BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Pofil CV Renta Jaya

1. Sejarah Berdirinya CV Renta Jaya

CV Renta Jaya yang dimiliki oleh Bapak Juinarko berdiri pada bulan Mei tahun 2007, sebelum mendirikan CV ini Bapak Juinarko yang biasa di panggil Bapak narko seorang karyawan biasa yang bekerja di industri marmer. Setelah menikah dengan modal ketekunan dan keuletan bisa mendirikan CV Renta Jaya ini, karena sudah berpengalaman di bidang industri marmer bapak Juinarko memutuskan membuka usaha sendiri. Modal pertama menggunakan uang hasil pernikahan dengan istrinya, diawali dengan membeli mesin graji kecil semua pekerjaan dilakukan sendiri tanpa ada karyawan. Bahan yang didapat pertama juga pesan dengan orang karena biaya yang cukup besar Bapak Juinarko membayarnya dengan mencicil.

Setelah satu tahun kemudian bisa membeli alat gergaji besar, bisnis yang dikerjakan dengan istrinya mulai dari memproduksi dan promosi akirnya bisa menarik banyak kosumen. Dengan bertambahnya konsumen yang tertarik akirnya pak Juinarko memutuskan mencari karyawan yang bisa membantu pekerjaan nya mulai dari memotong maupun membentuk barang sesuai pesanan konsumen. Barang yang diproduksi antara lain marmo, wall clodiang dan batu bakar dengan berbagai ukuran. Dari tahun ke

tahun sampai tahun 2018 ini mesin bertambah menjadi lima set gergaji baik besar maupun kecil dan karyawannya bertambah. Dengan berkembangnya teknologi dan banyaknya konsumen yang tertarik, bisnis di bidang industri marmer yang dimiliki Bapak Juinarko ini mampu menarik konsumen baik dalam kota maupun luar kota.

2. Visi, Misi

a. Visi

Memasarkan hasil produk batu alam kedalam negri dan luar negri.

b. Misi

- Menciptakan peluang kerja bagi masyarakat sekitar
- Memajukan dan mensejahterakan mitra kerja pendukung

3. Maksud dan Tujuan

Dengan membuka CV Renta Jaya ini , menciptakan lapangan pekerjaan dan memajukan tingkat perekonomian daerah.

4. Struktur Organisasi

a. Pemilik

Nama : Juinarko

Alamat : Desa Tanggungunung, Kec Campurdarat, Tulungagung

b. Bagian Angkutan

Nama : Imam

Alamat :Desa Sawo, Kec Campurdarat, Tulungagung

c. Bagian Pemasaran

Nama : Indah

Alamat : Desa Tanggungunung, Kec Campurdarat, Tulungagung

d. Bagian Tambang

Nama : Yaji

Almat : Desa Gesikan, Kec Pakel , Tulungagung

e. Karyawan lain

Nama :Ahmad kholil, Jiono, Salim, Saiful, Rafi, Agus, Silah, Suparten, Sri

Alamat : Dusun Baderan, Desa Sawo, Kec Campurdarat

B. Paparan Data

Paparan data dalam penelitian ini bertujuan untuk menyajikan data-data apa adanya dari informan yang terkait dengan permasalahan yang dibahas atau memaparkan suatu temuan yang berkaitan dengan fokus penelitian agar tidak meluas kemasalah lain. Fokus penelitian yang ada dalam penulisan skripsi ini ada lima poin, yaitu:

1. **Strategi Pemasaran Produk CV Renta Jaya Untuk Menarik Minat Konsumen Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam**

   Strategi pemasaran produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar atau konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Strategi pemasaran produk meliputi penentuan logo dan motto, menciptakan merek, menciptakan kemasan. Secara syariah etika dalam pemasaran produk sesuai kualitas dan mendapatkan persetujuan antara kedua pihak, yang dikatakan oleh Bapak Juinarko yaitu sebagai berikut :

   "*Untuk strategi pemasaran yang saya lakukan dengan penciptaan merk menggunakan nama anak pertama saya Renta untuk motto dan logo*

sampai sekarng belum memakai. Produk unggulan yang saya produksi wall cloding dengan warna hitam kombinasi kuning. Wall cloding saya produksi dengan bentuk yang benar-benar simetris dan rapi, apabila produk yang di hasilkan tidak simetris ketika di pasang di dinding hasilya tidak rapi dan mengurangi kecantikan dari produk itu, Dalam pemasran produk saya tidak mentarget dalan sebulan harus laku banyak, tetapi saya siap melayani kapan pun konsumen maupun distributor membutuhkan, karena tujuan dari bisnis yang saya dirikan tidak semata hanya mencari keuntungan saja tetapi juga memikirkan untuk kemaslahatan umat".[37]

Dari penjelasan Bapak Juinarko selalu pemilik CV Renta Jaya dalam strategi pemasaran produk yang dilakukan dalam penentuan merk menggunakan nama anak pertama saya, motto dan logo sampai sekarang belum menggunakan,produk unggulan yang di produksi wall cloding dengan warna hitam kombinasi kuning. Wall cloding saya produksi dengan bentuk yang benar-benar simetris rapi dan tidak begitu mentarget hasilnya, tetapi siap melayani konsumen setiap saat membutuhkan dan menurut Bapak Juinarko bisnis yang di dirikan tidak untuk mencari keuntungan semata.

