

**BAURAN PEMASARAN PADA USAHA MEBEL KAYU
HILAL DI BELOPA UTARA DALAM TINJAUAN
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Diajukan Oleh:

HARDIANTI
19 0403 0172

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2023

**BAURAN PEMASARAN PADA USAHA MEBEL KAYU
HILAL DI BELOPA UTARA DALAM TINJAUAN
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Diajukan Oleh:

HARDIANTI
19 0403 0172

Pembimbing:
Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2023

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hardianti

Nim : 19 0403 0172

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini di buat untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Palopo, 17 Oktober 2023
Yang membuat pernyataan,



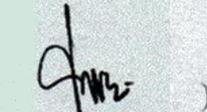
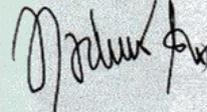
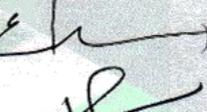
Hardianti
1904030172

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Bauran Pemasaran pada Usaha Mebel Kayu Hilal di Belopa Utara dalam Tinjauan Manajemen Bisnis Syariah oleh Hardianti Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0403 0172 mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa tanggal 17 Oktober 2023 Miladiyah bertepatan dengan 2 Rabiul Akhir 1445 Hijriyah telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S. E.).

Palopo, 18 Oktober 2023

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M. | Penguji I | () |
| 4. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. | Penguji II | () |
| 5. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 19820124 200901 2 006

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah



Akbar Sabani, S.E.I., M.E.I.
NIP 2005 0405 8501

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

لُحْمَدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ نَبِيِّنَا مُحَمَّدًا وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Selawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, Kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikut. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang Manajemen Bisnis Syariah pada Institut Agama Islam Negri (IAIN) Palopo.

Dalam penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, masukan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak yang sangat membantu penulis dalam rangka menyusun skripsi ini walaupun penulisan skripsi ini masi jauh dari kata sempurna.

Teristimewa kepada kedua orang tua saya Ibu **Nurdiana** dan Bapak **Baharuddin** yang telah mengasuh dan mendidik peneliti dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, memberikan pengorbanan yang tiada batas, dan telah sabar menunggu pencapaian gelar sarjana, serta mendukung penyelesaian studi peneliti. Peneliti sungguh sadar tidak akan mampu membalas semua jasa yang diberikan, hanya doa yang dapat peneliti berikan kepada mereka, semoga senantiasa berada dalam rahmat dan lindungan Allah swt.

Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak

terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

Adapun pihak-pihak lain yang juga membantu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Pof. Dr. Abbas Langaji, M.Ag selaku Rektor IAIN Palopo, Dr.Munir Yusuf, M.Pd selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.HI.,M.Hum selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Dr. Mustaming, S.Ag.,M.HI, selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Hj Anita Marwing, S.HI.,M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Fasiha, S.EI.,M.EI selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah Jabani, S.T.,M.M. Selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag.,M.Ag.selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Akbar Sabani, S.EI., M.EI. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Muh. Shadri Kahar Muang, S.E.,M.M. selaku sekretaris Prodi Manajemen Bisnis Syariah beserta para dosen, asisten dosen Prodi Manajemen Bisnis Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Manajemen Bisnis Syariah.
4. Nurdin Batjo, S.Pt.,M.M selaku penguji I dan Edi Indra Setiawan, S.EI., M.M. selaku penguji II Terima kasih atas koreksi dan arahnya kepada saya, sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI. Selaku Wakil Dekan Sekaligus Pembimbing saya yang telah memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Muzayyanah Jabani, ST., M.M. Selaku Penasehat Akademik Saya.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Madehang, S.Ag., M.Ag. dan segenap karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah memberikan peluang untuk peneliti dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
8. Seluruh Bapak Ibu Dosen yang telah membagikan ilmunya kepada saya dan teman-teman saya.
9. Para Staf IAIN Palopo, dan terkhusus kepada Staf Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang banyak membantu saya, terlebih dalam pengurusan berkas-berkas demi penyelesaian studi saya.
10. Kak Hilal dan karyawannya yang telah menyempatkan waktunya sehingga memberikan saya kemudahan dalam mengumpulkan data-data dalam penyelesaian skripsi.
11. Teman-teman mahasiswa angkatan 2019, terkhusus teman-teman sekelas Saya yaitu kelas Manajemen Bisnis Syariah F, atas perjuangannya bersama-sama menempuh jenjang pendidikan dibangku kuliah.
12. Dan pihak-pihak lain yang tidak sempat saya sebutkan satu persatu.

