

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Sinar Mebel Jepara

a. Sejarah Berdirinya Usaha

Sinar Mebel Jepara berlokasi di desa Menganti RT 006/RW 002 Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara, yang didirikan oleh Irfan pada tahun 2017 silam. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha Sinar Mebel Jepara, awal mula didirikannya usaha mebel ini adalah si pemilik berpikiran bahwa usaha ini menjadi tren di masyarakat. Usaha ini banyak sekali peminatnya karena semakin banyak ide-ide unik para pengrajin Mebel Jepara dalam menciptakan hal-hal baru mengenai produk mebel yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dari usaha mebel tentunya si pemilik merasa bahwa usaha mebel adalah sebuah usaha bisnis yang tepat, akhirnya pemilik memutuskan untuk mendirikan toko online melalui sosmed dan mengiklankan produknya.¹

b. Visi Misi Sinar Mebel Jepara

Adapun visi misi dari usaha Sinar Mebel Jepara sebagai berikut:

Visi :

Menjadi entitas bisnis yang dapat bersaing melalui penyediaan produk berkualitas dan memberikan kepuasan pelanggan, tanpa menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan.

Misi :

1. Membuka peluang kerja bagi penduduk setempat.
2. Memudahkan masyarakat online untuk menjangkau lokasi pembelian furnitur rumah.
3. Menginspirasi masyarakat agar menghargai dan mencintai produk lokal di kota mereka sendiri.
4. Dalam hal pemesanan, apabila barang tidak sesuai dengan pesanan, dapat dikembalikan.

Dalam menarik minat pembeli, pemilik mempromosikan usahanya melalui sosial media. Masyarakat akan mengetahui produk-produk yang dipasarkan serta dengan mudah orang-orang dapat memesan melalui *online* tanpa langsung ke lokasi, barang akan dikirim melalui ekspedisi sehingga

¹ Ervan Dwi Cahyo, Wawancara, 09 Juni 2023.

customer tidak perlu khawatir akan barang yang dipesan sampai di tujuan.

Sinar Mebel Jepara memproduksi produk sesuai dengan pesanan pembeli. Biasanya pembeli memiliki model dan ukuran tersendiri sesuai dengan keinginan. Bisa dikatakan bahwa Sinar Mebel menerapkan strategi *custome* barang. Barang yang dibuat akan mengikuti model dan ukuran yang telah dipesan. Pesanan akan dibuat dengan sebaik mungkin, dengan kualitas yang terbaik. Jika pesanan produk yang dibuat tidak sesuai dengan keinginan pembeli, maka barang/produk bisa dikembalikan ke penjual dan akan diperbaiki sesuai dengan keinginan pembeli.

c. Susunan Personalia

Sinar Mebel Jepara bekerjasama dengan beberapa pengrajin mebel dari kayu, pengrajin dari rotan dan besi. Dan dalam proses finishing pun ada orangnya sendiri. Jadi dalam usaha ini semua hal baik dari chat pembeli, pemesanan, proses pembuatan dan sampai selesai yang mengatur adalah pemilik sendiri dan dibantu oleh istrinya. Dalam hal ini peneliti menguraikan masing-masing tugas dan fungsi baik dari pemilik, pengrajin kayu, pengrajin rotan, pengrajin besi/ stensil dan tukang *finishing*.

a) *Owner/* pemilik

Owner/ Pemilik memiliki tanggung jawab penuh terhadap kemajuan bisnis Sinar Mebel Jepara, termasuk dalam pengambilan keputusan dan penetapan kebijakan yang mendukung perkembangan perusahaan.

b) Admin

Admin melakukan promosi melalui sosial media yang telah dibuat dan melayani pembeli serta bertanggung jawab atas pemesanan yang diminta oleh pembeli.

c) Pengrajin kayu

Tukang kayu/ pengrajin kayu bertanggung jawab sepenuhnya atas produk yang dibuat dari kayu. Kayu yang dipilih juga dengan kayu pilihan yaitu jati dan mahoni. Misal produk yang terbuat dari kayu yaitu lemari, meja kursi, tempat tidur, meja rias dan lain-lain.

d) Pengrajin rotan

Produk dari rotan diproses dan dibuat oleh pengrajin rotan. Rotan yang dipilih juga rotan yang berkualitas. Sebagai pengrajin rotan tentunya memiliki

kreatifitas sendiri dan memiliki banyak inovasi. Produk yang dibuat dari rotan misalnya kursibar rotan, ayunan dari rotan, meja rotan, lampu hias dan lain-lain.

e) Pengrajin besi/ stenlish

Pengrajin besi/stenlish membuat produk sesuai dengan pemesanan. Dengan pilihan besi/ stenlish yang tidak mudah berkarat. Barang yang terbuat dari besi misalnya kursibar besi, ayunan dari besi, kursibar *caffè* dan masih banyak lagi sesuai dengan model permintaan pembeli.

f) Tukang *finishing*

Proses *finishing* adalah proses yang terakhir. Proses ini memakan waktu kurang lebih 2-3 hari saja karena ada proses penghalusan, dijemur dan baru dicat. Proses ini biasanya dibarengi langsung dengan proses pembungkusan/ *packing* barang yang mau dikirim.

d. Portofolio Usaha

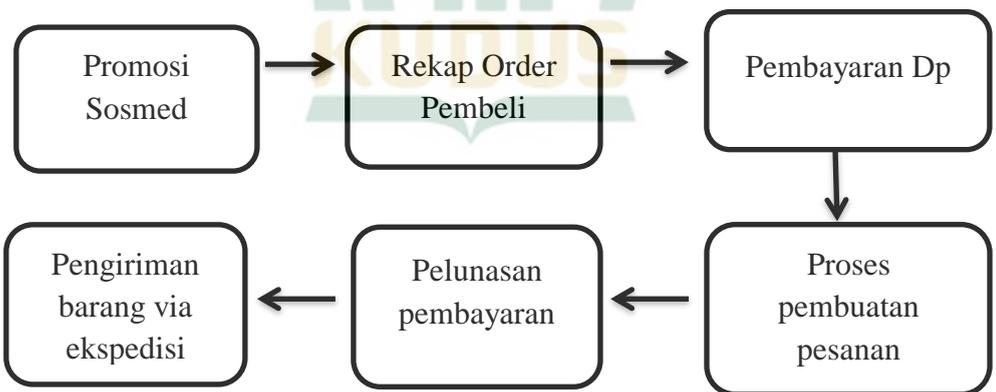
Sinar Mebel Jepara mendirikan toko *online* melalui sosial media. Dalam melayani konsumen, si pemilik berusaha menjaga kualitas dan kepuasan dari konsumen dengan cara konsumen bebas memilih model yang diinginkan oleh konsumen. Selain itu toko ini juga melayani *request* dari konsumen baik dari model, ukuran, warna, dan jumlah dari konsumen. Beberapa produk yang dijual di toko ini adalah mulai dari kebutuhan interior rumah maupun *café/ resto* baik dari bahan kayu, besi maupun dari rotan.

