

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Sejarah Mayangkara Group

Mayangkara Group bermula pada tahun 1980-an. Usaha pertamanya berupa agen minyak tanah, pada waktu itu belum disebut Mayangkara Group. Agen minyak tanah itu dinaungi oleh perusahaan bernama UD. Gajah Mada yang beralamatkan di Jl. Ciliwung No. 22 Blitar. Perusahaan ini murni perusahaan keluarga, yang dikelola sendiri oleh keluarga besar Bapak H. Hariyanto. Selain UD. Gajah Mada, terdapat pula beberapa usaha yang bergerak di bidang yang sama, yaitu UD. Veni dan UD. Yani di wilayah Blitar, dan UD. Wawan di Wilayah Tulungagung.¹

Tahun 1980-an radio memasuki masa kejayaannya. Kala itu, radio menjadi salah satu hiburan nomor satu bagi masyarakat. Radio diam-diam mampu membangun peradaban manusia. Dimulai dengan produk sandiwara radio, radio mampu mencuri hati para pendengarnya. Termasuk juga oleh Bapak H. Hariyanto, semula tidak ada tendensi bisnis radio itu bakal menjajikan profit, karena menurut Bapak H. Hariyanto, pemilik Radio Mayangkara, dirinya hanya merasa iri kepada para pembantunya yang asyik dan serius setiap mendengarkan sandiwara radio, bagaimana kalau besuk coba-coba membangun radio.

¹ Profil Perusahaan Mayangkara Goup Blitar.

Radio Mayangkara dilahirkan di tengah hiruk pikuk hebohnya sandiwara radio itulah, tepatnya pada tahun 1987, dan menjadi radio swasta pertama di Kota Blitar. Masa jaya Mayangkara terus berlanjut dengan selalu melahirkan produk acara unggulan, diantaranya: Galih Ratna, Rockarama, Pantun Berjoget, Gempil, dan Kejarama. Bahkan, di tahun 1993 Radio Mayangkara menjadi radio swasta pertama yang berani membuat program berita produksi sendiri, diantaranya: Lintas Kabar Mayangkara (Lintarama), Pilihan Kabar Minggu Ini (Pilar Mini), dan Rona Desa (Ronde).²

Pada tahun yang sama, Bapak H. Hariyanto juga berhasil mendirikan usaha dalam bidang agen LPG 12 Kg yang diberi nama PT. Gas Elpindo Jaya. Tak berhenti disini saja, Bapak H. Hariyanto juga mulai mengepakkan sayap usaha di wilayah Tulungagung. Hal ini ditandai dengan berdirinya Radio Perkasa Tulungagung pada tahun 1989 yang beralamatkan di Jl. Mayor Sujadi 22 Tulungagung. Seiring berkembangnya Radio Perkasa Tulungagung, pada tahun berikutnya akhirnya dibangun juga gudang LPG PT. Gas Elpindo Jaya Tulungagung yang berlokasi di belakang Radio Perkasa.

Pada tahun 1992 juga berhasil didirikan Radio Jossh Tulungagung yang berlokasi di Jl. Panglima Sudirman VI No. 193 Tulungagung. Masih di wilayah yang sama, pada tahun 1996 dibangun Radio Pandowo Tulungagung yang beralamat di Jl. Demuk Gg. Roda Tulungagung. Dan

² *Ibid.*,

pada tahun 1996 juga berhasil didirikan Radio Patria Blitar yang beralamat di Jl. Palem No. 33 Blitar. Belum puas menjajaki usaha di bidang agen minyak tanah, agen LPG 12 kg dan radio, Bapak H. Hariyanto berinovasi untuk mendirikan SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum). Pada tahun 1996 dibangunlah beberapa SPBU, yaitu SPBU Pakunden di Jl. Tanjung Pakunden Blitar, SPBU Srengat di Desa Bagelenan Srengat Blitar, SPBU Sumbergempol di Desa Sumberdadi Kec.Sumbergempol Tulungagung, SPBU Bandung di Ds. Swaru Kec.Tulungagung, SPBU Durenan Tulungagung, SPBU Wates Lama di Desa Wates Kediri, dan SPBU Pare Kediri.