"Selain itu dalam strategi pemasaran produk saya selalu memberi bonus kepada konsumen baru maupun distributor, saya bonusi gambar patung kecil untuk hiasan".[38]

Dari penjelasan Bapak Juinarko selalu pemilik CV Renta Jaya dalam strategi pemasaran produk membuat produk wall cloding sebagai produk unggulan, juga memberikan bonus hiasan kecil kepada pelanggan.Dalam strategi pemasaran produk yang diterapkan CV Renta Jaya sesuai etika bisnis islam, kualitas untuk bahan pembuatan segala macam produk batu marmer, kombinasi warna yang di pilih sesuai dengan perjanjian

[37]Hasil wawancara Bapak Juinarko (Pemilik "CV Renta Jaya") tanggal 30 Maret 2018
[38]Hasil wawancara Bapak Juinarko (Pemilik "CV Renta Jaya") tanggal 30 Maret 2018

konsumen dan pengiriman barang kepada konsumen mengenai waktu pengiriman selalu atas persetujuan kedua belah pihak.

2. **Strategi Pemasaran Harga CV Renta Jaya Untuk Menarik Minat Konsumen Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam**

Harga merupakan sesuatu yang dibayar oleh pembeli untuk mendapatkan pelayanan dan produk yang diinginkan, penentuan harga dilakukan dengan melihat harga pesaing agar harga yang ditawarkan tidak melebihi harga pesaing. Penetapan harga dalam prespektif syariah, harga bertumpu pada besaran nilai atau harga suatu produk.Seperti yang dikatakan Bapak Juinarko sebagai berikut:

> *"Untuk harga yang saya tentukan sesuai kualitas produk yang saya hasilkan dan sesuai dengan pasaran yang ada, untuk bahan saya langsung mengambil dari penambang alam jadi utuk hasil produk dan patokan harga sudah masuk harga pasaran tergantung wilayah tujuan pembeli, contohnya harga di lingkup tulungagung berbeda dengan wilayah di luar tulungagung dan tergantung ukuran,apabila konsumen membeli langsung datang ke pabrik tentunya harga yang saya kasih lebih murah dibandingkan dengan konsumen yang pesan via media, saya tidak berani mengambil keuntungan yang lebih.tentunya untuk konsumen yang pesan via media barang diantar ada ongkos kirimnya. Untuk ongkos kirim barang tergantung jarak yang di tempuh. Harga yang sudah melalui tangan distributor tentunya sudah berbeda lagi".*[39]

Dari penjelasan Bapak Juinarko selaku pemilik CV Renta Jaya dapat diketahui bahwa strategi harga yang di terapkan sesuai dengan keadaan produk dan sesuai pasaran sama dengan CV lainnya, untuk bahan pembuatan produk mengambil langsung dari penambang alam menentukan harga sesuai pasaran, tergantung model dan ukuran yang di pesan

[39]Hasil wawancara Bapak Juinarko (Pemilik "CV Renta Jaya") tanggal 30 Maret 2018

konsumen, untuk ongkos pengiriman barang ke konsumen dilihat jarak tempuh tempat pengiriman dan Bapak Juinarko dalam menetapkan harga tidak mengambil keuntungan yang lebih. Seperti yang dikatakan Bapak Ahmad selaku distributor di CV Renta Jaya yaitu sebagai berikut :

> *"Sebagai distributor di CV Renta Jaya ini produk yang sering saya ambil batu marmo, yang kemudian saya jual lagi ke konsumen lain, untuk harga yang di tentukan di CV Renta Jaya ini sesuai harga distributor. Harga kadang mengalami kenaikan karena bahan dari tambang juga naik, untuk ongkos pengiriman memang tergantung wilayah yang dituju kalau luar kota lebih mahal. Saya juga tidak berani mengambil keuntungan lebih. Dalam pengiriman barang selalu tepat waktu jarang mengalami kemunduran misalkan saat cuaca hujan barang tetap di kirim hari itu juga tetapi lambat".*[40]

Dari penjelasan Bapak Ahmad selaku distributor CV Renta Jaya di ketahui bahwa harga yang ditentukan CV Renta Jaya sesuai pasaran industri marmer, harga mengalami kenaikan di saat bahan dari tambang yang juga naik, apabila bahan dari tambang tidak naik dan mudah di dapat harga selalu stabil dan saat pengiriman barang tidak mengulur waktu, misalkan cuaca hujan tetap dikirim tetapi lambat.