Semoga kita semua senantiasa dalam perlindungan Allah SWT, senantiasa diberi kesehatan, dan aktivitas-aktivitas kita berada dalam kebaikan dan diberi kemudahan dalam melaksanakan serta bernilai ibadah di sisi Allah SWT.

Palopo, 4 Agustus 2023

Hardianti

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Daḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ža	Ž	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيّ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اَوّ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*
 هَوْلٌ : *hauḷa*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya *z* berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... آ...	<i>fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِ...	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُ...	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*
 رَمَى : *rāmā*
 قِيلَ : *qīla*
 يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fatḥah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. sedang *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*
 الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*
 الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbānā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقِّ	: <i>al-haqq</i>
نُعِمْ	: <i>nu'ima</i>
عُدُّوْ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf *ber-tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (كسرة) maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (ال). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*
النَّوْعُ : *al-nau'*
شَيْءٌ : *syai'un*
أُمْرٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba'in al-Nawāwī
Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalālah

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ بِاللَّهِ
dīnullāh *billāh*

adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku

(EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū(bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,
Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad
Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan,
Zaīd Nasr Hāmid Abū)

1. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PRAKATA.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN & SINGKATAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR AYAT.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	10
B. Deskripsi Teori	14
1. Bauran Pemasaran	14
2. Volume Penjualan.....	17
3. Manajemen Bisnis Syariah	21
C. Kerangka Pikir.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
B. Fokus Penelitian	32
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
D. Definisi Istilah.....	33
E. Data dan Sumber Data	34
F. Teknik Pengumpulan Data	34
G. Pemeriksaan Keabsahan Data	36
H. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....	40

A. Deskripsi Data.....	40
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	40
2. Sejarah Singkat.....	40
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	41
4. Tujuan.....	41
5. Struktur Organisasi.....	42
6. Profil Informan.....	43
B. Hasil Penelitian.....	43
1. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Mabel Kayu Hilal.....	43
2. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mabel Kayu Hilal	52
3. Analisis Implementasi Perspektif Bisnis Syariah Mebel Kayu Hilal Tentang Bauran	55
C. Pembahasan.....	61
1. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Mabel Kayu Hilal.....	61
2. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mabel Kayu Hilal	66
3. Analisis Implementasi Perspektif Bisnis Syariah Mebel Kayu Hilal Tentang Bauran.....	68
BAB V PENUTUP	72
A. Simpulan	72
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR AYAT

Kutipan Q.S An-Najm Ayat 24-25.....	4
Kutipan Q.S Al-Ahzab Ayat 70	5
Kutipan Q.S Al-Baqarah Ayat 42	25
Kutipan Q.S Al-Ahzab Ayat 72	56
Kutipan Q.S An Nahl Ayat 90.....	58



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Mebel Kayu Toko Mebel Hilal Tahun 2020-2022.....	7
Tabel 4.1 Jenis Produk Mebel Kayu Hilal.....	45
Tabel 4.2 Daftar Harga Produk Mebel Kayu Hilal.....	47
Tabel 4.3 Saluran Distribusi Mebel Kayu Hilal.....	49
Tabel 4.4 Jumlah Penjualan Mebel Kayu Hilal Pada Tahun 2020-2023.....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pikir.....	30
Gambar 1.2 Struktur Organisasi Mebel Kayu Hilal.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Pedoman Wawancara
- Lampiran 2: Surat Izin Penelitian
- Lampiran 3: Dokumentasi
- Lampiran 4: Surat Keterangan Pembimbing dan Penguji
- Lampiran 5: Buku Kontrol
- Lampiran 6: Kartu Kontrol
- Lampiran 7: Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 8: Halaman Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 9: Nota Dinas Tim Penguji
- Lampiran 10: Halaman Persetujuan Tim Penguji
- Lampiran 11: Nota Dinas Verifikasi
- Lampiran 12: Surat Keterangan Bebas Mata Kuliah
- Lampiran 13: Surat Keterangan Membaca Tulis Al-Qur'an
- Lampiran 14: Transkrip Nilai
- Lampiran 15: Surat Keterangan Bebas UKT
- Lampiran 16: Sertifikat Ma'had Al-Jami'ah
- Lampiran 17: Sertifikat PBAK
- Lampiran 18: Sertifikat Toefl
- Lampiran 19: Berita Acara Seminar Proposal
- Lampiran 20: Berita Acara Seminar Hasil
- Lampiran 21: Berita Acara Munaqasyah
- Lampiran 22: Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Hardianti, 2023 ” *Bauran Pemasaran Pada Usaha Mabel Kayu Hilal di Belopa Utara Dalam Tinjauan Manajemen Bisnis Syariah*. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I.”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bauran pemasaran pada usaha Mebel Kayu Hilal di Belopa Utara dalam konsep manajemen bisnis syariah. Menerapkan data adalah langkah pertama dalam menentukan ini, diikuti dengan analisis data dan pembahasan. Metode yang dilakukan adalah metode Kualitatif, penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan dan lisan gambaran dari perilaku yang diamati.