Pada tahun 2001 Bapak H. Hariyanto mulai membuka usaha di wilayah Jombang, yaitu Radio Kartika Jombang yang beralamat di Jl. Brigjen Kretarto No. 54 A Jombang. Di tahun 2002, Bpk. H. Hariyanto membuka kembali SPBU di desa Kandangan Kediri, serta membuka SPBU dengan saham gabungan yaitu SPBU Wlingi dan Kenari di Blitar serta SPBU Sambu, Mojo, dan Plosoklaten di Kediri. Di tahun 2005, manajemen Mayangkara Group membeli sebuah radio di Tulungagung, yang kemudian diberi nama Radio Kembang Sore Tulungagung. Kemudian pada tahun 2007, juga mendirikan SPBU di daerah Jabon dan Tawang Wates Kediri.

Pada tahun 2005 harga minyak dunia mencapai US \$ 70. Hal itu membuat pemerintah Indonesia menentukan kebijakan untuk menaikkan harga minyak tanah di kisaran harga Rp. 2000 per liter. Namun harga

tersebut masih menunjukkan harga yang rendah dibanding dengan harga minyak dunia yang tinggi. Kondisi ini diperparah dengan kenyataan bahwa alokasi 10 juta kiloliter minyak tanah bersubsidi yang diperuntukan bagi rumah tangga miskin dan usaha kecil menengah (UKM) tidak tersalurkan dengan baik. Pemerintah akhirnya membuat kebijakan untuk melakukan program konversi minyak tanah ke gas LPG 3kg untuk menekan subsidi minyak tanah.

Kebijakan tersebut tentu juga sangat berpengaruh terhadap Mayangkara Group, karena beberapa unit usaha Mayangkara Group bergerak dibidang agen minyak tanah. UD. Hariyanto, UD. Veni, UD. Yani, dan UD. Wawan yang semula merupakan agen minyak tanah mau tidak mau harus mengikuti perkembangan pasar yang ada dengan bermetamorfosis menjadi agen LPG. Agen minyak tanah pun yang semula diberi nama UD. Hariyanto kini berubah menjadi PT. Gas Elpindo Jaya, UD. Veni berubah menjadi PT. Manggala Yuda Gas, UD. Yani berubah menjadi CV. Petro Jaya Gas, dan UD. Wawan berubah menjadi CV. Manggala Jaya Gas. Untuk mendukung unit agen LPG, tahun 2007 didirikan SPBE Rama Manggala Gas yang bergerak bidang pengangkutan dan pengisian bulk elpiji dan PT. Rama Manggala Gas Inti yang bergerak di bidang *repaint, repair, and retest* (pengecatan, perbaikan, dan pengecekan ulang) tabung LPG 3kg. Kemudian dibangun juga PT. Manggala Citra Mandiri dan PT. Manggala Citra Mandiri Sakti untuk di bidang *repaint, repair, and retest* tabung LPG 12 kg dan 50 kg diwilayah

Tulungagung. Hingga saat ini unit Mayangkara Group telah berkembang dengan pesatnya.

Selain unit profit Mayangkara Group berupa 19 SPBU, 7 Radio, 2 agen LPG 12 Kg, 3 agen LPG 3 Kg, 1 SPPBE, dan 3 Retester, Mayangkara Group juga memiliki unit pendukung, diantaranya adalah Kantor Pusat yang beralamatkan di Jl. Ciliwung 22 Blitar, Mayangkara Foundation yang didirikan tahun 2004 dengan lokasi menyatu dengan Radio Mayangkara, serta Koperasi Karyawan Mayangkara Artha yang juga didirikan tahun 2004 dengan anggota seluruh karyawan Mayangkara Group.³

2. Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi Mayangkara Group adalah sebagai berikut :⁴

a. Visi

- Menjadi perusahaan kelas dunia, yang sehat menyehatkan, sejahtera dan menyejahterakan serta mampu memberi manfaat dunia dan bermakna akhirat.

b. Misi

- Menjalankan usaha dalam berbagai unit usaha terintegrasi berdasarkan prinsip-prinsip komersial yang kuat dengan dijiwai nilai-nilai kebenaran.

³ Profil Perusahaan Mayangkara Group Blitar.