Strategi pemasaran dalam etika islam harga yang diterapkan CV Renta sesuai kualitas barang yang di produksi misalkan bahan yang didapat dengan harga mahal belum tentu produk yang dijual juga mahal, misalkan karena kendala saat produksi produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan hal ini Bapak Juiarko tidak berani menaikkan harga, menjual produk sesuai pasaran.

[40]Hasil wawancara Bapak Ahmad (Distributor "CV Renta Jaya") tanggal 30 Maret 2018

3. **Strategi Promosi CV Renta Jaya Untuk Menarik Minat Konsumen Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam**

Strategi promosi merupakan suatu kegiatan perusahaan untuk mengenalkan dan mengkomunikasikan produk pada pasar sasaran. Bentuk-bentuk promosi yang dapat digunakan yaitu dengan periklanan, promosi penjualan(*sales promotion*) dan penjualan pribadi *(personal selling)*. Dalam perspektif syariah strategi promosi merupakan upaya penyampaian informasi yang benar terhadap produk barang atau jasa kepada calon konsumen atau pelanggan dengan memberikan gambaran produk sesuai keadaan dan tidak menipu. CV Renta Jaya dalam promosi produknya menggunakan cara yang penjualan pribadi *(personal selling*) yang dikatakan Bapak Juinarko sebagai berikut :

> *"Dalam mempromosikan atau mengenalkan produk langsung melalui konsumen dan distributor, dengan cara ini saya bisa mengenalkan produk saya sendiri secara langsung dengan konsumen yang datang ke pabrik,. Dengan cara promosi bertatap muka langsung dengan konsumen memudahkan untuk beinteraksi serta tawar menawar sesuai yang didinginkan".*[41]

Dari penjelasan Bapak Juinarko diketahui bahwa strategi promosi yang digunakan menggenalkan produknya sendiri dengan bertatap muka langsung dengan konsumen maupun distributor yang datang ke pabrik, dengan cara ini Bapak Juinarko bisa mengenalkan semua produknya dan bisa merayu konsumen secara langsung.

> *"Strategi promosi yang saya lakukan juga lewat media dengan cara mengungah beberapa gambar produk ke facebook baik produk yang masih lempengan batu maupun produk yang sudah di tempel di*

[41]Hasil wawancara Bapak Juinarko (Pemilik "CV Renta Jaya") tanggal 30 Maret 2018

dinding. Tanggapan konsumen ketika saya promosikan ke media sosial sangat baik banyak yang bertanya tanya mengenai produk dan alhamdulillah banyak yang respon, dengan strategi promosi menggunakan social media saya bisa merayu beberapa distributor dari luar kota".[42]

Dari penjelasan Bapak Juinarko diketahui bahwa strategi promosi yang digunakan menggenalkan produknya sendiri dengan menggunakan sosial media yaitu facebook, dengan hal tersebut dengan mudah merayu konsumen dan beberapa distributor dari luar kota.

Strategi promosi untuk menarik konsumen yang di terapkan CV Renta Jaya sesuai islam mempromosikan produk melalui media sosial facebook maupun langsung sesuai dengan kenyataan baik dari segi kualitas barang, benruk dan warna tidak menipu konsumen dalam bentu rayuan.

4. **Strategi Tempat CV Renta Jaya Untuk Menarik Minat Konsumen Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam**

Tempat merupakan lokasi kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk membuat produk dan menjual produknya kepada konsumennya. Untuk strategi tempat yang diterapkan CV Renta Jaya dekat dengan kawasan industry, dekat dengan perumahan atau masyarakat. Dalam perspektif syariah strategi tempat bisa dimana saja asalkan tempat tersebut bukan tempat yang dipersengketakan keberadaanya, seperti yang dikatakan Bapak Juinarko sebagai berikut :

"*Saya memilih tempat yang strategis untuk mendirikan usaha saya yaitu di Desa Sawo Kecamatan Campurdarat Kab Tulungagung yang mayoritas lingkungan pengusaha batu alam, dengan memilih tempat*

[42]Hasil wawancara Bapak Juinarko (Pemilik "CV Renta Jaya") tanggal 30 Maret 2018

yang strategi ini ketika saya kehabisan stok bahan bisa dengan mudah mendapatkan".[43]

Dari penjelasan Bapak Juinarko diketahui bahwa, lokasi tempat yang dipilih mayoritas lingkungan sebagai pengusaha batu alam dengan memilih tempat yang mayoritas sebagai pengusaha batu alam bisa mudah mendapatkan bahan.

"Selain itu saya memilih tempat yang berdekatan dengan rumah warga, dan jalur wisata ke pantai selatan yang sering di lewati banyak orang, dengan saya memilih lokasi di sawo sini banyak konsumen maupun distributor yang langsung datang ke lokasi"[44]

Dari penjelasan Bapak Juinarko diketahui bahwa, lokasi tempat yang dipilih berdekatan dengan warga, mudah dijangkau oleh konsumen karena jalur menuju pantai selatan. Dengan tempat yang strategis banyak konsumen maupun distributor yang langsung datang ke pabrik.

Strategi tempat yang di terapkan CV Renta Jaya untuk menentukan lokasi perusahaan sesuai etika islam, Bapak Juinarko mendiririka usahanya dengan memilih tempat di desa sawo tanah yang ditempati usaha dari awal sampai sekarang ini milik sendiri bukan tanah persewaan maupun tanah yang dipersengketakan.

C. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk menyajikan data berupa paparan penulis yang disajikan dari paparan data guna untuk membahas mengenai jawaban dari permasalahan yang telah diteliti dan yang telah ada di

[43]Hasil wawancara Bapak Juinarko (Pemilik "CV Renta Jaya") tanggal 30 Maret 2018
[44]Hasil wawancara Bapak Juinarko (Pemilik "CV Renta Jaya") tanggal 30 Maret 2018

dalam paparan data. Agar tidak meluas ke dalam permasalahan yang lain, peneliti memfokuskan menjadi lima poin, yaitu :

1. **Analisis tentang strategi produk CV Renta Jaya untuk menarik minat konsumen dalam prespektif etika bisnis islam**

   Berdasarkan paparan data terkait strategi pemasaran produk dapat dianalisis bahwa strategi pemasaran produk meliputi penentuan logo dan motto, menciptakan merek, menciptakan kemasan.CV Renta Jaya dalam strategi pemasaran produk yang dilakukan dalam penentuan logo dan motto samapi sekarang belum menggunakan, untuk merk menggunakan nama anak pertama sama. Produk unggulan yang di produksi wall cloding dengan warna hitam kombinasi kuning, dan tidak begitu mentarget hasilnya, tetapi siap melayani konsumen setiap saat membutuhkan.Bisnis yang di dirikan tidak untuk mencari keuntungan semata. Strategi pemasaran produk yang diterapkan CV Renta Jaya sesuai etika bisnis islam, kualitas batu marmer dan pengiriman barang kepada konsumen selalu sesuai persetujuan.

2. **Analisis tentang strategi harga CV Renta Jaya untuk menarik minat konsumen dalam prespektif etika bisnis islam**

   Berdasarkan paparan data terkait strategi pemasaran harga dapat dianalisis bahwa strategi pemasaran harga yang di terapkan sesuai pasaran, untuk bahan pembuatan produk mengambil langsung dari penambang alam, tergantung model dan ukuran yang di pesan konsumen, untuk harga ongkos pengiriman barang ke konsumen dilihat jarak tempuh tempat

pengiriman dan Bapak Juinarko dalam menetapkan harga tidak mengambil keuntungan yang lebih. Strategi pemasaran dalam etika islam harga yang diterapkan CV Renta Jaya harga di tetapkan sesuai kualitas barang yang di produksi, menjual produk sesuai pasaran.

3. Analisis strategi promosi CV Renta Jaya untuk menarik minat konsumen dalam prespektif etika bisnis islam

Berdasarkan paparan data terkait strategi pemasaran harga dapat dianalisis bahwa, strategi promosi merupakan suatu kegiatan perusahaan untuk mengenalkan dan mengkomunikasikan produk pada pasar sasaran strategi promosi yang digunakan CV Renta Jaya menggunakan cara penjualan pribadi *(personal selling*), diketahui bahwa strategi promosi yang digunakan menggenalkan produknya sendiri dengan menggunakan sosial media yaitu facebook, dengan hal tersebut mampu merayu banyak konsumen dan beberapa distributor dari luar kota. Strategi promosi untuk menarik konsumen yang di terapkan CV Renta Jaya sesuai islam mempromosikan produk melalui media sosial maupun langsung sesuai dengan kenyataan tidak menipu konsumen dalam bentuk gambar

4. Analisis strategi tempat CV Renta Jaya untuk menarik minat konsumen dalam prespektif etika bisnis islam

Berdasarkan paparan data terkait strategi pemasaran tempat dapat dianalisis bahwa, Strategi tempat/ saluran distribusi memilih di daerah yang dipilih mayoritas lingkungan sebagai pengusaha batu alam, dekat dengan perumahan dan mudah dijangkau oleh konsumen karena jalur

menuju pantai selatan. Strategi tempat yang di terapkan CV Renta Jaya untuk menentukan lokasi perusahaan sesuai etika islam, memilih tempat di desa sawo tanah milik sendiri bukan tanah persewaan maupun tanah yang dipersengketakan.