Adapun hasil penelitian ini adalah strategi bauran pemasaran yang dilakukan Mebel Kayu Hilal yaitu dari segi produk yaitu berupa peralatan rumah, kantor atau instansi pendidikan seperti daun pintu, daun jendela, kusen, meja, kursi dan lain-lain, Harga yang cukup terjangkau tergantung yang di pesan. Mendistribusikan ke berbagai kabupaten atau kota yaitu luwu, palopo, makassar, dan beberapa kabupaten/kota lainnya. Strategi promosi yang dilakukan yaitu sosial media, brosur, pamflet dan sistem mulut kemulut. Menurut Konsep manajemen bisnis syariah implementasi bauran pemasaran Mebel Kayu Hilal sudah sesuai dengan pemasaran Islam yaitu dari segi produk selalu bersikap jujur dan mengedepankan kualitas produk. Menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk. Tempat/saluran distribusi yaitu memberikan rasa nyaman dan akses yang mudah dijangkau, dan promosi selalu bersikap jujur.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, Manajemen Bisnis Syariah.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mencermati kondisi perekonomian saat ini, kegiatan bisnis menjadi sangat beraneka ragam. Hal tersebut disebabkan oleh banyaknya wirausahawan yang menciptakan berbagai peluang bisnis dalam melakukan persaingan, upaya mempertahankan. Oleh karena itu, diperlukan sebuah kemampuan berwirausaha yang unggul agar mampu memenangkan persaingan dan menciptakan peluang bisnis yang menguntungkan.

Perkembangan di Indonesia dalam bidang perekonomian sangat pesat seperti halnya dalam bidang properti rumah tangga yang juga mengalami perkembangan sangat pesat. Apalagi persaingan di dalam perusahaan yang sangat ketat dan tinggi, memungkinkan para pengusaha membuat terobosan-terobosan terbaru agar bisa laku di pasaran. Guna menunjang strategi perusahaan untuk bersaing dalam hal mempertahankan pangsa pasar seorang pemilik usaha harus meningkatkan harga, keberagaman produk dan merek agar dapat menarik para konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Semakin ketatnya persaingan yang terjadi apalagi berasal dari perusahaan yang sejenis, menuntut suatu perusahaan agar selalu bergerak lebih cepat untuk hal menarik perhatian konsumen.¹

¹ Ardiyanti, Ayu Dia, "Citra Merek, Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Tulang Lunak Hayam Wuruk Cabang Jakarta Selatan," *Jurnal IKRA-ITH Ekonomka* Vol 3 No 3 (Bulan November 2020)

Pembangunan industri berarti menciptakan lapangan kerja dan mengurangi pengangguran. Namun, produktivitas sumber daya manusia harus ditingkatkan untuk mewujudkan manfaat tenaga kerja karena produktivitas yang tinggi berarti keuntungan yang tinggi dan upah yang tinggi.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Menurut Swastha strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan.² Sedangkan pemasaran menurut Kotler dan Armstrong adalah sebuah proses sosial manajerial, dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan, melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain.³ Dalam melakukan kegiatan pemasaran ada beberapa tujuan yang akan di capai baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk menarik konsumen terutama untuk produk baru diluncurkan, sedangkan jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.⁴

Menurut Sofjan Assauri, dalam bukunya *Manajemen Pemasaran*. Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana usaha. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan ingin mempertahankan dan

² Nurahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*, (Pekanbaru: Suska Press, 2012), H. 86

³ Philip Kotler dan Gray Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Penerjemah Alexander Sindoro, (Jakarta : PT Indeks, 2004), Edisi ke-9, Jilid 1, H. 7

⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 168

meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Bauran pemasaran dalam rangka meningkatkan volume penjualan sangat penting artinya bagi setiap perusahaan termasuk perusahaan dengan produk Mebel. Ketatnya persaingan dibidang produk mebel menjadikan perusahaan harus bekerja keras untuk dapat memenangkan persaingan. Suatu perusahaan memandang pemasaran sebagai salah satu usaha terintegritas membuat produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi. Persaingan produk mebel minimalis antar industri mebel begitu ketat dalam menarik minat konsumen.

Selain itu pemasaran juga berperan memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen agar konsumen bisa memenuhi kebutuhannya sesuai keinginannya. Untuk menghadapi persaingan ini memaksa perusahaan untuk berorientasi pada kegiatan pemasaran. Kegiatan yang dilakukan perusahaan dapat memberikan kepuasan pada konsumen Jika konsumen mendapatkan kepuasan terhadap produk yang dijual, maka mereka akan loyal. Jika terwujud loyalitas pelanggan, maka akan berimbas terhadap peningkatan penjualan.

Sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran modern dewasa ini mempunyai peranan yang besar sebagai penunjang langsung terhadap peningkatan laba perusahaan. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran

yang jelas dan terarah tentang kegiatan yang akan dilakukan perusahaan dalam memaksimalkan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.⁵

Dalam islam bukan merupakan suatu larangan bila umatnya mempunyai rencana atau keinginan untuk berhasil dalam usahanya, namun harus sesuai dengan syarat dan tidak bertentangan ajaran syariat islam sebagaimana dalam firman allah SWT dalam surat An-Najm ayat 24-25:

تَمَنَّىٰ مَا لِلنَّاسِ أَمْ ءِوَالِ الْأَخِرَةِ فَلِلَّهِ

Terjemahan:

“ Atau Apakah manusia akan mendapat segala yang dicitacitakannya?. (Tidak), Maka hanya bagi Allah kehidupan akhirat dan kehidupan dunia.” (QS. An- Najm 24-25)⁶

Islam juga menganjurkan dalam Menjalankan strategi pemasaran produk, tentunya pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan produkproduknya dengan jujur dan tidak berbohong dan menipu, dan harus menjadi komunikator yang baik yang bisa berbicara benar dan bijaksana kepada nasabah. Kalimat-kalimat yang keluar dari ucapan seorang pemasar seharusnya berbobot. Al-Quran menyebutkan dengan istilah qaulan sadiddan (pembicaraan yang benar dan berbobot).⁷ Allah SWT berfirman Q.S AlAhzab(33) ayat: 70

سَدِيدًا قَوْلًا وَقُولُوا لِلَّهِ اٰتَّقُوا الَّذِيْنَ يٰٓاِيُّهَا

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar, Niscaya Allah memperbaiki bagimu

⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi Edisi 1*, Cet.7, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2004), H. 168

⁶ Departemen Agama Ri, *Al-Quran Perkata Transliterasi*,(Bandung: Al-Hambra, 2014), H. 526

⁷ Amsary Lutfi, *Analisis Strategi Pemasaran Pada Bmt Al-Hasanah Lampung Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Perspektif Ekonomi Islam*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018. H., 9

amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar”⁸

Ayat diatas menganjurkan dengan jelas bahwa Allah Ta’ala memberikan perintah kepada hamba-hamba-Nya yang beriman untuk. bertakwa dan beribadah kepada-Nya, suatu ibadah yang seakan dia melihatNya serta mengatakan, qaulan syadiidan (“Perkataan yang benar”) yaitu yang lurus, tidak bengkok dan tidak menyimpang. Allah menjadikan mereka, jika mereka melakukan demikian, Allah akan membalas mereka dengan diperbaikinya amal-amal mereka, yaitu dengan diberinya taufiq untuk beramal shalih, diampuni dosa-dosanya yang lalu, serta apa yang akan terjadi pada mereka di masa yang akan datang. ⁹ Maka dari itu pemasaran sangatlah penting.

Industri Mebel merupakan salah satu sektor usaha yang terus berkembang di Indonesia. Kebutuhan akan produk-produk merupakan salah satu kebutuhan dalam setiap rumah maupun perkantoran. Meningkatnya permintaan pasar terhadap produk mebel membuat munculnya usaha-usaha baru di bidang permebelan sehingga membuat persaingan semakin ketat. Mebel Kayu Hilal adalah merupakan usaha perseorangan yang bergerak dibidang mebel yang mengelola bahan baku kayu menjadi alat-alat perabotan rumah, kantor dan lain-lain. Mebel Kayu Hilal yang mulai berdiri sejak tahun 2018 yang terletak di desa Seppong Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu. Mebel kayu Hilal merupakan salah satu industri yang cukup berkembang di Belopa Utara .

⁸ Departemen Agama Ri, Op, Cit., H. 427

⁹ Tafsir-Ibnu-Katsir-Surah-Al-Ahzab ayat 70

Mulanya Mebel Kayu Hilal hanyalah industri kecil-kecilan dimana pada awal memulai usahanya hanya memiliki konsumen yang sedikit dan tidak luput dari jatuh bangun dalam persaingan. Awalnya industri mebel ini hanya memiliki tempat yang kecil dan tidak memiliki tenaga kerja, namun karena permintaan konsumen semakin meningkat maka pemilik usaha ini mampu memperkerjakan orang lain dan membeli tempat yang lebih luas. Daerah pemasarannya selain di Belopa sudah mulai memasuki kota/kabupaten lain seperti di palopo, makassar dan beberapa daerah lainnya.

