

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PROFIT DI CV. RAGIEL ABABIL DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM

Tri Nadhirotur Roifah¹, Muhammad Zainuddin², Nurul Fadila³

Universitas Islam Zainul Hasan Genggong¹

Jl. PB. Sudirman No 360 Semampir Kraksaan Probolinggo Jawa Timur Indonesia

Universitas Islam Zainul Hasan Genggong²

Jl. Jl. PB. Sudirman No 360 Semampir Kraksaan Probolinggo Jawa Timur Indonesia

Universitas Islam Zainul Hasan Genggong³

Jl. Jl. PB. Sudirman No 360 Semampir Kraksaan Probolinggo Jawa Timur Indonesia

trinadhiroturroifah@gmail.com¹

didintunggal1@gmail.com²

noerulvista@gmail.com³

ABSTRACT

A marketing strategy is a statement about the impact it is expected to achieve in the target market. Marketing strategies can also increase profits in the company. Every business must have a marketing strategy to increase profits, including CV. Ragiel Ababil.

This research has the aim of knowing the marketing strategy in increasing profit in CV. Ragiel Ababil is considered according to Islamic economics. This research has a qualitative method, data collection methods are interviews, observations and documentation. The results of this study are that marketing strategies in increasing profits are reviewed according to Islamic economics in accordance with Islamic sharia and can provide welfare for others, affordable prices, export quality goods, strategic places on the side of the road, promotions carried out by the company are very good and attract customers.

Supporting factors and marketing strategies in increasing profits at CV. According to Ragiel Ababil, according to Islamic economics, there is good management, a strategic place, trust and honesty. In terms of Islamic economics, Islam is allowed to use various strategies to market a product that is traded, both goods and services, as long as the strategy does not justify any means, does not use vanity methods, does not commit fraud or lies, oppresses other parties. . In running a business in a company, the benchmarks are trust and honesty because this has a very positive impact on the progress of the company, especially on company profits.

Keywords: *Marketing Strategy, Profit, Islamic Economic View*

ABSTRAK

Strategi pemasaran adalah pernyataan tentang suatu dampak yang sudah diharapkan untuk mencapai dalam target pasar. Strategi pemasaran juga bisa meningkatkan profit diperusahaan. Setiap usaha pasti memiliki strategi pemasaran dalam meningkatkan profit tidak terkecuali di CV. Ragiel Ababil.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan profit di CV. Ragiel Ababil ditinjau menurut ekonomi islam. Penelitian ini memiliki metode kualitatif, metode pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini bahwasanya strategi pemasaran dalam meningkatkan profit ditinjau menurut ekonomi islam sesuai dengan syariah islam dan dapat memberikan kesejahteraan buat yang lain, harga yang terjangkau, barang sudah kualitas ekspor, tempat yang strategis berada dipinggir jalan, promosi yang di lakukan oleh perusahaan sangat bagus dan menarik minat pelanggan.

Faktor pendukung dan strategi pemasaran dalam meningkatkan profit di CV. Ragiel Ababil di tinjau menurut ekonomi islam adalah dengan adanya manajemen yang baik, tempat yang strategis, kepercayaan dan kejujuran. Tinjau ekonomi islam, secara islam dibolehkan untuk menggunakan berbagai macam strategi untuk memasarkan suatu produk yang di perjual belikan baik barang maupun jasa, sepanjang strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan cara-cara yang batil, tidak melakukan penipuan maupun kebohongan, menzalimi pihak lain. Dalam menjalankan usaha di perusahaa yang menjadi tolak ukur yaitu kepercayaan dan kejujuran karena dengan hal tersebut sangat berdampak positif terkait kemajuan perusahaan terlebih terhadap profit perusahaan

Kata Kunci: Startegi Pemasaran, Profit, Pandangan Ekonomi Islam

PENDAHULUAN

Dimasa sekarang kita sudah mengetahui kecanggihan teknologi yang mampu memberikan manfaat untuk kemajuan usaha kita dan ditingkat pertumbuhan ekonomi juga sudah tinggi, perkembangan tingkat permintaanpun juga mengalami lonjakan yang tajam yang mengakibatkan timbulnya berbagai macam industri yang ingin menjawab permintaan kebutuhan masyarakat, hal ini membuat persaingan dagang yang penuh strategi antara perusahaan untuk memberikan kepuasan bagi konsumennya sehingga butuh ide dan strategi baru untuk siap bersaing.

Persaingan muncul akibat konsumen yang sangat dengan mudahnya mengalihkan minat pemintaannya terhadap produk pesaing yang lebih kompetitif dan lebih menarik. Begitu pula yang terjadi pada industri kerajinan di CV. Ragiel Ababil alamat Desa Randumerak Dusun Krajan RT/RW 002/001 Kec. Paiton Kab. Probolinggo dimana persaingan yang terjadi tidak hanya dengan produk dalam negeri saja, akan tetapi juga dengan produk dari luar negeri yang kompetitif dalam hal bahan, motif, warna dan harganya sangat terjangkau. Persaingan dalam berdagang sangat menuntut perusahaan supaya memiliki performance yang sangat bagus supaya perusahaan mampu bertahan bahkan lebih maju dan berkembang sehingga mampu menguasai pangsa pasarnya, salah satu indikator perusahaan memiliki dalam memiliki formance yang bagus, bisa kita lihat dari hasil kerja karyawan dan bagaimana strategi yang harus digunakan sehingga bisa memberikan manfaat bagi orang lain serta kepuasan dan kesejahteraan bagi konsumennya.

CV. Ragiel Ababil adalah perusahaan dimana nama pertamanya yaitu Ragiel Ababil, Ragiel Ababil sendiri adalah UKM yang modal awalnya hanya Rp 75.000.000 dengan berjalannya waktu dan peningkatan kualitas dan kreatifitas yang dimiliki kemudian bisa berprestasi dan menjuarai lomba di kabupaten probolinggi dan mendapatkan dua hadia CV (Commainditaire Vennotschap), dari Ovop Word (One Village One Product) ketika acara lomba UKM (usaha kecil dan menengah) baru bergantilah nama CV. Ragiel Ababil, yang mana perusahaan banyak memproduksi segala macam samua alat dapur yang berbahan kayu, dekorasi dinding menggukanan kayu dan semua dari bahan bahan alam yang alami sehingga terciptanya kenyamanan dalam menggukannya seperti (kaligrafi dinding, vas bunga dengan tanah, mainan anak anak, celengan dan lain lain), untuk menjual produksi perusahaan melalui pasar, toko, dan even festival ketika ada acara. Namun juga bisa melalui media online seperti Facebook, Shopee, dan sebagainya.

Strategi pasar sangat mempunyai peran penting bagi kemajuan perusahaan. Menurut Kenneth R. Andrews Strategi perusahaan yaitu suatu keputusan perusahaan dalam menentukan titik fokus atau sasaran yang akan kita tuju, maksudnya adalah menentukan tujuan yang menghasilkan perdebatan utama dan perencanaan untuk memperoleh tujuan serta merinci peluang bisnis yang ada.¹ Strategi yang digunakan oleh perusahaan CV. Ragiel Ababil yaitu melakukan pelatihan mulai dari yang muda sampai ke yang tua dimana dengan adanya pelatihan tersebut di harapkan bisa membantu untuk mengangkat perekonomiannya serta bisa mandiri dalam melakukan usaha dan bisa bermitra untuk menjawab kebutuhan pasar yang ada, juga menggunkan sistem bagi hasil dengan pemilik tempat yang siap untuk di tempati untuk berjualan, juga melalui toko atau showroom seperti yang ditempati CV. Ragiel Ababil di desa randumerak dan untuk pembayaran bisa secara cicil tanpa bunga, bisa membayar setelah barang sampai, dan bisa mendapatkan potongan harga di dalam bulan bulan tertentu seperti saat ini bulan rajab, kemudian bulan puasa dan sebagainya, karena strategi yang digunakan menyesuaikan waktu yang istimewa dalam islam untuk berbagi kebahagiaan dengan saudara kita, sering juga di perusahaan melakukan sodakoh kepada masyarakat yang tidak mampu atau yang membutuhkan.

Berdasarkan urain latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan beberapa masalah yang menjadi pokok pembahasan yaitu: Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan profit di CV. Ragiel Ababil, Apa saja yang menjadi faktor penghambat dan pendukung dalam strategi pemasaran, dan Bagaimana strategi pemasaran dalam menignkatkan profit di CV Ragiel Ababil di tinjau menurut ekonomi islam ?

Adapun penelitian ini bertujuan untuk: Mengetahui strategi pemasaran untuk meningkatkan profit pendapatan di CV. Ragiel Ababil, Mengetahui apa saja yang menjadi faktor penghambat dan dukungan di CV. Ragiel Ababil, dan Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam menignkatkan profit di CV. Ragiel Ababil di tinjau menurut ekonomi islam.

Manfaat dari penelitian diatas yaitu : Dapat memperkaya ilmu pengetahuan tentang strategi pemasaran sehingga bisa meningkatkan profit atau keuntungan, khususnya strategi pemasaran sehingga bisa bersaing, dengan perusahaan lainnya dan Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan atau solusi yang bermanfaat bagi perusahaan sehingga bisa lebih berkembang lagi dengan strategi lebih baik.

¹ Prof. Dr. H. Buchari Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, CV, Bandung, 2016, hlm, 199-200.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu hasil bisa di dapat berupa penjelasan, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada metode kualitatif sebuah penelitian dilakukan untuk mengembangkan sebuah konsep yang sudah ada sebelumnya. Selain itu, penelitian kualitatif bertujuan untuk membuat orang lebih paham akan sebuah teori dan mengembangkannya. Sumber data penelitian ini memakai sumber data primer dan sekunder, sedangkan pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumetasi.

Adapun analisis data adalah suatu proses untuk pengumpulan dan penyusunan data kedalam struktur, katagori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.² Penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif, yaitu dengan proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena social dan masalah manusia. Pada penelitian ini peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terperinci dari pandangan responden dan melakukan studi pada situasi yang alami.³

Analisis data memerlukan tahapan yang dilakukan dengan proses pengumpulan data dengan alur tahapan sebagai berikut:

- a. Reduksi data adalah data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang diperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting.
- b. Penyajian data adalah data yang diperoleh dikategorisasikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk susunan sehingga memudahkan peneliti untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan data lainnya.

² Lexy J. Moleong, Metode Penelitian kualitatif, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,1999), hal. 103

³ Iskandar, Metode Penelitian Kualitatif (Jakarta: Gaung Persada, 2009) cet.1 hal. 11

PEMBAHASAN

1. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Profit Di CV. Ragiel Ababil Ditinjau Menurut Ekonomi Islam

CV. Ragiel Ababil merupakan industri dibidang gerabah, seperti hiasan dinding, kaligrafi dinding, rak dinding, vas bunga dan lain-lain. CV. Ragiel Ababil sudah berjalan mulai dari 2014 dan sampai sekarang sudah mencapai enam tahun, melihat perkembangan CV. Ragiel Ababil kini semakin maju dan berkembang mulai dari penjualan, pemasok barang kesetiap daerah hingga bisa memfasilitasi setiap orang yang mau belajar atau mau menjualkan barang yang ada perusahaan.

Menurut Kotler dan Amstrong strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah di tetapkan lebih dahulu, di dalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, menetapkan prooduk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat pemasaran yang diperlukan.⁴

Strategi pemasaran juga digunakan dalam meningkatkan profit atau keuntungan agar suatu usaha dapat menghasilkan laba yang di inginkan sesuai target yang telah ditetapkan, sehingga keberlangsungan hidup dapat berjalan dengan baik karena pendapatan merupakan hal yang begitu penting. Maka dari itu strategi pemasaran dalam meningkatkan profit di CV. Ragiel Ababil ditinjau menurut ekonomi islam sebagai berikut:

a. Produk

Produk Merupakan suatu objek yang akan dipasarkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan lebih tertarik pada suatu produk yang kualitasnya sesuai dengan yang diharapkan. Berbagai macam produk yang diinginkan, maka dari itu CV. Ragiel Ababil menyediakan berbagai macam pruduk hiasan dinding bisa juga costum sesuai keinginan dengan kualitas yang baik dan sudah standar ekspor, harga yang diberikan relative murah dan bisa memnfaatkan hari-hari besar islam untuk selalu berbagi kebaikan dan bisa dijangkau masyarakat menengah kebawah untuk memiliki produk tersebut, apalagi tempat CV. Ragiel Ababil strategis berada dipinggir jalan dan selalu memberikan yang terbaik buat konsumen.

b. Promosi

Promosi adalah suatu kegiatan untuk memberikan informasi kelebihan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli sehingga bias memilikinya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha

⁴ Danang Suntoyo, Strategi pemasaran, (Jakarta : PT Buku Seru, 2015), hlm,2

menarik calon konsumen yang baru.⁵ Bentuk dari suatu promosi CV. Ragiel Ababil melakukan promosi dengan cara memberikan potongan harga, bonus dengan minimal pembelian yang telah di tetapkan, sehingga dengan adanya promosi seperti ini memikat pelanggan untuk berbelanja.

c. Harga

Harga adalah suatu hal yang sangat penting bagi pelanggan, karena pada dasarnya pelanggan mencari harga yang begitu terjangkau. Pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan untuk para penyalur.⁶ CV. Ragiel Ababil memberikan ukuran harga sendiri sesuai dengan kualitas yang ada sehingga tidak membuat pelanggan kecewa. Harga yang ditawarkan oleh CV. Ragiel Ababil cukup memiliki harga yang relative murah yang bisa di jangkau.

Keunggulan atau kelebihan di CV. Ragiel Ababil yaitu harganya yang murah serta kualitas yang sudah standar ekspor membuat banyak orang yang tertarik datang untuk berbelanja.

d. Tempat Strategis

Dengan adanya pemilihan lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan usaha untuk bertambahnya profit atau pendapatan. Strategis yang dapat di pahami adalah tempat yang mudah dan sangat cepat untuk di jangkau oleh para pelanggan, semakin strategi maka semakin banyak bertambah pelanggan yang berbelanja dan berpengaruh terhadap kemajuan dan bertambahnya profit atau pendapatan CV. Ragiel Ababil apa lagi CV. Ragiel Ababil berada dipinggir jalan.

2. Faktor-Faktor Penghambat dan Pendukung Dalam Strategi Pemasaran Di CV. Ragiel Ababil
- Keinginan dan kebutuhan pelanggan adalah menjadi kesempatan bagi para pelaku usaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik sehingga pelanggan menjadi nyaman, puas dan senang terhadap usaha kita. Maka dari itu CV. Ragiel ababil memperhatikan kebutuhan pasar dan pelanggan, sehingga profit atau pendapatan di CV. Ragiel Ababil bisa bertambah mengingat banyak faktor yang menjadi penghambat dan pendukung dalam bisnis.

a. Faktor Pendukung

1) Manajemen yang Baik

Dengan adanya manajemen yang baik yang menerapkan kepercayaan dan kejujuran dalam melakukan proses pemasaran di CV. Ragiel Ababil membuat perusahaan tersebut bisa berkembang dan maju dalam memnuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

⁵ Kasmir dan Jakfar, Studi Kelayakan Bisnis (Bogor: Prenada Media, 2003), hlm 116

⁶ Sofyan assuri, Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi, (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2002), hlm 182

Kemajuan ini bisa tercapai dengan manajemen yang baik dari pemilik perusahaan, mulai dari memnuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta kritikan pelanggan untuk memperbaiki kedepan untuk lebih baik.

2) Tempat yang Strategis

Tempat yang strategi merupakan salah satu keuntungan dari suatu usaha, jika tempatnya tersembunyi dan sulit untuk di cari maka akan sangat berpengaruh terhadap kesuksesan ataupun kemajuan perusahaan. CV. Ragiel Ababil berada di pinggir jalan, terlihat tempatnya dan strategis tegis mudah dijangkau dan mudah diingat, sehingga pelanggannya banyak bukan hanya pelanggan lama juga pelanggan baru yang juga tertarik.

3) Komunikasi yang Baik

Komunikasi yang baik menjadi acuan kita untuk memberikan manfaat yang lebih bagi para karyawan atau pelanggan sehingga mereka merasa nyaman dan bisa berbelanja kembali di perusahaan kita, karena dengan komunikasi yang baik bisa membantu kita untuk menyesuaikan keinginan para karyawan atau pelanggan mengenai masukan yang ada.

b. Faktor penghambat

1) Orang Dalam (Keluarga)

Orang dalam atau keluarga adalah seseorang yang mengetahui terhadap kegiatan kita, terkadang mereka support kita akan tetapi bias menjadi yang akan menjatuhkan kita ketika kita akan sukses, karena sikap iri yang terjadi, maka dari itu orang dalam atau (keluarga) bias menjadi penghambat terhadap kemajuan usaha kita.

2) Masyarakat atau Tetangga

Masyarakat atau tetangga adalah orang yang berada di sekitar kita, bukan hanya mensupport akan tetapi juga bisa yang menjadi iri atau keberatan kepada kita. Jika berbicara pesaing itu bukan menjadi penghambat bagi kita akan tetapi menjadi tolak ukur kita dalam menyediakan kebutuhan pelanggan atau menjadi semangat kita untuk lebih maju dan berkembang.

3. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Profit Di CV Ragiel Ababil Ditinjau Menurut Ekonomi Islam

Dalam ekonomi islam dibolehkan untuk menggunakan berbagai macam strategi untuk memasarkan atau menjual suatu produk yang di perjual belikan baik barang maupun jasa, sepanjang strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan cara-cara yang batil, tidak melakukan penipuan maupun kebohongan, menzalimi pihak lain, tipu daya dalam

strategi pemasaran itu dilarang dalam Islam karena tipu daya mengandung penipuan seperti kecurangan dan kezaliman. CV. Ragiel Ababil dalam melakukan bisnisnya dengan cara mengutamakan kejujuran dan kepercayaan yang dapat di jelaskan sebagai berikut:

a. Kejujuran

Kejujuran adalah sikap yang selalu dikedepankan karena dengan kejujuran kita bisa bersikap baik dan memberikan kenyamanan bagi setiap pelanggan, misalkan dengan memberikan spesifikasi yang sesuai dengan keadaan produk dan jika terjadi kecacatan bisa dikembalikan.⁷

b. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan sikap yang harus kita kedepankan karena dengan kepercayaan kita bisa memberikan kenyamanan bagi pelanggan kita. Sehingga mereka bisa puas dan senang berbelanja di perusahaan kita dan bisa bertambah terhadap profit atau pendapatan kita.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan profit di CV. Ragiel Ababil ditinjau menurut ekonomi islam, dapat kita simpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan profit di CV. Ragiel Ababil ditinjau menurut ekonomi islam adalah dengan menyediakan produk hiasan dinding, rak dinding dan vas bunga dan lain-lain, harga yang terjangkau, dan tetap memberikan kualitas yang baik dan tentunya sudah standar ekspor, promosi yang dilakukan yaitu dengan cara memberikan potongan harga serta bonus kepada para pelanggan, kemudian untuk tempat begiatu strategis berada dipinggir jalan sehingga memudahkan pelanggan serta memberikan kenyamanan dan puas.
2. Faktor penghambat dan pendukung di CV. Ragiel Ababil ditinjau menurut ekonomi islam adalah untuk penghambat orang dalam (keluarga), tetangga, masyarakat yang merasa iri kepada kita, untuk pendukung yaitu dengan kepercayaan, kejujuran dan tempat yang strategis, komunikasi yang baik serta manajemen yang baik.
3. Strategi pemasaran dalam meningkatkan profit di CV Ragiel Ababil di tinjau menurut ekonomi islam adalah dengan mengedapan sikap jujur dan percaya karena dengan sikap tersebut bisa memberikan manfaat bagi perusahaan dan bagi para pelanggan, karena jika sudah percaya dan bersikap jujur maka profit atau pendapatan kita bisa bertambah.

⁷ Muhammad Syakir Sula, Asuransi Syariah Life And General,(Jakarta: Gema Insane, 2004). Hlm. 440

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. CV.Afabeta : Bandung
- Assuri, Sofyan. 2002. Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi. jakarta: Raja Grafindo Persada
- Iskandar. 2009. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Gaung Persada
- Kasmir dan Jakfar. 2003. Studi Kelayakan Bisnis. Bogor: Prenada Media
- Lexy J. Moleong. 1999. Metode Penelitian kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sula, Muhammad Syakir. 2004. Asuransi Syariah Life And General. Jakarta: Gema Insane
- Suntoyo, Danang. 2015. Strategi pemasaran. Jakarta : PT Buku Seru