

BAB V

PEMBAHASAN

A. Penerapan *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada CV Surya Jaya Tulungagung

Bauran pemasaran adalah kelompok kiat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran. Sedangkan definisi lain bahwa pemasaran adalah perangkat variabel – variabel pemasaran terkontrol yang digabungkan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam pasar sasaran.¹³⁵

CV Surya Jaya Tulungagung sebagai usaha jual beli yang menerapkan strategi pemasaran melalui bauran pemasaran untuk menganalisa strategi pemasarannya menggunakan 4P (*product, price, place, promotion*). Sebagaimana telah difokuskan pada penelitian ini, akan dipaparkan data-data temuan penelitian yang berhubungan dengan strategi bauran pemasaran (4P) dalam meningkatkan volume penjualan di Zhafira Shop.

Dari hasil paparan data hasil penelitian dapat di jadikan pembahasan sebagai berikut:

1. Harga (*Price*)

suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Penetapan harga memiliki implikasi

¹³⁵Muhammad Jais, *Dasar-Dasar Periklanan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal.39

penting terhadap strategi bersaing perusahaan.¹³⁶ Dalam penerapan harga yang dilakukan oleh CV Surya Jaya Tulungagung yaitu dengan cara jumlah perkilonya ditambah dengan biaya transport, ditambah gaji karyawan dan ditambah lagi dengan bahan baku kemudian dikurangi biaya lain-lain.¹³⁷

Dalam menentukan harga (*price*), yang harus diperhatikan adalah penentuan persaingan sebagai batas atas dan biaya (*cost*) sebagai batas bawah. Harga yang ditetapkan tidak boleh lebih tinggi dari harga yang ditawarkan oleh pesaing atau lebih rendah dari biaya yang dikeluarkan.¹³⁸ Hal ini sejalan dengan yang dilakukan oleh CV Surya Jaya karena sistem penentuan harganya diambil setelah mengetahui seluruh biaya yang dikeluarkan.

2. Produk (*Product*)

Produk adalah apa saja, yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka.¹³⁹ Produk yang ditawarkan CV Surya Jaya yaitu berupa mie sohun, dimana produk mie sohun tersebut memiliki dua jenis yang berbeda yaitu mie sohun berserat besar dan berserat kecil, mempunyai warna biru dan putih.

Dalam hal produk (*product*), Islam mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan suatu produk. Muamalah Islam

¹³⁶Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayumedia, 2008), hal.107

¹³⁷Wawancara dengan Bapak Sugianto selaku Pemilik CV Surya Jaya Tulungagung pada tanggal 26 Mei 2018

¹³⁸Thorik Gunara dan Utus hardiono, *Marketing Muhammad*, (Bandung: Madania Prima, 2007), hal. 57

¹³⁹ M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), ha.l 08

melarang jual beli suatu produk yang belum jelas (*gharar*) bagi pembeli. Pasalnya, di sini berpotensi terjadinya penipuan dan ketidakadilan terhadap salah satu pihak. Karena itu, Rasulullah mengharamkan jual beli yang tidak jelas produknya (jual beli *gharar*).¹⁴⁰ Hal ini sejalan dengan apa yang dilakukan oleh CV Surya Jaya mengutamakan kualitas dari suatu produk tersebut dan melakukan jualbeli secara langsung sesuai dengan Muamalah Islam.¹⁴¹

3. Promosi (*Promotion*)

promosi adalah sebuah kegiatan atau materi (atau keduanya) yang bertindak sebagai ajakan, memberikan nilai tambah atau insentif untuk membeli produk, kepada para pengecer, penjual, atau konsumen.¹⁴² Promosi yang dilakukan oleh CV Surya Jaya Tulungagung dengan menggunakan sales ataupun dari pihak distributor itu sendiri.¹⁴³

Konsep promosi yang digunakan oleh Nabi Muhammad saw. dalam menjualpun tidak pernah melebih-lebihkan produk dengan maksud untuk memikat pembeli. Muhammad dengan tegas menyatakan bahwa seorang penjual harus menjauhkan diri dari sumpah-sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang. Muhammad pun tidak pernah melakukan sumpah untuk melariskan dagangannya. Kalau pun

¹⁴⁰ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life And General): Konsep Sistem Operasional*, (Jakarta: Gema Insani, 2004) hal. 453