Mebel Kayu Hilal sebagai industri yang paling besar di desa tersebut tentunya memiliki strategi bauran pemasaran tersendiri untuk meningkatkan kualitas, volume penjualan dan daya saing sehingga dapat tetap eksis dan diterima masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Industri Mebel Kayu Hilal yaitu Kak Hilal, beliau menerangkan bahwasannya tingkat penjualan hasil Mebel setiap tahunnya mengalami penurunan, padahal pemasarannya sudah maksimal.

Berikut ini jumlah penjualan Industri Mebel Kayu Hilal di Belopa Utara tahun 2019-2022:

Tabel 1.1 Penjualan Mebel Kayu Toko Mebel Hilal

No.	Tahun	Jumlah Penjualan
1.	2020	220 Unit
2.	2021	200 Unit
3	2022	150 Unit

Sumber : Data dari toko Mebel Hilal

Pada Tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa setiap tahunnya jumlah penjualan mengalami penurunan. Hal ini secara tidak langsung membuktikan bahwa kurangnya minat para konsumen untuk membeli barang tersebut. Dari hal tersebut menandakan adanya permasalahan didalam pemasaran yang mana belum dikatakan berhasil karena meskipun telah menerapkan pemasaran yang terarah tetapi belum menunjukkan hasil yang optimal yang dijalankan oleh industri Mebel Kayu Hilal di Belopa Utara.

Berdasarkan permasalahan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan konsep strategi bauran pemasaran, faktor pendukung dan penghambat serta strategi bauran pemasaran apa yang tepat dilakukan oleh Mebel Hilal dengan judul "*Bauran Pemasaran pada Usaha Mebel Kayu Hilal di Belopa Utara dalam Tinjauan Manajemen Bisnis Syariah*".

B. Batasan Masalah

Untuk membatasi terlalu luasnya masalah dalam penulisan, maka penelitian memberikan batasan masalah pada faktor pendukung dan penghambat serta strategi bauran pemasaran apa yang tepat dilakukan oleh Mebel Hilal.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pemaparan yang tersebut diatas adapun rumusan masalah yakni, sebagai berikut:

Bagaimana bauran pemasaran pada Mebel Kayu Hilal dalam konsep manajemen bisnis syariah?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari fokus penelitian diatas yakni, sebagai berikut:

Untuk mengetahui bauran pemasaran Mebel kayu Hilal dalam konsep manajemen bisnis syariah.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diberikan penulis dari skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Akademisi

a. Bagi penelitian

Penelitian ini mendapatkan menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh promosi terhadap penjualan, serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program strata satu (SI) Sarjana Ekonomi.

b. Bagi Almamater

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan informasi perbendaharaan perpustakaan Universitas yang diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan, serta acuan untuk penelitian selanjutnya.

2. Praktisi

a. Bagi peneliti

Selain pengetahuan, agar penulis dapat membandingkan pengetahuan yang ada dalam perkuliahan atau teori dengan kenyataan di lapangan. Serta

memberikan pengalaman dalam menerapkan pengetahuan tentang hak cipta di bidang etika bisnis dan pemasaran syariah.

b. Bagi perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan usaha Mebel di Belopa Utara dapat menambah wawasan dalam menerapkan etika bisnis sesuai dengan ajaran Islam yang berorientasi kemaslahatan masyarakat.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Salah satu syarat yang harus dipenuhi seorang peneliti untuk menunjukkan keaslian suatu penelitian yang dilakukan yaitu menegaskan perbedaannya dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis dengan penelitian yang dilakukan. Oleh karena itu, merupakan keharusan bagi peneliti untuk melakukan penelusuran terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian yang dilakukan untuk menunjukkan hasil orisinilitas penelitian dan bukan plagiarisme.

Dalam rangka untuk menghindari adanya kesamaan penulis dan plagiat, repetisi serta menjamin orasionalitas dan legalitas penelitian¹⁰, maka dalam penulisan skripsi ini penulis mencantumkan beberapa hasil penelitian yang ada kaitannya dengan skripsi ini diantaranya penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Penelitian pertama merupakan penelitian yang dilakukan oleh *Permatasari*, yang berjudul “Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Konsumen UD. Restu Jaya Mebel Kaliwungu Ngunut Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah perspektif ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran UD.

¹⁰ UIN Mataram, *Pedoman Penulisan Skripsi* (Mataram: UIN Mataram, 2018), 23.

