berbagai ukuran, dan masih banyak lagi. Bahan yang digunakan untuk membuatnya pun bisa berasal dari campuran semen dan pasir dan ada juga yang berasal dari kayu.

Dapat dikatakan, apapun yang dibutuhkan oleh manusia termasuk bahan-bahan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia seperti sandang, pangan, papan sebenarnya semua sudah disediakan oleh Allah SWT. Sebagaimana firman Allah yang berbunyi:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Yang artinya: *“Dialah (Allah), yang menjadikan segala yang ada di bumi untukmu kemudian Dia menuju ke langit, lalu Dia menyempurnakan menjadi tujuh langit. dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu”*⁶

Dari uraian ayat Al-Qur’an diatas, sudah tertulis jelas bahwa Allah menciptakan semua yang ada di bumi untuk memenuhi semua kebutuhan manusia, tinggal bagaimana kita bisa memanfaatkannya dan menggunakan hal tersebut dengan baik atau tidak. Dengan memanfaatkan pemberian Allah dengan baik, itu tandanya kita bisa bersyukur atas nikmat yang diberikan oleh Allah.

Selain bahan bangunan dan fungsi estetika, kita juga memerlukan strategi agar bisa menaikkan volume penjualan dan mendapat kepercayaan konsumen. Setiap perusahaan selalu berusaha untuk bertahan, berkembang dan mampu

⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya Dilengkapi Usul Fiqih dan Intisari Ayat*, (Bandung: Sygma Publishing, 2011), hlm. 5.

bersaing. Maka dari itu setiap perusahaan selalu menetapkan strategi pemasarannya, karena kegiatan pemasaran yang dilakukan tersebut diarahkan untuk mencapai tujuan dari pemasaran perusahaan yang dapat mempengaruhi tingkat pertumbuhan laba yang diperoleh perusahaan dalam jangka panjang serta market share tertentu. Salah satu unsur dalam kegiatan pemasaran terpadu adalah bauran pemasaran karena strategi pemasaran ini adalah yang paling banyak di perusahaan. Menurut Philip Kotler dalam buku Freddy Rangkuti, “*marketing mix*” atau bauran pemasaran adalah sekumpulan alatpemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) yang digunakan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan pemasaran sesuai dengan pasar sasaran yang telahditetapkan.⁷ Booms dan Bitner menyarankan agar ditambah tiga elemen lagi untuk menyempurnakan marketing mix yang awalnya 4P sehingga menjadi 7P, penambahan elemen tersebut yakni orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*).⁸

Product (produk) dalam strategi mix untuk toko material bahan bangunan berarti besi, semen, pasir, batu fondasi, bata tanah liat, batako, genteng, gawangan pintu dan jendela, dan masing banyak lagi. Sedangkan *price* (harga) adalah nilai finansial padamaterial bahan bangunan itu sendiri, harga ini juga harus sesuai atau sepadan dengan kualitas bahan bangunan yang akan dibeli oleh konsumen. *Place* (lokasi) adalah lokasi toko material bangunan itu sendiri, apakah jika membangun toko material bahan bangunan di sekitar situ akan

17 ⁷ Freddy Rangkuti, *Flexible Marketing* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm.

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Prehallindo, 1997), hlm. 88

banyak pesaing atau tidak, tentu hal tersebut sangat diperhatikan. *Promotion* (promosi) yang dilakukan bisa berupa media online (seperti instagram, facebook, youtube, blog, dan lain-lain), juga lewat media cetak (seperti koran, majalah, brosur, dan lain-lain).

Participant/people atau dengan kata lain adalah sumber daya manusia yang sudah terlatih dan profesional untuk melayani konsumen agar konsumen yang akan membeli material bahan bangunan bisa puas dan tertarik untuk membeli. *Physical evidence* (lingkungan fisik) Lingkungan fisik adalah suatu keadaan atau kondisi toko itu sendiri yang didalamnya merupakan tempat transaksi jual beli, negoisasi produk yang dihasilkan oleh toko tersebut. lingkungan fisik toko pun juga harus diperhatikan, seperti penataan produk yang rapi, penjual yang selalu ramah melayani, dan tempat transaksi yang senantiasa bersih agar pembeli juga bisa menjadi nyaman. *Process* (proses) yakni proses keseluruhan sistem penjualan, sistem pembayaran, sistem distribusi, prosedur dan langkah sistematis lainnya untuk memastikan bisnis kerja berjalan dengan efektif.