Tabel 1.1
Produk-produk yang dijual pada Sinar Mebel Jepara sebagai berikut:

Produk dari kayu	Produk dari besi/ stenlish	Produk dari rotan
1. Interior rumah - Lemari - Kursi meja tamu -Kursi meja makan - Tempat tidur - Set meja rias - Meja nakas - Rak buku - Rak pajangan 2. Resto/ <i>caffé</i> - Kursi meja makan - Kursibar <i>caffé</i>	- Kursibar besi - Meja besi - Lampu hias besi - Tempat tidur besi - Ayunan besi - dan lain-lain	- Kursibar rotan - Meja rotan - Kursi rotan - Ayunan rotan - Lampu hias rotan - Rak pajangan rotan - dan lain-lain.

e. Mekanisme Usaha

Berikut mekanisme usaha di Sinar Mebel Jepara :
 Order melalui via *online*



Gambar 1.2 Mekanisme Order Via *Online*

1. Pemilik usaha melakukan promosi melalui sosial media.
2. Pemilik usaha merekap pesanan konsumen.
3. Konsumen membayar DP sebagai tanda jadi pesanan.
4. Pemilik usaha melakukan proses pembuatan pesanan sesuai yang diinginkan pembeli.
5. Konsumen melunasi pembayaran (jika belum lunas/ baru dp).
6. Pemilik mengirim barang ke alamat konsumen melalui ekspedisi.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Deskripsi Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Usaha di Sinar Mebel Jepara

Secara umum, strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Istilah strategi telah digunakan oleh semua jenis organisasi dan gagasan pokok yang terkandung dalam pengertian aslinya masih dipertahankan, hanya penerapannya disesuaikan dengan jenis organisasi yang mengimplementasikannya karena dalam artian manajemen puncak memang terlibat dalam beberapa bentuk.

Dengan demikian, strategi pemasaran dalam suatu perusahaan tidak dapat dilakukan sekali saja, dan menciptakan strategi pemasaran yang cocok untuk suatu perusahaan membutuhkan proses yang panjang. Hal yang paling utama dalam menentukan strategi pemasaran adalah bagaimana menarik minat konsumen agar mau berbelanja dan dapat bertahan atau meningkatkan jumlah pembeli/konsumen disuatu perusahaan. Seperti yang sudah dijelaskan, bahwa Sinar Mebel sudah memiliki dan menerapkan strategi pemasaran yang sesuai di bidangnya.

Dalam meningkatkan daya saing usaha, bahwa Sinar Mebel menggunakan beberapa strategi diantaranya:

a. Menerapkan Strategi STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*)

a. Segmentation

Segmentasi pasar merupakan proses membagi pasar tertentu dan mengelompokkan konsumen tertentu dengan kriteria tertentu secara pisah, sehingga dalam pengelompokkan suatu perusahaan dapat membedakan

segmen pasar mana yang dituju serta perusahaan dapat menyesuaikan.²

“ Segmentasi yang kami lakukan yaitu segmentasi geografis, demografis, psikografi, dan perilaku. Jauh dekat pasti akan diantarkan sampai rumah pembeli melalui jasa kirim yang sudah dipercaya oleh Sinar Mebel. Kemudian untuk harga juga sesuai standar di semua kalangan agar dapat dicakup semua orang tanpa terkecuali, dari mulai harga ratusan ribu sampai belasan juta rupiah siap dilayani sesuai dengan permintaan konsumen dan selalu mengikuti perkembangan. Jadi pembeli tidak perlu ragu jika ingin mencari barang yang sedang ramai dipasaran, karena kami berusaha menciptakan inovasi-inovasi baru. Pelayanan yang kami berikan juga selalu jadi modal utama dengan tulus dan tentunya beretika kepada pembeli.

Dari penuturan wawancara diatas yang dijelaskan oleh pemilik Sinar Mebel sendiri bahwa segmen pasar yang dilakukan yaitu segmentasi geografis, demografis, psikografis dan segmentasi perilaku. Dimana segmentasi geografis bahwa wilayah yang dicover bukan hanya wilayah yang dekat dengan usaha produksi tapi juga wilayah yang masih bias dicakup jangkauannya sesuai dengan kesepakatan dengan tim distribusi, kemudian segmentasi demografis berdasarkan penghasilan masyarakat dimana produk yang dibuat harganya bervariasi, hal tersebut untuk menjangkau semua lapisan masyarakat sehingga yang berada di level ekonomi menengah kebawah juga bias membeli di Sinar Mebel, kemudian segmentasi psikografis dimana segmentasi ini mengarah kepada gaya hidup konsumen, gaya hidup konsumen yang mengikuti tren akan menimbulkan kecenderungan mengenai produk yang diinginkan dan dibutuhkan, maka Sinar Mebel mengenai produknya selalui mengikuti tren yang ada, sedangkan segmentasi perilaku mengarah pada respon konsumen puas atau tidak dengan produk yang mereka beli.