⁴ *Ibid.*,

3. Unit Mayangkara Group

Mayangkara Group memiliki beberapa unit pendukung untuk berlangsungnya perusahaan Mayangkara Group. Adapun unit pendukung tersebut sebagai berikut :⁵

a. Mayangkara Foundation

Mayangkara Foundation merupakan unit kerja Mayangkara Group di bidang penyaluran bantuan sosial masyarakat seperti zakat, infaq, shadaqah atau disebut juga sebagai wadah penyaluran program CSR (Corporate Social Responsibility) Mayangkara Group. Terletak di Jl. Ciliwung No. 32 A Blitar.

b. Koperasi Karyawan Mayangkara Artha

Koperasi Karyawan Mayangkara Artha merupakan lembaga keuangan karyawan yang memberikan fasilitas simpan pinjam kepada anggota serta menyediakan barang kebutuhan-sehari-hari yang diberi nama Mayangkara Mart. Terletak di Jl. Tanjung No. 198 Pakunden Blitar.

c. Bengkel Mayangkara

Bengkel Mayangkara merupakan unit kerja mayangkara yang bertugas untuk memeriksa, memelihara, dan memperbaiki kendaraan di Mayangkara Group. Terletak di Jl. Imam Bonjol RT.01 RW.06 Kel.Sanawetan Kec. Sanawetan Kota Blitar. Unit bengkel ini selain ada di Blitar, juga membuka cabang di wilayah Tulungagung.

⁵ *Ibid.,*

d. Kantor Pusat

Unit kerja Mayangkara Group yang melaksanakan fungsi pengadministrasian dari unit usaha Mayangkara Group. Terletak di Jl. Ciliwung No. 22 Blitar.