Restu Jaya Mebel Kaliwungu Ngunut Tulungagung dalam memasarkan dan menarik minat konsumennya menggunakan strategi pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*) yang di terapkan pada UD. Restu Jaya Mebel sudah sesuai dengan ekonomi Islam.¹¹

kedua penelitian yang dilakukan Ayu, yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Bag Corner Ponorogo”. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik yang menggunakan pengumpulan data pada penelitian ini antara lain observasi, wawancara dalam dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat induktif. Dalam penelitian ini hasil dari penelitian ini yaitu dari Toko Bag Corner saat ini belum optimal pada cara promosi penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Sehingga belum mampu meningkatkan penjualan.¹²

Penelitian ketiga penelitian yang dilakukan Saefurijal, yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mebel Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada UD. Putra Mandiri Ploso Karangtengah Demak)”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan/Field Research, pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel random sampling. Populasi penelitian menggunakan perhitungan menurut slovin dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden dengan menyebar kuesioner menggunakan skala likert analisis data dari penelitian

¹¹ Permatasari, T. (2021). *Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Konsumen UD. Restu Jaya Mebel Kaliwungu Ngunut Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam*. <http://repo.uinsatu.ac.id/24543/>

¹² Ayu, W. R. (2020). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Bag Corner Ponorogo*. 21(1), 1–9. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/8891/>

ini menggunakan analisis linier berganda. Strategi pemasaran dalam kaitannya dengan UD. Putra Mandiri mematuhi syariat Islam dan tidak melanggarnya. Strategi pemasaran yang diterapkan dimulai dengan proses penentuan nilai pelanggan, yaitu definisi pasar sasaran melalui langkah-langkah segmentasi, penargetan, dan positioning (STP). Kemudian untuk berkomunikasi nilai pelanggan ditekankan oleh unsur produk, harga, promosi dan distribusi yang termasuk dalam bauran pemasaran, disertai dengan penerapan konsep pemasaran Islami yang mengutamakan spiritualitas, etika, realitas dan nilai-nilai kemanusiaan.¹³

Penelitian keempat penelitian yang dilakukan *Bukhori*, dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Toko Mebel Farid Rohman Nugroho”. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan proses lapangan guna mendapatkan hasil yang khusus dan realistic tentang apa yang sedang terjadi di lapangan. Hasil pada penelitian ini ditemukan bahwa Penerapan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Pak Farid pada toko mebelnya yaitu pertama, berdasarkan aspek produk. Produk mebel yang diperjualbelikan memiliki kualitas yang cukup baik karena menggunakan bahan baku mebel pada umumnya yaitu kayu jati, dan memiliki ciri khas tersendiri yaitu sangat menjaga kualitas keringnya kayu kemudian kualitas finishingnya dan sudah memiliki merek sendiri. Kedua dari aspek harga, harga barang yang ditawarkan stabil pada harga mebel pada umumnya, harganya relatif terjangkau oleh masyarakat dan pasti ada perbedaan masalah harga dengan toko mebel lainnya. Ketiga aspek

¹³ Saefurijal. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mebel Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada UD. Putra Mandiri Ploso Karangtengah Demak)*. [Http://Repository.Iainkudus.Ac.Id/4807/http://repository.iainkudus.ac.id/id/eprint/4807](http://Repository.Iainkudus.Ac.Id/4807/http://repository.iainkudus.ac.id/id/eprint/4807)

promosi, promosi yang dilakukan melalui via online seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram dan secara offline seperti dari mulut ke mulut dan dulu pernah melakukan promosi melalui radio dan koran akan tetapi tidak berjalan.¹⁴

Penelitian kelima penelitian yang dilakukan *Syamsi*, yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Usaha Furniture (Studi Kasus Pada KSP Abadi Jaya Furniture Kabupaten Banjarnegara)”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan alasan karena penelitian kualitatif bertujuan untuk menentukan dan menggali data dari objek yang diamati pada saat observasi dan wawancara yang mendalam. Berdasarkan aspek pemasaran syariah, perusahaan KS Abadi Jaya Furniture telah memenuhi karakteristik dalam menjalankan pemasaran syariah yakni teistis (*rabbaniyah*), etis (*akhlaqiyah*), realistis (*al-waqi'iyah*), dan humanis (*al-insaniyyah*) yang mengacu pada sifat bisnis Nabi Muhammad SAW yakni *shiddiq, amanah, tabligh, dan fathanah*.¹⁵

Dalam penelitian yang berjudul “bauran pemasaran usaha mebel kayu di belopa utara dalam tinjauan manajemen bisnis syariah” ini ada perbedaan dengan beberapa penelitian terdahulu yang terletak pada lokasi, pola penjualan, cara yang dilakukan oleh Hilal Mebel untuk mencapai target dalam penjualan, sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu menggunakan metode marketing mix dan juga menggunakan metode STP yang digunakan untuk menjelaskan strategi yang digunakan Hilal Mebel.