¹⁴¹ Wawancara dengan Bapak Sugianto selaku Pemilik CV Surya Jaya Tulungagung pada tanggal 26 Mei 2018

¹⁴² Monle Lee dan Carla Johnson, *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, trj. Haris Munandar (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hal.330

¹⁴³ Wawancara dengan Bapak Sugianto selaku Pemilik CV Surya Jaya Tulungagung pada tanggal 26 Mei 2018

ada yang bersumpah, Muhammad menyarankan orang itu untuk tidak melakukan sumpah tersebut secara berlebihan.¹⁴⁴ Hal ini sejalan dengan yang dilakukan oleh CV Surya Jaya karena dalam melakukan promosi tersebut dilakukan dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada pada produk.

4. Tempat (*Place*)

Tempat sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan memudahkan penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan.¹⁴⁵ Hal ini sesuai dengan yang diterapkan CV Surya Jaya Tulungagung mendirikan tempat yang berada pada tengah jantung kota tulungagung yang berada di Jalan Pangeran Diponegoro gang 4 no 46 Tamanan Tulungagung, dengan luas tanah 20m²x100m² dan dipotong dengan bangunan selebar 10m² x 40m².

Dalam konsep distribusi/lokasi yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW bahwa Nabi Muhammad SAW melarang adanya pengecatan atau pemotongan jalur distribusi, inti dari pelarangan itu adalah untuk menghindari adanya tengkulak (perantara). Jalan perantara ini akan merugikan salah satu pihak, terutama bagi penjual karena barang dagangannya dibeli dengan harga yang lebih murah dari harga pasaran. Hal ini yang diperhatikan adalah perantara perniagaan dengan maksud mendapatkan keuntungan dari transaksi dengan cara yang tidak baik. bahwa

¹⁴⁴Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudiby, *Marketing Muhammad*, hal 57-58

¹⁴⁵Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasarajaan*, (Malang : Banyumedia,2008),hal.166

berdagang secara perantara dibolehkan asal dalam pelaksanaannya tidak terjadi penipuan dari satu terhadap yang lain.¹⁴⁶

Hal ini selaras dengan yang dilakukan oleh CV Surya Jaya, konsumen yang langsung datang ke lokasi akan mendapatkan gratis biaya transportasi.

Sebagai mana yang dikutip dari buku karangan Basu Swastha bahwa *marketing mix* atau bauran pemasaran adalah kombinasi dari ke empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni : harga, produk, promosi, tempat.¹⁴⁷

Begitu juga berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yongki dan Zainul bahwa stretegi bauran pemasaran perlu diimplementasikan dengan baik, baik dengan cara mengikuti budaya setiap sasaran pasar atau memakai budaya asli perusahaan, melakukan inovasi untuk keunggulan produk dalam pasar. Distribusi yang baik disetiap pasar dalam mencari pelanggan. Mengamati setiap politik dan ekonomi disuatu Negara dalam menetapkan strategi, menyesuaikan harga produk, tergantung dari setiap perusahaan dalam mengimplementasikan strategi tersebut.¹⁴⁸

Bauran pemasaran *Maarketing Mix* merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Dari keempat strategi tersebut saling mempengaruhi (*Independent*), sehingga semuanya penting sebagai satu kesatuan

¹⁴⁶Thoriq gunara & Utus Hardiono Sudiby, *Marketing Muhammad*, hal. 62

¹⁴⁷Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2005), hal 78

¹⁴⁸Yongki Perdana Putra et.all., "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Ekspor", (Malang : Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 39, No 1, 2016)

strategi. Sedangkan *Marketing Mix* ini merupakan bagian dari strategi pemasaran dan berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan unsure-unsur atau variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan pimpinan perusahaan, untuk mencapai tujuan perusahaan dalam bidang pemasaran.¹⁴⁹

B. Kendala Penerapan *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada CV Surya Jaya Tulungagung

Kendala Internal yang dihadapi oleh CV Surya Jaya dalam menerapkan *Marketing Mix* yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan antara lain kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM). Sehingga kendala tersebut berdampak pada kegiatan produksi yang lambat dalam memenuhi permintaan konsumen.¹⁵⁰ Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan di samping faktor lain seperti modal. Oleh karena itu, SDM harus dikelola dengan baik untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi, sebagai salah satu fungsi dalam perusahaan.¹⁵¹ Proses produksi yang dihasilkan tergantung pada kapasitas SDM yang dimiliki dan teknologi yang digunakan. Apabila SDM berkualitas serta teknologi yang canggih maka produk yang dihasilkan juga berkualitas tinggi.¹⁵²

¹⁴⁹Makmur dan Saprijal, "*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian)* ", (Riau: Jurnal Ilmiah Cano Ekonomi), Vol.3 No.1, 2015

¹⁵⁰ Wawancara dengan Bapak Sugianto selaku Pemilik CV Surya Jaya Tulungagung pada tanggal 26 Mei 2018

¹⁵¹Marihot Tua Efendi Hariandja, *Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia), hal 2

¹⁵²M.Muchson, *wnterpreneurship(Kewirausahaan)*,(Jakarta:Guepedia Publisher ,2014)hal, 57

Ada beberapa kendala Internal yang dihadapi oleh CV Surya Jaya Tulungagung antara lain kurangnya Sumber Daya Manusia yang mengakibatkan menurunnya jumlah produksi yang dihasilkan sehingga dapat menghambat volume penjualan.¹⁵³

Sebagai mana yang dikutip dari buku karangan Marihot Tua Efendi Hariandja bahwa Sumber Daya Manusia menghadapi berbagai macam kendala yang bersumber dari luar atau dalam organisasi itu sendiri. Seperti tantangan eksternal yaitu perubahan yang bersumber dari lingkungan luar yang dapat menyulitkan dan menghambat usaha peningkatan fungsi SDM untuk mendukung dan membantu organisasi dalam mencapai suatu tujuan. Sedangkan kendala tantangan organisasi internal yaitu, merupakan elemen-elemen yang berasal dari organisasi yang dapat mempengaruhi atau berorientasi mempengaruhi efektivitas pelaksanaan kegiatan SDM. Selanjutnya tantangan professional yaitu SDM memerlukan staf manajemen yang mana memiliki profesionalisme, keahlian, pengetahuan tingkat pendidikan dan pengalaman yang cukup.¹⁵⁴

Selain itu, Kendala yang dihadapi oleh CV Surya Jaya Tulungagung yaitu peralatan yang digunakan masih manual yang terkadang mempengaruhi proses produksi. Apabila ketika permintaan dari konsumen mengalami peningkatan maka akan mengalami kesulitan dalam memenuhi permintaan dengan tepat waktu.¹⁵⁵ alat produksi adalah barang (sesuatu) yang digunakan

¹⁵³ Wawancara dengan Bapak Sugianto selaku Pemilik CV Surya Jaya Tulungagung pada tanggal 26 Mei 2018

¹⁵⁴ Marihot Tua Efendi Hariandja, *Sumber Daya Manusia...* hal 26-32

¹⁵⁵ Wawancara dengan Bapak Sugianto selaku Pemilik CV Surya Jaya Tulungagung pada tanggal 26 Mei 2018

untuk menghasilkan barang lain yang lebih berguna. Jadi dalam hal ini barang produksi tidak langsung dikonsumsi, melainkan dipergunakan sebagai sarana dalam memproduksi atau memperlancar proses produksi.¹⁵⁶

Sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan memudahkan penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan¹⁵⁷ terkait dengan tempat CV Surya Jaya ini memiliki kendala yaitu belum tersedianya halaman parkir kendaraan karena dipenuhi oleh tahap produksi di bagian pejemuran serta bangunan di bagian pemasaran yang sempit. CV Surya Jaya Tulungagung ini juga belum adanya tempat tembuangan limbah.¹⁵⁸

Distribusi merupakan berbagai macam kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk menjadi lebih mudah diperoleh dan selalu tersedia untuk pelanggan sasaran. Distribusi juga dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar barang kepada konsumen.¹⁵⁹

Sedangkan kendala eksternal yang dihadapi oleh CV Surya Jaya Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan antara lain kenaikan harga bahan baku, piutang dagang dan meningkatnya pesaing baru.

Kenaikan harga bahan baku dapat disebabkan ketika pemerintah membuat peraturan maupun kebijakan baru. sebagai contohnya ketika

¹⁵⁶ muhiddin Sirat, et.all, *Peralatan Tradisional dan Perkembangan Daerah Lampung*, (Lampung : Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1993), hal 2

¹⁵⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasarajaan*, (Malang : Banyumedia, 2008), hal. 166

¹⁵⁸ Wawancara dengan Bapak Sugianto selaku Pemilik CV Surya Jaya Tulungagung pada tanggal 26 Mei 2018

¹⁵⁹ Argado Saragih et.all, *Bauran Pemasaran Kacang Asin Merek Cendrawasih pada UD. Monang Denpasar Bali*, (Denpasar: Jurnal Agribisnis dan Agrowisata, Volume 6, No.1, 2017)

pemerintah membuat perubahan kebijakan terhadap tarif dasar listrik dan bahan bakar minyak yang akan menyebabkan biaya produksi yang dikeluarkan juga ikut naik.¹⁶⁰

Kendala eksternal lainnya yang dihadapi oleh CV Surya Jaya Tulungagung yaitu terkait dengan piutang dagang. Piutang dagang tersebut terjadi apabila pihak konsumen tidak mau membayar tetapi terus meminta pengiriman barang tetapi angsuran yang tidak dibayar.¹⁶¹

Pesaing relevan bagi perusahaan adalah perusahaan lain yang merebutkan pasar yang sama dengan produk yang bisa saling menggantikan.¹⁶² Persaingan bisnis semakin ketat terjadi di pasar domestic, regional dan pasar internasional pada era globalisasi sekarang. Hubungan Negara-negara seolah tanpa batas sebagai salah satu dampak perkembangan sangat pesat teknologi informasi dan komunikasi secara *online* berlangsung cepat, serentak mendunia dan interaktif. Para pesaing bisnis mempunyai tujuan yang sama yaitu berusaha memenangkan pertarungan atau persaingan bisnis.¹⁶³

Kendala yang dialami oleh CV Surya Jaya Tulungagung terkait dengan adanya pesaing baru yaitu menurunkan volume penjualan, karena disini pesaing baru menciptakan kualitas yang bagus serta harga yang lebih murah.¹⁶⁴

¹⁶⁰Jackie Ambadar et.all, *Rencana Usaha yang Rasional*,(Jakarta : Yayasan Bina Karsa Mandiri, 2005), hal 51

¹⁶¹ Wawancara dengan Bapak Sugianto selaku Pemilik CV Surya Jaya Tulungagung pada tanggal 26 Mei 2018

¹⁶²Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan pemasaran Efektif dan Profitabel*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal 210

¹⁶³M. Udin Silalahi, *Perusahaan Saling Memstikan dan Bersekongkol Bagaimana Cara Memenangkan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2007), hal 3

¹⁶⁴ Wawancara dengan Bapak Sugianto selaku Pemilik CV Surya Jaya Tulungagung pada tanggal 26 Mei 2018

C. Solusi CV Surya Jaya Tulungagung dalam Mengatasi Kendala Implementasi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Solusi yang dilakukan oleh CV Surya Jaya Tulungagung untuk mengatasi kendala Internal terkait dengan Sumber Daya Manusia yang dimiliki yaitu dengan menambah jumlah Sumber Daya Manusia yang dilakukan dengan cara membuka lowongan pekerjaan. Dan untuk mengatasi kendala terkait dengan alat produksi yang masih manual yaitu dengan membeli mesin baru. Sedangkan untuk kendala terkait keterbatasan lahan dilakukan solusi dengan cara membangun gedung bagian produksi, menyediakan tempat limbah serta menyediakan tempat parkir kendaraan dengan cara membeli lahan disekitar perusahaan.¹⁶⁵

Pengendalian intern dalam proses penerimaan pegawai dapat dijelaskan bahwa penerimaan pegawai baru bertujuan untuk mendapatkan pegawai yang dimiliki kompensasi, Profesionalisme, dan sikap perilaku yang dibutuhkan oleh organisasi. Untuk itu, dalam proses penerimaan pegawai dilakukan dengan penetapan persyaratan peserta, ujian tertulis, wawancara, tes, kesehatan fisik dan mental. Hal ini merupakan pengendalian intern dalam proses penerimaan pegawai untuk mencapai tujuan organisasi dalam hal penerimaan pegawai baru, yaitu dengan memperoleh pegawai yang berintegrasi, kompeten dan professional.¹⁶⁶

Solusi yang dilakukan oleh CV Surya Jaya Tulungagung dalam menambah Sumber Daya Manusia yaitu dengan membuka lowongan

¹⁶⁵*Ibid*

¹⁶⁶Wakhyudi, *Soft Controle Asapek Humanisme dalam Sistem Pengendalian Intern*, (Yogyakarta : Dianda Kreatif, 2018) hal 13

pekerjaan dengan harapan bisa melakukan proses produksi dengan tepat waktu.¹⁶⁷

Usaha penghematan biaya produksi, peningkatan kuantitas dan kualitas produksi, perluasan pasar keluar negeri sampai melewati batas territorial negeri, guna mengejar keuntungan sebesar-besarnya. Hal ini mendorong berbagai upaya untuk menentukan alat-alat produksi baru yang hemat tenaga, hemat waktu dan produktif.¹⁶⁸

Solusi dengan penambahan luas bangunan yang dilakukan oleh CV Surya Jaya Tulungagung dengan menambah luas halaman guna untuk tempat parkir, membangun gedung bagian pemasaran dan juga membuat tempat untuk pembuangan limbah.¹⁶⁹

sedangkan persoalan yang terkait dengan kendala Eksternal dihadapi oleh CV Surya Jaya Tulungagung maka solusi yang dilakukan oleh pemilik perusahaan dengan mengurangi jumlah laba, memberikan toleransi dan membuar merek baru.

Laba terjadi bila pendapatan lebih besar dari beban-beban yang terjadi, sebaliknya rugi terjadi bila pendapatan lebih kecil dari beban-beban yang terjadi.¹⁷⁰ Dalam mengatasi kendala terkait dengan kenaikan bahan baku CV Surya Jaya melakukan pengurangan laba untuk mengatasi minimnya jumlah pesanan yang terjadi.

¹⁶⁷ Wawancara dengan Bapak Sugianto selaku Pemilik CV Surya Jaya Tulungagung pada tanggal 26 Mei 2018

¹⁶⁸ Harsoyo, *Ideologi Koperasi Menatap Masa Depan* (Tangerang : Pustaka Widyatama, 2006), hal 25

¹⁶⁹ Wawancara dengan Bapak Sugianto selaku Pemilik CV Surya Jaya Tulungagung pada tanggal 26 Mei 2018

¹⁷⁰ Yayah Pudih Sahtu, *Kuasai Detail Akutansi Laba dan Rugi*, (Semarang: Pustaka Ilmu Semesta, 2016), hal 26

Dalam dunia bisnis, piutang usaha merupakan salah satu aktivitas yang terjadi saat perusahaan menjual produk atau jasa kepada konsumen dan konsumen tidak langsung melakukan pembayaran. Bisa dikatakan bahwa piutang ini ada karena konsumen membeli secara kredit.

Bagi perusahaan, piutang dagang ibarat pisau bermata dua. Di satu sisi perusahaan bisa menjual produk atau jasa yang hasilnya sehingga mendapat keuntungan. Di sisi lain bisa dikatakan kabar buruk karena konsumen telat dalam melakukan pembayaran dan perusahaan gagal menagih piutang dari konsumen tersebut. Sehingga yang tadinya perusahaan harusnya bisa mendapatkan keuntungan tapi malah tersendat.¹⁷¹

Seperti solusi yang dilakukan oleh CV Surya Jaya dalam mengatasi piutang dagang yaitu memberikan toleransi pengiriman sebanyak 2 atau 3 kali apabila angsuran tidak dibayar maka akan diputuskan hubungan kerjasama.¹⁷²

Dalam menciptakan merek baru terdapat dua masalah yaitu apakah lebih menguntungkan mereposisi merek atau menciptakan merek baru. Menurut Aaker prospek setiap merek akan tergantung kepada kekuatan merek, ekuitasnya, intensitas dan komitmennya terhadap persaingan, serta permintaan pasar akan produk itu. Jika terdapat satu faktor atau lebih yang tidak menguntungkan, maka opsi-opsi untuk menuai merek tersebut atau keluar dari pasar perlu diperhitungkan.¹⁷³

¹⁷¹<https://www.jurnal.id/id/blog/2018/5-cara-mudah-mengatasi-piutang-tak-tertagih>
diakses pada tanggal 11 Juli pukul 08.30

¹⁷² Wawancara dengan Bapak Sugianto selaku Pemilik CV Surya Jaya Tulungagung pada tanggal 26 Mei 2018

¹⁷³ Susanto et.al, *power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, (Jakarta : PT Miazan Publika, 2004), hal70