

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil CV. Seleksi Alam Muria Kudus⁵⁴

Alammu Food and Beverages Muria Kudus atau yang lebih dikenal dengan perusahaan CV. Seleksi Alam Muria merupakan usaha perseorangan yang di kelola oleh Bapak Triyanto R. Soetarjo, pada tahun 2015. Awal mula berdirinya perusahaan CV. Seleksi Alam Muria, Bapak Triyan sebagai pemilik melakukan eksperimen dengan menggarap kopi untuk sebuah destinasi desa wisata. Berawal dari komunitas desa wisata, dimana Muria terkenal dengan wisata religinya, Bapak Triyan berfikir bagaimana Muria bukan hanya terkenal dengan wisata religinya saja melainkan ada desa wisata yang mengandung edukasi melalui tanaman lokal. Kemudian beliau mulai berpikir tanaman apa yang akan dikelola selain dari kopi tersebut, kemudian munculah ide kreatif untuk memanfaatkan tanaman parihotho yang banyak khasiatnya tumbuh subur didaerahnya yaitu di seputaran Gunung Muria.

Ide membuat sirup parihotho tersebut di dapat karena terinspirasi dari kota Rembang yaitu “Sirup Kawes” karena Bapak Triyan dulunya pernah aktif dibatik Rembang kemudian dia mulai berpikir kalau parihotho bisa dijadikan untuk sirup. Semuanya berawal dari angan dan mimpi untuk memanfaatkan sektor tumbuhan setempat agar dapat diproduksi dan diolah menjadi olahan produk yang kreatif. Hal ini sempat ditawarkan kepada para petani untuk membuat sirup dari parihotho, namun mereka (para petani) beranggapan bahwa “dijual tanaman (buah mentahan) saja pun sudah laku kenapa harus dibuat menjadi sirup”. Mulai sejak itu Bapak Triyan memulai untuk usahanya meskipun masih dalam kondisi setengah dijalankan setengah tidak karena faktor pekerjaan lain.

Kemudian pada tahun 2016 mulai ada liputan dari stasiun televisi yaitu Jejak Anak Negeri yang dilakukan selama kurang lebih tiga hari, untuk meliput sirup parihotho. Namun pemilik melarang untuk meliput sirup parihotho tersebut, karena menurut beliau belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pemilik. Di tahun 2017 terjadi lagi liputan dari Trans 7 yaitu Jejak Si Gundul pada hari sabtu, 15 Juli 2017. Mulai sejak itu usahanya kiat

⁵⁴ Dokumentasi CV Seleksi Alam Muria

diseriusi untuk dikembangkan, dan benar-benar menjadi perusahaan di tahun 2017.

CV. Seleksi Alam Muria termasuk perusahaan baru yang melakukan inovasi dan pengembangan pada produk di desa Colo, Gunung Muria. Adapun inovasi dari pengembangan tanaman parihotho yang dijadikan produk oleh CV. Seleksi Alam Muria diantaranya yaitu, sirup parihotho, permen parihotho, keripik parihotho dan teh parihotho yang berupa teh celup dan teh tubruk.

Untuk produk permen dan keripik parihotho diciptakan pada tahun 2017 saat ada Expo di Kudus pada bulan Oktober. Pemikirannya pada saat itu karena dikasih kesempatan untuk mendirikan stand di Expo namun dengan kekurangan bahan baku yang tersedia, di saat itu pun sirup parihotho juga tidak tersedia banyak, kemudian terciptalah dalam dua hari inovasi produk berupa permen dan keripik dari buah parihotho tersebut, sehingga bisa ikut diujakan bersamaan dengan sirup parihotho saat ada Expo di Kudus.

Kemudian untuk teh parihotho adalah produk baru yang ide awalnya berasal dari eksperimen waktu Fustaraf Indonesia dalam seminar nasional tentang bisnis pada tahun 2018 yang ada di Surabaya, untuk kelas menengah keatas yang sifatnya menolak gula, sehingga ada beberapa masukan untuk membuat produk yang tidak memakai gula. Kemudian pemilik mulai berpikir kembali dan menemukan inovasi baru yang bisa dikembangkan. Muncullah idenya dari kota Malang yaitu pembuatan teh dari buah apel. Sehingga beliau berpikir bahwa parihotho juga bisa dibuat menjadi minuman teh.

Produk yang benar-benar dirancang adalah teh parihotho karena sifatnya untuk segmen menengah ke atas sehingga packagingnya sengaja dibuat semenarik mungkin karena jatuhnya akan lebih mahal dengan prosesnya yang tidak semudah dengan pembuatan sirup. Mulai dari penyusutan 1kg menjadi 80% atau 200 gram sehingga harga jualnya terbilang mahal.

Dari sinilah inovasi dan pengembangan yang dilakukan oleh CV. Seleksi Alam Muria mulai dirintis, sehingga dalam proses usahanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dan yang terpenting adalah untuk memenangkan persaingan bisnis di era ekonomi kreatif, seperti saat ini.

2. Visi, Misi dan Tujuan

Adapun visi, misi dan tujuan dari CV Seleksi Alam Muria Kudus adalah sebagai berikut:⁵⁵

a Visi

Menjadi perusahaan ternama di Indonesia yang mengangkat potensi lokal dengan mengedepankan kekeluargaan dan spiritual company

b Misi

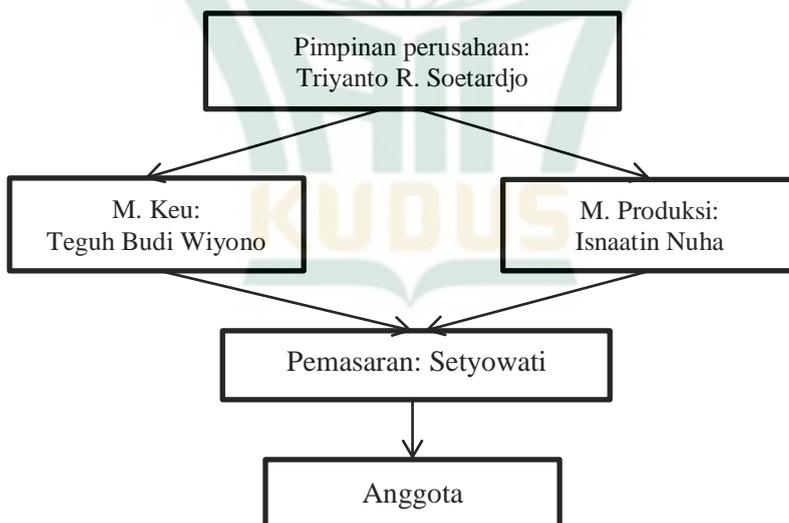
- 1) Mengangkat potensi lokal
- 2) Membuka dan menciptakan lapangan pekerjaan seluas-luasnya.
- 3) Pemberdayaan terhadap masyarakat.
- 4) Usahanya bisa sampai ke go internasional, dan lain sebagainya.

c Tujuan

Terciptanya suatu produk dari hasil potensi lokal yang dikembangkan menjadi produk yang inovatif, kreatif dan unggul sehingga memiliki nilai tambah dan mampu bersaing dengan produk unggul lainnya.

3. Struktur Organisasi

Berikut ini adalah struktur organisasi kepemimpinan CV. Seleksi Alam Muria Kudus:⁵⁶



Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Seleksi Alam Muria

⁵⁵ Dokumentasi CV Seleksi Alam Muria

⁵⁶ Dokumentasi CV Seleksi Alam Muria

B. Paparan Data Hasil Penelitian

Sebagaimana yang diketahui bahwa terdapat tiga tujuan yang diungkapkan pada bab 1, diantara tujuan memberikan gambaran mengenai penerapan bauran pemasaran Islam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Alammu Parijoto dalam menghadapi pandemi Covid-19, mendiskripsikan secara spesifik sejauh mana situasi dan kondisi bauran pemasaran Islam sebelum dan saat masih pandemi Covid-19, serta untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Alammu Parijoto dalam menghadapi pandemi Covid-19. Adapun untuk mencapai tujuan penelitian tersebut, maka peneliti mendiskripsikan menjadi beberapa poin atau beberapa uraian berikut ini:

1. Data Penerapan Pemasaran Islam (*Islamic Marketing*) Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Alammu Parijoto Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19

Pemasaran Islam atau yang disebut juga dengan istilah *Islamic marketing* merupakan suatu alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur dari suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar strategi pemasaran yang ditetapkan dapat berjalan dengan sukses sesuai dengan syariat Islam. Bauran pemasaran produk barang meliputi 7P: *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*.

CV. Seleksi Alam Muria merupakan UMKM yang bergerak dibidang pembuatan sirup yang berasal dari buah Parijoto, berikut strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV. Seleksi Alam Muria dalam mempertahankan usahanya pada masa pandemi covid-19:

a. *Product*

Produk merupakan unsur terpenting dalam proses bauran pemasaran. Strategi produk yang efektif akan menempatkan UD.CV. Seleksi Alam Muria kedalam posisi bersaing dan mampu bertahan pada masa pandemi covid-19.

Berdasarkan hasil observasi dari peneliti, peneliti menemukan bahwa strategi yang dilakukan dalam produk dengan cara inovasi. Inovasi dengan menciptakan produk yang tidak sama dengan produk orang lain serta memberikan nilai tambah terhadap produk yang diciptakan.

Jenis produk yang dibuat di UD. CV. Seleksi Alam Muria memiliki 4 jenis produk utama, yaitu Sirup Parijoto, Tisane Teh Parijoto (teh tubruk dan teh celup), keripik Pakis, Kulturia Kombucha Kopi dan Parijoto, Chips Parijoto dan Jelly Candy Parijoto. Dalam hal sesuai hasil wawancara dengan Triyanto R Soetardjo:

“Dulu awal berdirinya CV. Seleksi Alam Muria, saya hanya memproduksi Sirup yang berbahan dasar buah Parijoto, untuk menghadapi persaingan di dunia bisnis, saya melakukan inovasi dengan merambah produk teh, keripik, Kulturia Kombucha dan juga permen.”⁵⁷

Selain berinovasi memproduksi produk baru. Triyanto R. Soetardjo memegang beberapa prinsip yang diperhitungkan dalam menetapkan produk, antara lain kehalalan zatnya, tidak mendatangkan mudlarat, produk yang thoyyibatun serta memiliki nilai komersil. Selain memperhatikan beberapa hal tersebut, Triyanto juga menetapkan standar umum pada produk yang akan dijual. Produk yang dibuat harus memiliki dampak yang baik pada lingkungan, packaging bersih dan steril, serta tidak membodohi pelanggan. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo:

“Saya memperhitungkan beberapa hal dalam produk saya, mulai dari kehalalan bahannya, tidak menimbulkan mudlarat, barangnya harus bagus dan bernilai komersil. Tidak hanya itu saja, saya juga menetapkan standar umum pada produk agar memiliki dampak yang baik bagi lingkungan, pengemasan harus bersih juga steril serta jangan sampai membodohi konsumen.”⁵⁸

Sesuai dengan bauran pemasaran Islam, CV. Seleksi Alam Muria juga memastikan kehalalan produknya, kelayakan konsumsi produknya, diolah oleh SDM sesuai dengan ketentuan standar produk, dan juga memperhatikan kondisi alat saat penyajian barang jadi. Seperti hasil wawancara yang diperoleh dari bapak Triyanto R. Soetardjo sebagai berikut:

“Kehalalan diperhitungkan sejak penentuan membeli bahan mentah, hanya membeli bahan yang halal zatnya, lalu membeli bahan mentah di lokasi yang terjamin kehalalannya. Setelah mendapatkan seluruh bahan mentah (bahan pokok hingga *flavour*), CV. Seleksi Alam Muria juga memproduksi dan menyajikan dengan cara yang halal lagi baik”⁵⁹

⁵⁷ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 08.00

⁵⁸ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 08.10

⁵⁹ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 08.15

“CV. Seleksi Alam Muria selalu menjual bahan makanan dan minuman segar serta diproduksi dengan cara yang baik pula, agar tetap terjaga kesegarannya”⁶⁰

“Setiap jam kerja, selalu ditugaskan 1 orang sebagai kapten dapur untuk memastikan bahwa segala proses produksi sesuai dengan standar operasional yang berlaku, Alat produksi selalu dibersihkan dan disterilisasi setiap selesai memasak atau menyeduh (setiap habis dipakai) dan alat packaging, dibersihkan secara rutin (setiap habis dipakai)”⁶¹

Berikut ini jenis-jenis produk yang diproduksi oleh CV. Seleksi Alam Muria dijelaskan dalam gambar berikut ini:⁶²



Gambar 4.2 Sirup Parijoto

⁶⁰ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 08.20

⁶¹ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 08.25

⁶² Dokumentasi CV. Seleksi Alam Muria



Gambar 4.3 Teh Parijottho



Gambar 4.4 Chips Parijottho



Gambar 4.5 Jelly Candy Parijottho



Gambar 4.6 Keripik Pakis



Gambar 4.7 Kultura Kombucha Kopi dan Parijotho

b. *Price*

Harga merupakan atribut yang melekat pada suatu barang yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Pada masa pandemi covid-19, harga menjadi bagian penting dalam pemasaran karena harga menjadi penentu dari keberhasilan serta berkembangnya suatu usaha.

Berdasarkan hasil observasi dari peneliti, peneliti menemukan bahwa penetapan harga pada masa pandemi covid-19 CV. Seleksi Alam Murnia tidak melakukan perubahan harga yang sudah ditentukan, harga yang sudah ditentukan masih sama dengan harga sebelum adanya pandemi covid-19. Perubahan harga terjadi apabila ada perubahan harga bahan baku yang digunakan dalam memproduksi kerajinan kayu.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dalam hal ini memberikan pertanyaan tentang strategi harga yang diterapkan oleh CV. Seleksi Alam Muria. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Tohu menuturkan sebagai berikut:

“Pertimbangan CV. Seleksi Alam Muria dalam menetapkan harga produk meliputi Keadilan (tidak merusak harga pasar), keseimbangan antara supply dan demand, harga Pokok Produk (HPP), harga jasa (gaji pegawai), tidak bersifat manipulatif dan tidak ada unsur kecurangan”⁶³

Triyanto R. Soetardjo juga mengungkapkan jika CV. Seleksi Alam Muria juga menghindari predatory pricing agar tidak menjatuhkan harga pasar. Dan yang terpenting adalah Triyanto tidak pernah melakukan penimbunan bahan mentah. Hal tersebut sesuai hasil wawancara sebagai berikut:

“Meskipun CV. Seleksi Alam Muria berdiri sendiri, dalam penetapan harga tetap ada penyesuaian dengan harga pasar. Sebelum menetapkan harga, CV. Seleksi Alam Muria mensurvei beberapa usaha sejenis dan melakukan penyesuaian, sesuai dengan HPP dan harga jasa produksi. Selain itu CV. Seleksi Alam Muria selalu berusaha melancarkan perputaran bahan, agar selalu tersedia bahan segar jadi saya tidak pernah menimbun bahan mentah.”⁶⁴

Berikut varian harga produk CV. Seleksi Alam Muria :⁶⁵

Tabel 4.1

Daftar Harga Produk UMKM CV. Seleksi Alam Muria

| Nama Produk | | Harga |
|--------------------|--------|------------|
| Sirup Parijotho | 250 ml | Rp 45.000 |
| | 350 ml | Rp 65.000 |
| | 500 ml | Rp 85.000 |
| | 630 ml | Rp 130.000 |
| Teh | Celup | Rp 110.000 |
| | Tubruk | Rp 90.000 |
| Permen | | Rp 25.000 |
| Chip | | Rp 25.000 |

⁶³ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 08.30

⁶⁴ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 08.30

⁶⁵ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 08.35

| | | |
|-------------------------------------|---------|------------|
| Pakis | | Rp 20.000 |
| Kultura Kombucha Parijotho dan Kopi | 250 ml | Rp 35.000 |
| | 1 liter | Rp 150.000 |

Sumber: data diolah peneliti, 2022

c. *Place*

Tempat merupakan bagian strategi dari bauran pemasaran. Berdasarkan hasil observasi dari peneliti, peneliti menemukan bahwa tempat usaha CV. Seleksi Alam Muria sudah berada di tempat yang strategis, daerah tersebut sudah banyak dikenal oleh masyarakat sebagai kampung UMKM. Hal tersebut juga akan mempermudah konsumen untuk menemukan lokasinya meski lokasinya tidak berada didekat jalan raya.

Konsumen yang ingin memesan produk kerajinan kayu dari CV. Seleksi Alam Muria dapat melalui dengan cara mendatangi langsung tempat CV. Seleksi Alam Muria serta konsumen juga dapat memesan produknya di marketplace maupun WA dari CV. Seleksi Alam Muria.

Konsumen dapat mengetahui lokasi usaha CV. Seleksi Alam Muria biasanya melalui informasi dari orang serta konsumen juga dapat mencarinya melalui google maps maupun google bisnis. Konsumen cukup mengetik kata CV. Seleksi Alam Muria maka akan muncul lokasinya.

Produk kerajinan kayu CV. Seleksi Alam Muria sudah di distribusikan ke berbagai daerah. Pendistribusiannya dengan cara pendistribusian secara langsung berupa pengiriman dari pihak CV. Seleksi Alam Muria ke konsumen, ada juga melalui perantara kedua yang disebut reseller atau tengkulak sebelum sampai ditangan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dari sisi tempat atau lokasi peneliti bertanya apakah tempat usaha CV. Seleksi Alam Muria ditentukan atas pertimbangan apa, berikut hasil wawancara dengan Triyanto:

“Dahulu saya merintis usaha sirup Parijotho dirumah orangtua, seiring berkembangnya usaha saya, alhamdulillah kini sudah bisa merintis usaha yang kebetulan 1 atap dengan rumah pribadi, saya membuat lokasi usaha pada tempat yang lebih

strategis, lebih dekat dengan lahan buah Parijotho dan mudah diakses, tidak berbahaya, sesuai dengan target pasar.”⁶⁶

Selain pertimbangan tempat produksi, Triyanto juga mempertimbangkan desain tata ruang lokasi produksi, seperti yang diungkapkan dalam wawancara berikut:

“Saya mendesain rumah sekaligus tempat produksi yang terbuka, agar tidak terjadi kasus asusila ataupun kegiatan maksiat lainnya, bisa menarik perhatian pelanggan, membuat nyaman pelanggan dengan memaksimalkan ruang. Untuk kebersihan ada petugas khusus yang menjaga kebersihan yang diawasi langsung oleh saya.”⁶⁷

Meskipun di hari Jum’at, ketika waktu sholat Jum’at tiba, CV. Seleksi Alam Muria tetap buka, hal itu karena pegawainya bukan laki-laki semua sehingga masih tetap buka sehingga masih bisa melayani pengunjung yang datang, hanya saja aktivitas operasional yang dihentikan. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan Triyanto sebagai berikut:

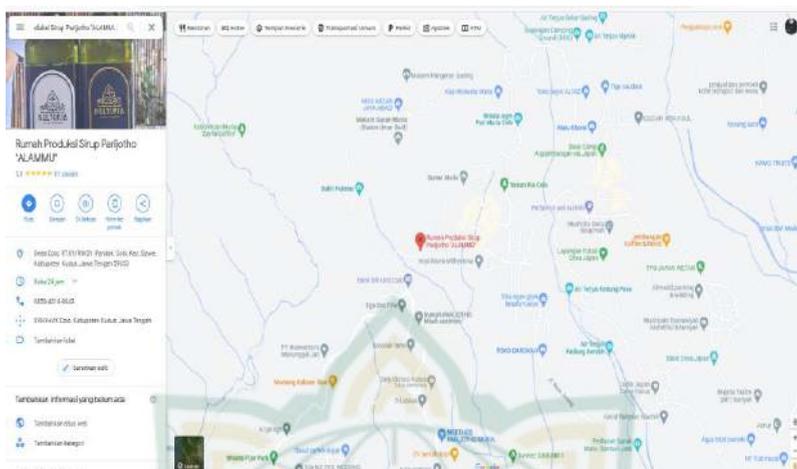
“CV. Seleksi Alam Muria tidak memiliki pintu ataupun pintu gerbang untuk masuk, sehingga ada beberapa pelanggan perempuan ataupun non-muslim yang datang di waktu sholat Jum’at. Akan tetapi, kegiatan operasional diberhentikan karena semua pegawai diwajibkan untuk menunaikan ibadah sholat Jum’at.”⁶⁸

Dibawah ini merupakan hasil temuan peneliti melalui google maps, bahwa lokasi CV. Seleksi Alam Muria berdekatan dengan obyek wisata Sunan Muria dan beberapa lokasi wisata disekitar Sunan Muria yang meruakan lokasi yang selalu ramai dikunjungi wisatawan dan peziarah. Hal ini juga mempermudah konsumen untuk mencari lokasi dari CV. Seleksi Alam Muria melalui internet

⁶⁶ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 08.40

⁶⁷ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 08.45

⁶⁸ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 08.50



Gambar 4.8 Lokasi CV. Seleksi Alam Muria Kudus di Google Maps

d. *Promotion*

Promosi merupakan bagian dari strategi bauran pemasaran agar konsumen lebih mengenal jenis produk yang dibuat oleh sebuah perusahaan. Demikian halnya pada masa pandemi covid-19 tentunya membutuhkan suatu promosi dalam memasarkan sebuah produk. Berdasarkan hasil observasi dari peneliti, peneliti menemukan bahwa dalam mempromosikan produk berawal dari promosi mulut ke mulut serta selalu mengikuti pameran-pameran baik ditingkat lokal maupun pameran dalam skala nasional. Selanjutnya dengan perkembangan zaman, pihak CV. Seleksi Alam Muria juga memanfaatkan media promosi melalui media sosial seperti WA dan juga melalui media sosial, Instagram. Selain itu Triyanto juga aktif mendirikan stand diberbagai acara pameran atau bazar.

Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“Sebelum pandemi, promosi dilakukan dengan cara dari mulut ke mulut, mengikuti bazar dan pameran. Seiring dengan perkembangan teknologi apalagi di masa pandemi ini, promosi saya lakukan dengan aktif di media sosial, Instagram. Dengan strategi Co-Branding dilakukan dengan jujur tidak mengada-ada.”⁶⁹

⁶⁹ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 08.50

Berikut akun media sosial, Instagram CV. Seleksi Alam Muria Kudus:⁷⁰



Gambar 4.9 Akun Instagram CV. Seleksi Alam Muria Kudus



Gambar 4.10 CV. Seleksi Alam Muria Kudus Mengikuti Bazar

e. *People*

Orang dalam bauran pemasaran adalah sumber daya manusia. Dalam ajaran Islam perilaku pegawai atau karyawan menjadi garda terdepan untuk mencitraan sebuah perusahaan. Perilaku pegawai sepatutnya menjadi sorotan, sebab pegawai merupakan tim terdepan yang berhubungan langsung dengan

⁷⁰ Dokumentasi CV. Seleksi Alam Muria

konsumen. Dengan kata lain, pegawai merupakan bagian terpenting dalam memuaskan konsumen. Oleh karenanya, sebagai perusahaan yang Islami hendaknya memiliki pegawai yang jujur, ramah, sabar, penolong, adil dan bertanggung jawab.

Berikut merupakan hasil wawancara dengan Triyanto terkait SDM CV. Seleksi Alam Muria:

“Karyawan di sini dipilih melalui proses wawancara yang sebelumnya juga di lihat pengalaman kerja dan riwayat kesehatan. Karyawan yang dipilih melalui proses seleksi, wawancara, training selama 1 bulan, pengangkatan karyawan tetap jika selama pelatihan, karyawan memenuhi syarat dan memiliki keinginan untuk menjadi karyawan tetap, jika tidak lolos tahap pelatihan, karyawan tetap diberi gaji 1 bulan”⁷¹

CV. Seleksi Alam Muria juga memiliki standar operasional para pegawainya saat bekerja dan juga menjaga kekompakan antar pegawai. Sesuai dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“ Jumlah pegawai saat ini ada 15 orang tidak termasuk owner, GM, HRD, dan Bendahara. Saya menetapkan standar operasional pegawai juga, muai dari pegawai harus mengikuti aturan yang ada di CV. Seleksi Alam Muria, Ramah dan sopan, Mau berpakaian yang rapi, Tidak membahayakan dan tidak mengganggu privasi pelanggan, Mau bekerja dalam tim, Selalu berkomunikasi dengan rekan kerja dan Tidak melakukan kegiatan yang mengganggu kerjasama tim. Selain itu saya menekankan semua pegawai harus menjaga kekompakan dengan mengadakan evaluasi rutin setiap minggu dan mengadakan trip bersama jika mencapai target laba.”⁷²

f. *Process*

Proses dapat berarti prosedur, mekanisme, serta alur kegiatan pelayanan terhadap konsumen. Dengan kata lain, proses merupakan alur atau metode perusahaan dalam melayani konsumen. Proses merupakan elemen yang tak kalah

⁷¹ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 08.55

⁷² Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 08.58

penting dengan elemen lainnya. Dalam perspektif Islam, berikut beberapa hal yang harus diperhatikan pada elemen proses dalam bauran pemasaran.

Hasil wawancara dengan Triyanto, bauran pemasaran proses yang diterapkan pada CV. Seleksi Alam Muria adalah sebagai berikut:

“Pegawai wajib memberi pelayanan yang terbaik kepada semua pelanggan. Selain itu CV. Seleksi Alam Muria juga menyediakan lahan parkir yang luas agar nyaman, serta menjaga kebersihan lokasi dengan merekrut tenaga kebersihan. Semua pegawai saya larang menerima tips apapun dari pelanggan agar tidak timbul perilaku suap. Selama jam kerja saya tekankan terus agar semua pegawai menjaga kekompakan hal itu saya laukan dengan evaluasi setiap minggunya.”⁷³

Berikut dokumentasi foto Triyanto dengan beberapa pegawainya:



Gambar 4.11 Triyanto dengan pegawainya

g. *Physical Evidence*

Physical Evidence merupakan elemen implisit yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam pelayanan. Dengan kata lain, elemen ini merupakan wujud fisik dari elemen pelayanan (proses). Pelayanan memang elemen yang tidak memiliki wujud fisik, sehingga calon konsumen harus mengambil resiko tidak terpuaskan dalam membeli sebuah produk. Oleh karena itu, elemen bukti fisik merupakan first

⁷³ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 09.00

impression yang ditampilkan pada konsumen dalam menunjukkan kemampuan kualitas pelayanannya.

Dalam bukti fisik ini strategi yang dilakukan CV. Seleksi Alam menurut pemaparan dari Triyanto yaitu:

“Fasilitas fisik yang diberikan kepada pegawai dan pelanggan yaitu tersedia ruang sholat yang nyaman, toilet yang bersih dan semua ruang yang terbuka agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan seperti maksiat.”⁷⁴

Berikut foto ruang sholat dan toilet yang tersedia di CV. Seleksi Alam Muria:⁷⁵



Gambar 4.12 Bagian Pelayanan



Gambar 4.13 Mushola CV. Seleksi Alam Muria

⁷⁴ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, tanggal 06 Agustus 2022 pukul 09.05

⁷⁵ Dokumentasi CV. Seleksi Alam Muria



Gambar 4.14 Toilet CV. Seleksi Alam Muria

2. Data Perbedaan Bauran Pemasaran Islam Sebelum dan saat pandemi covid-19 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Alammu Parijoto Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19

a. Product

Bauran pemasaran produk yang dilakukan oleh Triyanto selaku pemilik CV. Seleksi Alam Muria adalah menjaga kebersihan bahan mentah, hal tersebut berdasarkan hasil wawancara sebagai berikut:

“Sebelum pandemi semula saya hanya fokus pada pengembangan produk, Saat pandemi saya meningkatkan perawatan produk dengan menekankan kebersihan mulai dari bahan mentah, alat-alat penyajian, serta melakukan pengawasan extra terhadap karyawan agar tetap menjaga protokol kesehatan dengan ketat. Hanya saja penjualan produk secara offline mengalami penurunan tetapi mengalami peningkatan pembelian secara online.”⁷⁶

b. Price

Pada bauran pemasaran harga, meskipun dilanda pandemi Covid-19, Triyanto tidak menaikkan harga produknya. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara berikut:

“Tidak ada kenaikan harga, baik sebelum maupun saat pandemi semua harga produk Alammu tetap

⁷⁶ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 09.10

stabil, yang mempengaruhi harga hanya ketika terjadi kenaikan harga pada bahan baku saja.”⁷⁷

c. Place

Bauran pemasaran tempat yang diterapkan Triyanto sebelum dan saat masa pandemi Covid-19 adalah melakukan penyemprotan disinfektan serta menambah jadwal petugas kebersihan, hal ini sesuai dengan hasil wawancara berikut ini:

“Target sebelum pandemi yaitu bisa memperbanyak kapasitas konsumen/pengunjung. Karena lokasi Alammu dekat dengan banyak wisata di sini sehingga peluang kunjungan sangat besar. Tetapi saat pandemi membatasi kunjungan dan harus sering melakukan penyemprotan disinfektan setiap tutup jam operasional, dan penambahan jadwal petugas kebersihan selama jam operasional”⁷⁸

d. Promotion

Bauran pemasaran promosi yang dilakukan Triyanto sebelum dan selama pandemi yaitu melakukan *Co-Branding* dan juga aktif di media sosial. Sesuai dengan hasil wawancara berikut ini:

“Sebelum pandemi saya lakukan banyak diskon dan cashback pada pembelian ke Alammu, Seiring perkembangan teknologi apalagi pandemi ini saya melakukan pemasangan 2 produk menjadi 1 produk (*co-branding*), lebih banyak promosi online atau *Follow up* media sosial. Dengan cara promosi online malah meningkatkan volume penjualan lebih banyak dibanding sebelumnya.”⁷⁹

e. People

Bauran pemasaran SDM yang diterapkan Triyanto sebelum dan saat pandemi Covid-19 yaitu sering mengedukasi pegawainya mengenai seluk beluk Covid-19, hal tersebut disampaikan Triyanto dalam wawancara berikut:

“Seminggu sekali saya melakukan evaluasi kinerja dan saat pandemi saya menambah mengedukasi semua karyawan mengenai bahaya virus Covid-19,

⁷⁷ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, 06 Agustus 2022 Pukul 09.15

⁷⁸ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, tanggal 06 Agustus 2022 pukul 09.20

⁷⁹ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, tanggal 06 Agustus 2022 pukul 09.23

saya jelaskan cara menjaga diri supaya mawas diri dari virus tersebut. Karena pandemi juga jam kerja berkurang para pegawai juga tidak menerima gaji penuh seperti dulu.”⁸⁰

f. *Process*

Bauran pemasaran proses yang dilakukan Triyanto seebelum dan saat pandemi Covid-19 adalah dengan melakukan perubahan jam operasional dan jam kerja, pada proses pendistribusian produk juga tidak memiliki pengaruh selama pandemi. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara berikut :

“Perbedaannya cuma di jam operasional dan jam kerja pegawainya, sebelum pandemi dimulai pada jam 07.00 sampai jam 17.00 dengan adanya pandemi menjadi jam 7.00 sampai dengan jam 15.00 saja. Terkait proses pendistribusian barang juga tidak ada kendala, masih kondusif seperti biasa. Jadi tidak hanya mengutamakan kenyamanan konsumen, tetapi juga para ppegawai saya.”⁸¹

g. *Physical Evidence*

Bauran pemasaran *physical evidence* yang dilakukan Triyanto sebelum dan saat pandemi Covid-19 adalah dengan memberi batas atau jarak pada tempat duduk sesuai dengan protokol kesehatan, menyediakan handsanitizer dan aat untuk mengecek suhu tubuh. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara berikut:

“Sebelum pandemi yang tersedia hanya kebutuhan P3K, sekarang menyediakan handsanitizer, thermo gun dan melakukan pengaturan jarak disetiap sudut tempat duduk.”⁸²

09.25 ⁸⁰ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, tanggal 06 Agustus 2022 pukul

09.27 ⁸¹ Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, tanggal 06 Agustus 2022 pukul

09.30 ⁸² Wawancara dengan Triyanto R. Soetardjo, tanggal 06 Agustus 2022 pukul

C. Analisis Dan Pembahasan

1. Penerapan Bauran Pemasaran Islam (Islamic Marketing Mix) Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Alammu Parijoto Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19

Pada awal tahun 2020, sebelum wabah Covid-19 mewabah di Indonesia, CV. Seleksi Alam Muriasedang mengalami peningkatan yang cukup signifikan dan akan melakukan peningkatan outlet. Setelah terdampak wabah Covid-19, CV. Seleksi Alam Muriamemilih untuk menunda rencana peningkatan outlet. Sebelum pandemik Covid-19 CV. Seleksi Alam Muriamemiliki jam buka dari pukul 08.00 pagi sampai dengan 01.30 pagi dengan 3 shift kerja karyawan. Lalu setelah terdampak, CV. Seleksi Alam Muriamengurangi jam buka menjadi 08.00 pagi sampai dengan 19.00 dengan 2 shift kerja karyawan.

Pengurangan jam operasional tersebut berdampak pada terganggunya keseimbangan cash-flow CV. Seleksi Alam Muria. Demi menjaga keseimbangan cash-flow tersebut, CV. Seleksi Alam Muriamelakukan banyak perubahan strategi pemasarannya. Pada penelitian ini, akan dibahas mengenai penerapan marketing mix 7P yang diterapkan oleh CV. Seleksi Alam Muria. Sebagaimana disebutkan pada awal pembahasan, marketing mix 7P terdiri dari *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence*, dan *process*. Berikut penerapan marketing mix 7P pada CV. Seleksi Alam Muria.

a. *Product*

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar guna memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Produk dapat berupa barang, jasa, pengalaman, events, persons, tempat, properti, organisasi, informasi, serta ide. Sedangkan produksi merupakan serangkaian proses ataupun kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan produk. Tujuan utama dari proses produksi adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Dalam syariat Islam, halal merupakan syarat yang paling utama dari sebuah produk. Kehalalan tak hanya dinilai dari dzatnya, proses produksi juga tidak boleh keluar dari syariat Islam. Beberapa hal yang harus diperhatikan pada bauran produk syariah adalah sebagai berikut :

- ✓ Menunjukkan kepatuhan syariah
- ✓ Tidak menggunakan Asmaul Husna dalam penamaan produk
- ✓ Halal
- ✓ Label yang akurat

- ✓ Kemasan tidak mudah rusak
- ✓ Tidak berbahaya
- ✓ Tidak membodohi
- ✓ Tidak berdampak buruk bagi lingkungan
- ✓ Dapat dibawa konsumen

Produk yang ditawarkan oleh CV. Seleksi Alam Muriamemiliki proses yang cukup panjang sebelum produk diterima oleh konsumen. Dengan kata lain, CV. Seleksi Alam Muriaterbilang sangat serius dalam menentukan produk apa yang akan ditawarkan kepada konsumen. Sebagai usaha yang bergerak di bidang F&B, CV. Seleksi Alam Muriamemiliki standar kualitas produk, packaging, pelayanan produk, dan penyajian produk.

Secara teoritis produk merupakan hasil produksi yang ditawarkan oleh suatu usaha guna memenuhi keinginan konsumen. Menurut M Syahrandy, setiap usaha memiliki kebebasan penuh untuk memilih produk apa yang akan ditawarkan, asalkan bernilai komersil. Akan tetapi sebagai seorang muslim, tentunya Khoirul Umam dan seluruh bagian manajerialnya terikat oleh hukum syariah. Oleh karenanya penentuan hingga perawatan produk di CV. Seleksi Alam Muriamemiliki proses yang cukup serius. Secara sederhana, berikut proses produk di CV. Seleksi Alam Muria.

1) Penetapan Produk

Penetapan akan calon produk dikaji dengan serius di CV. Seleksi Alam Muria. Sebab pada tahap ini, merupakan tahap proses mengkonsep secara keseluruhan distribusi produk, mulai dari membeli bahan mentah hingga produk tersebut diterima oleh pelanggan. CV. Seleksi Alam Muriamemiliki beberapa kriteria produk yang akan ditawarkan kepada konsumen, antara lain sebagai berikut :

- a) Halal secara dzat
- b) Tidak mendatangkan kemudharatan
- c) Produk yang *thoyyibah*
- d) Layak konsumsi
- e) Bernilai komersil
- f) Berdampak baik terhadap lingkungan sosial
- g) *Packaging* bersih dan steril
- h) Tidak membodohi konsumen
- i) Sesuai dengan kebutuhan target pasar

Dalam masa pandemik Covid-19 CV. Seleksi Alam Muriamemberikan perhatian lebih terhadap standar produknya, terutama dalam hal kesterilan bahan mentah, kesterilan packaging, dan kesterilan petugas yang berhubungan langsung dengan produk dengan cara mematuhi protokol kesehatan seperti yang dihimbau oleh pemerintah.

2) Belanja Bahan Mentah

Kehalalan diperhitungkan sejak penentuan membeli bahan mentah. CV. Seleksi Alam Muriahanya membeli bahan makanan ataupun minuman yang halal dzatnya, lalu membeli bahan mentah di lokasi yang terjamin kehalalannya (hanya membeli bahan mentah yang memiliki label halal dari Majelis Ulama Indonesia). Setelah mendapatkan seluruh bahan mentah (bahan pokok hingga flavour), CV. Seleksi Alam Muriajuga memproduksi dan menyajikan dengan cara yang halal lagi baik. CV. Seleksi Alam Muriajuga selalu menjual bahan makanan dan minuman segar serta diproduksi dengan cara yang baik pula, agar tetap terjaga kesegarannya.

Dalam masa pandemik wabah covid-19 CV. Seleksi Alam Muriamembeli bahan mentah di lokasi yang sudah menerapkan protokol kesehatan, sehingga terjamin kesterilannya. Dengan demikian, bahan mentah yang digunakan CV. Seleksi Alam Muriauntuk memproduksi produk yang ditawarkan CV. Seleksi Alam Muriaterjamin kesterilannya dari wabah covid-19.

3) Pengolahan Produk

Pengolahan produk CV. Seleksi Alam Muriadijalankan oleh banyak pihak, antara lain Kasir, Barista, dan waitress. Serta Supervisor bertanggung jawab akan penyimpanan bahan mentah. Produk di CV. Seleksi Alam Muriahanya diolah jika ada permintaan dari konsumen, hal tersebut dilakukan untuk menjaga kesegaran produk di CV. Seleksi Alam Muria.

Proses pengolahan barang mentah juga dipastikan tak lepas dari berbagai macam standar produk. Setiap jam kerja, selalu ditugaskan salah satu petugas sebagai leader dapur untuk memastikan bahwa segala proses produksi sesuai dengan standar operasional yang berlaku.

Pada masa covid-19 mewabah di Indonesia, CV. Seleksi Alam Muriamewajibkan para karyawan yang

bertugas memproduksi bahan mentah menjadi bahan siap konsumsi untuk selalu mematuhi protokol kesehatan. Aturan tersebutpun diawasi langsung oleh leader dari setiap tim kerja, sesuai dengan shift kerja karyawan.

4) Packaging dan Penyajian

Proses packaging dan penyajian merupakan tahap akhir dari proses produksi, sebelum produk diterima oleh pelanggan. Pada tahap ini, CV. Seleksi Alam Muriamemerhatikan dengan serius akan kebersihan alat produksi dan alat packaging bersih dan steril, sesuai dengan standar produk yang ditetapkan sejak awal. Sedangkan pada masa wabah covid-19, penyimpanan alat packaging dan petugas yang melayani produk pun tak lepas dari penerapan protokol kesehatan, agar pelanggan memiliki rasa aman dari wabah covid-19 dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan oleh CV. Seleksi Alam Muria.

b. *Price*

Dalam perspektif Islam, harga ditentukan oleh mekanisme pasar. Dengan kata lain, masyarakat mempunyai kebebasan untuk menentukan harga. Islam tidak menyetujui adanya kegiatan hegemoni terhadap pasar. Oleh karena itu, berbagai macam larangan yang mengganggu mekanisme pasar harus dihindari oleh semua pihak.

Harga merupakan nilai dari sebuah produk, bukan hanya sekadar sejumlah uang ekuivalen dengan produk yang dibeli dan dijual. Harga mencerminkan nilai dari sebuah produk. Dalam Islam, semakin tinggi nilai produk maka semakin mahal pula harganya. Berikut faktor-faktor dalam menentukan harga menurut perspektif Islam:

- j) Berasaskan ketauhidan
- k) Berasaskan keadilan
- l) Pendekatan kesejahteraan bersama
- m) Tidak memprioritaskan profit maksimal
- n) Tidak memiliki unsur kecurangan
- o) Menyesuaikan dengan harga pasar
- p) Tidak manipulatif
- q) Tidak menggunakan teknik *predatory pricing*
- r) Tidak melakukan penimbunan

Penerapan elemen *price* CV. Seleksi Alam Muriaterkonsep dengan serius. Lalu, selain produk terkonsep dengan baik dan berjalan sesuai dengan standar produk yang

berlaku. CV. Seleksi Alam Muriamenetapkan harga sebuah produk dengan banyak pertimbangan pula, antara lain sebagai berikut :

- 1) Berasaskan keadilan
- 2) Menyesuaikan dengan harga pasar
- 3) Tidak menggunakan teknik *predatory pricing*
- 4) Seimbang antara *supply* dan *demand*
- 5) Tidak mengandung unsur manipulatif
- 6) Tidak mengandung kecurangan
- 7) Harga produk merupakan hasil penjumlahan dari laba, harga pokok produksi dan jasa atau gaji pegawai (laba + HPP + gaji pegawai = harga produk)

Tidak menggunakan *predatory pricing* merupakan usaha CV. Seleksi Alam Muriuntuk tetap menjaga kestabilan harga produk. Dengan kata lain, agar tidak menjatuhkan pendatang baru dengan jenis usaha sejenis. Oleh sebab itu, sebelum menetapkan harga produk, CV. Seleksi Alam Muriamelakukan survei ke beberapa jenis usaha yang sama.

Selain itu, CV. Seleksi Alam Muriatidak melakukan penimbunan barang, demi menjaga kestabilan harga di pasar. Tentunya penimbunan barang sering terjadi tanpa disadari oleh pelaku usaha. Untuk menghindari hal tersebut, CV. Seleksi Alam Muriaberusaha dengan cara menjaga keseimbangan *cash-flow* (produk keluar dan jumlah belanja bahan mentah) CV. Seleksi Alam Muri. Karena dengan menjaga keseimbangan *cash-flow*, CV. Seleksi Alam Muriatidak akan melakukan penimbunan barang dan bahan produksi.

Pada masa covid-19 sedang mewabah, meskipun terdapat peningkatan *cost* yang cukup signifikan bagi CV. Seleksi Alam Muri, CV. Seleksi Alam Muri tetap mempertahankan harga produknya pada harga yang sudah diterapkan pada sebelum masa pandemik Covid-19 demi menjaga kestabilan harga pasar. Akan tetapi demi menjaga kestabilan pendapatan, CV. Seleksi Alam Muri mengadakan promosi dengan metode *co-branding*, pemasangan terhadap produk yang terbilang jarang keluar ataupun terhadap produk baru, seperti jika pelanggan membeli *riceball* dan Jus mendapat diskon sebesar 10%.

c. *Place*

Tempat yang dimaksud adalah lokasi perusahaan berdiri. Hendaknya lokasi perusahaan mudah dijangkau oleh

target pasar, aman, serta memiliki nilai strategis sehingga mempermudah proses transaksi dengan konsumen. Sedangkan dalam perspektif Islam, lokasi usaha boleh dimana saja asalkan bukan di lahan persengketaan dan dalam Islam pula ditekankan untuk mendekatkan lokasi usaha dengan pelanggan.

Berikut beberapa komponen yang merupakan ciri khas dari pemasaran islami:⁸³

- g) Tidak berbahaya
- h) Tidak ada penundaan
- i) Tidak ada paksaan
- j) Saluran dibuat agar pelanggan tidak terbebani
- k) Tutup selama sholat Jum'at
- l) Tidak ada lokasi yang berkemungkinan untuk melakukan maksiat

CV. Seleksi Alam Muriaberlokasi di Jalan Kaliurang KM. 12, RW. 5, Candi Karang, Sardonoharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Di lokasi usaha terdapat lahan parkir berukuran 15x40 m² dan lokasi 40x50 m², tanpa gerbang dan pintu. Akan tetapi, karena lokasi parkir di dekat jalan raya, terdapat pembatas antara jalan raya dan CV. Seleksi Alam Muria. Dan setiap tiba waktu sholat Jum'at, CV. Seleksi Alam Muriamenghentikan kegiatan operasionalnya, sehingga jika ada konsumen non-muslim atau perempuan yang datang ketika waktu sholat Jum'at, harus menunggu operasional CV. Seleksi Alam Muriadijalankan kembali.

Pemilihan lokasi usaha dilakukan setelah penentuan target pasar. Target pasar yang ditetapkan oleh CV. Seleksi Alam Muriadalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Oleh karenanya, lokasi usaha CV. Seleksi Alam Muriaditempatkan dekat dengan target pasar yang dituju. Selain dekat dengan target pasar, lokasi CV. Seleksi Alam Muriamudah diakses dan tidak berbahaya. Setelah mendapatkan lokasi yang sesuai dengan kriteria (dekat dengan target pasar, mudah diakses, dan tidak berbahaya), CV. Seleksi Alam Muriamemiliki beberapa standar untuk mendesain lokasi usaha, antara lain sebagai berikut.

⁸³ Liu Nashrul Fath, "Penerapan Marketing Islam Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Wabah Covid-19 (Studi Kasus Pada Bento Kopi Jakal)", 24.

- 1) Terbuka, untuk menghindari kasus perbuatan asusila dan kegiatan maksiat lainnya
- 2) Nyaman bagi konsumen dan pegawai
- 3) Menarik dalam pandangan
- 4) Maksimalisasi ruang (keseimbangan antara kuantitas dan kualitas)

CV. Seleksi Alam Muriasangat memperhatikan kebersihan lokasi usahanya. Untuk merawat kebersihan lokasi usaha, CV. Seleksi Alam Muriamenugaskan petugas kebersihan untuk merawat kebersihan lokasi secara berkala dan diawasi secara langsung oleh HRD. Demi membantu pemerintah untuk menghadapi wabah Covid-19, dalam masa pandemik Covid-19, CV. Seleksi Alam Muriamemberikan perhatian lebih terhadap lokasi outlet. Perhatian tersebut dilakukan dengan berbagai macam cara, seperti peningkatan jadwal kebersihan, penyemprotan disinfektan setiap outlet tutup, menyediakan handsanitizer, dan lainnya. Perawatan kebersihan lokasi usaha, menjadi sorotan utama CV. Seleksi Alam Muriaselama masa covid-19 mewabah di Indonesia. Peningkatan jam kerja petugas kebersihan dilakukan demi kenyamanan konsumen, terutama kebersihan musholla dan kamar mandi.

d. *Promotion*

Promosi merupakan cara perusahaan memperkenalkan produk yang mereka tawarkan pada konsumen. Bauran ini merupakan bagian dari communication mix dan termasuk bagian terpenting dalam melakukan pemasaran. Sebab jika tidak ada komunikasi dan promosi mengenai produk yang ditawarkan pada konsumen maka konsumen tidak akan mengenal produk tersebut. Jika demikian, perusahaan tak akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Terdapat 8 jenis komunikasi dalam melakukan promosi.

- a) Iklan atau *advertising*, bentuk komunikasi non-personal dan promosi dilakukan melalui media cetak, media siaran, media elektronik dan lain sebagainya.
- b) *Sales promotion*, stimulus yang diberikan guna mendorong keinginan konsumen untuk membeli produk. Hal ini dilakukan dengan memberi sampel kepada konsumen, kupon kepada konsumen, serta menyebarkan tenaga penjualan (*sales force*) untuk promosi.
- c) *Events* atau *experience*, promosi yang dilakukan dengan

cara mensponsori sebuah acara.

- d) Hubungan masyarakat, program publikasi yang dilakukan antar karyawan maupun karyawan terhadap masyarakat
- e) *Direct marketing*, komunikasi personal atau langsung, dilakukan melalui sms, *e-mail*, dan sebagainya.
- f) *Interactive marketing*, komunikasi yang berbasis media *online* guna meningkatkan *awareness* konsumen ataupun calon konsumen.
- g) Word of mouth marketing, komunikasi yang terjadi dari mulut ke mulut, terjadi antara konsumen dan calon konsumen maupun antara perusahaan dan calon konsumen.
- h) Personal *selling*, komunikasi yang terjadi secara tatap muka.

Sedangkan menurut perspektif Islam, ada beberapa hal yang wajib diperhatikan dalam kegiatan promosi, berikut rinciannya :

- j) Patuh terhadap syariat Islam
- k) Tidak memanfaatkan perempuan untuk menjadi daya tarik
- l) Tidak menggunakan bahasa yang sugestif
- m) Tidak berbohong
- n) Tidak menggunakan daya tarik seksual
- o) Tidak ada sumpah atas nama Allah SWT
- p) Tidak berlebihan dalam mengungkapkan keunggulan
- q) Tidak cabul
- r) Pengungkapan kecacatan pada produk, jika ada kecacatan

Secara umum CV. Seleksi Alam Muriamelakukan jenis komunikasi *advertising*, *public relation* atau hubungan masyarakat, *interactive marketing*, serta *word of mouth marketing* dalam melakukan promosi. Dalam proses promosi, CV. Seleksi Alam Muriatidak menggunakan wanita, sesuatu yang berbau seksual, kalimat amoral, dan kalimat yang mengandung unsur manipulatif sebagai daya tarik konsumen. Dan saat ini CV. Seleksi Alam Muriasedang menerapkan metode *co-branding*, metode yang menggabungkan dua produk menjadi satu produk. Promosi disampaikan langsung oleh petugas kasir, tanpa ada unsur manipulatif dan paksaan. Pada masa wabah pandemik covid-19, CV. Seleksi Alam Muriamelakukan promosi melalui media sosial Instagram dan melalui petugas kasir. Promosi yang diunggulkan dan selalu dikomunikasikan kepada konsumen adalah kebersihan,

kesterilan, serta penerapan protokol kesehatan yang dianjurkan oleh pemerintah. Dalam rangka melawan wabah covid-19, CV. Seleksi Alam Muriaselalu mengingatkan para konsumen untuk selalu mematuhi protokol yang dianjurkan oleh pemerintah. Pada masa pandemik CV. Seleksi Alam Muriamelakukan peningkatan promosi melalui media sosial. Selain itu, CV. Seleksi Alam Muriamelakukan promo produk yang disampaikan oleh petugas kasir secara *offline*.

e. **People (SDM)**

Kata lain dari orang dalam bauran pemasaran adalah sumber daya manusia. Dalam ajaran Islam perilaku pegawai atau karyawan menjadi garda terdepan untuk mencitraan sebuah perusahaan. Perilaku pegawai sepatutnya menjadi sorotan, sebab pegawai merupakan tim terdepan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Dengan kata lain, pegawai merupakan bagian terpenting dalam memuaskan konsumen. Oleh karena, sebagai perusahaan yang Islami hendaknya memiliki pegawai yang jujur, ramah, sabar, penolong, adil dan bertanggung jawab. Berikut rincian yang harus diperhatikan dalam elemen people atau SDM bauran pemasaran Islam :

- i) Berasaskan ketauhidan
- j) Ramah dan sopan
- k) Murah senyum dan jujur
- l) Berpenampilan atau berpakaian yang baik
- m) Aroma wangi
- n) Menghormati privacy
- o) Tidak memaksa
- p) Menghindari perilaku yang mencurigakan

Saat ini CV. Seleksi Alam Muriamemiliki 15 karyawan, tidak termasuk pemilik usaha, direktur utama, GM, HRD, dan bendahara. Sumber daya manusia yang bertugas di CV. Seleksi Alam Muriadengan proses perekrutan karyawan. Berikut proses perekrutan karyawan CV. Seleksi Alam Muria:

- 1) Membuka lowongan pekerjaan
- 2) Seleksi berkas pendaftar
- 3) Wawancara
- 4) Pelatihan 1 bulan setelah diterima
- 5) Pengangkatan karyawan tetap jika selama pelatihan, karyawan memenuhi syarat dan memiliki keinginan untuk menjadi karyawan tetap

- 6) Jika tidak lolos tahap pelatihan, karyawan tetap diberi gaji 1 bulan

Dalam proses operasional, CV. Seleksi Alam Muriamemiliki standar operasional yang harus dipatuhi oleh pegawai, antara lain sebagai berikut :

- 1) Mau mengikuti aturan yang ada di CV. Seleksi Alam Muria
- 2) Ramah dan sopan
- 3) Mau berpakaian yang rapi
- 4) Tidak membahayakan dan tidak mengganggu privasi pelanggan
- 5) Mau bekerja dalam tim
- 6) Selalu berkomunikasi dengan rekan kerja
- 7) Tidak melakukan kegiatan yang mengganggu kerjasama tim

Kerjasama tim merupakan faktor utama dalam kemajuan CV. Seleksi Alam Muria. Dalam rangka merawat hubungan baik antar pegawai, CV. Seleksi Alam Muriaselalu menyediakan ruang bicara bagi pegawai untuk berkeluh kesah setiap evaluasi dan mengadakan jalan-jalan bersama secara berkala.

Pada masa covid-19 mewabah di Indonesia dan mengganggu kestabilan ekonomi UMKM, CV. Seleksi Alam Muriatidak melakukan pengurangan karyawan, CV. Seleksi Alam Murialebih memilih mengurangi laba bersih daripada melakukan pemecatan terhadap karyawan. Akan tetapi, CV. Seleksi Alam Muriamelakukan pengurangan shift kerja karyawan, sebelum masa pandemik karyawan CV. Seleksi Alam Muriabekerja 10 jam per-shift menjadi 8 jam per-shift. Pengurangan jam kerja tersebut terjadi karena adanya perubahan jam operasional CV. Seleksi Alam Muria.

Sebagai petugas yang berhubungan langsung dengan konsumen, Waitress dan kasir bertanggung jawab untuk mengingatkan konsumen untuk mematuhi protokol kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah. Dalam hal lain, tidak ada perubahan seragam bagi karyawan selama masa pandemik. Akan tetapi CV. Seleksi Alam Muriamewajibkan karyawan (Barista, Kitchen Staff, Cashier, dan waitress) untuk mematuhi protokol kesehatan seperti yang dianjurkan oleh pemerintah.

f. *Process*

Proses dapat berarti prosedur, mekanisme, serta alur kegiatan pelayanan terhadap konsumen. Dengan kata lain, proses merupakan alur atau metode perusahaan dalam melayani konsumen. Proses merupakan elemen yang tak kalah penting dengan elemen lainnya. Dalam perspektif Islam, berikut beberapa hal yang harus diperhatikan pada elemen proses dalam bauran pemasaran :

- 1) Berasaskan ketauhidan
- 2) Mengucapkan salam
- 3) Pelayanan yang Islami
- 4) Menghindari penyipuan
- 5) Jujur, adil dan menghargai pelanggan
- 6) Tidak menggunakan teknik penjualan yang menekan pembeli
- 7) Tidak bersumpah atas nama Allah SWT.
- 8) Tidak mengeksploitasi
- 9) Tidak melakukan kegiatan transaksi yang manipulatif
- 10) Interaksi antar-staff yang efisien
- 11) Menghormati waktu

Petugas kasir dan waitress merupakan pegawai yang bertugas untuk berhubungan langsung dengan konsumen di CV. Seleksi Alam Muria. Oleh karenanya, petugas waitress dan petugas kasir diawasi secara langsung oleh HRD, agar tetap menjalankan standar operasional pegawai yang sudah disepakati bersama (standar operasional karyawan CV. Seleksi Alam Muriaterdapat pada pembahasan elemen pemasaran people).

Selain CV. Seleksi Alam Muriamenawarkan keramahan pegawai bagi konsumen, CV. Seleksi Alam Muriamenyediakan fasilitas lain bagi konsumen, antara lain sebagai berikut :

- a) Lokasi parkir yang luas
- b) Tempat yang nyaman dan luas
- c) Makanan dan minuman halal lagi baik
- d) Kebersihan lokasi yang terjaga

Sebelum masa covid-19 mewabah di Indonesia, CV. Seleksi Alam Muriaberoperasi sejak pukul 07.00 pagi hingga pukul 17.00. Selama masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) CV. Seleksi Alam Muriaberoperasi sejak pukul 07.00 pagi hingga pukul 15.00. Selama jam operasional CV. Seleksi

Alam Muriadalam masa pandemik tersebut, CV. Seleksi Alam Muriamenerapkan kebijakan menjaga jarak dan mewajibkan karyawan untuk selalu membersihkan tubuh secara berkala sebelum melayani pelanggan. Sebelum konsumen masuk ke lokasi usaha CV. Seleksi Alam Muriia, pihak CV. Seleksi Alam Muriia mengadakan pengecekan suhu tubuh, mewajibkan pelanggan untuk mencuci tangan dan melarang konsumen yang tidak menggunakan masker untuk masuk ke lokasi CV. Seleksi Alam Muriia.

g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Physical Evidence merupakan elemen implisit yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam pelayanan. Dengan kata lain, elemen ini merupakan wujud fisik dari elemen pelayanan (proses). Pelayanan memang elemen yang tidak memiliki wujud fisik, sehingga calon konsumen harus mengambil resiko tidak terpuaskan dalam membeli sebuah produk. Oleh karena itu, elemen bukti fisik merupakan first impression yang ditampakkan pada konsumen dalam menunjukkan kemampuan kualitas pelayanannya. Berikut beberapa rincian yang harus diperhatikan pada elemen bukti fisik menurut perspektif pemsaran Islam :

- 1) Mematuhi hukum-hukum Islam
- 2) Tidak menyediakan ruang berjudi
- 3) Tersedia tempat khusus untuk sholat
- 4) Menyedian tempat wudhu
- 5) Terdapat kamar mandi

CV. Seleksi Alam Muriatidak menyediakan lokasi untuk berjudi dan berbuat maksiat. Dan bersikap keras bagi konsumen yang tetap melakukan maksiat di CV. Seleksi Alam Muriia. Jika terdapat konsumen ataupun karyawan yang melakukan apapun jenis maksiat, CV. Seleksi Alam Muriadengan tegas mengusir pelaku dari lokasi usaha. Selain itu, CV. Seleksi Alam Muriamenyediakan 2 kamar mandi termasuk kloset, fasilitas tempat wudhu dan musholla untuk konsumen muslim. Musholla, lokasi wudhu, serta kamar mandi untuk karyawan ditempatkan tempat yang berbedan dengan lokasi fasilitas konsumen. Hal tersebut dilakukan demi mendukung sistem operasional di CV. Seleksi Alam Muriia.

Pada masa wabah pandemik covid-19, tidak terdapat perubahan signifikan terhadap furniture ataupun fasilitas fisik lainnya di CV. Seleksi Alam Muriia, hanya mengganti furniture yang sudah tak layak pakai dan menambah beberapa

kursi dan meja selama masa pandemik Covid-19. Selama masa pandemik Covid-19 CV. Seleksi Alam Muriamengalokasikan dananya untuk memfasilitasi pelanggan agar tetap patuh terhadap protokol kesehatan, seperti mengadakan pengecekan suhu tubuh pada pelanggan, menyediakan hand-wash dan handsanitizer, serta memberikan himbauan tertulis bagi pelanggan untuk tetap mematuhi protokol kesehatan.

2. Perbedaan Bauran Pemasaran Islam Sebelum dan saat pandemi covid-19 Usaha Mikro Kecil Menengah Alammu Parijoto Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19

Wabah Corona Viruses Disease 2019 telah ditetapkan menjadi pandemik berskala internasional oleh Badan Kesehatan Dunia. Hal tersebut berdampak besar pada ekonomi global, khususnya dalam sektor UMKM. Sedangkan data yang diteritkan oleh Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Indonesia pada tahun 2018 menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia terdapat sebanyak 62,9 juta unit. Keberadaan UMKM di Indonesia mampu menyerap sebanyak 97% tenaga kerja di Indonesia. Hal tersebut memberi kemungkinan UMKM dapat menyumbang sebesar 60% terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia. Adapun menurut Anggraeni dkk. dalam jurnalnya menuliskan bahwa pandemik covid-19 berdampak buruk bagi ekonomi Indonesia, khususnya pada sektor pariwisata, perdagangan, hingga UMKM. Untuk menghadapi krisis tersebut, Usaha Mikro Kecil dan Menengah dituntut untuk melakukan strategi bertahan, dengan kata lain tidak mengedepankan laba yang maksimal. Untuk melakukan promosi produk, UMKM dalam negeri dituntut untuk beradaptasi dan melakukan promosi hingga penjualan melalui media online.⁸⁴

Setelah pembahasan tersebut diatas, CV. Seleksi Alam Muriasebagai usaha yang bergerak di bidang UMKM terkena dampak secara massif dalam masa pandemik covid-19. Adapun dampak dan cara CV. Seleksi Alam Muriadalam masa pandemik covid-19 telah dibahas secara rinci pada pembahasan sebelumnya. Dalam masa wabah pandemik covid-19, CV. Seleksi Alam Muriamelakukan strategi bertahan dengan menambahkan beberapa kebijakan, serta mengadaptasi sistem promosi kepada online marketing. Menurut M Syarandy (asisten general manager

⁸⁴ Anggraeni, Wilfarda Charismanur, Wulan Puspita Ningtiyas, and Nurdiyah Nurdiyah. "Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia." *Journal of Government and Politics (JGOP)* 3.1 (2021): 47-65.

CV. Seleksi Alam Muria), dengan penerapan *islamic marketing* pada CV. Seleksi Alam Muriasejak awal berdirinya, tidak membuat CV. Seleksi Alam Muriaterdampak secara serius, hanya sedikit hal yang perlu diadaptasi dalam menghadapi masa pandemik covid-19. Adapun beberapa perbedaan kebijakan di CV. Seleksi Alam Muriaantara sebelum masa pandemik covid- 19 dan selama pandemik covid-19, tanpa keluar dari konsep pemasaran Islam atau penerapan strategi bertahan yang Islami di CV. Seleksi Alam Muriasebagai berikut:

- a. **Product**, sebelum masa pandemik covid-19 CV. Seleksi Alam Muriahanya membeli bahan mentah yang memiliki label halal dari Majelis Ulama Indonesia. Namun dalam masa pandemik covid-19, CV. Seleksi Alam Muriamenambah aturannya dalam membeli bahan mentah, yakni hanya membeli bahan mentah di lokasi yang sudah menerapkan protokol kesehatan. Lalu, CV. Seleksi Alam Muriamemperketat kebersihan dan kesterilan produknya pada proses pengolahan hingga penyajian dengan cara mensterilisasi petugas, alat produksi, dan packaging secara berkala.
- b. **Price**, dengan penerapan pemasaran yang Islami, CV. Seleksi Alam Muriatidak meningkatkan harga produknya. Dengan kata lain, tidak ada perbedaan yang signifikan pada elemen harga di CV. Seleksi Alam Muria.
- c. **Place**, pada masa sebelum covid-19 mewabah di Indonesia CV. Seleksi Alam Muriamenugaskan petugas kebersihan hanya 3 kali dalam setiap shift. Namun, terdapat penambahan jam kerja pada petugas kebersihan dalam masa pandemik covid-19, yakni petugas wajib membersihkan lokasi setiap jam, selama jam operasional. Selain itu terdapat pula penambahan alat kebersihan, seperti penggunaan disinfektan untuk mensterilisasi lokasi usaha.
- d. **Promotion**, pada masa pandemik covid-19 CV. Seleksi Alam Muriamemfokuskan promosi produknya melalui media sosial instagram dan melakukan penjualan melalui media partner ojek online. Perbedaan yang paling mencolok pada promosi CV. Seleksi Alam Muriaantara sebelum dan selama masa pandemik covid-19 adalah selalu menyarankan masyarakat untuk mematuhi protokol kesehatan seperti yang sudah dianjurkan oleh pemerintah.
- e. **People (SDM)**, pada masa pandemik covid-19 CV. Seleksi Alam Muriatidak melakukan pengurangan karyawan, hanya pengurangan shift kerja karyawan. Sebelum masa pandemik

covid-19 CV. Seleksi Alam Muriamemberlakukan 10 jam per-shift kerja. Lalu selama pandemik covid-19 CV. Seleksi Alam Muriamengurangi 2 jam setiap shift kerja karyawan, yakni hanya 8 jam per-shift. Disisi lain, karyawan CV. Seleksi Alam Muriadiwajibkan untuk mematuhi protokol kesehatan selama bekerja dan dilakukan pengecekan suhu sebelum mulai bekerja.

- f. **Process**, sebelum masa pandemik covid-19 CV. Seleksi Alam Muriamulai beroperasi sejak pukul 08.00 pagi hingga pukul 01.00 pagi. Lalu dalam masa pandemik covid-19 terdapat pengurangan jam operasional di CV. Seleksi Alam Muria, yakni dari pukul 08.00 pagi hingga pukul 07.00 malam. Selama jam operasional yang baru tersebut, CV. Seleksi Alam Muriamenerapkan kebijakan untuk menjaga jarak bagi karyawan dan konsumen. Dan karyawan diwajibkan untuk mensterilisasi tubuhnya sebelum melayani konsumen.
- g. **Physical Evidence**, secara signifikan tidak terdapat perbedaan pada bukti fisik pada Alammu antara sebelum masa pandemik covid-19 dan selama masa pandemik. Hanya terdapat penambahan rambu untuk mematuhi protokol kesehatan, menyediakan hand-sanitizer, hand-wash, serta pengecekan suhu tubuh pada pelanggan.

Sebagai usaha yang terkelompok ke dalam UMKM, CV. Seleksi Alam Muriaterkena dampak yang terbilang massif. Meskipun tidak memiliki banyak perbedaan antara sebelum masa pandemik dan selama masa pandemik covid-19, CV. Seleksi Alam Muriamenambahkan beberapa kebijakan baru seperti yang sudah disebutkan di atas untuk mempertahankan kesejahteraan bersama, terutama kesejahteraan karyawan menjadi prioritas utama CV. Seleksi Alam Muriadi tengah pandemik covid-19. Oleh karenanya, CV. Seleksi Alam Muriadituntut untuk mengadaptasi konsep pemasarannya dalam masa pandemik covid-19. Dengan demikian, dapat kita simpulkan bahwa beberapa poin di atas merupakan strategi bertahan yang diterapkan oleh CV. Seleksi Alam Muria.

Produk merupakan sejumlah atribut fisik, psikis, simbolik, dan jasa yang diciptakan guna memuaskan kebutuhan konsumen. Menurut perspektif Islam, produk yang ditawarkan haruslah produk yang halal, thayyib, dan berguna bagi masyarakat atau konsumen. Artinya selain halal dan bernilai komersil, sebuah produk yang sesuai dengan pemasaran yang Islami harus

memiliki benefit bagi konsumen.⁸⁵ Produk yang ditawarkan oleh CV. Seleksi Alam Muria memiliki kriteria yang sama dengan bauran produk syariah yang tersebut di atas. Kehalalan produk dan kelayakan konsumsi produk merupakan prioritas utama CV. Seleksi Alam Muria. Kehalalan dapat terbukti karena dalam membeli bahan mentah, CV. Seleksi Alam Muria hanya membeli produk yang bersertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia. Selain itu, produk yang ditawarkan oleh CV. Seleksi Alam Muria memberikan manfaat bagi konsumen karena tidak memiliki sifat mudharat dalam setiap produknya. Dengan demikian, dari sisi elemen produk dalam bauran pemasaran Islami, CV. Seleksi Alam Muria menerapkan pemasaran yang Islami.

Pemasaran Islami tak dapat dinilai hanya dari sisi produk. Adapun elemen harga dalam bauran pemasaran Islam. Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk menukar produk. Huda dalam bukunya mengatakan bahwa dalam perspektif syariah, penetapan harga tak memerlukan intervensi dari siapapun, termasuk pemerintah. Pada dasarnya gejolak harga yang terjadi di pasar akan kembali ke titik keseimbangan pasar.⁸⁶ Sebelum menetapkan harga produk, CV. Seleksi Alam Muriamen survei harga pasar terlebih dahulu sebelum menetapkan harga produknya. Tujuannya adalah mencapai keseimbangan harga pasar dan tidak merusak harga pasar. Menjaga keseimbangan pasar dapat memberikan kesempatan bersaing bagi pendatang baru, oleh karena itu CV. Seleksi Alam Muriatidak ingin menutup kesempatan bagi pendatang baru. Dengan kata lain, CV. Seleksi Alam Muria tidak menerapkan strategi *predatory pricing* dalam menetapkan harga produk. Dengan demikian, jika dilihat dari sisi elemen harga menurut bauran pemasaran Islami 7P, CV. Seleksi Alam Muriasudah menerapkan pemasaran yang Islami.

Adapun elemen dalam bauran pemasaran Islami lainnya adalah tempat. Tempat yang dimaksud adalah lokasi perusahaan berdiri. Lokasi perusahaan harus mudah dijangkau oleh target pasar, aman, serta memiliki nilai ekonomis, serta strategis sehingga mempermudah proses transaksi dengan konsumen. Sedangkan dalam perspektif Islam, lokasi usaha boleh dimana

⁸⁵ Romli, Nada Arina, et al. "Inovasi Marketing Communication Produk Grameen Bank Untuk Pemberdayaan Komunitas Wirausaha Perempuan." *Metacommunication: Journal of Communication Studies* 6.2 (2021): 145-155.

⁸⁶ Huda, Nurul. *Keuangan Publik Islami: Pendekatan Teoritis dan Sejarah*. Prenada Media, 2017.

saja asalkan bukan di lahan persengketaan dan dalam Islam pula ditekankan untuk mendekatkan lokasi usaha dengan pelanggan. Tempat lokasi usaha CV. Seleksi Alam Muria berdiri bukan lahan persengketaan. Lokasi CV. Seleksi Alam Muria juga memiliki akses yang cukup mudah dan tidak berbahaya. Keamanan merupakan prioritas utama CV. Seleksi Alam Muria dalam menetapkan lokasi usaha. Dari pembahasan tersebut di atas, dapat kita simpulkan bahwa dari sisi elemen tempat dalam bauran pemasaran Islami 4P, CV. Seleksi Alam Muria sudah menerapkan konsep pemasaran Islami.

Pada bauran pemasaran Islami 4P, promosi merupakan elemen terakhir. Promosi merupakan kegiatan perusahaan dalam rangka meyakinkan konsumen untuk mengkonsumsi produk yang diproduksi oleh perusahaan. Dengan kata lain, kegiatan promosi merupakan kegiatan komunikasi perusahaan dalam rangka memperkenalkan produk perusahaan terhadap konsumen, agar konsumen yakin untuk mengkonsumsi produk tersebut.⁸⁷ Dalam perspektif Islam kegiatan promosi tidak boleh ada kecurangan dan kebohongan.

Artinya dalam kegiatan promosi, perusahaan tidak boleh melebih-lebihkan dan mengurangi spesifikasi produk. Kejujuran merupakan hal yang disorot dalam pemasaran Islam. Lalu, objektivitas wanita dalam kegiatan promosi merupakan yang dilarang dalam Islam. CV. Seleksi Alam Muria melakukan kegiatan promosi dengan tidak membuat kebohongan dari produk. Produk yang dimiliki oleh CV. Seleksi Alam Muria diperkenalkan kepada konsumen secara jujur. Cara penyampaian produk pun diperkenalkan dengan bahasa yang baik, tidak mengandung bahasa yang memancing ke arah seksual dan tidak menggunakan wanita sebagai daya tarik konsumen. Dengan demikian, CV. Seleksi Alam Muria sudah mempraktikkan teori pemasaran Islami.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Wan Laura Hardilawati yang berjudul Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19, membahas mengenai adaptasi usaha mikro, kecil dan menengah dalam menghadapi masa krisis, pandemi covid-19. Dalam penelitiannya, Wan Laura Hardilawati menawarkan solusi bagi UMKM untuk mengadaptasi proses pemasaran dan penjualannya menggunakan media online.

⁸⁷ Romli, Nada Arina, et al. "Inovasi Marketing Communication Produk Grameen Bank Untuk Pemberdayaan Komunitas Wirausaha Perempuan." 145-155.

Sebagai sektor ekonomi yang banyak menyerap tenaga kerja, usaha mikro, kecil, dan menengah terbilang kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi pandemik covid-19. Hal tersebut bukan hanya karena proses produksi dan penjualan yang melambat, namun karena mengharuskan UMKM untuk melakukan pengurangan tenaga kerja. Dengan kata lain, kasus tersebut dapat menjadi masalah bertaraf makro. Oleh karenanya, di tengah pandemik covid-19 UMKM dituntut untuk beradaptasi ke media online dan lebih membuka wawasan mengenai teknologi, informasi, dan komunikasi.⁸⁸

Dalam masa pandemik covid-19 konsep penjualan secara langsung berpotensi mengalami penurunan pendapatan. Hal tersebut terjadi karena pola masyarakat yang lebih banyak berdiam diri di rumah. Selain itu, banyak pula UMKM yang menutup lokasi usahanya karena kebijakan pengurangan jam operasional oleh pemerintah atau pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Untuk menghadapi kondisi tersebut, pemanfaatan media online dapat menjadi solusi bagi perusahaan atau UMKM untuk melakukan promosi maupun penjualan.⁸⁹ Dalam masa pandemik covid-19, CV. Seleksi Alam Muriaterdampak secara massif karena kebiasaan masyarakat yang lebih banyak berdiam diri di rumah. CV. Seleksi Alam Muriamenerapkan berbagai macam kebijakan baru untuk bertahan di tengah masa pandemik covid-19. Secara garis besar, berikut kebijakan tambahan yang diprioritaskan oleh CV. Seleksi Alam Muriadalam menghadapi masa krisis.

- 1) Menjamin kesterilan produk
- 2) Menjaga protokol kesehatan bagi karyawan
- 3) Menyediakan fasilitas *hand-sanitizer* dan *hand-wash* bagi konsumen
- 4) Melakukan pengecekan suhu tubuh bagi setiap orang yang memasukilokasi usaha CV. Seleksi Alam Muri
- 5) Menjaga jarak
- 6) Kesejahteraan karyawan diutamakan
- 7) Kenyamanan konsumen
- 8) Menjaga kesterilan lokasi usaha CV. Seleksi Alam Muri

Dengan demikian, CV. Seleksi Alam Muriamengadaptasi konsep promosi dan penjualannya agar bisa memenuhi berbagai

⁸⁸ Anggraeni, Wilfarda Charismanur. dkk. "Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia." 47-65.

⁸⁹ Anggraeni, Wilfarda Charismanur. dkk.,. 47-65

macam kebutuhan baru CV. Seleksi Alam Muria. Dalam masa pandemik covid-19 CV. Seleksi Alam Muriamempromosikan akan kesterilan produk dan lokasi usahanya kepada konsumen ataupun calon konsumen dan mengkomunikasikannya melalui media sosial instagram. Lalu dalam proses penjualan, Bento mengadaptasi penjualannya. Jika sebelum masa pandemik covid-19 CV. Seleksi Alam Muriahanya melakukan penjualan secara langsung maka di tengah masa pandemik covid-19, CV. Seleksi Alam Muriajuga melakukan penjualan melalui media partner ojek online demi memuaskan keinginan konsumen.

Penerapan strategi bertahan menggunakan media sosial sebagai e- marketing dan pemanfaatan media partner ojek online pada pemasaran Islam bekerja dengan baik pada CV. Seleksi Alam Muria. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan tidak adanya perubahan harga produk di CV. Seleksi Alam Muria, tidak ada pengurangan karyawan, serta kekayaan yang dimiliki CV. Seleksi Alam Muriatidak berkurang.

Dengan pembahasan di atas, dapat kita ambil kesimpulan bahwa penerapan Islamic marketing, penerapan e-marketing dan pemanfaatan media partner ojek online sebagai alternatif penjualan, bekerja dengan baik pada CV. Seleksi Alam Muria. Berikut ringkasan perbedaan pemasaran Islami di CV. Seleksi Alam Muriaantara sebelum dan selama masa Pandemi Covid-19 :

Tabel 4.2
Perbedaan Bauran Pemasaran Islam di CV. Seleksi Alam MuriaAntara sebelum dan selama masa pandemic Covid-19

| Bauran Pemasaran | Sebelum Masa Pandemi Covid-19 | Selama Masa Pandemi Covid-19 |
|-------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| <i>Product</i> | Fokus dengan pengembangan produk | Fokus dengan perawatan produk |
| <i>Price</i> | Menjaga kestabilan harga pasar | Menjaga kestabilan harga pasar |
| <i>Place</i> | Memperbanyak kapasitas konsumen | Membatasi kapasitas Konsumen |

| | | |
|--------------------------|--|--|
| <i>Promotion</i> | Mengedepankan diskon atau <i>cashback</i> | Mompromosikan kebersihan dan kesterilan lokasi dan produk di CV. Seleksi Alam Muriaserta promosi lebih banyak dilakukan secara <i>online</i> |
| <i>People SDM</i> | Bekerja <i>full-time</i> dengan gaji penuh | Bekerja paruh waktu dengan gaji yang tidak dibayar penuh |
| <i>Process</i> | Mengutamakan kenyamanan konsumen | Mengutamakan kenyamanan konsumen dan memperketat kebersihan di lokasi usaha |
| <i>Physical Evidence</i> | Hanya menyediakan P3K | Menyediakan hand-sanitizer, hand-wash, serta pengecekan suhu tubuh pada pelanggan |

Sumber: Cv. Seleksi Alam Muria Alammu Parijotho