¹⁴ Bukhori, M. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Toko Mebel Farid Rohman Ponorogo*. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/16511>

¹⁵ Syamsi, F. N. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Furniture (Studi Kasus Pada KS Abadi Jaya Furniture Kabupaten Banjarnegara)*. <http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/11506>

B. Deskripsi Teori

1. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi merupakan salah satu alat strategi pemasaran yang pada aplikasinya memerlukan pemahaman mendalam dari perusahaan untuk mengkombinasikan faktor-faktor tersebut untuk memaksimalkan kesuksesan aktivitas pemasaran perusahaan. Perusahaan yang mampu mengkombinasikan bauran pemasaran sebagai alat pemasaran dan menggiring konsumen untuk memilih produk perusahaan dapat menjadi sumber keunggulan bersaing perusahaan yang bahkan membutuhkan integrasi kompetensi dan kapabilitas perusahaan untuk mendukung strategi perusahaan melalui bauran pemasaran.

Meskipun bauran pemasaran dianggap sebagai konsep pemasaran klasik yang digunakan perusahaan untuk menawarkan produk kepada konsumen melalui diferensiasi dan manipulasi bauran pemasaran. Namun, bauran pemasaran merupakan konsep awal pengembangan strategi pemasaran yang berkembang saat ini yang masih memerlukan perhatian dalam aktivitas pemasaran. Karena melihat pemasaran yang telah bergeser menjadi konsep orientasi konsumen seperti penciptaan nilai yang unggul bagi konsumen atas produk yang dibeli atau dikonsumsi, namun konsep dasar dari bauran pemasaran sendiri tidak dapat dihilangkan sebagai dasar pengembangan nilai pelanggan sebagai strategi pemasaran.¹⁶

¹⁶ Hesty Nurul Utam, Akbar Fauzi Iqbal Firdaus, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis," *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2, No. 1 (15 April 2018):138, <https://www.researchgate.net/profile/Hesty-Utami2/publication/326632688>

Sedangkan dalam penentuan Marketing Mix syariah ditunjukkan agar setiap kegiatan pemasaran dapat berlangsung dengan sukses, produk yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, dan diberi harga yang terjangkau oleh produsen lalu didistribusikan. Marketing mix syariah sebagai pangkat variabel-variabel pemasaran terkontrol yang digabungkan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran. Kegiatan-kegiatan pemasaran perlu dikombinasikan dan dikoordinir agar perusahaan dapat melakukan tugas pemasarannya dengan seefektif mungkin. Dikarenakan keempat variabel (7P) dalam kombinasi tersebut saling berhubungan, masing-masing elemen didalamnya saling mempengaruhi seperti

a. Produk

Didalam ajaran Islam produk yang akan dijual belikan harus halal dan thayyib, perintah tentang produk yang halal dan thayyib, antara lain dijelaskan secara gamblang bahwa produk yang akan dijadikan objek jual beli harus memiliki dua kriteria, yaitu hal dan thayyib. Kata hal tersebut dimaksudkan halal dalam hal pembuatan produk tersebut termasuk bahan bakunya tidak boleh terdiri dari barang-barang yang dilarang oleh ajaran Islam. Sedangkan thayyib harus memenuhi beberapa kriteria sehingga sesuai dengan nilai-nilai etika dan spiritual, yaitu :

- 1) Barang-barang yang baik dan berkualitas.
- 2) Barang-barang yang suci.
- 3) Barang-barang yang indah.

b. Tempat

Pengangkutan merupakan salah satu fungsi penting dalam pemasaran, dan memberikan pengaruh yang sangat besar di dalam pembentukan Tempat. Dimana di masa lalu, transportasi dan pengangkutan barang-barang dilakukan dengan menggunakan binatang ternak. Pada zaman sekarangpun meski sudah ada mobil, pesawat dan kereta api, binatang ternak masih digunakan sebagai sarana transportasi dan untuk mengangkut barang.

c. Harga

Dalam setiap keputusan yang diambil seseorang marketer Islami harus dilandasi dengan keadilan ekonomi dan kemaslahatan. Sikap keadilan ekonomi merupakan sikap membuat individu mendapatkan haknya sesuai kontribusi masing-masing kepada masyarakat setiap individu harus bebas dari eksploitasi individu lainnya, sehingga Islam mengharamkan segala bentuk hal yang merugikan bagi orang lainnya.

d. Promosi

Dalam ajaran Islam pemasaran dimaknai sebagai dakwah, karena pada dasarnya pedagang dalam menjual dan mempromosikan barangnya juga mempromosikan nilai-nilai Islam. Lebih lanjut lagi Rasulullah SAW mewajibkan agar tidak melakukan sumpah palsu yaitu usaha yang dilakukan untuk melariskan barang dagangannya dengan cara yang tidak baik. Tidak diperbolehkan juga untuk melakukan pencampuran antara barang yang berkualitas baik dengan yang kurang baik. Harga yang sudah ditetapkan oleh pedagang (penjual), harus jauh dari unsur-unsur penipuan.

2. Volume Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan kegiatan bidang pemasaran dalam menjual barang produksinya kepada konsumen yang dilaksanakan perusahaan dalam menyampaikan barang produksinya agar dapat dinikmati oleh konsumen.¹⁷

Volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk.¹⁸

Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton, atau liter. Semakin besara jumlah yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, volume penjualan merupakan salah satu hal yang sangat penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi. Jadi volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukan untuk kepentingan sendiri.

Sedangkan menurut Philip Kotler volume penjualan adalah adalah peralihan hak atas barang dengan imbalan uang atau persetujuan untuk menyerahkan barang kepada pihak lain dengan menerima pembayaran.¹⁹ Terdapat beberapa indikator dari volume penjualan yang dikutip dari Philip Kotler oleh Basu Swasta yaitu:

- 1) Mencapai volume penjualan
- 2) Mendapat laba

¹⁷ Didik Darmadi, "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Penjualan". Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 2 No. 1 (Mei 2013), H. 3

¹⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi Offset, 2009, H., 207

¹⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks Kompas Gramedia, 1993, h. 534

3) Menunjang pertumbuhan perusahaan

Volume penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.

b. Tujuan penjualan

Tujuan penjualan adalah untuk mendapatkan laba yang optimal dan berusaha untuk meningkatkannya atau seminimal mungkin mempertahankan hasil laba yang diperoleh sehingga dapat menunjang kelangsungan hidup perusahaan.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan

Menurut Menurut Swastha sebagaimana yang dikutip oleh Rina Rachmawati: Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan adalah sebagai berikut.²⁰

1) Kondisi dan kemampuan penjual

Penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yaitu:

- a) Jenis dan karakteristik yang ditawarkan.
- b) Harga produk.
- c) Syarat penjualan, seperti pembayaran, pengiriman, garansi, dan sebagainya.

Masalah-masalah tersebut biasanya menjadi pusat perhatian pembeli sebelum melakukan pembeliannya. Selain itu manajer perlu memperhatikan

²⁰ Rina Rachmawati, "Peranan Bauran (Marketing Mix) pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan Study Bisnis Restoran". Jurnal Kompetensi Teknik, Vol.2, (Mei 2011), H.148

jumlah serta sifat-sifat tenaga penjual yang baik hal ini diperlukan untuk menghindari timbulnya rasa kecewa pada para pembeli dalam pembeliannya. Adapun sifat-sifat yang perlu dimiliki oleh seorang penjual yang baik antara lain: sopan, pandai bergaul, pandai bicara, mempunyai kepribadian yang menarik, sehat jasmani, jujur, mengetahui cara-cara penjualan dan sebagainya.

2) Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya.

Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan, yaitu: ²¹

- a) Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah ataukah pasar internasional.
- b) Kelompok pembeli atau segmen pasar, yaitu sebagai pembagian pasar yang berbeda-beda (heterogen) menjadi kelompok-kelompok pasar yang homogen, dimana setiap kelompoknya bisa ditargetkan untuk memasarkan suatu produk sesuai dengan kebutuhan, keinginan, ataupun karakteristik pembeli yang ada di pasar tersebut.
- c) Daya belinya, kemampuan membayar untuk memperoleh barang yang dikehendaki atau diperlukan.
- d) Frekuensi pembeliannya, dilakukan oleh konsumen dalam pembelian misalnya toko tersebut dekat dengan tempat tinggal masyarakat hal ini menjadikan tempat yang strategis.

²¹ 2Rina Rachmawati, "Peranan Bauran (Marketing Mix)pemasaranterhadap Peningkatan Penjualan Study Bisnis Restoran". Jurnal Kompetensi Teknik, Vol.2, (Mei 2021),.H. 149

- e) Keinginan dan kebutuhannya, suatu yang harus dimiliki manusia karena tingkat kebutuhan yang tinggi.

3) Modal

Pengertian modal menurut Munawir adalah hak atau bagian Modal adalah kekayaan perusahaan yang terdiri atas kekayaan yang disetor atau yang berasal dari luar perusahaan dan kekayaan itu hasil aktivitas usaha itu sendiri. Akan lebih sulit bagi perusahaan untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli. Dalam keadaan seperti ini, perusahaan harus memperkenalkan dulu barangnya, salah satu caranya yaitu dengan advertising. