

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

#### 1. Foto Produk Global Bakery Kudus



**Gambaran 4.1 Foto produk Global Bakery Kudus<sup>1</sup>**

*Sumber : Dokumentasi Penelitian*

#### 2. Profil Global Bakery Kudus

- a. Nama Brand / Merek : Global Bakery Kudus
- b. Nama Pemilik : Bapak Sugiharto
- c. Nomor HP : 082227724333
- d. Tahun Berdiri : 1996
- e. Alamat Usaha : Jln. Kudus-Colo KM. 9 Desa Piji RT 001/ RW 004 Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus Jawa Tengah (59353)
- f. Kriteria Usaha : Makanan
- g. Jenis Produk : Cake & Bakery
- h. Jumlah Karyawan : 20 Orang
- i. Instagram/Facebook : @globalrotiku02/Roti global bakery

---

<sup>1</sup> Dokumentasi Produk Global Bakery Kudus

### 3. Sejarah Global Bakery Kudus

Usaha Global Bakery Kudus berdiri pada tahun 1996 yang didirikan oleh seorang Bapak yang bernama Sugiharto yang merupakan warga Desa Piji Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus. Awal mula usaha tersebut didirikan sebelumnya pada tahun 1986 hingga 1994 beliau bekerja sebagai salah satu perusahaan rokok di Surakarta, Jawa Tengah. Pada tahun 1994 mulai *freelance* memasarkan kue diberbagai toko roti di Surakarta, pekerjaan sebagai *freelancer* penjual kue yang dilakukan selama satu tahun. Setelah itu, Bapak Sugiharto mencoba mengikuti program pelatihan kue di Jakarta.

Bapak Sugiharto sudah bisa membuat kue, dan di tahun 1996 beliau memutuskan untuk membuat usaha roti sendiri di daerah Wonogiri. Berbekal ilmu pemasaran yang didapatkannya pada saat masih bekerja diperusahaan rokok, usaha kuenya maju pesat. Produk rotinya juga diminati bahkan pada saat itu beliau memiliki karyawan sebanyak 100 orang. Dan pada tahun 2007 usaha kue yang dirintis oleh beliau mengalami gulung tikar karena beberapa pekerjaannya dibajak oleh temannya dan karyawan yang berada dibagian pemegang resep, tenaga dibagian pemasaran, dan sopir keluar dan pindah kerja. Sehingga Bapak Sugiharto harus memutar otak untuk meraup rupiah, dan mencoba peruntungan menjadi seorang *trainer* yang mengajari orang untuk membuat roti. Beliau menjalani pekerjaan sebagai *trainer* hingga tahun 2012, dari Wonogiri beliau kembali ke Kudus untuk merintis usaha kue lagi. Saat itu usaha tersebut masih menjadi usaha kecil, beliau menawarkan kue buatannya dengan jenis kue kering maupun kue basah dengan berkeliling menggunakan kendaraan sepeda motor. Roti buatannya ditawarkan ke pedagang pasar tradisional dan juga ke beberapa toko roti di Kudus. Seiring berjalannya waktu, usaha tersebut semakin maju dan pelanggan berdatangan langsung ke lokasi untuk memesan kue basah maupun kue kering tersebut. Harga roti tersebut berbeda-beda yaitu mulai dari harga Rp 5.000,- sampai Rp 20.000,- per *pcs*, sementara kue basah dengan harga mulai Rp 2.000,- sampai Rp 5.000,- per *pcs*.<sup>2</sup>

### 4. Letak Geografis Global Bakery Kudus

Global Bakery bertempat di wilayah Desa Piji RT: 001 RW: 004 Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus, Usaha ini terletak

---

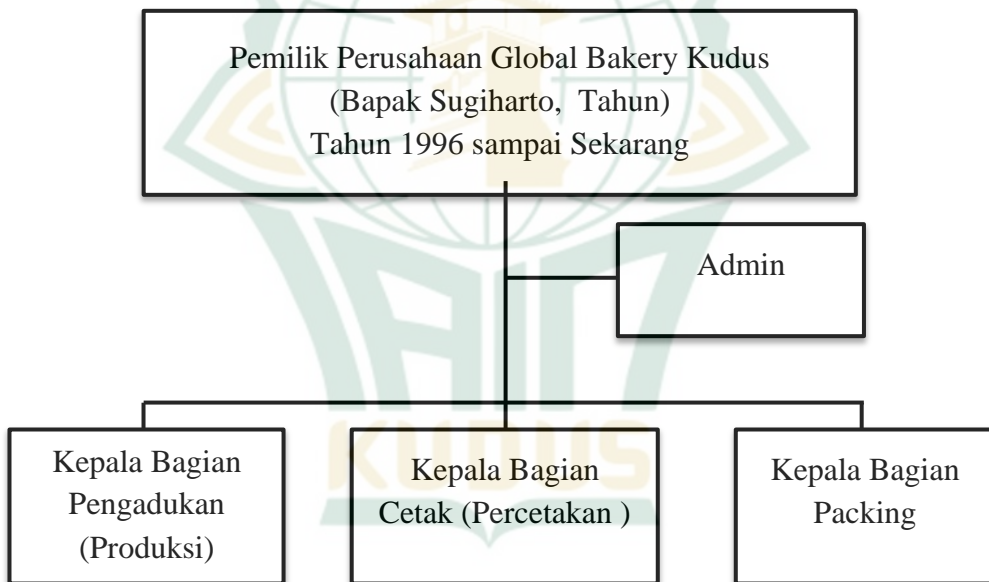
<sup>2</sup> Sugiharto, "Wawancara Oleh Penulis, 05 Juni 2023, Wawancara 1, Transkrip," N.D.

ditengah-tengah perkampungan, sehingga tidak mengganggu kegiatan masyarakat sekitar saat produksi atau proses pembuatan berlangsung.

- a. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Kajar dan Desa Lau.
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Margorejo dan Desa Cendono.
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Cendono dan Desa Puyoh.
- d. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Ternadi.

**5. Struktur Organisasi Global Bakery Kudus**

Agar suatu organisasi dapat menjalankan bisnis, harus ada struktur yang memfasilitasi komunikasi dan pembagian kerja dalam perusahaan dengan tujuan mencapai visi dan misi perusahaan yang diinginkan. Adapun struktur organisasi Global Bakery Kudus yaitu sebagai berikut:



Berikut rincian karyawan Global Bakery Kudus, yaitu:

**Tabel 4.1 Daftar Jumlah Karyawan**

No.	Karyawan Tetap	Jumlah
1.	Laki-Laki	8
2.	Perempuan	12
Jumlah Keseluruhan		20

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Adapun tugas dan tanggungjawab masing-masing bagian pada Global Bakery Kudus adalah sebagai berikut:<sup>3</sup>

a. Pemilik perusahaan Global Bakery Kudus

Bertanggungjawab penuh atas berjalannya sebuah usaha seperti perencanaan, mengkoordinasikan, pengarahan, dan pengawasan serta meningkatkan mutu produk, selain itu pemilik juga memiliki tugas sebagai berikut:

- 1) Memimpin dan mengendalikan keseluruhan jalannya usaha
- 2) Mengawasi dan membina semua karyawan
- 3) Mengelola semua kekayaan yang dihasilkan dalam kegiatan usaha
- 4) Mengendalikan media sosial

b. Admin

- 1) Mengatur dan mengelola kebutuhan pembelian bahan baku dan sasaran prasarana
- 2) Melakukan penjadwalan terhadap segala bentuk operasional
- 3) Melakukan rekapitulasi data, baik absensi karyawan, data pesanan yang masuk, hingga laporan keuangan
- 4) Melayani pertanyaan konsumen dan memberikan solusi ketika ada *complain*

c. Bagian Produksi

- 1) Menyiapkan dan memeriksa bahan baku
- 2) Membuat adonan kue
- 3) Membentuk adonan sesuai pesanan pelanggan
- 4) Mengoven adonan yang sudah jadi
- 5) Melakukan finishing produk

d. Bagian Percetakan

- 1) Bertanggungjawab atas kualitas dan ketetapan waktu hasil cetakan
- 2) Bertanggungjawab atas kebersihan dan kelancaran peralatan cetak yang dipegangnya
- 3) Melakukan standarisasi pada produk yang dihasilkan

e. Bagian *Packing*

- 1) Menerima barang yang telah dicek kualitas dari hasil produksi dan percetakan
- 2) Mengemas produk yang sudah masak
- 3) Menyimpan dan menyusun barang yang sudah dipesan oleh konsumen

---

<sup>3</sup> Sugiharto, 'Wawancara Oleh Penulis, 05 Juni 2023, Wawancara 1, Transkrip'.