² Sinulingga N.A.B dan Sihotang H.T, *Perilaku Konsumen Strategi Dan Teori* (Deliserdang: IOCS Publisher, 2021).

b. Targeting

Targeting merupakan tindakan yang dilakukan perusahaan untuk memilih pasar mana yang akan dijadikan target untuk memasarkan usahanya.³ Pemilik Sinar Mebel menjelaskan bahwa target yang dilakukan sebagai berikut :

“ Target yang dilakukan oleh Sinar Mebel bervariasi, mulai dari orang dengan ekonomi menengah kebawah, menengah dan atas. Setelah itu saya baru fokus target konsumen yang ada disekitar lokasi usaha. Target saya terutama pada warga sekitar, karena jika mereka sudah membeli dan memakai produk kami dengan baik dan merasa puas, tentunya mereka akan ikut dalam mempromosikan produk kami dengan strategi dari mulut ke mulut, tidak hanya itu kami juga mengiklankan produk melalui beberapa aplikasi dengan media sosial sehingga tidak hanya warga sekitar saja yang tahu namun di luar kota pun bisa tahu produk kami”.

Berdasarkan wawancara dari pemilik Sinar Mebel seperti yang sudah dijelaskan di atas, bahwa untuk target pasar dari Sinar Mebel sendiri menargetkan orang-orang dari kalangan bawah hingga atas dan para konsumen yang ada di sekitar lokasi usaha yaitu di desa Menganti-Jepara. Sinar Mebel juga menargetkan pasarnya dengan melakukan promosi melalui *online* dengan memanfaatkan media social sebagai pengiklanan atas produk yang telah dibuat.

c. Positioning

Positioning merupakan penetapan pasar untuk memperlihatkan keunggulan suatu produk yang ada di pasar kedalam bentuk konsumen untuk memenangkan persaingan.⁴ Seperti yang sudah dijelaskan oleh pemilik Sinar Mebel dalam wawancara sebagai berikut:

“*Positioning* yang saya lakukan yaitu dengan cara strategi *positioning* menurut harga, kualitas dan menurut pesaing. Dengan cara memberikan harga dengan kesesuaian kualitas produknya”.

Seperti yang sudah dijelaskan oleh *owner* Sinar Mebel bahwa strategi yang digunakan yakni strategi *positioning* menurut harga dan kualitas produk dengan memberikan harga yang standar yang dapat dijangkau oleh semua

³ Sinulingga N.A.B dan Sihotang H.T.

⁴ Sinulingga N.A.B dan Sihotang H.T.

kalangan dimana harga yang ditawarkan sangatlah bervariasi dan juga memberikan kualitas yang terbaik pada produknya supaya konsumen merasa puas membeli produk tersebut. Sedangkan *positioning* berdasarkan para pesaing yakni Sinar Mebel menyediakan produk yang mampu bersaing dengan usaha furniture lainnya dari segi harganya, kualitas dan karakteristik dari produk-produk itu sendiri yang mampu membedakan dengan produk dari pesaing.

b. Menerapkan Bauran Pemasaran 4P (*Product, Place, Price, Promotion*).

1. *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.⁵ Dari aspek ekonominya, suatu produk yang diciptakan oleh suatu perusahaan harus mempunyai ciri khas tersendiri agar dalam hal peningkatan penjualan, konsumen dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan dan memilih untuk membeli produk yang dihasilkan oleh Sinar Mebel.

Hal tersebut juga dapat mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen terhadap produk Sinar Mebel, sehingga konsumen akan merasa bahwa produk yang dibelinya merupakan produk yang benar-benar berkualitas. Seperti yang sudah dijelaskan oleh pemilik Sinar Mebel dalam wawancara:

“ Dalam pengerjaan produk kami memilih bahan yang berkualitas untuk menghasilkan produk yang tentunya memiliki kualitas, proses pengerjaan memerlukan ketelitian agar produk yang dihasilkan juga sesuai dengan permintaan pembeli”⁶

Memproduksi barang harus mempunyai hubungan dengan manusia, selain itu juga memperhatikan kualitas produk, barang yang dijual harus terang dan jelas kualitasnya. Sehingga pembeli dapat dengan mudah memberi penilaian, tidak boleh menipu kualitas dengan jalan memperlihatkan yang baik pada bagian luarnya dan menyembunyikan yang jelek pada bagian dalam.

⁵ Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*.

⁶ Irfan, wawancara oleh penulis, 25 Januari, 2023, wawancara , transkrip.

2. *Place (Tempat)/ Distribusi*

Place / tempat mencakup penentuan lokasi distribusi dengan kata lain disebut juga sebagai saluran distribusi. Saluran distribusi ialah kumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi.⁷

Distribusi sendiri merupakan kegiatan yang dilakukan oleh setiap pengusaha agar produk yang diciptakan dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen yang dituju, dimana yang dapat dilakukan Sinar Mebel adalah dengan memperluas jaringan pasar, Sinar Mebel semakin memperhatikan dan mengutamakan pelayanan dan kepuasan pelanggan. Distribusi yang dilakukan oleh Sinar Mebel adalah dengan distribusi langsung, yaitu proses penyaluran dilakukan secara langsung oleh produsen ke konsumen tanpa adanya perantara.

3. *Price (Harga)*

Harga merupakan satuan ukuran yang berkaitan dengan kualitas suatu produk, harga atau jumlah uang yang dibutuhkan oleh produsen untuk memperoleh kombinasi barang dan jasa yang menyertainya.⁸ Harga dalam Islam mengacu permintaan dan penawaran yang terjadi secara sukarela dan tidak ada yang merasa berkewajiban untuk bertransaksi pada tingkat harga tersebut. Harga jual yang ditentukan oleh perusahaan bervariasi, biasanya tergantung pada strategi yang digunakan perusahaan untuk memperoleh pangsa pasar.⁹

Harga tidak dapat dikatakan adil apabila harga tersebut terlalu rendah, sehingga produsen tidak dapat *recover* atas biaya-biaya yang telah dikenakan. Disisi lain, harga tidak boleh terlalu tinggi, karena akan mempengaruhi daya beli pembeli. Harga yang wajar adalah harga yang dapat menutupi seluruh biaya

⁷ Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.

⁸ Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*.

⁹ Afridhonal A dan Effendi E, "Pengembangan Bahan Ajar Elektronik LKPD Yang Terintegrasi STEN-PjBL Pada Materi Termokimia Di SMAN 1 Gunung Talang," *Jurnal Entalpi Pendidikan Kimia*, 2021, 18.

operasional produsen dengan margin keuntungan tertentu dan tidak merugikan pembeli.¹⁰

Penentuan harga yang dilakukan oleh Sinar Mebel ini dilakukan dengan cara melihat harga dari pesaing. Tujuannya yaitu agar harga yang ditawarkan tidak melebihi dari harga pesaing. Sehingga banyak menarik konsumen untuk membeli produk dari Sinar Mebel.

Sinar Mebel tidak serakah dalam menentukan harga. Terbukti dengan harga produk dari Sinar Mebel berkisar dari harga Rp. 500.000., sampai dengan Rp. 10.000.000., tergantung dengan produk yang diminati dimana produk tersebut sudah mempunyai kualitas sendiri-sendiri dan juga disesuaikan dengan pesanan pelanggan.

Dalam menetapkan harga harga sebuah produk Sinar Mebel berdasarkan kejujuran berarti bahwa benar-benar apa adanya, harga yang sesuai dengan mutu suatu produk yang dibuat tanpa merugikan konsumen yang membeli produk yang dipilih. Sinar Mebel juga menjaga kepercayaan pembeli dengan menentukan harga sesuai dengan mutu dan kualitas produk itu sendiri.

4. Promotion (Promosi)

Promosi merupakan suatu cara untuk mengajak serta mempengaruhi konsumen untuk mencoba suatu produk, sehingga konsumen tertarik dan berminat untuk mencoba suatu produk yang ditawarkan oleh orang yang melakukan promosi tersebut.¹¹ Dalam melakukan promosi, Sinar Mebel mensosialisasikan produk merupakan cara yang sudah dilakukan sejak zaman Nabi Muhammad SAW. atau pemasaran dengan strategi yang dilakukan dari mulut ke mulut. Promosi dalam Islam tidak boleh didasarkan pada niat yang buruk. Dilarang melakukan promosi suatu barang dengan cara meremehkan perusahaan lain dan menjelaskan secara detail produk yang dipromosikan, tidak ada informasi produk yang relevan yang disembunyikan.

¹⁰ Afridhonal A dan Effendi E (2021).

¹¹ Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*.

Promosi yang dilakukan Sinar Mebel sesuai dengan syariah, karena promosi tersebut tidak mengandung unsur kepalsuan, selain itu promosi juga dijelaskan dengan fakta dan apa adanya. Sinar Mebel memberikan info tentang produk atau jasa yang ditawarkan secara jujur melalui kegiatan promosi. Kegiatan promosi dilakukan melalui *online* seperti Instagram, Tokopedia, Website dan dari Facebook. Terbukti melakukan kejujuran bahwa Sinar Mebel memproduksi produk yang dihasilkan berkualitas dan sesuai dengan permintaan pembeli. Sinar Mebel juga melakukan promosi dengan komunikatif yang dapat membuat para calon pembeli tertarik dengan promosi tersebut.

Strategi yang digunakan Sinar Mebel adalah menerapkan sifat jujur apa adanya dan tetap menjaga kepercayaan pembeli agar pembeli merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh Sinar Mebel. Jujur berarti barang yang dibeli secara *online* akan diterima sesuai dengan gambar dan penjelasan yang tertera pada gambar saat melakukan promosi dan tidak lupa menjaga kualitas produk, sehingga konsumen tetap yakin dan percaya membeli barang di Sinar Mebel meskipun pembelian dilakukan secara *online*.

2. Deskripsi strategi Pemasaran Sinar Mebel ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam

Pak Irfan selaku pemilik Sinar Mebel memberi penjelasan bahwa “ Dalam menjalankan usaha haru berpedoman dalam Islami, yaitu berperilaku dengan jujur dan menjaga kepercayaan pembeli dengan sebaik mungkin, selalu ingat kepada Tuhan dan tidak boleh melanggar aturannya”

Pak Irfan selaku pemilik Sinar Mebel menjelaskan bahwa “ dalam menjalankan bisnis, bagi pribadi dan segenap karyawan di Sinar Mebel harus menanamkan nilai-nilai yang baik (akhlaqul karimah). Karena pada dasarnya dalam berinteraksi kepada sesama manusia harus didasari dengan perilaku yang baik, jika kita melakukan kebaikan kepada orang lain maka balasannya adalah kita juga diperlakukan baik dengan orang lain, dan begitu juga sebaliknya”.

Semua transaksi yang dilakukan oleh Sinar Mebel harus berlandaskan pada realita. Semua tindakan harus dengan penuh kejujuran. Seperti yang sudah diajarkan oleh Nabi bahwa cacat

dalam penjualan suatu produk kemudian wajib memberi tahu pada calon pembeli bahwa produk tersebut cacat/ minus dan tidak boleh menipu pembeli.

Kegiatan pemasaran harus memberikan dampak yang baik bagi kehidupan masyarakat dan jangan sampai kegiatan pemasaran malah merusak tatanan dalam masyarakat. Serta dari pemasaran sendiri jangan sampai menjadi manusia yang serakah yang mau menguasai seglanya. Bersaing harus dengan cara yang sehat tanpa menjatuhkan pengusaha Mebel lain, karena sejatinya Allah Maha Adil dan Maha melihat apa yang dilakukan oleh setiap manusia.

C. Analisis Data

1. Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Usaha Penjualan

Pada dasarnya setiap bisnis dalam memasarkan produknya dianggap sebagai media usaha yang bersifat material untuk mencapai tujuannya yaitu dengan meningkatkan pendapatan usaha. Oleh karena itu, Sinar Mebel dalam mencapai tujuan utamanya maka harus menggunakan beberapa strategi dalam memasarkan produknya guna untuk mempertahankan, mengembangkan, serta meningkatkan usahanya.

Sinar Mebel tentunya memiliki strategi pemasaran yang efektif guna keberlangsungan perusahaan dalam meningkatkan daya saing penjualan. Adapun strateginya sebagai berikut :

a. Strategi Pemasaran dengan menetapkan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*).

Pada dasarnya setiap bisnis dalam memasarkan produknya dianggap sebagai media usaha yang bersifat material untuk mencapai tujuannya yaitu dengan meningkatkan pendapatan usaha. Oleh karena itu, Sinar Mebel dalam mencapai tujuan utamanya maka harus menggunakan beberapa strategi dalam memasarkan produknya guna untuk mempertahankan, mengembangkan, serta meningkatkan usahanya.

1. Strategi Segmentasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka bisa dianalisis bahwa strategi segmentasi pada Sinar Mebel selaras dengan teori segmentasi pasar . berdasarkan data, bahwa ada empat unsur penting yang dipakai dalam segmentasi pasara yaitu segmentasi geografi, demografis, psikografi dan segmentasi perilaku.

Tujuan dari segmentasi adalah untuk mengklasifikasikan konsumen yang berlainan kebutuhan dan karakteristik untuk memprioritaskan aktivitas pemasaran pada segmen yang ditentukan atas dasar kebutuhan dan karakteristik khusus. Berikut penjelasan analisis strategi segmentasi pada Sinar Mebel :

1. Bentuk segmentasi pasar

a. Segmentasi Geografi

Segmentasi ini merupakan proses pengklasifikasian konsumen menjadi bagian pasar berdasarkan letak geografis yang memuat wilayah, iklim, kota atau desa yang paling berpotensi memberikan keuntungan bagi perusahaan.¹²

Menurut penelitian bahwa strategi segmentasi geografi yang dilakukan oleh Sinar Mebel contohnya adalah pada wilayah Semarang, Salatiga, Pemalang, Jakarta, Bekasi, Depok, Tangerang dan wilayah lain.

b. Segmentasi Demografi

Berdasarkan teori dan data yang ada dapat dianalisis bahwa segmentasi demografis yang digunakan Sinar Mebel yaitu dimana membagi pasar menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel seperti usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kebangsaan dan kelas sosial.

Sinar mebel berkomitmen untuk melayani semua kalangan masyarakat tanpa terkecuali. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Irfan selaku pemilik Mebel, bahwa pemasaran yang dilakukan oleh Sinar Mebel dituju pada semua kalangan, baik dari kalangan bawah , menengah sampai dengan kalangan atas melalui program dari produk yang telah disediakan.

c. Segmentasi Psikografi

Psikografi adalah ilmu untuk menggunakan psikologi dan demografi guna

¹² Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep Dan Strategi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 156.

lebih memahami konsumen. Dalam segmentasi psikografi pembeli dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan sifat psikologis/kepribadian, gaya hidup, atau nilai. Orang-orang yang didalam kelompok demografi yang sama bisa memiliki kepribadian yang sangat berbeda.

d. Segmentasi Perilaku

Dalam segmentasi perilaku, pemasar membagi pembeli menjadi beberapa kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap penggunaan, atau respon terhadap sebuah produk.¹³

Dan dalam segmentasi pasar Sinar Mebel sendiri tetap mengincar semua segmen pasar yaitu kalangan masyarakat umum tanpa membatasi usia, jenis kelamin sebagai segmen pasarnya karena bisa saja produk yang dipasarkan dibutuhkan oleh siapapun.

2. Penetapan pasar / Targeting

Setelah segmen pasar, langkah selanjutnya yaitu memilih segmen yang akan dijadikan target atau pasar sasaran. Pasar sasaran mencakup seperangkat pembeli yang memiliki kebutuhan atau karakteristik umum yang ingin dilayani oleh perusahaan.¹⁴ Targeting atau penetapan pasar sasaran merupakan mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani.¹⁵ Target pasar adalah bagian yang penting dalam kegiatan pemasaran, begitu juga ketika melakukan pemasaran melalui media sosial. Dalam melakukan kegiatan pemasaran melalui media sosial baik itu facebook, instagram dan lainnya, Sinar Mebel juga melakukan target pasar untuk melakukan pemasarannya agar terfokus pada objek yang menjadi sasarannya.

Target pemasaran Sinar Mebel memfokuskan sasarannya berdasarkan model produk yang paling banyak dicomment dan dipesan dari semua kalangan yaitu dari kalangan masyarakat bawah, kalangan

¹³ Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*.

¹⁴ Serli Wijaya dan Gunawan Adi Chandra, "Analisis Segmentasi, Penentuan Target Dan Posisi," *Jurnal Manajemen Perhotelan 2*, no. 2 (2006).

¹⁵ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011).

menengah dan kalangan atas disebabkan model mebel untuk kalangan tersebut lebih cepat laku terjual. Hal ini sesuai dengan pemarkan teori di atas bahwa Sinar Mebel dalam penetapan pasar sasaran untuk semua kalangan.

3. Posisi Pasar/ Positioning

Positioning atau penetapan posisi pasar merupakan langkah selanjutnya setelah menentukan target pasar dalam teori STP. Positioning adalah strategi untuk merebut posisi di benak konsumen. Sehingga strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan dan kompetensi bagi pelanggan. Positioning diperlukan agar citra terhadap produk atau perusahaan dapat terbentuk sesuai dengan niat dan tujuan dari perusahaan.¹⁶

Penetapan posisi pasar Sinar Mebel yaitu dengan mengutamakan kualitas bahan namun harga tetap dapat dijangkau, selain itu juga menerima retur barang dari konsumen jika barang tidak sesuai dengan pesanan dan memiliki kerusakan dalam pengiriman.

Dalam melakukan positioning, Sinar Mebel menjaga betul kepuasan dan kepercayaan konsumen dengan kualitas produk barang yang dipasarkannya. Karena membangun positioning berarti membangun sebuah kepercayaan dari konsumen. Hal tersebut berarti membuat bagaimana produk yang dipasarkan dapat disenangi dan melekat dihati konsumen.

a. Strategi Pemasaran dengan Bauran Pemasaran

1. Produk

Strategi produk dalam hal ini adalah cara untuk menetapkan dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang dengan melalui peningkatan penjualan.

Strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan

¹⁶ Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*.

kegiatan promosi yang dibutuhkan dengan penentuan harga dan cara penyalurannya.

Berdasarkan hasil penelitian produk yang ditawarkan pada Sinar Mebel merupakan produk yang berkualitas dengan bahan yang terbuat dari kayu pilihan seperti kayu jati, mahoni dan bahan yang diambil yang berkualitas dengan tujuan untuk menarik konsumen serta menciptakan kepuasan bagi konsumen. Merek atau label merupakan ciri khusus yang dimiliki setiap pengusaha. Pak Irfan selaku pemilik Sinar Mebel mengaku perlu adanya merek atau label tersendiri dalam menjalankan usahanya agar produk yang dijual di pasaran mempunyai ciri khusus dari mebel lainnya dan mudah dicari oleh konsumen, maka dari itu merek produk mebel ini adalah Sinar Mebel Jepara. Hasil dari produk-produk Sinar Mebel baik dari bahan kayu, besi/stenlis, dan dari rotan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jenis Produk Sinar Mebel

Produk dari kayu	Produk dari besi/ stenlis	Produk dari rotan
1. Interior rumah - Lemari - Kursi meja tamu - Kursi meja makan - Tempat tidur - Set meja rias - Meja nakas - Rak buku - Rak pajangan 2. Resto/ <i>caffe</i> - Kursi meja makan - Kursibar <i>caffe</i>	- Kursibar besi - Meja besi - Lampu hias besi - Tempat tidur besi - Ayunan besi - dan lain-lain	- Kursibar rotan - Meja rotan - Kursi rotan - Ayunan rotan - Lampu hias rotan - Rak pajangan rotan - dan lain-lain.

Sumber : Sinar Mebel Jepara

Dilihat dari tabel di atas produk Sinar Mebel yang dihasilkan cukup beragam mulai dari bahan kayu, besi/stenlis dan dari bahan rotan, dalam hal

ini Sinar Mebel juga bisa menyesuaikan keinginan sesuai dengan permintaan dari konsumen. Adapun bahan yang dipakai oleh Sinar Mebel merupakan bahan yang dipilih dengan kualitas terbaik, yaitu dari kayu jati dan kayu mahoni, sedangkan yang dari bahan besi/stenlish dipilih dari bahan yang tidak mudah berkarat dengan catatan jika penggunaan produk bisa dirawat dengan baik, kemudian yang dari bahan rotan juga dipilih dengan rotan asli dan kuat.

Setiap perusahaan pastinya mengutamakan kepuasan pelanggan, begitu pula dengan Sinar Mebel sangat mengutamakan kualitas dari bahannya agar memberikan hasil yang terbaik bagi konsumen.

Sinar Mebel dalam mengimplementasikan indikator produk, Sinar Mebel sudah menjalankan dengan baik, namun perlu adanya evaluasi dalam target pasar lebih diperluas jaringannya agar lebih meningkatkan penjualan lebih besar lagi. Dan tentunya Sinar Mebel juga lebih mencari inovasi-inovasi baru dengan mengikuti tren dalam perkembangan jaman.

2. Harga

Secara umum, harga merupakan suatu nilai yang dijadikan patokan nilai suatu barang. Penetapan harga dalam suatu perusahaan akan menentukan posisi persaingan dan mempengaruhi tingkat penjualan produk.

Harga di sini bukan harga yang murah saja ataupun harga yang tinggi, akan tetapi yang dimaksud ialah harga yang tepat. Yang mana semua itu tergantung kualitas barang, daya beli masyarakat, keadaan persaingan, dan konsumen yang dituju.

Secara umum harga yang ditawarkan oleh Sinar Mebel sudah cukup bersaing dengan mebel yang ada di sekitarnya yang mana harga yang lebih tinggi diiringi dengan berdasarkan kualitas produk yang dipesan, tentu semakin bagus bahan yang dipesan semakin mahal pula harga yang

ditawarkan, yang mana kebijakan ini diambil agar memberikan kepuasan pada konsumen.

Meskipun demikian, evaluasi harus dilakukan oleh Sinar Mebel agar produk yang terjual di pasaran meningkat, dengan cara mengadakan promo harga, atau dengan potongan harga jika pembelian lebih banyak. Walaupun harga yang ditentukan dari segi harga terlihat sedikit murah, namun mebel lainnya kemungkinan dapat harga lebih murah dari Sinar Mebel.

3. Tempat/ Saluran Distribusi

Distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan.¹⁷ Sedangkan saluran distribusi merupakan perantara yang turut serta dalam proses pemindahan barang dari produsen ke konsumen.

Sinar Mebel dalam penerapan strategi tempat/saluran distribusi berupaya memudahkan konsumen untuk datang langsung ke tempat produksi dan memberikan kenyamanan dalam menuju tempat produksi dengan penentuan tempat yang strategis. Sinar Mebel berlokasi di Desa Menganti RT 06/ RW 02 Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara. Tempat yang dapat dijangkau dengan mudah, mudah dilalui oleh kendaraan baik roda dua atau kendaraan lainnya.

Sinar Mebel selalu berupaya memasarkan produknya dan memberikan kemudahan kepada seluruh konsumennya untuk mendapatkan produknya dengan cara menyalurkan ke beberapa kabupaten/ kota maupun luar kota seperti yang tertera pada tabel di bawah ini diantaranya:

¹⁷ Rosmayani dan Rosmita Mela Apnia Putri, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Usaha Kecil Menengah (UKM) (Survei Pada Kue Bangkit 'Syempana' Di Kota Pekanbaru)," *Jurnal Valuta* 4 (2018).

Tabel 3.2
Saluran Distribusi Sinar Mebel

NO	KOTA/ KABUPATEN
1.	Semarang
2.	Salatiga
3.	Pemalang
4.	Jakarta
5.	Bekasi
6.	Depok
7.	Tangerang

Sumber : Sinar Mebel Jepara

Berdasarkan tabel 3.2 di atas saluran distribusi Sinar Mebel hanya sebagian yang di cantumkan, selebihnya masih banyak lagi kota-kota yang sudah didatangi untuk mengirim barang, yang mana hal ini menunjukkan bahwa produk yang dijual oleh Sinar Mebel sudah mampu keluar kota. Dan untuk lokasi pembuatan produk mebel di rumah produksi cukup terjangkau oleh kendaraan dan tidak terlalu jauh dari pusat kota.

Namun dengan demikian, perlu adanya perluasan lagi dalam pendistribusian agar lebih meningkatkan jumlah penjualan dan perlunya tempat pemasaran sendiri agar para pelanggan yang ingin memesan ataupun yang ingin membeli bisa dengan menyediakan stok produk agar pembeli dapat memilih langsung produk yang diinginkan.

4. Promosi

Promosi digunakan untuk memberi informasi kepada orang-orang tentang produk dan mengajak pembeli untuk membeli produknya. Promosi merupakan kegiatan/langkah untuk memperkenalkan produk/ jasa kepada orang lain dan mengkomunikasikan manfaat dari produk/ jasa tersebut.

Jenis promosi yang dilakukan oleh Sinar Mebel yaitu dengan melakukan promosi melalui sosial media. Promosi ini cukup tepat dan bisa meningkatkan penjualan. Karena begitu luasnya jangkauan teknologi di media sosial membuat

orang-orang yang berada di luar kota atau yang berada jauh dari tempat produksi Sinar Mebel juga dapat mengetahui produk yang dibuat Sinar Mebel. Hal ini mempermudah orang-orang untuk dapat mengkomunikasikan sekaligus membeli barang dari Sinar Mebel meskipun tidak datang langsung ke tempat penjualannya.

Meskipun demikian, menurut peneliti perlu adanya inisiatif dari pemilik Sinar Mebel untuk ikut acara *event*/ pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah ataupun dari kelompok mebel yang ada di Jepara dengan memasarkan produknya agar dapat memperluas lagi jaringan dan dapat meningkatkan penjualan.

Setelah menganalisis dari penerapan strategi pemasaran, serta data penjualan Sinar Mebel, dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan oleh Sinar Mebel sudah berjalan dengan baik, dimana keempat variable strategi pemasaran ini saling mendukung dan saling melengkapi, serta memiliki peran yang berbeda dalam memasarkan produknya. Sehingga keempat variable strategi pemasaran ini dibutuhkan seluruhnya dalam proses peningkatan pendapatan Sinar Mebel Jepara.

2. Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Usaha Penjualan ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam

Dalam ekonomi Islam ditekankan bahwa dalam menjalankan bisnis hendaknya berprinsip pada kemaslahatan bersama bukan pada kemudlaratan yang dapat menyebabkan kerugian bagi sesame. Selalu menjunjung tinggi nilai-nilai agama, sosial dan lingkungan adalah kunci dari bisnis yang Islami.

1. Teistis (*Rabbaniyah*)

Pak Irfan selaku pemilik Sinar Mebel memberi penjelasan bahwa “ Dalam menjalankan usaha haru berpedoman dalam Islami, yaitu berperilaku dengan jujur dan menjaga kepercayaan pembeli dengan sebaik mungkin, selalu ingat kepada Tuhan dan tidak boleh melanggar aturannya”

Pengusaha beserta para pekerja harus membentengi diri dengan nilai-nilai spiritual karena

bisnis memang akrab dengan penipuan, sumpah palsu, suap dan korupsi. Seorang pengusaha harus meyakini bahwa Allah SWT selalu dekat dan mengawasinya ketika dia sedang melaksanakan segala macam bentuk bisnis, diapun harus yakin bahwa Allah akan meminta pertanggungjawaban darinya atas apa yang telah diperbuat.¹⁸

Seperti yang sudah dijelaskan, bahwa Teistis (*Rabbaniyah*) atau ketuhanan adalah satu keyakinan yang tepat, bahwa semua gerak-gerik manusia selalu berada di bawah pengawasan Allah SWT. Oleh sebab itu, semua manusia harus berperilaku sebaik mungkin dengan penuh kejujuran, tidak berperilaku licik, suka menipu, mencuri milik orang lain dan suka memakan harta orang lain dengan jalan yang batil dan sebagainya. Sehingga dapat mencegah perbuatan-perbuatan tercela dalam berbisnis.

2. Etis (Akhlaqiyah)

Pak Irfan selaku pemilik Sinar Mebel menjelaskan bahwa “ dalam menjalankan bisnis, bagi pribadi dan segenap karyawan di Sinar Mebel harus menanamkan nilai-nilai yang baik (akhlaqul karimah). Karena pada dasarnya dalam berinteraksi kepada sesama manusia harus didasari dengan perilaku yang baik, jika kita melakukan kebaikan kepada orang lain maka balasannya adalah kita juga diperlakukan baik dengan orang lain, dan begitu juga sebaliknya”.

Akhlaq yang baik mencerminkan pada diri kita sebagai orang baik dan memiliki etika yang baik. Melayani konsumen dengan tulus dan tidak marah-marah jika ada konsumen yang komplek terhadap pelayanan atau produk kita yang kurang sesuai dengan permintaan konsumen, maka etika dan akhlaq yang baik sangat penting bagi kita dalam melakukan bisnis.

3. Realistis

Realistis artinya sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ada apalagi menjurus kepada kebohongan. Semua transaksi yang dilakukan oleh Sinar Mebel harus berlandaskan pada realita. Semua tindakan harus dengan

¹⁸ Kartajaya dan Hermawan , Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT Mirzan Pustaka, 2006).

penuh kejujuran. Seperti yang sudah diajarkan oleh Nabi bahwa cacat dalam penjualan suatu produk kemudian wajib memberi tahu pada calon pembeli bahwa produk tersebut cacat/ minus dan tidak boleh menipu pembeli.

4. Humanistis

Humanistis mempunyai arti saling menghormati, dan berperikemanusiaan. Kegiatan pemasaran harus memberikan dampak yang baik bagi kehidupan masyarakat dan jangan sampai kegiatan pemasaran malah merusak tatanan dalam masyarakat. Serta dari pemasaran sendiri jangan sampai menjadi manusia yang serakah yang mau menguasai segalanya. Bersaing harus dengan cara yang sehat tanpa menjatuhkan pengusaha Mebel lain, karena sejatinya Allah Maha Adil dan Maha melihat apa yang dilakukan oleh setiap manusia.