4. Unit kerja Mayangkara Group dalam bidang agen LPG (3Kg dan 12Kg)

1. PT. Petro Jaya Gas

Jl. Ciliwung No. 22 Kel Bendo Kec. Kepanjenkidul Kota Blitar

2. PT. Manggala Yuda Gas

Jl. Ciliwung No. 22 Kel. Bendo Kec. Kepanjenkidul Kota Blitar

3. PT. Manggala Jaya Gas

Jl. Mayor Sujadi 22 Tulungagung

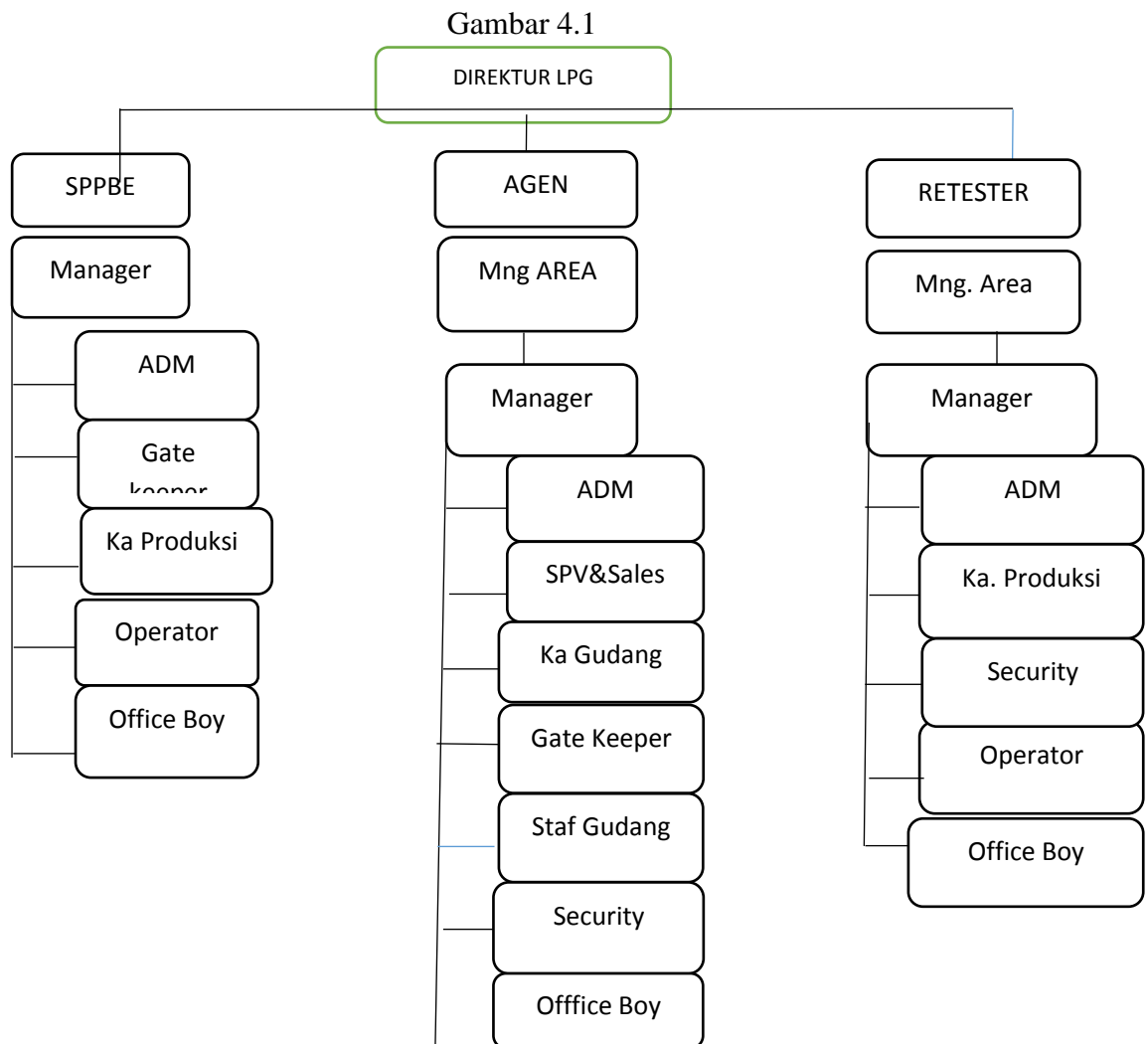
4. PT. Gas Elpindo Jaya Tulungagung

Jl. Ciliwung No. 22 Kel. Bendo Kec. Kepanjenkidul Kota Blitar

5. PT. Gas Elpindo Jaya Tulungagung

Jl. Mayor Sujadi 22 Tulungagung

5. Struktur Organisasi SPBE Mayangkara Group⁶



6. Produk SPBE Mayangkara Group

Adapun produk-produk yang dijual di perusahaan mayangkara group adalah sebagai berikut:

No.	Nama Barang	Harga
1.	Lpg 3kg	-
2.	Lpg 5,5 kg	-
3.	Lpg 12 kg	-
4.	Lpg 25 kg	-
5.	Lpg 50 kl	-

⁶ Profil perusahaan Mayangkara Group

B. Temuan Data

1. Strategi Bauran Pemasaran Mayangkara Group Pada Produk Gas

Lpg

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran. Strategi pemasaran merupakan pelaksanaan yang terjadi pada dunia usaha yang mengarahkan pada arus barang-barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai. Strategi merupakan hal yang paling penting dalam melakukan sebuah jual beli baik dilakukan di pasar ataupun pada sebuah perusahaan. Dalam bauran pemasaran terdapat empat komponen pemasarn yang terdiri dari 4p (*product, price, place, promotion*).

Dalam temuan data akan memberikan gambaran dari pengumpulan data dilapangan yang akan membahas mengenai strategi bauran pemasaran pada produk gas lpg pada Mayangkara Group, Yang dipaparkan sebagai berikut:

Produk merupakan elemen yang paling penting. Produk mempengaruhi keberhasilan dalam menambah tingkat keuntungan atau laba yang akan tetap menjaga aktivitas operasional, produk itu sendiri memiliki sifat dan karakteristik yang berbeda yang sering dibeli konsumen.

Begitu juga strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Mayangkara Group terkait dengan strategi pemasaran pada produk Gas Lpg. Wawancara dengan salah satu staf mayangkara group.