**6. Visi, Misi, dan Tujuan Global Bakery Kudus**

Adapun Visi, Misi dan Tujuan Usaha Global Bakery Kudus ialah sebagai berikut:<sup>4</sup>

**a. Visi**

- Untuk meningkatkan penghasilan
- Menjadi sebuah usaha yang amanah oleh konsumen atau pelanggan

**b. Misi**

- Menghasilkan produk dari Global Bakery yang berkualitas
- Lebih mengutamakan kebutuhan konsumen atau pelanggan

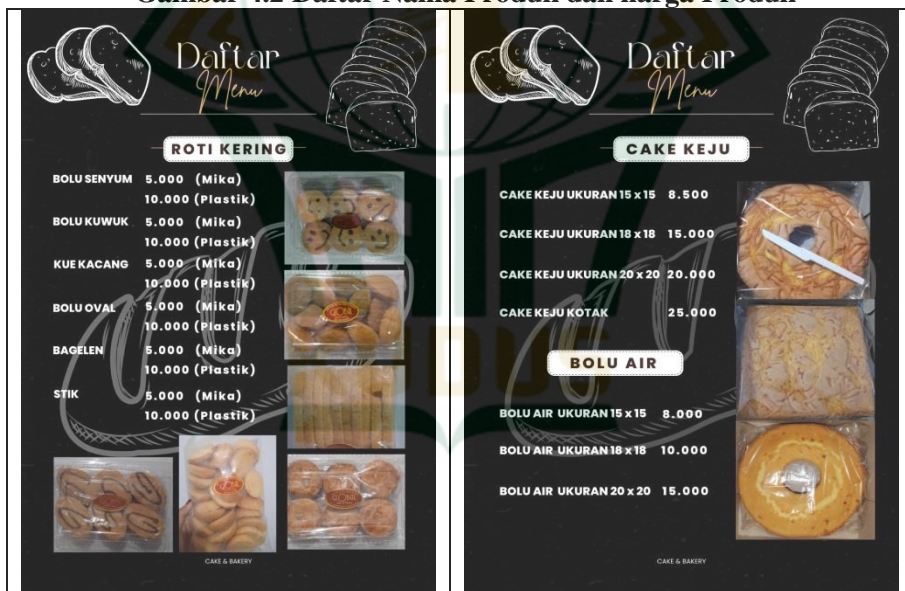
**c. Tujuan**

- Membuka lowongan pekerjaan untuk masyarakat yang membutuhkan
- Mengangkat perekonomian masyarakat

**7. Produk Global Bakery Kudus**

Adapun produk yang diproduksi oleh usaha Global Bakery Desa Piji yaitu sebagai berikut:

**Gambar 4.2 Daftar Nama Produk dan harga Produk<sup>5</sup>**



<sup>4</sup> Sugiharto, 'Wawancara Oleh Penulis, 05 Juni 2023, Wawancara 1, Transkrip'.

<sup>5</sup> Sugiharto, 'Wawancara Oleh Penulis, 05 Juni 2023, Wawancara 1, Transkrip'.

### Daftar Menu

**ROTI RASA**

ROTI 4 RASA	7.000	
ROTI 6 RASA	12.000	
ROTI 8 RASA	15.000	
ROTI 9 RASA	18.000	
ROTI 8 RASA PANJANG	16.000	
ROTI COKLAT SPESIAL	12.000	





CAKE & BAKERY

### Daftar Menu

**ROTI KOMBINASI**

ROTI PISANG COKLAT	2.000	
ROTI BOLU MINI	2.000	
ROTI CAKE MINI	2.500	
ROTI MESES	2.500	
ROTI ABON	2.500	
ROTI CARAMEL	2.500	
ROTI MESES KEJU	2.500	









### Daftar Menu

**ROTI KOMBINASI**

ROTI KRUMPUL	2.500	
ROTI DONAT	2.500	
ROTI KEONG	2.500	
ROTI KURA-KURA	2.500	
ROTI BOLA MESES	2.500	
ROTI PIZZA	3.000	
ROTI ROLL ABON	3.000	









### Daftar Menu

**TART MULAI** Dari Rp 60.000,-

PISANG BOLEN Rp 25.000,-

MANDARIN LAPIS Rp 40.000,-

ROTI PISANG COKLAT

UKURAN 12 x 24 = Rp 12.000,-

UKURAN 14 x 24 = Rp 15.000,-

ROTI BUAYA SEPASANG Rp 250.000,-







## B. Deskripsi Data Penelitian

### 1. Deskripsi Responden

#### a. Responden I

Nama : Bapak. Sugiharto  
 Jabatan : Owner Global Bakery Kudus  
 Umur : 58 tahun

Lama Bekerja : 27 tahun  
 Agama : Islam  
 Alamat : Desa Piji RT:01 RW:04 Kecamatan Dawe  
 Kabupaten Kudus

b. Responden II

Nama : Deni  
 Jabatan : Admin Global Bakery  
 Umur : 20 tahun  
 Lama Bekerja : 2 tahun  
 Agama : Islam  
 Alamat : Bajanwaru Bangilan Tuban

c. Responden III

Nama : Khoiriyah  
 Jabatan : Pelanggan atau Konsumen  
 Umur : 43 tahun  
 Lama Berlangganan : 5 tahun  
 Agama : Islam  
 Alamat : Margorejo Gentungan 5/1 Dawe Kudus

## 2. Deskripsi Implementasi *Marketing Mix* di Perusahaan Global Bakery dalam Meningkatkan Penjualan Produk

Bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran melalui pertukaran barang dan jasa. Bauran pemasaran ini terdiri dari unsur-unsur atau variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process* dan *physical evidence*. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, Bauran pemasaran (*marketing mix*) mencakup semua kegiatan yang ada dalam suatu organisasi bisnis termasuk dalam pemasaran Bakery pada Global Bakery Kudus.

a. *Product* (Produk)

Produk yaitu faktor penting untuk kelangsungan bisnis dan pemasaran yang sukses. Produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>6</sup> Produk biasanya melalui evolusi atau siklus, dimana setiap siklus hidup produk memiliki efek dan konsekuensi yang berbeda untuk bisnis, seperti: keuntungan, biaya, citra, persepsi pelanggan.

---

<sup>6</sup> Erdiyani.

Menurut Bapak. Sugiharto selaku *owner* perusahaan Global Bakery Kudus mengatakan bahwa: Dalam membuat produk diperusahaan Global Bakery ini menggunakan bahan baku yang halal dan tingkat *durability* (daya tahan) produk yang akan dijual, hal ini didukung oleh pertanyaan informan *Owner* (Bapak. Sugiharto): “*Untuk bahan baku kami memilih kualitas bahannya fresh, bagus, segar, dan tidak yang busuk. Tingkat durability (daya tahan) produk yang akan dijual harus bahan makanan yang ketahanannya bias dikonsumsi dalam jangka waktu yang lama.*”<sup>7</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut yang telah peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa: produk yang ditawarkan diperusahaan Global Bakery adalah produk bakery, bahan baku dalam pembuatan produk diperusahaan Global bakery merupakan bahan baku yang berkualitas (bagus, segar, dan tahan lama), dan sudah dipastikan halal dalam memproduksi sebuah produk.

b. *Price* (Harga)

Harga merupakan jumlah yang dibayar konsumen untuk membeli atau untuk dinikmatinya.<sup>8</sup> Penentuan harga yaitu bagian penting dari bauran pemasaran. Harga sangat penting karena harga merupakan salah satu alasan perilaku produk dan jasa yang ditawarkan.

Dari pemaparan Bapak. Sugiharto selaku pemilik atau *owner* perusahaan Global Bakery Kudus mengatakan bahwa: Harga produk yang dijual oleh perusahaan Global Bakery dengan standar perhitungan keuntungan. Dalam hal ini didukung oleh pertanyaan informasi *Owner* (Bapak. Sugiharto): “*Harga produk diperusahaan Global Bakery disesuaikan dengan harga pasar dan harga barang pokonya, untuk sistem pembayarannya dilakukan secara cash dan belum menggunakan sistem kartu kredit dan sebagainya, dalam pengambilan keuntungannya 20%-30% perproduk yang akan dijual.*”<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Sugiharto, “Wawancara Oleh Penulis Kepada Owner Global Bakery Kudus 05 Juni 2023, Pukul 14.00 Wib,” N.D.

<sup>8</sup> A, “Implementasi Marketing Mix Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Cafe Rr Jus Muaro Sijunjung).”

<sup>9</sup> Sugiharto, “Wawancara Oleh Penulis Kepada Owner Global Bakery Kudus 05 Juni 2023, Pukul 14.00 Wib.”



Berdasarkan hasil wawancara tersebut yang telah peneliti lakukan dapat saya simpulkan bahwa: harga pokok diperusahaan Global Bakery disesuaikan dengan harga pasar dan harga barang pokoknya, untuk sistem bayarannya dilakukan secara *cash*, dalam pengambilan keuntungannya 20%-30% perproduk yang akan dijual. Dan harga yang sudah diterapkan oleh perusahaan Global Bakery *relative* murah dan sesuai dengan perekonomian masyarakat Desa Piji dan cocok untuk semua kalangan remaja maupun dewasa.

c. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>10</sup>

Dalam hal ini yang bertanggungjawab terhadap promosi, yang digunakan oleh perusahaan Global Bakery Kudus untuk melakukan promosi dalam persiapan promosi diperusahaan Global Bakery yaitu, didukung dari pernyataan informan *Owner* (Bapak. Sugiharto): *“Untuk yang bertanggungjawab dalam bidang promosi sendiri adalah ownernya langsung, promosi itu dilakukan secara lisan dan diteruskan dari mulut kemulut (Word of Mouth). Dan media sosial yang digunakan yaitu facebook, whatsapp, dan instagram, dan sekarang baru mempelajari media sosial yaitu melalui tik tok. Dalam melakukan sebuah promosi tersebut ketika sedang melakukan pembuatan sebuah produk, dari mulai mengolah bahan mentah menjadi matang, dan siap untuk dikonsumsi oleh pelanggan atau konsumen.”*<sup>11</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut tersebut yang telah peneliti lakukan dapat saya simpulkan bahwa: Promosi dilakukan pada saat melakukan pembuatan sebuah produk, dari mulai mengolah bahan mentah menjadi matang, dan siap untuk dikonsumsi oleh pelanggan atau konsumen. Promosi

---

<sup>10</sup> Christine And Budiawan, “Analisis Pengaruh Marketing Mix ( 7p ) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen ( Studi Pada House Of Moo , Semarang ).”