Toko material bahan bangunan ialah tempat dimana kita bisa melakukan transaksi jual beli bahan-bahan yang dibutuhkan untuk membangun sebuah bangunan, seperti paku, besi, batako, semen, gawangan pintu, dan masih banyak lagi. Seperti halnya UD. Pari Kesit yang terletak di Dusun Manggisan RT 001 RW 001, Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung tempat peneliti melakukan penelitian. UD. Pari Kesit sendiri adalah toko material bahan bangunan yang paling besar di desa Plosokandang.

Produk yang dijual UD. Pari Kesit ini sangat beragam. Mulai dari semen, paku, besi, alat-alat untuk membangun, pasir, tanah uruk, batu gebal, pilar, angin-angin, paving, batako, gawangan pintu cor-coran, gorong gorong untuk sumur, plafon, gypsum, dan masih banyak lagi. Bapak Imam Syafi'i selaku pemilik usaha ini sudah memulai semenjak tahun 1995.

Nama "Pari Kesit" sendiri diambil dari sejarah yang artinya orang yang bersih dari perbuatan keji dan orang yang jujur. Hal ini juga agar mengingatkan beliau agar saat menjalankan usaha untuk selalu jujur dan konsisten. Pada masa itu beliau mengerjakan semua sendiri, seperti mencetak batako sendiri kemudian mengirimkannya pada customer. Awal beliau merintis usaha ini keseluruhan modal berasal dari uang beliau sendiri kemudian mulai memproduksi barang sedikit demi sedikit. Selama kurang lebih 27 tahun UD. Pari Kesit terus mengalami perkembangan dan pertumbuhan usaha yang perlahan tapi pasti dengan cara yang kompetitif dan jujur agar usaha beliau tetap dipercaya masyarakat dan diminati masyarakat seiring berkembangnya zaman. Hal ini dilakukan agar penjualan juga tetap stabil dengan strategi-strategi pemasarannya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di UD. Pari Kesit karena toko material bahan bangunan ini merupakan toko material terbesar di Desa Plosokandang. Peneliti beranggapan bahwa UD. Pari Kesit dituntut untuk selalu memiliki strategi marketing mix guna menjaga citra perusahaannya agar tetap diminati masyarakat di tengah banyaknya persaingan meskipun sudah 27 tahun berdiri, sehingga peneliti sangat tertarik untuk menggali lebih lanjut dan luas mengenai

strategi marketing mix seperti apa yang diterapkan untuk menjaga citra perusahaan pada UD. Pari Kesit. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mengangkat judul dalam penelitian ini yaitu “Penerapan Strategi Marketing Mix guna Menjaga Citra Perusahaan pada UD Pari Kesit Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung” .

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dirinci dan dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan strategi marketing mix pada penjualan beton dan material bahan bangunan di UD Pari Kesit ?
2. Bagaimana upaya yang dilakukan UD Pari Kesit dalam menjaga citra perusahaan?
3. Bagaimana kendala yang dihadapi pada saat penjualan beton dan material bahan bangunan di UD Pari Kesit?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka penelitian ini bertujuan untuk memberikan maksud sebagai berikut :

1. Menganalisis strategi marketing mix yang dilakukan dalam penjualan beton dan material bahan bangunan pada UD Pari Kesit
2. Menganalisis upaya menjaga citra perusahaan pada UD Pari Kesit

3. Menganalisis kendala yang terjadi dalam penjualan beton dan material bahan bangunan pada UD Pari Kesit

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dalam teori jurusan manajemen bisnis syariah yang didapatkan dibangku kuliah dan melengkapi khasanah teori yang ada dengan kegiatan praktik secara langsung yang ada di lapangan mengenai penerapan strategi marketing mix untuk menjaga citra perusahaan.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan UD Pari Kesit sebagai pertimbangan dalam penerapan strategi marketing mix untuk menjaga citra perusahaan pada penjualan beton dan material bahan bangunan serta menjadi tolak ukur sejauh mana strategi marketing mix diterapkan. Selain itu, dapat mempertimbangkan dalam pengambilan keputusan dalam menerapkan strategi mix dengan melihat situasi persaingan industri sejenis.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan para akademisi sehingga meningkatkan pengetahuan mengenai strategi marketing mix untuk menjaga citra perusahaan dan meningkatkan kepuasan konsumen pada penjualan material bahan bangunan. Selain itu, dapat menjadi tambahan atau referensi kajian pustaka.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan ataupun rujukan untuk penelitian tentang strategi marketing mix untuk menjaga citra perusahaan pada penjualan beton dan material bahan bangunan. Sehingga dapat memaksimalkan karya ilmiah yang peneliti tersebut serta melakukan kajian yang lebih mendalam.