“Dalam produk Gas Lpg yang di pasarkan di masyarakat sudah sesuai keinginan atau kebutuhan masyarakat, melihat gas lpg sekarang ini sudah menjadi kebutuhan primer masyarakat. Produk Gas Lpg yang dijual berkualitas, aman dan tidak berbahaya⁷”

Dengan paparan diatas, mengenai produk bapak rofiq memaparkan:

“Sebelum gas lpg dipasarkan juga ada pengecekan keamanan terlebih dahulu, disisi lain Produk gas lpg ini lebih aman dengan adanya teknologi Double Spindle Valve System (DSVS). Dimana ketika salah satu safetyvalve tidak berfungsi, tekanan berlebihan Lpg di dalam tabung masih dapat diseimbangkan oleh valve yang lain⁸”

Dari penjelasan diatas dapat diketahui perusahaan agen Gas Lpg dalam memasarkan produknya tidak sembarangan, adanya pengecekan terlebih dahulu dan barang juga aman berkualitas. Jadi dengan adanya pemilihan barang yang baik konsumen akan merasa puas dan tidak akan kecewa jika membeli ulang produk tersebut. Dalam penentuan kualitas dan kuantitas produk sangat krusial dan akan menjadi hal yang penting bagi konsumen. Hal tersebut dilakukan agar meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan menarik daya beli masyarakat atau konsumen. Adapun penjelasan selanjutnya mengenai promosi:

Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen sasaran agar membelinya. Pada pelaksanaan

⁷ Wawancara dengan Bu Palupi, pada tanggal 16 juni 2018 pukul 09.00 WIB

⁸ Wawancara dengan Pak Rofiq, pada tanggal 16 juni 2018 pukul 09.00 WIB

promosi yang dilakukan Mayangkara Group Seperti pernyataan yang dipaparkan bagian pemasaran kepada peneliti:

“kami melakukan kegiatan promosi periklanan melalui media radio, banner, brosur pamvlet juga pemberian informasi dan edukasi kepada pelanggan tentang cara menggunakan gas lpg dengan aman, misalnya cara mengganti tabung gas, cara perawatan dan info-info berguna lainnya untuk para konsumen. Pemberian informasi ini biasanya kita lakukan di pondok-pondok pesantren, PEMDA Tulungagung dan masyarakat⁹”

Masih terkait promosi penjualan salah satu rekan bagian pemasaran menjelaskan :

“seperti pamvlet dan banner biasanya di pasang di pangkalan-pangkalan gas lpg dan SPBU. Pada setiap akhir tahun ada pembagian kalender untuk setiap pangkalan¹⁰”

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa perusahaan Mayangkara Group melakukan beberapa cara dalam mempromosikan produk Gas Lpgnya. Kegiatan tersebut meliputi promosi melalui media radio, banner, pamvlet, brosur pembagian kalender di setiap pangkalan yang didalamnya juga mengandung unsur promosi agar menarik minat konsumen dan adanya penyuluhan di tempat-tempat tertentu. Dan penjelasan selanjutnya mengenai harga:

Harga produk gas lpg yang ditawarkan di perusahaan Mayangkara Group sangatlah terjangkau, sesuai dengan daya beli konsumen. Seperti pernyataan yang dipaparkan bagian pemasaran kepada peneliti :

“untuk harga yang kami keluarkan sangat terjangkau dan sebanding dengan produknya, kami menyesuaikan harga dan kualitas dari

⁹ Wawancara dengan Bu Palupi, pada tanggal 16 juni 2018 pukul 09.00 WIB

¹⁰ Wawancara dengan Pak Rofiq, pada tanggal 16 juni 2018 pukul 09.00 WIB

produk-produk, harga yang kami berikan sudah berada pada standart harga pasar yang bisa dijangkau semua kalangan¹¹”

Untuk mempertahankan kepercayaan konsumen harga yang ditawarkan sangat terjangkau dan sesuai daya beli konsumen. Kemampuan pembeli sangat menjadi prioritas utama dalam mempertimbangkan harga. Mengenai penjelasan terakhir yaitu lokasi:

Dalam pemasaran menentukan sebuah tempat merupakan hal yang paling penting sehingga menempatkan sebuah usaha pada tempat yang strategis sangat berpengaruh pada peningkatan penjualan. Selain penentuan tempat yang strategis dapat juga mempermudah konsumen menjangkau tempat tersebut.