Oleh karena itu, sebisa mungkin jangan sampai kepercayaan konsumen menjadi rusak karena kekecewaan mereka. Karena sama saja telah mengkhianati kepercayaan dari konsumen. Dijelaskan dari firman Allah SWT dalam Q.S Al-Anfaal ayat 27 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya : *“hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan juga janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui). Q.S. Al-Anfaal :27.*

Menggunakan bahan yang berkualitas dan aman merupakan salah satu bentuk tanggung jawab kepada konsumen, maka langkah selanjutnya dalam meningkatkan penjualan adalah mengembangkan produk melalui bauran pemasaran. Bauran pemasaran yang dilakukan Sinar Mebel adalah sebagai berikut :

a. Produk

Dalam praktiknya, Sinar Mebel mampu menghasilkan produk yang berkualitas, seperti pada wawancara dengan pak Irfan selaku pemilik Sinar Mebel, bahwa Sinar Mebel memproduksi

¹⁹ Departemen Agama RI, *Alqur'an Perkata Transliterasi Surah Al-Anfaal Ayat 27* (Bandung, 2014).

produk yang berkualitas. Hal ini sesuai dengan prinsip ketauhidan, dimana produsen meyakini adanya Tuhan yang mengawasi segala perbuatan manusia dan akan dimintai pertanggungjawaban. Oleh karena itu, memproduksi produk yang berkualitas merupakan perbuatan baik yang diperintahkan Tuhan dan akan menimbulkan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S Al-Ahzab: 72 sebagai berikut:

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ
 أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا

Artinya : *Sesungguhnya kami telah mengemukakan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung, Maka semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir akan mengkhianatinya, dan dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya manusia itu amat dalim dan amat bodoh.* (Q.S Al-Ahzab:72).²⁰

Dari ayat di atas dapat kita ketahui bahwa amanah merupakan etika yang penting, karena dalam berlaku bisnis jika tidak mempunyai sifat amanah, bisnis tersebut tidak akan dipercaya lagi oleh para konsumen. Dan hal ini nantinya bisa menjaga kualitas dari mebel tersebut. Sinar Mebel selalu memegang sikap kejujuran tanpa membohongi para pelanggan, yang mana barang yang dijual sesuai dengan kualitas yang ada sesuai dengan pesanan tanpa mengurangi sedikitpun

b. **Harga**

Islam mengajarkan penetapan harga yang sesuai dan tidak memberatkan konsumen untuk membelinya, serta harga yang ditetapkan haruslah sesuai dengan kualitas produk yang dijual.

Harga yang ditawarkan oleh Sinar Mebel merupakan harga yang bersaing sesuai dengan kualitas produknya. Seperti dalam Q.S An-Nahl: 90 yang berbunyi:

²⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Perkata Transliterasi Surah Al-Ahzab Ayat 72* (Bandung, 2014).

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ
الْفُحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : “*sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan kerji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran*”. (Q.S. An-Nahl:90)²¹

Berdasarkan ayat tersebut, menyatakan bahwa umat Islam diwajibkan berlaku adil dan juga melarang melakukan perbuatan yang dibenci Allah, dengan berlaku adil akan memberikan kebaikan untuk semua pihak. Begitu juga dengan hal ini penetapan harga jangan sampai melakukan kebohongan yang berakibat pada rusaknya harga produk yang dijual di pasaran.

Sinar Mebel sesuai dalam Islam dimana tidak memberatkan konsumen untuk membelinya dan tidak ada kebohongan, serta harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang dijual. Dalam penentuan harga, Sinar Mebel berlaku adil dan tidak ada yang merugikan salah satu pihak.

Dasar penetapan harga yang dilakukan oleh Sinar Mebel cenderung terjadi pada kondisi pasar yang terjadi pada saat ini, biaya produksi, serta beberapa yang membuat harga produk secara signifikan dapat melonjak drastic seperti keuntungan yang diharapkan yang merupakan sumber dari penghasilan.

c. Tempat/Saluran Distribusi

Tempat/ saluran distribusi merupakan salah satu factor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin baik strategi lokasi/tempat dari saluran distribusi yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan kesuksesan sebuah usaha.

²¹ Departemen Agama RI, *Alqur'an Perkata Transliterasi Surah An-Nahl Ayat 90* (Bandung, 2014).

Berdasarkan penelitian pada Sinar Mebel dalam menerapkan strategi berdasarkan penelitian sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu memberikan rasa nyaman dan akses yang mudah dijangkau oleh para konsumen serta menggunakan saluran distribusi langsung kepada konsumen agar terhindar dari penipuan. Sinar Mebel tidak menjerumuskan para pesaing dalam memproduksi maupun memasarkan produknya.

d. Promosi

Promosi bertujuan untuk memperkenalkan produk dan menyebar luaskan informasi tentang hasil dari Sinar Mebel yang berlokasi di Desa Menganti RT 06/ RW 02 Ke.Kedung Kab.Jepara, mempengaruhi dan membujuk pasar konsumen agar produknya dapat diterima ketangan konsumen.

Dalam mempromosikan produknya, Sinar Mebel tidak pernah melakukan penipuan, promosi dengan apa adanya produk tersebut dan sesuai dengan gambar dan keinginan konsumen. Dengan perilaku jujur dan menjaga kepercayaan konsumen merupakan hal yang paling utama di Sinar Mebel, Karena dengan kejujuran maka hal-hal baik akan datang dengan sendirinya.

Seorang pelaku bisnis hendaknya jujur dan benar dalam semua perjanjian bisnisnya. Tidak ada ruang untuk penipuan, berbicara bohong, bersumpah terlalu banyak dan iklan yang menipu dalam bingkai bisnis Islam. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S Al-Ahzab: 70 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۗ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, bertawakallah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar (Q.S. Al-Ahzab:70)*²²

Dari ayat di atas dapat disimpulkan bahwa kejujuran adalah merupakan suatu kunci keberhasilan suatu bisnis terutama dalam bidang

²² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Perkata Transliterasi Surah Al-Ahzab Ayat 70*.

penjualan produk. Aspek kejujuran bisa diterapkan dalam memasarkan produk. Sinar Mebel sudah menerapkan sikap jujur dalam hal promosi.

Setelah menganalisis dari teori Islam dapat disimpulkan bahwa strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh Sinar Mebel dalam meningkatkan daya saing penjualan sudah sesuai dengan ekonomi Islam. Dari segi produk selalu bersikap jujur dan mengedepankan kualitas produk, menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk. Tempat/ saluran distribusi juga memberikan rasa nyaman dan akses yang mudah dijangkau oleh para konsumen, dan melakukan promosi selalu menekankan pada etika bisnis yaitu kejujuran.