<sup>11</sup> Sugiharto, “Wawancara Oleh Penulis Kepada Owner Global Bakery Kudus 05 Juni 2023, Pukul 14.00 Wib.”

dilakukan secara lisan dan diteruskan dari mulut ke mulut dan media sosial yang digunakan dalam promosi yaitu melalui *facebook, whatsapp, dan instagram*, dan sekarang baru mempelajari media sosial yaitu melalui *tik tok*.

d. *Place* (Tempat dan Saluran Distribusi)

Penempatan atau distribusi merupakan bagian yang sangat penting. Perusahaan harus memposisikan dan mendistribusikan produk ditempat yang mudah diakses oleh pembeli.<sup>12</sup> *Marketing mix* memainkan peran penting dalam bauran pemasaran. Saluran distribusi itu sendiri adalah kegiatan suatu perusahaan yang bertujuan untuk menghasilkan jasa atau produk yang siap tersedia bagi pelanggan.<sup>13</sup>

Dalam memilih tempat usaha, fasilitas yang ada diperusahaan Global Bakery Kudus sebagai tunjangan konsumen atau pelanggan untuk berkunjung ke Global Bakery Kudus dan mempunyai fasilitas tempat beribadah bagi konsumen ataupun karyawan untuk melakukan sholat pada waktu yang sudah masuk. Didukung dari pernyataan informan *Owner* (Bapak. Sugiharto) yaitu: *“Tempat Global Bakery Kudus ini kenapa dipilih diwilayah yang padat dengan penduduk karena letak lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh kalangan masyarakat sekitar tanpa harus berjalan dengan jarak yang jauh. Dan disini juga memiliki fasilitas yang sudah disediakan oleh perusahaan Global Bakery Kudus yaitu tunjangan konsumen atau pelanggan untuk berkunjung yang hendak memesan sebuah produk dari Global Bakery Kudus, tempat parkir, kamar mandi, dan fasilitas tempat beribadah seperti; mukena, sarung, sajadah, dan tempat wudlu yang bisa dipakai atau dipergunakan baik seorang konsumen atau karyawan.”*<sup>14</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut tersebut yang telah peneliti lakukan dapat saya simpulkan bahwa: tempat merupakan salah satu untuk memilih dan membuka suatu usaha dan menghasilkan sebuah keuntungan oleh *owner*,

---

<sup>12</sup> A, “Implementasi Marketing Mix Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Cafe Rr Jus Muaro Sijunjung).”

<sup>13</sup> Mait, Lumanauw, And Samadi, “Analisis Strategi Marketing Mix Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Umkm Pabrik Roti Nabila Bakery Manado.”

<sup>14</sup> Sugiharto, “Wawancara Oleh Penulis Kepada Owner Global Bakery Kudus 05 Juni 2023, Pukul 14.00 Wib.”

karena letak lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh kalangan masyarakat sekitardan mempunyai fasilitas yang sudah disediakan oleh perusahaan Global Bakery Kudus yaitu, tempat beribadah, tempat parkir, toilet dan tunjangan konsumen atau pelanggan untuk berkunjung.

e. *People* (Orang)

*People* (Orang) Adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembelian.<sup>15</sup>

Dalam memilih karyawan diperusahaan Global Bakery, pelayanan karyawan juga sudah memakai SOP, meningkatkan semangat kerja untuk karyawan, dan upah atau gaji yang diberikan. Didukung dari pernyataan informan *Owner* (Bapak. Sugiharto) yaitu: *“Dalam memilih karyawan diperusahaan Global Bakery tidak menggunakan kriteria khusus karena disini yang diutamakan yang memiliki semangat untuk bekerja, disiplin dan jujur. Untuk masalah pendidikan tidak dipertimbangkan karena diperusahaan ini mempunyai pelatihan tersendiri bagi seorang karyawan dan membutuhkan sebuah keterampilan dalam membuat sebuah produk. Yang pertama yaitu ada training, dan apabila dalam pelaksanaan training sudah bagus dan disiplin langsung saja dimasukkan pada bagian yang sesuai dengan kriteria setiap karyawan.”*<sup>16</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut tersebut yang telah peneliti lakukan dapat saya simpulkan bahwa: Dalam memilih karyawan diperusahaan Global Bakery ini memiliki etika dan sopan menghadapi seorang konsumen atau pelanggan. Cara menambah atau meningkatkan semangat kerja karyawan yaitu dengan cara *owner* memberikan upah atau gaji setiap bulannya da nada bonus atau tips ketika ada lemburan.

f. *Process* (Proses)

*Process* (Proses) yaitu dimana semua prosedur *actual*, mekanisme, dan aliran aktifitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa.<sup>17</sup> Proses yaitu metode yang dipakai untuk

---

<sup>15</sup> Fatihudin And Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*.

<sup>16</sup> Sugiharto, “Wawancara Oleh Penulis Kepada Owner Global Bakery Kudus 05 Juni 2023, Pukul 14.00 Wib.”

<sup>17</sup> Hapsari, Nuringwahyu, And Krisdianto, “Pengaruh Bauran Pemasaran 7p ( Marketing Mix 7p ) Terhadap Keputusan Pembelian.”

menyampaikan jasa seperti kecepatan, kemudahan, ketepatan, dan daya tanggap terhadap keluhan pelanggan.

Dalam alur pemesanan sebuah produk diperusahaan Global Bakery dilakukan baik secara *online* maupun *offline*. Didukung dari pernyataan informan Owner (Bapak. Sugiharto) yaitu: “Untuk alur pemesanan dari konsumen ke perusahaan yaitu dengan cara konsumen menghubungi langsung ke ownernya atau ke admin bisa melalui online seperti telfon atau message dan juga bisa datang langsung ke lokasi. Dan untuk alur pemesanan kue basah maupun kue kering bisa disesuaikan konsumen mau diambil untuk tanggal berapa, untuk acara apa dan juga ada yang sudah ready diperusahaan seperti kue basah donat, kue abon, kue pizza, kue pisang, dan lain-lain. Dan apabila ada complain dalam pengantaran sebuah produk yang telat akibat adanya sebuah problem yaitu dengan cara menjelaskan secara detail bagaimana bisa terjadinya sebuah problem sampai dalam pengantaran bisa telat dan meminta maaf kepada konsumen atau pelanggan.”<sup>18</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut tersebut yang telah peneliti lakukan dapat saya simpulkan bahwa: Proses jasa yang dilakukan seperti proses kecepatan, kemudahan, ketepatan, dan tanggap terhadap keluhan seorang pelanggan. Dalam hal ini bisa dilihat dari alur pemesanan dan pengantaran jika adanya sebuah problem yaitu dengan cara menjelaskan secara detail bagaimana bisa terjadinya sebuah problem sampai dalam pengantaran bisa telat dan meminta maaf kepada konsumen atau pelanggan.

g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

*Physical Evidence* (Bukti Fisik) merupakan ciri khas, simbol yang dapat mempengaruhi konsumen untuk mempergunakan produk atau layanan tertentu.<sup>19</sup> Bukti fisik didefinisikan sebagai desain lingkungan pelayanan yang mengarahkan pelanggan mengingat kembali perusahaan untuk hubungan yang saling menguntungkan.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Sugiharto, “Wawancara Oleh Penulis Kepada Owner Global Bakery Kudus 05 Juni 2023, Pukul 14.00 Wib.”

<sup>19</sup> Kartika And Fariza, “Analisa 7p Marketing Mix Untuk Pengembangan Strategi Manajemen Pemasaran Pada Perumahan Grand Sutawangi Majalengka.”

<sup>20</sup> Hashim And Hamzah, “7p ’ S: A Literature Review Of Islamic Marketing And Contemporary Marketing Mix.”

Dalam bukti fisik dari perusahaan Global Bakery ini memberikan desain bagian dalam maupun luar dan kondisi toilet dan lahan parkir. Didukung dari pernyataan informan *Owner* (Bapak. Sugiharto) yaitu: “*Untuk desain bagian dalam yaitu sebuah produk yang ditata rapi pada etalase yang sudah disediakan, dan ruang tamu atau ruang pemesanan yang ditata secara rapi agar seorang konsumen merasa nyaman dalam melakukan pemesanan sebuah produk, dan bagian paling belakang yaitu tempat produksi, dan didepannya ada bagian cetak, selanjutnya depannya ada bagian oven yang sampingnya ada toilet untuk para karyawan, dan depannya ada bagian packing yang sebelahnya ada tempat untuk beribadah, dan depannya ada bagian outlate atau bagian gudang (stok kue kering) dan pada bagian paling depan ada lahan parkir yang luas.*”<sup>21</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut tersebut yang telah peneliti lakukan dapat saya simpulkan bahwa: Bukti fisik yaitu bisa dilihat dari desain bagian dalam yang dilengkapi alat-alat produksi diperusahaan Global Bakery Kudus, dan untuk toilet dan tempat ibadah yang sudah disediakan secara nyaman.

### 3. Deskripsi Faktor Penghambat *Marketing Mix* di Perusahaan Global Bakery dalam Meningkatkan Penjualan Produk

Faktor penghambat dalam implementasi *Marketing Mix* di perusahaan Global Bakery dalam meningkatkan penjualan produk pasti ada dan itu berasal dari dalam lingkungan bisnis. Faktor-faktor ini diantaranya kurangnya pengetahuan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) dalam perusahaan yaitu selaku pemilik (*Owner*) dan karyawan dalam menjalankan pemasaran, keterbatasan waktu dalam mengelola pemasaran seperti menyiapkan konten, *copywriting* dan semacamnya. Pemilihan seorang pemasar atau sales yang jujur.

Berdasarkan hasil wawancara, bahwa faktor penghambat dalam mengembangkan pemasaran di perusahaan Global Bakery dalam meningkatkan penjualan produk berasal dari dalam lingkungan atau yang biasa disebut dengan faktor internal, Faktor-faktor ini meliputi:

1) Kurangnya pengetahuan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran).

Faktor ini menjadi faktor utama yang berdampak besar yang

---

<sup>21</sup> Sugiharto, “Wawancara Oleh Penulis Kepada Owner Global Bakery Kudus 05 Juni 2023, Pukul 14.00 Wib.”

dialami oleh pelaku usaha Global Bakery Kudus. Pemilik mengakui bahwasanya kurang taunya soal teknologi informasi yang diaplikasikan pada sebuah bisnis, sehingga beliau merasa kesulitan untuk mengembangkan melalui jalur *website*, atau *marketplace* lainnya. Perusahaan Global Bakery Kudus secara *online* hanya mengandalkan media sosial *Facebook*, *Instagram*, dan *WhatsApp* karena dirasa mudah untuk diaplikasikan daripada media *website* atau *marketplace* yang lain. Dengan kurangnya pengetahuan tersebut, pemilik merasa *stuck* pada pencapaian tersebut.

- 2) Kurangnya sumber daya manusia yang paham menajalankan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran). Kurangnya SDM atau tenaga ahli dibidang teknologi dan informasi ini bisa terjadi karena berkaitan dengan faktor pertama, yaitu kurangnya pengetahuan teknologi dan informasi oleh pemilik, maka akan mengakibatkan sulitnya mencari sumber daya manusia yang mampu menguasai teknologi dan informasi tersebut. Sehingga kurangnya sumber daya manusia dibidang teknologi dan informasi membuat pelaku perusahaan enggan menggunakan konsep teknologi secara maksimal dalam pengembangan usaha Global Bakery Kudus. Sebab, tanpa adanya sumber daya manusia yang ahli maka mau tidak mau pelaku perusahaan harus menjalankan keseluruhan sendiri baik layout tampilan usahanya, konten dan lainnya.
- 3) Keterbatasan waktu mengelola pemasaran seperti menyiapkan konten, *copywriting* dan lain sebagainya. Pemilik perusahaan Global Bakery Kudus mengaku bahwa beliau belum sanggup jika harus melakukan keseluruhn sendiri. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu yang dimilikinya. Menerapkan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) secara keseluruhan juga memerlukan proses yang bias dibilang penuh kesabaran, diantaranya pembuatan konten, foto produk, *copywriting* maupun *hastag* untuk bisa menaikkan *viewers*.
- 4) Dalam memilih seorang karyawan dibagian sales yang bertugas untuk mengantar sebuah produk keluar kota harus diseleksi secara ketat karena sulit untuk mendapatkan yang jujur dan professional karena lebih besar resiko yang akan ditimbulkan.

Jadi, faktor penghambat dalam pengembangan *Marketing Mix* dalam meningkatkan penjualan produk berasal dari faktor internal, diantaranya kurangnya pengetahuan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran), kurangnya sumber daya manusia yang

maham menjalankan pemasaran, dan seorang sales yang harus memilih dan diseleksi secara ketat.

#### 4. Deskripsi Perspektif Manajemen Bisnis Syariah di Perusahaan Global Bakery

Manajemen bisnis merupakan kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, mengaktualisasikan, serta melakukan pengawasan dalam bisnis atau usaha agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dalam konsep Manajemen Bisnis terdapat beberapa versi yang diterapkan oleh suatu perusahaan atau unit usaha. Dimana setiap konsep pebisnis memiliki keunggulan dan kekurangan masing-masing, pada umumnya Manajemen Bisnis yang diterapkan oleh pebisnis atau suatu usaha dilandasi oleh asas-asas, nilai, dan budaya organisasi yang melekat pada perusahaan tersebut.<sup>22</sup>

Berdasarkan Perspektif Manajemen Bisnis Syariah memiliki empat fungsi yang peneliti lakukan di Perusahaan Global Bakery sebagai berikut:

##### 1) Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah suatu proses atau gambaran untuk menentukan visi, misi, tujuan, dan sasaran yang diinginkan guna mencapai tujuan yang ditentukan pada masa yang akan datang sesuai dengan syariat islam.<sup>23</sup>

Pada perusahaan Global Bakery dalam melakukan perencanaan atau gambaran dari suatu kegiatan yang akan dilakukan dengan waktu dan metode yang sudah ditentukan sebelum membentuk suatu visi, misi, dan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk di Perusahaan Global Bakery ini.

Adapun Visi, Misi dan Tujuan Usaha Global Bakery Kudus yang sudah ditetapkan oleh pemilik perusahaan yaitu: *Pertama*, **Visi** Untuk meningkatkan penghasilan dan Menjadi sebuah usaha yang amanah oleh konsumen atau pelanggan. *Kedua*, **Misi** yaitu untuk Menghasilkan produk dari Global Bakery yang berkualitas dan Lebih mengutamakan kebutuhan konsumen atau pelanggan. *Ketiga*, **Tujuan** yaitu untuk Membuka lowongan pekerjaan untuk masyarakat yang membutuhkan dan Mengangkat perekonomian masyarakat.

---

<sup>22</sup> Habijoyo And Mansah, "Analisis Manajemen Bisnis Syariah Pada Pangeran Aqiqah."

<sup>23</sup> Feriyanto And Triana, *Pengantar Manajemen (3 In 1) Untuk Mahasiswa Dan Umum*.

**Visi** itu dapat berubah dan berkembang sesuai pengaruh dan perkembangan zaman yang tidak bisa diprediksi kedepannya. Oleh karena itu di Perusahaan Global Bakery, visi tidak ditulis secara detail melainkan digambarkan menerangkan detail gambaran sistem yang menjadi tujuan. Berdasarkan kondisi di Perusahaan Global Bakery pada saat ini, perusahaan tersebut akan berorientasi ke depannya dan mengekspresikan kreativitas dan berdasarkan prinsip nilai yang menjadi sebuah usaha yang amanah untuk konsumen atau pelanggan dan meningkatkan penghasilan yang lebih baik.

**Misi** itu ibarat langkah-langkah kecil yang dibagi untuk mempermudah serta bentuk usaha nyata dalam berkembangnya produk yang berkualitas bagi pelanggan Global Bakery. Dalam sebuah perusahaan misi sangat diperlukan untuk menginspirasi serta memotivasi karyawan dalam menghasilkan sebuah produk yang berkualitas dan mengutamakan kebutuhan seorang konsumen.

**Tujuan** tersebut merupakan pertanyaan yang mengenai apa yang hendak dicapai oleh suatu perusahaan. Dengan adanya sebuah tujuan maka visi dan misi akan semakin terwujud. Tujuan menggambarkan bagi perusahaan secara jelas dan dalam merumuskan tujuan anggota harus memberikan ukuran yang lebih spesifik.

## 2) Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian (*Organizing*) merupakan fungsi manajemen yang menggabungkan SDM dan bahan melalui struktur formal dari tugas dan kewenangan.<sup>24</sup> Organisasi adalah fungsi setiap orang, yang berhubungan dengan kerja yang baik secara vertikal dan horizontal.<sup>25</sup> Organisasi dalam pandangan islam bukan semata-mata wadah, melainkan lebih sebuah pekerjaan yang harus dilakukan secara rapi. Ajaran islam adalah ajaran yang mendorong umatnya untuk melakukan segala sesuatu secara terorganisasi dengan rapi.

Fungsi manajemen yang menggabungkan SDM di Perusahaan Global Bakery yaitu dapat melakukan proses tugas, wewenang, dan tanggungjawab setiap individu di manajemen menjadi satu kesatuan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan. Fungsi pengorganisasian bukan

<sup>24</sup> Al-Hasni, "Peristiwa Mina 2015 Perspektif Manajemen Bisnis Syariah."

<sup>25</sup> Maleha.



hanya mengatur orang. Tapi, semua sumber daya yang dimilikinya termasuk uang, mesin, waktu, dan semuanya.

Melalui perencanaan sumber daya manusia yang matang, efektifitas kerja juga dapat lebih ditingkatkan apabila sumber daya manusia yang ada telah sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Fungsi pengorganisasian wajib dilakukan dan banyak bermanfaat, diantaranya yaitu:

a) Mempermudah koordinasi antara pihak dalam kelompok

Pemilik Perusahaan Global Bakery selalu melakukan koordinasi kepada karyawan saat pembuatan produk berlangsung agar dapat berjalan dengan lancar tanpa hambatan dan membuat pesanan konsumen dengan tepat agar tidak mengecewakan seorang konsumen.

b) Pembagian tugas sesuai dengan kondisi perusahaan dan Setiap individu mengetahui apa yang akan dilakukan

Dalam pembagian tugas ini sudah disesuaikan oleh pemilik Global Bakery dan sudah dibagi sesuai dengan bidangnya. Ada bagian pengaduan (*Produksi*), bagian cetak, dan bagian *packing*. Bagian *Pengaduan* atau disebut juga bagian *Produksi* memiliki tugas seperti; Menyiapkan dan memeriksa bahan baku, Membuat adonan kue, Membentuk adonan sesuai pesanan pelanggan, Mengoven adonan yang sudah jadi, dan Melakukan finishing produk. Pada bagian *Percetakan* memiliki tugas seperti; Bertanggungjawab atas kualitas dan ketetapan waktu hasil cetakan, Bertanggungjawab atas kebersihan dan kelancaran peralatan cetak yang dipegangnya, dan Melakukan standarisasi pada produk yang dihasilkan. Terakhir pada bagian *Packing* memiliki tugas seperti; Menerima barang yang telah dicek kualitas dari hasil produksi dan percetakan, Mengemas produk yang sudah masak, dan Menyimpan dan menyusun barang yang sudah dipesan oleh konsumen.

c) Hubungan antar individu

Perusahaan Global Bakery memiliki karyawan yang berbeda usia bahkan berbeda daerah. Disini bisa dilihat walaupun beda usia tapi dapat menghasilkan hubungan yang bagus. Pemilik perusahaanpun tidak membedakan mana pemilik dan karyawan, pemilik juga langsung turun tangan dalam mengolah produk dari pengaduan (*produksi*) sampai *packing* dan pengantaran ke konsumen. Dari sini dapat dilihat bahwa hubungan antar individu di

Perusahaan Global Bakery sangat erat tanpa membedakan derajat atau jabatan.

### 3) Motivasi (*Motivating*)

Motivasi (*Motivating*) merupakan suatu kemampuan seseorang untuk memberikan kegairahan, kegiatan, pengertian, sehingga orang lain dapat mendukung dan bekerja dengan hati atau rasa sukarela untuk mencapai tujuan organisasi sesuai dengan tugas yang dibebankan.<sup>26</sup> Fungsi motivasi berkenaan dengan perilaku manusia (karyawan), bagaimana agar karyawan itu mendukung dan bekerja untuk suatu gagasan tertentu. Perilaku karyawan tergantung pada emosi, stamina, semangat, dan cita-cita dan adat istiadat yang melatar belakangi seorang karyawan.

Dalam Perusahaan Global Bakery pemilik sudah menerapkan motivasi untuk mendorong semangat kerja karyawan di perusahaan, yaitu:

- a) Motivasi dapat mendorong karyawan untuk berpikir kreatif dalam memberikan *output* pekerjaan dan dalam menciptakan produk yang baru.
  - b) Motivasi dapat membuat kinerja karyawan menjadi lebih cepat dan maksimal dan seorang konsumen puas dengan pelayanan yang cepat dan tepat waktu.
  - c) Motivasi dapat membuat karyawan untuk selalu memberikan hasil usaha yang terbaik buat pelanggan atau konsumen dan kepada pemilik Global Bakery Kudus.
  - d) Motivasi dapat membantu pengembangan diri masing-masing karyawan.
- ### 4) Pengarahan (*Actuating*)

Pengarahan (*Actuating*) adalah fungsi manajer atau pemimpin yang amat penting. Semua usaha kelompok memerlukan pengarahan yang diinginkan oleh suatu usaha agar berhasil dalam mencapai tujuan-tujuan kelompok.<sup>27</sup> Pengarahan merupakan kegiatan pimpinan untuk membimbing, menggerakkan, dan mengatur segala kegiatan yang tidak diberikan dalam melaksanakan kegiatan usaha. Keberhasilan dalam pengarahan ditentukan oleh partisipasi pegawai, komunikasi yang cukup, dan kepemimpinan yang kuat.

---

<sup>26</sup> Al-Hasni, "Peristiwa Mina 2015 Perspektif Manajemen Bisnis Syariah."

<sup>27</sup> Al-Hasni.

Setelah motivasi terbentuk, tugas dibagi kepada setiap karyawan. Agar produksi berjalan dengan baik, maka dilakukan suatu pengarahan. Dalam usaha “Global Bakery” pemilik sekaligus yang menjadi manajernya selalu memberikan pengarahan apa yang harus dikerjakan dan tidak dikerjakan oleh para karyawan, agar proses produksi berjalan sesuai dengan apa yang direncanakan. Sebagaimana dijelaskan pada kajian teori dalam manajemen syariah, manajer atau pemimpin harus mampu memotivasi para karyawan dengan cara menumbuhkan kesadaran bagi karyawan bahwa bekerja merupakan suatu kebutuhan. Motivasi untuk meningkatkan etos kerja dan kualitasnya, serta meningkatkan minat karyawan untuk terus mengembangkan dirinya.

Disamping etos kerja, pimpinan juga harus memotivasi unsur pengetahuan dan keterampilan karyawan. Selanjutnya, yang perlu dimotivasi adalah unsur ibadah. Kegiatan ibadah para karyawan perlu mendapat perhatian pimpinan. Dari semua itu, yang paling utama untuk dimotivasi pemimpin adalah kejujuran. Karena dalam pebisnis harus memiliki komitmen yang kuat untuk mengamalkan akhlak yang mulia, cakap, dan komunikatif, menghindari berbuat curang dalam berbisnis.

Dalam menjalankan keempat fungsi manajemen tersebut Perusahaan Global Bakery memastikan berbagai kegiatan operasional berlandaskan dengan prinsip-prinsip syariah yang termuat di dalam Al-Qur’an atau al-Hadits. Beberapa prinsip yang menjadi pegangan antara lain; prinsip *amar ma’ruf nahi munkar*, kewajiban menegakkan kebenaran, kewajiban menegakkan keadilan, kewajiban menyampaikan amanah.

#### a) Prinsip Amar Ma’ruf Nahi Munkar

Setiap muslim wajib melakukan perbuatan yang ma’ruf, yaitu perbuatan yang baik dan terpuji seperti perbuatan tolong-menolong (taawun), menegakkan keadilan diantara manusia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mempertinggi efisiensi, dan lain-lain. Sedangkan perbuatan munkar (keji), seperti korupsi, suap, pemborosan dan sebagainya harus di jauhi dan bahkan harus diberantas. Menyeru kepada kebajikan (amar ma’ruf) dan mencegah kemunkaran (nahi munkar) adalah wajib. Untuk melaksanakan prinsip tersebut, ilmu

manajemen harus dipelajari dan dilaksanakan secara sehat, baik secara bijak maupun secara ilmiah.

*Amar ma'ruf nahi munkar* pada Global Bakery diimplementasikan dalam kegiatan divisi-divisinya. Pada divisi produksi kebersihan dan kesehatan roti menjadi hal yang diperhatikan, cara yang dilakukan adalah dengan pemantauan dan peningkatan kebersihan area produksi serta memastikan produk roti memenuhi standar kualitas yang tinggi.

Pemilik perusahaan mengamalkan *amar ma'ruf nahi munkar* salah satunya dengan memberikan pelatihan dan pengembangan karyawan sehingga mereka dapat meningkatkan keterampilan dan meningkatkan efisiensi dalam proses produksi. Pemilik memberikan kepastian adanya keadilan dalam penggajian dan kondisi kerja, termasuk di dalamnya pemberian gaji yang layak, fasilitas kesejahteraan misalnya cuti yang adil dan perlindungan kerja. Praktik bisnis yang dijalankan dengan etika tinggi, termasuk di dalamnya menghindari praktik-praktik korupsi dan menjaga integritas dalam hubungan bisnis dengan pemasok dan pelanggan.

b) Kewajiban Menegakkan Kebenaran

Ajaran Islam adalah metode Ilahi untuk menegakkan kebenaran dan menghapuskan kebatilan, dan untuk menciptakan masyarakat yang adil, sejahtera serta diridhai Tuhan. Kebenaran (haq) menurut ukuran dan norma Islam. Manajemen sebagai suatu metode pengelolaan yang baik dan benar, untuk menghindari kesalahan dan kekeliruan dan menegakkan kebenaran. Menegakkan kebenaran adalah metode Allah yang harus ditaati oleh manusia. Dengan manajemen yang disusun oleh manusia untuk menegakkan kebenaran itu menjadi wajib.

Aktivitas Manajemen Global Bakery yang mencerminkan prinsip penegakan kebenaran adalah dengan mengadopsi praktik manajemen yang berfokus pada transparansi dan akuntabilitas. Ini mencakup pemberian akses yang lebih besar kepada karyawan terhadap informasi perusahaan, serta mengadopsi sistem pelaporan yang memungkinkan pengawasan internal yang lebih ketat. Perusahaan menerapkan pedoman perilaku atau tata tertib yang jelas bagi semua karyawan, sehingga

penegakan kebenaran dalam praktik bisnis dan memastikan seluruh karyawan bahkan pemilik berperilaku dengan integritas. Kemudian apabila ada pelanggaran etika atau tindakan yang meragukan manajemen mempunyai kewenangan dan keharusan untuk melakukan penyelidikan internal untuk menemukan kebenaran dan mengambil tindakan sesuai temuan.

c) Kewajiban Menegakkan Keadilan

Hukum syariah mewajibkan kita menegakkan keadilan, kapan dan dimanapun. Semua perbuatan harus dilakukan dengan adil. Adil dalam menimbang, adil dalam bertindak, dan adil dalam menghukum. Adil itu harus dilaksanakan dimanapun dan dengan keadaan apapun, baik diwaktu senang maupun diwaktu susah. Sewaktu sebagai orang kecil harus berbuat adil, sewaktu sebagai orang berkuasapun harus adil. Setiap muslim harus adil kepada dirinya sendiri maupun kepada orang lain.

Implementasi manajemen Global Bakery yang berprinsip penegakan keadilan terlihat dari Global Bakery yang memberikan kompensasi yang setara untuk pekerjaan yang setara tanpa memandang jenis kelamin, usia atau latar belakang lainnya. perusahaan memberikan perlindungan untuk mencegah diskriminasi di lingkungan kerja, serta melakukan evaluasi kinerja yang adil bukan berdasarkan preferensi subjektif.

d) Kewajiban Menyampaikan Amanah

Allah dan Rasul-Nya memerintahkan kepada setiap muslim untuk menyampaikan amanah. Allah memerintahkan agar selalu menyampaikan amanat dalam segala bentuknya, baik amanat perorangan, seperti dalam jualbeli, hukum perjanjian yang termaktubdalam Kitab al Buyu' (hukum dagang) maupun amanat perusahaan, amanat rakyat dan Negara, seperti yang dipikul oleh seorang pejabat pemerintah, ataupun amanat Allah dan ummat, seperti yang dipikul oleh seorang pemimpin Islam. Mereka tanpa terkecuali memikul beban untuk memelihara dan menyampaikan amanat.

Perusahaan Global Bakery mendapatkan amanah dari pelanggannya untuk memberikan roti dengan kualitas terbaik. Sehingga Global Bakery memiliki tanggung jawab untuk memenuhi amanah tersebut. ini berarti

memastikan bahwa setiap produk roti yang diproduksi memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Jika ada ketidaksesuaian, tindakan perbaikan harus segera diambil untuk memastikan produk yang disampaikan ke konsumen adalah produk yang sesuai standard yang diharapkan mereka.

Selain amanah kepada pelanggan, Global Bakery juga memiliki tanggung jawab kepada lingkungan, prinsip ini tercermin dari penggunaan bahan ramah lingkungan dan pengelolaan limbah yang bertanggung jawab, ini mencakup daur ulang bahan-bahan yang dapat daur ulang dan pemusnahan yang aman untuk bahan-bahan yang tidak dapat didaur ulang.

Dalam rangka menjalankan prinsip-prinsip syariah yang termuat dalam Al-Qur'an dan al-Hadits, Perusahaan Global Bakery telah berhasil mengintegrasikan nilai-nilai tersebut ke dalam berbagai manajemen bisnis mereka. Mereka menerapkan prinsip *amar ma'ruf nahi munkar* dengan fokus pada kebaikan, integritas, dan eliminasi praktik-praktik buruk dalam semua lapisan perusahaan. Prinsip kewajiban menegakkan kebenaran tercermin dalam transparansi, akuntabilitas, dan pengelolaan yang bijaksana. Perusahaan juga telah menerapkan prinsip kewajiban menegakkan keadilan dengan memberikan perlakuan yang adil kepada semua karyawan, dan prinsip kewajiban menyampaikan amanah dengan memenuhi amanah pelanggan dalam hal kualitas produk.

Implementasi prinsip-prinsip ini dalam manajemen Global Bakery mencerminkan komitmen perusahaan untuk menjalankan bisnis dengan etika yang tinggi, keadilan, dan tanggung jawab terhadap pelanggan dan lingkungan. Global Bakery berhasil memadukan nilai-nilai Islam dengan praktik bisnisnya, yang pada gilirannya menciptakan lingkungan kerja yang adil, produk berkualitas tinggi, dan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

## C. Analisis Data Penelitian

### 1. Analisis data tentang Implementasi *Marketing Mix* di Perusahaan Global Bakery dalam Meningkatkan Penjualan Produk

Pada dasarnya setiap perusahaan memiliki strategi pemasaran untuk penjual produknya. Menurut Kertajaya dan Sula Syariah *marketing* adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari suatu inisiator kepada *stakholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam islam.<sup>28</sup> Secara sederhana strategi pemasaran merupakan himpunan asas yang secara tepat, konsisten, dan layak dilaksanakan oleh perusahaan guna mencapai sasaran pasar yang dituju (*target market*) dalam jangka panjang dan tujuan perusahaan jangka panjang (*objectives*), dalam situasi persaingan tertentu.

Dalam strategi pemasaran, terdapat strategi acuan atau bauran pemasaran (*Marketing Mix*), *Marketing Mix* yaitu seperangkat faktor pemasaran yang dapat dikendalikan yang digabungkan oleh perusahaan untuk mencapai respons yang diinginkan di pasar sasaran. Menurut Saladin, *Marketing Mix* yaitu seperangkat variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan digunakan perusahaan untuk mencapai tujuannya dalam pasar sasaran.

Pengusaha dapat mempengaruhi konsumennya melalui produk yang ditawarkannya kepada konsumen. Dalam hal ini dengan menciptakan produk dengan cara yang dapat menarik perhatian konsumen. Selain itu, pengusaha juga dapat menawarkan harga dan diskon yang murah, kegiatan promosi dan jalur distribusi yang mudah untuk mendorong konsumen melakukan pembelian.<sup>29</sup>

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagaimana dipaparkan pada bab sebelumnya tentang deskripsi Implementasi *Marketing Mix* di Perusahaan Global Bakery dalam Meningkatkan Penjualan Produk di Perusahaan Global Kudus dapat diperoleh analisis sebagai berikut:

---

<sup>28</sup> Hermawan Kartajaya And Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006).

<sup>29</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran: Edisi Kedua* (Yogyakarta: Bpfe, 2017).

a. *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan gagasan atau buah pikiran.<sup>30</sup> Selain itu, halalnya suatu produk atau jasa yang ditawarkan menjadi keunggulan tersendiri dalam bauran pemasaran syariah.<sup>31</sup>

Dari penjelasan produk yang diproduksi oleh Bapak Sugiharto sendiri sangat bervariasi dalam mengembangkan sebuah produk. Produk yang dikembangkan berdasarkan dengan pesanan-pesanan dari pelanggan. Dalam upaya pengembangan sebuah produk yang dilakukan oleh Bapak Sugiharto beserta istrinya yakni dengan cara bentuk atau jenis yang diproduksi sesuai dengan selera atau permintaan konsumen maupun mengikuti *trend*.

Dalam memilih bahan baku yang diutamakan yaitu dengan memakai bahan baku yang halal dan tingkat *durability* (daya tahan) produk yang akan dijual dan mempunyai kualitas dan mutu yang baik. Untuk jenis produk yang diproduksi seperti kue kering dan kue basah. Dari segi pandangan pemasaran, kualitas diukur dalam persepsi pembelian tentang mutu dan kualitas produk tersebut. Kebanyakan produk yang disediakan atau diadakan pada mulanya berawal pada satu yaitu dengan kualitas yang rata-rata (sedang), dan kealitan yang baik (tinggi) dan sudah dipastikan bahan bakunya halal.

Mengenai produk perusahaan Global Bakery Kudus mengutamakan permintaan konsumen dan jenis yang sudah tersedia. Bahan yang digunakan untuk membuat berbagai produksi didapatkan secara langsung dari perusahaan maupun dari luar yang sudah dipastikan halal. Menggunakan bahan baku yang berkualitas dan mendapatkan produk unggulan yang ada diperusahaan Global Bakery Kudus yaitu kue kering yang dapat dikonsumsi dengan memiliki jangka panjang, dan kue basah yang dapat dikonsumsi dalam waktu dekat.

---

<sup>30</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, Dan Strategi* (Jakarta: Rajawali Perss, 2017).

<sup>31</sup> Nurul Huda Et Al., *Pemasaran Syariah Teori & Aplikasi* (Depok: Kencana, 2017).



b. *Price* (Harga)

Harga adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain atas manfaat yang diberikan oleh suatu produk atau jasa kepada seseorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu. Selain itu, harga juga mencerminkan nilai eceran dari produk atau jasa yang telah melalui proses produksi, dalam hal ini harga diserahkan sepenuhnya kepada penjual.<sup>32</sup> Dalam Islam, harga dianggap sebagai *sunatullah* yang ditentukan oleh mekanisme pasar. Menurut mekanisme pasar, harga merupakan fungsi penawaran dan permintaan. Jika permintaan tinggi, harga akan naik dan jika penawaran tinggi, harga akan turun.<sup>33</sup> Dimana seorang pebisnis harus menetapkan harga yang akan dipasarkan demi mendapatkan keuntungan dari harga produk tersebut dan kelangsungan hidup Global Bakery Kudus.

Perusahaan Global Bakery dalam penetapan harga perusahaan menetapkan harga sesuai dengan pangsa pasar yaitu dapat terjangkau oleh seluruh kalangan masyarakat harga dengan kesesuaian harga daya beli, kesesuaian dengan kualitas produk. Harga yang ditetapkan tergantung bahan baku yang digunakan, naik turunnya harga bahan baku dari pemasok dan menyesuaikan harga dipasaran sehingga semua masyarakat dapat membeli, memberikan potongan harga kepada pelanggan atau konsumen.

Harga yang ditetapkan berdasarkan bahan baku dengan menggunakan kualitas dan mutu yang baik, dan dalam pengerjaan sebuah produk dilakukan secara bersih dan teliti. Selain itu, harga yang ditawarkan sangat bervariasi sesuai dengan bentuk dan rasa yang memuaskan pelanggan atau konsumen.

c. *Promotion* (Promosi)

Promosi menurut sistaningrum (2002:98) yaitu upaya atau tindakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumen aktual dan konsumen potensial untuk membeli produk yang ditawarkan sekarang atau di masa depan.<sup>34</sup> Dengan adanya

---

<sup>32</sup> Huda Et Al.

<sup>33</sup> Hardius Usman, Nurdin Sobari, And Emil Azman Sulthani, *Islamic Marketing : Sebuah Pengantar*, Edisi Pert (Depok: Rajawali Perss, 2020).

<sup>34</sup> Afri Murtini, Zamhari, And Gayatria Oktalina, "Analisa Bauran Pemasaran (7p) Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan

promosi ini membuat konsumen tertarik untuk pergi dan membeli produk yang kita pasarkan, sebagai daya tarik konsumen membeli produk yang akan dijual.

Promosi merupakan salah satu bagian dari *Marketing Mix* (bauran pemasaran) yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan Global Perusahaan. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

Berdasarkan pemaparan dari pemilik perusahaan Global Bakery, yang bertanggungjawab terhadap promosi, media yang digunakan untuk melakukan promosi dan alokasi dana dalam persiapan promosi di Global Bakery Kudus yaitu pemilik sendiri. Promosi dilakukan secara lisan dan ditsarkan dari mulut kemulut (*Word of Mouth*) dan menggunakan media sosial yang digunakan yaitu *facebook*, *whatsapp*, dan *instagram*, dan sekarang baru mempelajari media sosial yang baru yaitu melalui *tik tok*.

d. *Place* (Tempat dan Saluran Distribusi)

Penempatan atau distribusi adalah bagian penting dari definisi bermacam-macam. Kita harus menempatkan dan mendistribusikan produk di mana calon pembeli dapat menggunakannya. Kita harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang target pasar. Memahami konsumen dari dalam dan menentukan posisi dan saluran distribusi yang paling efektif, interaksi langsung dengan pasar sasaran.<sup>35</sup> Sehingga seorang pebisnis mengetahui tempat yang sesuai dengan produk yang akan dipasarkan kepada konsumen dan mencari tempat strategi untuk usahanya.

Global Bakery Kudus ini memilih tempat di wilayah yang padat dengan penduduk karena letak lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh kalangan masyarakat sekitar tanpa harus berjalan dengan jarak yang jauh. Saluran distribusi yang digunakan perusahaan Global Bakery dengan cara saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Pada saluran distribusi langsung Global Bakery langsung menyalurkan produknya ke konsumen. Terkadang konsumen datang langsung ke perusahaan. Sedangkan saluran distribusi tidak langsung yang

---

Volume Penualan (Studi Kasus Pada Homeindustry Cv Melati Kota Pangkalpinang),” *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis (Jpmb)* 6, No. 2 (2019).

<sup>35</sup>Fitria Halim Et Al., *Manajemen Pemasaran Jasa*, Ed. Ronal Watrianthos (Indonesia: Yayasan Kita Menulis, 2021).

diterapkan perusahaan yaitu, dari pihak Global Bakery ke pedagang besar atau agen lalu ke pengecer hingga sampai ke konsumen.

Pada perusahaan Global Bakery terdapat beberapa saluran distribusi baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Tentunya dengan saluran penjualan yang sesuai dengan kondisi perusahaan maka pemasaran akan meningkat sesuai dengan tujuan masing-masing perusahaan.

e. *People* (Orang)

Menurut Zeithml (1998:2) orang (*People*) adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen dari '*People*' adalah pegawai perusahaan, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan tindakan konsumen, pakaian dan penampilan pegawai mempengaruhi keberhasilan penyampaian jasa. Selain itu, diperlukan karyawan yang handal dan sumber daya manusia yang mengetahui bidang keahliannya untuk kesuksesan bisnis. Bertujuan untuk memfasilitasi para konsumen saat membeli atau berbelanja di Perusahaan Global Bakery Kudus, seperti melayani konsumen dengan cara keramahan dan kesopanan oleh karyawan terhadap konsumen.<sup>36</sup>

*People* (Orang) disini adalah seorang karyawan diperusahaan Global Bakery Kudus. Dalam memilih karyawan diperusahaan Global Bakery tidak menggunakan kriteria khusus karena disini yang diutamakan yang memiliki semangat untuk bekerja, disiplin dan jujur. Untuk menjaga profesionalitas seorang karyawan, perusahaan Global Bakery selalu mengawasi serta mempertimbangkan kinerja karyawan untuk menjaga kualitas dan mutu sebuah produk. Perusahaan Global Bakery juga mengadakan evaluasi kerja agar kesalahan-kesalahan yang sudah terjadi tidak akan terulang lagi.

f. *Process* (Proses)

Proses dapat diartikan sebagai prosedur, mekanisme dan alur kegiatan dimana jasa mncapai konsumen akhir. Konsumen yang mendatangi suatu tempat untuk memenuhi kebutuhan pada suatu jasa, terkadang tidak langsung bisa

---

<sup>36</sup> Arum Puspa Utami, "Pngaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta" (Universitas Negeri Yogyakarta, 2016).

menikmati jasa tersebut, tetapi harus mengikuti prosedur, seperti; mendaftar, antri, dan sebagainya. Akan tetapi jika dalam proses mendapatkan jasa tersebut konsumen mendapatkan perilaku yang tidak menyenangkan, sekalipun jasa yang diberikan mungkin sangat baik, maka kepuasan konsumen akan menurun. Akibatnya, terbuka peluang konsumen akan beralih ke produsen lain.<sup>37</sup>

Menurut Bapak Sugiharto selaku pemilik perusahaan Global Bakery Kudus, mengatakan bahwa pemesanan barang dapat dilakukan dengan cara datang langsung ke lokasi Global Bakery atau via telpon maupun WhatsApp. Dan pihak Global Bakery akan merespon dengan cepat dan ramah dalam menerima pesan dari seorang konsumen agar mereka merasa lebih puas serta menjadi pelanggan yang loyal.

g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

*Physical Evidence* (Bukti Fisik) yaitu keadaan atau kondisi yang melibatkan atmosfer. Karakteristik ruang fisik paling terlihat dalam kaitannya dengan situasi. Situasi ini mengacu pada letak geografis dan ruang, instalasi, ruang, suara, bau, cahaya, cuaca, penempatan dan pengaturan fasilitas yang muncul sebagai objek.<sup>38</sup>

*Physical Evidence* atau bukti fisik terdiri adanya desain bagian dalam yang dilengkapi alat-alat produksi diperusahaan Global Bakery Kudus, dan mempunyai fasilitas bagi karyawan seperti toilet dan tempat ibadah yang sudah disediakan secara nyaman. Sarana dan prasarana juga sudah cukup lengkap untuk seorang karyawan agar lebih giat dalam bekerja.

## 2. Analisis data tentang Faktor Penghambat *Marketing Mix* di Perusahaan Global Bakery dalam Meningkatkan Penjualan Produk

Menurut Delmar dan Wiklund (2008) dalam menjalani dan mengembangkan bisnis dapat dipastikan akan mengalami beberapa hambatan, terlebih bagi para pengusaha kecil menengah. Dalam pertumbuhan usaha, lingkungan bisnis

<sup>37</sup> Usman, Sobari, And Sulthani, *Islamic Marketing : Sebuah Pengantar*.

<sup>38</sup> Fakhriyan Sefti Adhaghassani, “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7p (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) Di Cherryka Bakery” (Sarjana Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, 2016).

memiliki peran penting terhadap kesuksesan suatu bisnis.<sup>39</sup> Smit et al (2007) mengartikan lingkungan bisnis sebagai faktor internal dan eksternal yang dapat memberi pengaruh dan kesuksesan organisasi. Disamping faktor internal, penting bagi organisasi untuk meningkatkan dan memperhitungkan faktor eksternal. Sehingga penulis menyimpulkan bahwa hambatan berasal dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.<sup>40</sup>

Setiap kegiatan perusahaan yang dijalankan oleh perusahaan pasti terdapat beberapa penghambat yang menghambat laju perkembangan perusahaan. Faktor penghambat merupakan faktor yang berpengaruh negatif terhadap proses strategi yang dijalankan oleh perusahaan. Dengan adanya faktor penghambat, perusahaan memiliki hambatan dalam mencapai tujuannya. Global bakery Kudus memiliki beberapa faktor penghambat dalam proses Analisis Segmentasi Pasar, Harga, Keragaman Produk, dan faktor teknologi yang masih kurang dalam menjalankan strategi pemasaran untuk menawarkan produk yang ada.

Berdasarkan temuan penelitian, adanya faktor penghambat dalam *Marketing Mix* di Perusahaan Global Bakery dalam Meningkatkan Penjualan Produk. Adapun faktor penghambat dalam *Marketing Mix* di Perusahaan Global Bakery dalam Meningkatkan Penjualan Produk ini berasal dari lingkungan dalam atau internal. Satu diantaranya yang menjadi penghambat paling dasar dan penting yaitu kurangnya pengetahuan soal teknologi informasi yang diaplikasikan pada sebuah bisnis dalam melakukan pemasaran sebuah produk. Alasan bahwa faktor ini menjadi yang paling penting dan mendasar ialah karena pemilik perusahaan Global Bakery Kudus merupakan pihak pertama penggerak usahanya, jadi apabila dari dalam diri pemilik memiliki hambatan, maka akan terkendala dalam pengelolaan usaha tersebut.

Kurangnya sumber daya manusia yang paham menjalankan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran). Sebab, tanpa adanya sumber daya manusia yang ahli dibidang teknologi dan informasi dalam

---

<sup>39</sup> Andika Chandra S And R.R. Retno Ardianti, "Faktor-Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Dan Kecil Pada Sektor Formal Dan Informal Di Jawa Timur," *Agora* 2, No. 1 (2014).

<sup>40</sup> Fatoki Olawale And David Garwe, "Obstacles To The Growth Of New Smes In South Africa: A Principal Component Analysis Approach," *African Journal Of Business Management* 4, No. 5 (2010).

menjalankan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) akan membebani pemilik perusahaan untuk mengembangkan pemasaran tersebut. Selain itu, keterbatasan waktu dalam pengelola pemasaran seperti menyiapkan konten, *copywriting*, dan lain sebagainya juga dirasa menghambat dalam pengembangan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran). Seperti yang diketahui bahwa dalam pengembangan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) akan membutuhkan proses waktu yang lama, sebab harus menyiapkan segala hal yang menunjang pemasaran agar dapat menarik minat konsumen. Dengan demikian, pemilik perusahaan Global Bakery Kudus merasa hal itu menghambat pengembangan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) sehingga penerapannya masih dikatakan belum maksimal.

Faktor penghambat lainnya juga dalam memilih seorang karyawan dibagian sales yang bertugas untuk mengantar sebuah produk keluar kota harus diseleksi secara ketat karena sulit untuk mendapatkan yang jujur dan professional karena lebih besar resiko yang akan ditimbulkan.

### **3. Analisis data tentang Perspektif Manajemen Bisnis Syariah di Perusahaan Global Bakery**

Sejalan dengan kegiatan pemasaran yang sudah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, apabila kita tinjau dari perspekti islam harus sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam. Pada zaman Nabi Muhammad SAW juga sudah menggunakan Pemasaran dalam sebuah perdagangan. Prinsip-prinsip yang digunakan Nabi Muhammad sudah berbeda dengan pemasaran yang kita lakukan sekarang. Konsepnya tidak terlepas nilai-nilai moralitas dan sesuai dengan etika serta estetika kesislaman.<sup>41</sup>

Untuk membangun sebuah yang efektif, perusahaan harus menggunakan variabel-variabel bauran pemasaran yang efektif, baik perusahaan barang atau jasa. Bauran pemasaran yang dilakukan oleh karyawan yaitu dengan menawarkan keunggulan dari produk-produknya kepada konsumen.

Di dalam Islam dilarang keras melakukan penipuan, kebohongan, dan mengingkari janji. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan pemasaran pebisnis muslim harus menghindari tindakan kebohongan, ingkar janji, dan publikasi produk yang menghalalkan segala sesuatu cara.

---

<sup>41</sup> Arif Zunaidi, "Pemasaran Batik Madura Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah (Studi Kasus Pada Batik 'Jokotole' Di Bangkalan Madura)," *Dinar* 1, No. 2 (2015).

Berdasarkan hasil penelitian penulis, pada Perspektif Manajemen Bisnis Syariah di Perusahaan Global Bakery Kudus. Agar dapat bertahan dalam persaingan usaha Bakery yang sedemikian ketatnya dari waktu ke waktu, maka harus diperlukan manajemen yang tepat untuk melakukan pengembangan usaha demi memuaskan konsumen. Maka dalam suatu bisnis yang kita lakukan, sedikit banyak akan ada tantangan yang harus dihadapi, antara lain hasil atau kualitas produk yang terkadang kurang optimal atau tidak mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan secara menyeluruh.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah di Perusahaan Global Bakery Kudus yang dilakukan berdasarkan apa yang ada pada landasan teori bahwa manajer harus melakukan empat fungsi manajemen (*function of manajemen*) yaitu:

a) Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan (*Planning*) yaitu melakukan perencanaan atau gambaran dari sesuatu kegiatan yang akan dilakukan dengan waktu dan metode yang sudah ditentukan.<sup>42</sup>

Perencanaan yang dilakukan pada Perusahaan Global Bakery Kudus yaitu melakukan perencanaan atau gambaran dari suatu kegiatan yang akan dilakukan dengan waktu dan metode yang sudah ditentukan sebelum membentuk suatu visi, misi, dan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk di Perusahaan Global Bakery ini. Semua perencanaan tersebut dilakukan untuk memuaskan konsumen dan kenyamanan seorang karyawan. Dalam melakukan perencanaan ada beberapa aspek yang harus diperhatikan, antara lain adalah hasil yang ingin dicapai, orang yang akan melakukan, waktu skala prioritas dan juga dana.

b) Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian (*Organizing*) yaitu melakukan pengorganisasian tentang fungsi setiap orang, hubungan kerja baik secara vertical atau horizontal.<sup>43</sup>

Setelah perencanaan dilakukan, maka tahap selanjutnya melakukan pengorganisasian. Organisasi sangat diperlukan dalam manajemen yang mengelola organisasi apapun, begitu pula dalam manajemen syariah, struktur organisasi mencerminkan pengalokasian tugas, wewenang, dan

---

<sup>42</sup> Maleha.

<sup>43</sup> Maleha.

tanggungjawab masing-masing orang yang ada dalam suatu organisasi. Untuk mencapai tujuan yang sudah direncanakan, maka setiap karyawan di Perusahaan Global Bakery Kudus memiliki tugas yang dilakukan masing-masing.

Dilihat dari pengorganisasian yang dilakukan oleh Perusahaan Global Bakery Kudus adalah:

- Merinci seluruh pekerjaan organisasi yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan
- Membagi beban pekerjaan menjadi kegiatan-kegiatan organisasi yang secara logis dapat dilaksanakan oleh karyawan. Pembagian pekerjaan tidak boleh terlalu berat sehingga tidak dapat diselesaikan oleh karyawan yang ditugaskan.

c) Motivasi (*Motivation*)

Motivasi (*Motivation*) yaitu menggerakkan kinerja semaksimal mungkin dengan hati sukarela, ikhlas dan mengharap ridha Allah SWT.<sup>44</sup>

Setelah pengorganisasian dilakukan, maka tahap selanjutnya melakukan motivasi yang berkenaan dengan perilaku manusia (karyawan), bagaimana agar karyawan itu mendukung dan bekerja untuk suatu gagasan tertentu. Perilaku karyawan tergantung pada emosi, stamina, semangat, dan cita-cita dan adat istiadat yang melatar belakangi seorang karyawan.

Dalam Perusahaan Global Bakery pemilik sudah menerapkan motivasi untuk mendorong semangat kerja karyawan di perusahaan, yaitu:

- Motivasi dapat mendorong karyawan untuk berpikir kreatif
- Motivasi dapat membuat kinerja karyawan menjadi lebih cepat dan maksimal
- Motivasi dapat membuat karyawan untuk selalu memberikan hasil usaha yang terbaik
- Motivasi dapat membantu pengembangan diri masing-masing karyawan.

d) Pengarahan (*Actuating*)

Pengarahan (*Actuating*) adalah fungsi manajer atau pemimpin yang amat penting. Semua usaha kelompok memerlukan pengarahan yang diinginkan oleh suatu usaha agar berhasil dalam mencapai tujuan-tujuan kelompok.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Maleha.

<sup>45</sup> Al-Hasni.



Setelah motivasi terbentuk, tugas dibagi kepada setiap karyawan. Agar produksi berjalan dengan baik, maka dilakukan suatu pengarahan. Dalam usaha “Global Bakery” pemilik sekaligus yang menjadi manajernya selalu memberikan petunjuk kepada pekerja tentang apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan agar proses produksi berjalan sesuai rencana. Seperti yang telah dijelaskan dalam kajian teoritis tentang manajemen syariah, manajer atau pimpinan harus mampu memotivasi karyawan dengan cara membangkitkan kesadaran karyawan akan perlunya bekerja. Motivasi meningkatkan moral dan kualitas serta meningkatkan minat karyawan dalam pengembangan berkelanjutan.

Global Bakery dengan maksimal menjalankan kegiatan bisnisnya yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah dengan penuh dedikasi. Salah satu prinsip utama yang mereka terapkan adalah amar ma'ruf nahi munkar, yang mengamanatkan tindakan yang baik dan mencegah tindakan buruk. Ini tercermin dalam pengelolaan perusahaan, di mana kebersihan dan kesehatan menjadi prioritas di divisi produksi, dan pemantauan ketat terhadap kualitas roti dilakukan untuk memastikan produk yang berkualitas tinggi. Selain itu, perusahaan berkomitmen untuk memberikan pelatihan kepada karyawan guna meningkatkan keterampilan dan efisiensi mereka dalam proses produksi, sehingga memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat melalui roti berkualitas yang mereka hasilkan.

Prinsip kedua yang Global Bakery terapkan adalah kewajiban menegakkan kebenaran. Mereka memandang manajemen sebagai alat untuk menghindari kesalahan dan kekeliruan serta menegakkan kebenaran dalam setiap aspek operasional mereka. Transparansi dan akuntabilitas adalah pijakan utama, yang tercermin dalam praktik manajemen yang berfokus pada pengungkapan informasi perusahaan dan sistem pelaporan yang ketat. Perusahaan juga menjalankan bisnis dengan etika tinggi dan menghindari praktik korupsi, memastikan bahwa integritas dalam hubungan bisnis dengan pemasok dan pelanggan tetap utuh.

Selanjutnya, Global Bakery menjalankan prinsip kewajiban menegakkan keadilan dengan memberikan perlakuan yang adil kepada seluruh karyawan. Mereka memastikan kompensasi yang setara untuk pekerjaan yang setara tanpa memandang latar belakang individu. Keputusan promosi dan penghargaan

didasarkan pada kualifikasi dan prestasi, bukan preferensi subjektif. Terlebih lagi, perusahaan memberikan perlindungan terhadap diskriminasi di lingkungan kerja, memastikan kondisi kerja yang layak, dan praktik bisnis yang menjunjung tinggi etika.

Terakhir, Global Bakery memahami kewajiban untuk menyampaikan amanah, baik kepada pelanggan maupun lingkungan. Mereka berkomitmen untuk memberikan produk berkualitas tinggi sesuai dengan amanah pelanggan, dengan memastikan pemenuhan standar kualitas yang tinggi dan tanggapan cepat terhadap ketidaksesuaian. Selain itu, perusahaan juga bertanggung jawab terhadap lingkungan dengan menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan dan mengelola limbah dengan bertanggung jawab.

Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah ini ke dalam berbagai manajemen bisnisnya, Global Bakery telah sukses menciptakan lingkungan bisnis yang menghormati nilai-nilai Islam, keadilan, dan integritas. Mereka bukan hanya menjalankan bisnis, tetapi juga menjalankan tanggung jawab moral mereka terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Melalui dedikasi mereka terhadap prinsip-prinsip syariah, Global Bakery telah membangun reputasi sebagai perusahaan yang berkomitmen terhadap kualitas, etika, dan keberlanjutan.