E. Penegasan Istilah

Agar pembaca lebih mudah dalam memahami judul “Penerapan Strategi Marketing Mix untuk Menjaga Citra Perusahaan pada UD Pari Kesit Desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung” maka penulis memberikan penegasan istilah dalam judul sebagai berikut :

1. Secara Konseptual

a. Strategi Marketing Mix

Marketing Mix (bauran pemasaran) adalah strategi mencampur kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang paling memuaskan.

Menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang baik yang berada dalam suatu perusahaan, dimana perusahaan mampu mengendalikannya agar dapat mempengaruhi respon pasar sasaran.⁹

b. Citra Perusahaan

Citra perusahaan merupakan kesan atau perasaan yang diperoleh atau dirasakan oleh seseorang atau masyarakat mengenai suatu perusahaan berdasarkan pengalaman dan pengetahuan seseorang atau masyarakat tersebut apakah perusahaan baik atau tidak. Citra perusahaan merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan yang meliputi segala sesuatu seperti kesan visual logo perusahaan, pengamatan dan pengalaman produk yang dihasilkan, kualitas layanan yang diberikan, serta perilaku perusahaan pada umumnya.¹⁰

c. Usaha Dagang (UD)

Usaha dagang merupakan kegiatan membeli dan menjual kembali barang atau jasa dengan tujuan mencari keuntungan termasuk menjadi perantara dari kegiatan tersebut.¹¹ Barang yang dijual ini berwujud yang berupa bahan baku, bahan setengah jadi, dan barang jadi.

⁹ Tengku Firli Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 10

¹⁰ Mohammad Hamim Sultoni, *Coorporate Social Responbility (Kajian Korelasi Program CSR Terhadap Citra Perusahaan)*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), hlm. 33

¹¹ Henry S. Siswosoediro, *Buku Pintar Pengurusan dan Dokumen*, (Jakarta: Transmedia Pustaka, 2008), hlm. 8

2. Secara Operasional

Secara operasional pada penelitian yang berjudul “Penerapan Strategi Marketing Mix untuk Menjaga Citra Perusahaan pada UD Pari Kesit Desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung” menjelaskan bagaimana penerapan strategi mix untuk menjaga citra perusahaan pada penjualan material bahan bangunan.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan merupakan sebuah metode atau urutan dalam menyelesaikan sebuah riset, penelitian, maupun karya tulis. Dalam penulisan skripsi dibutuhkan sebuah sistematika penulisan agar dapat mempermudah memahami isi skripsi tersebut. Sistematika penulisan skripsi ini secara teknis mengacu pada buku pedoman penyusunan skripsi FEBI IAIN Tulungagung tahun 2018.¹² Adapun sistematika penyusunan laporan model penelitian kualitatif dapat dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu:

Bab I Pendahuluan

Pada bagian ini penulis memberikan penjelasan secara umum dan gambaran isi penelitian. Dalam hal ini diuraikan sesuatu yang berhubungan dengan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, identifikasi penelitian dan batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi.

¹² IAIN Tulungagung, *Pedoman Penyusunan Skripsi FEBI 2018*, (Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018), hal. 13-23

Bab II Kajian Pustaka

Berisi penjelasan kepustakaan yang berfungsi sebagai acuan teoritik dalam melakukan penelitian. Didalamnya menjelaskan tentang strategi marketing mix, citra perusahaan, kepuasan konsumen, dan usaha dagang. Setelah itu penelitian terdahulu.

Bab III Metode Penelitian

Penulis memberikan penjelasan mengenai metodologi penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, tahap-tahap penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian

Menguraikan tentang yang pertama, sejarah berdirinya UD Parikesit, visi, misi, tujuan, keadaan, lokasi, keadaan produk yang diteliti, sarana dan prasarana. Kedua, laporan hasil penelitian berupa paparan dan analisa data.

Bab V Pembahasan

Berisi tentang temuan penelitian yang merupakan pembahasan terhadap hasil penelitian yaitu terkait dengan Penerapan Strategi Marketing Mix guna Menjaga Citra Perusahaan pada UD Parikesit Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung

Bab VI Penutup

Terdiri atas kesimpulan terhadap data-data yang telah dianalisis dan saran sebagai pertimbangan dan menjadikan sumbangan pemikiran bagi lembaga khususnya pada UD Parikesit Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.