Seperti halnya perusahaan Gas Lpg Mayangkara Group dalam menentukan tempat sudah sangat strategis karena berada di pinggir raya dan memiliki akses jalan raya yang bagus. Seperti yang dipaparkan bagian pemasaran kepada peneliti:

“menurut saya disini lokasinya sudah sangat strategis karena dekat dengan jalan raya sehingga memudahkan kami dalam mendistribusikan poduk¹²”

berkaitan dengan penjelasan bu palupi mengenai lokasi, pak rofiq menambahkan:

“selain tempat/lokasi cukup luas, keamanan disini juga sudah terjaga dengan baik ada beberapa satpam yang menjaga lokasi perusahaan, dimana setiap tamu wajib lapor pada satpam¹³”

¹¹ Wawancara dengan Bu Palupi, pada tanggal 16 juni 2018 pukul 09.00 WIB

¹² Wawancara dengan Bu Palupi, pada tanggal 16 juni 2018 pukul 09.00 WIB

¹³ Wawancara dengan Pak Rofiq, pada tanggal 16 juni 2018 pukul 09.00 WIB

Dengan begitu dalam penentuan tempat yang sudah sesuai seperti agen Gas Lpg Mayangkara Group akan mampu mendistribusikan produk dengan baik.

Berkaitan dengan strategi pemasaran, penjelasan diatas sejalan dengan pernyataan salah satu karyawan, seperti yang dipaparkan sebagai berikut:

“mengenai strategi pemasaran produk gas lpg biasanya dilakukan pemberian informasi kepada pelanggan tentang cara penggunaan gas lpg dengan aman. Tentang harga yang diterapkan sudah sesuai dengan standar yang ditentukan dan kualitas barang. Kalau untuk tempat sendiri menurut saya disini sudah sangat strategis karena dekat dengan jalan raya dan keamanan juga terjaga. Media promosi yang digunakan seperti radio, banner, dan pamvlet yang biasanya di pasang di pangkalan-pangkalan dan SPBU¹⁴”

Wawancara dengan konsumen tentang produk gas lpg yang didistribusikan kepada konsumen:

“Selama ini saya menyetok Gas Lpg dari manggala jaya gas tidak pernah ada komplain dari konsumen mulai dari kerusakan tabung atau aksesorisnya, mengenai berat gas yang saya terima dari agen sesuai dengan berat yang tertera di tabung gas tersebut, mulai dari yang 3kg, 5.5kg,dan 12kg. Berat semua Gas yang kami terima sudah sesuai dengan ukuran masing-masing tabung”

¹⁴ Wawancara dengan Pak Agus, pada tanggal 16 juni 2018 pukul 09.00 WIB

2. Strategi Bauran Pemasaran Pada Produk Gas Lpg Mayangkara Group Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam

Islam juga mengajarkan umatnya untuk berdagang dan melakukan kegiatan pemasaran untuk mencapai kesejahteraan ekonomi. Berdagang dengan jalan yang benar dan sesuai dengan aturan dalam syariah. Seperti halnya yang di terapkan dalam perusahaan Mayangkara Group dalam menjalankan usahanya juga menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan syariat Islam, seperti pernyataan salah satu staf sebagai berikut:

“kami disini menerapkan sifat kejujuran dalam suatu bisnis, bisa dilihat dari produk gas lpg yang sudah didistribusikan kepada konsumen dalam keadaan aman dan terjamin kualitasnya¹⁵”

Selanjutnya tambahan dari Pak Agus mengatakan bahwa:

“Produk gas lpg yang didistribusikan dijamin kualitasnya karena sebelum didistribusikan sudah ada pengecekan terdahulu, jika terjadi komplain dari konsumen karena kecacatan produk yang disebabkan perusahaan, perusahaan siap menerimanya selama itu terjadi karena kerusakan yang disebabkan perusahaan¹⁶”

Kejujuran adalah cara yang termudah walaupun sulit dan langka ditemukan sekarang. Jika kita menjual produk dengan segala kelebihan dan kekurangannya kita ungkapkan secara jelas, maka yakin produk itu akan terjual dan juga akan dipercayai oleh konsumen kita. Dan mereka

¹⁵ Wawancara dengan Bu Palupi, pada tanggal 16 juni 2018 pukul 09.00 WIB

¹⁶ Wawancara dengan Pak Agus, pada tanggal 16 juni 2018 pukul 09.00 WIB

tidak akan meninggalkan kita karena merasa tidak dibohongi dengan ucapan kita.

Selanjutnya penjelasan mengenai promosi yang diterapkan oleh perusahaan :

“Dalam penyampaian produk gas lpg yang di pasarkan kami menjelaskan keunggulan dengan sesuai produk yang ada, tidak melebih-lebihkan dalam penyampaian produk¹⁷”

Selanjutnya penjelasan mengenai harga yang diterapkan oleh perusahaan :

“jika terjadi kelangkaan gas, harga gas yang kami distribusikan tidak melebih-lebihkan dari harga yang sudah di tentukan. Meskipun permintaan banyak persediaan sedikit kami tetap menerapkan harga seperti umumnya”

Salah satu karyawan Mayangkara Group menambahkan :

“Di Mayangkara Group tidak menaikkan harga ketika persediaan gas mulai langka, Jadi harga tetap pada prosedur yang ditentukan”

Melihat penjelasan data diatas bisa dikethui bahwa perusahaan Mayangkara Group telah menerapkan strategi pemasaran syariah. Yang mana Produk gas lpg yang didistribusikan benar-benar sesuai adanya, dalam penyampaian produk juga tidak melebih-lebihkn sesuai keadaan produk, adanya tanggung jawab dan dapat dipercaya dari perusahaan jika terjadi kesalahan dari pihak perusahaan.

¹⁷ Wawancara dengan Bu Palupi, pada tanggal 16 juni 2018 pukul 09.00 WIB

C. Analisis Data

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti, diperoleh beberapa temuan-temuan yang akan dianalisis oleh peneliti, sebagai berikut :

1. Strategi Bauran Pemasaran Pada Produk Gas Lpg Mayangkara

Group

Meningkatkan pendapatan perusahaan perlu melakukan pemasaran, karena pemasaran merupakan salah satu fungsi dalam perusahaan yang sering disebut sebagai ujung tombak keberhasilan suatu perusahaan, karena pada dasarnya semua fungsi dalam perusahaan merupakan sistem yang saling berhubungan, saling mempengaruhi dan tidak dapat dipisahkan. Disebut sebagai ujung tombak karena fungsi ini merupakan fungsi yang langsung bersentuhan dengan lingkungan eksternal perusahaan, yaitu dengan para pelanggan sebagai sasaran atas produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Dalam bauran pemasaran adanya empat komponen pemasaran yang terdiri dari 4P (Produk, Promosi, Lokasi, Harga) yang sudah diterapkan dalam perusahaan Mayangkara Group Pada Produk Gas Lpg Untuk Meningkatkan Minat Konsumen, sebagai berikut :

- a. Produk, produk adalah setiap apa saja yang ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian pembeli, pemakai atau konsumen yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan pemakainya. Strategi produk yang dilakukan perusahaan Mayangkara Group untuk produk Gas Lpg berkualitas baik, aman, dengan adanya pengecekan sebelum

pendistribusian dan sesuai standar yang sudah ditetapkan. Dengan terpercayanya produk Gas Lpg yang dipasarkan akan menumbuhkan minat beli ulang konsumen.

- b. Promosi, dalam melakukan promosi perusahaan melakukan berbagai cara agar calon konsumen mengerti tentang produk gas lpg sehingga menarik daya beli konsumen. Berikut cara-cara promosi yang dilakukan oleh perusahaan Mayangkara Group :
 - 1. Menyiarkan lewat radio, yaitu menginformasikan mengenai produk-produk gas lpg di perusahaan Mayangkara Group.
 - 2. Brosur, stiker, banner, pamvlet
 - 3. Publikasi, publikasi yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menginformasikan produk-produk kepada masyarakat.
- c. Harga, harga merupakan petunjuk tentang nilai produk atau jasa bagi pelanggan. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga juga mempengaruhi laku tidaknya produk dan jasa perusahaan. Dalam penentuan harga di perusahaan Mayangkara Group sudah sesuai standar yang sudah di tetapkan. Harga yang ditetapkan juga sudah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan perusahaan.
- d. Tempat, penentuan tempat yang mudah terjangkau dan terlihat akan memudahkan bagi konsumen untuk mengetahui, mengamati dan memahami dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Lokasi atau tempat perusahaan Mayangkara Group sudah sangat strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Dengan memiliki lokasi yang

strategis dapat memberikan kemudahan perusahaan untuk mendistribusikan produknya.

2. Strategi Bauran Pemasaran Pada Produk Gas Lpg Mayangkara Group Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menjadikan setiap pelaku usaha untuk mampu melaksanakan suatu pemasaran secara efektif dan efisien. Agar kegiatan pemasaran dapat berjalan dengan baik maka membutuhkan konsep dasar pemasaran yang sesuai dengan kepentingan pemasar, kebutuhan serta keinginan pelanggan. Dalam hal ini, pemasaran islami memiliki posisi yang strategis, karena pemasaran Islami memiliki posisi yang strategis, karena pemasaran Islami merupakan salah satu strategi pemasaran yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW.

Mengelola bisnis yang didasarkan semangat spiritual, dimasa depan akan menjadi suatu kebutuhan bagi para pelaku professional. Bisnis yang berlandaskan syariat Islam sangat mengedepankan sikap dan prilaku simpatik, selalu bersahabat dengan orang lain, dan orang lain pun mudah bersahabat dan bermitra dengan kita. Rasulullah SAW pernah bersabda: “semoga Allah memberikan Rahmatn-Nya kepada yang murah hati (sopan) pada saat ia menjual, membeli atau saat menuntut haknya”

Dalam mencapai tujuannya perusahaan Gas Lpg Mayangkara Group melakukan berbagai cara untuk usaha yang dilakukan agar berjalan lancar dan berkembang, sedangkan dalam Islam ada batasan

dalam melakukan segala hal. Begitu juga dalam melakukan strategi pemasaran, bagi pengusaha muslim sangat dilarang melakukan cara-cara yang melanggar Agama Islam seperti penipuan atau penyelewengan. Untuk penerapan strategi pemasaran perusahaan Mayangkara Group yang sesuai dengan prinsip pemasaran syariah:

- a. Produk, dalam berdagang Nabi Muhammad selalu dikenal sebagai seorang pemasar yang jujur dan benar dalam menginformasikan produknya. Sesuai dengan penerapan perusahaan Gas Lpg Mayangkara Group dalam produk yang didistribusikan benar-benar baik dan halal, aman sesuai yang di informasikan kepada calon konsumen.
- b. Promosi, Promosi bagi perusahaan yang berlandaskan syariah haruslah menggambarkan secara riil apa yang ditawarkan dari produk-produk atau servis-servis perusahaan tersebut. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Perusahaan Mayangkara Group sudah sesuai dengan produk yang dipromosikan, tidak menambah-nambahi kelebihan dari produk serta tidak mejelek-jelekan atau merendahkan produk yang lain. Selain itu perusahaan dalam melakukan promosi tidak menggunakan praktik yang dilarang menurut ekonomi syariah. Dengan melakukan strategi promosi tersebut maka penjualan mengalami peningkatan.
- c. Harga, Dalam Islam tidak boleh menggunakan cara-cara yang merugikan pebisnis lainnya. harga yang ditetapkan adalah harga yang

wajar, maka pedagang tersebut pasti akan unggul dalam kuantitas. perusahaan cerdas dalam menentukan suatu produk terhadap harga yang telah disesuaikan dengan mutu dan kualitas dari barang itu sendiri dengan tidak merugikan orang lain. Harga gas Lpg Mayangkara Group yang distribusikan tidak melebih-lebihkan dari harga yang sudah di tentukan. Meskipun permintaan banyak persediaan sedikit kami tetap menerapkan harga seperti umumnya.

- d. Tempat/Lokasi, merupakan strategi yang erat kaitannya dalam menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen. lokasi perusahaan sangat strategi karena berada di pinggir jalan raya sehingga mudah terjangkau oleh konsumen.

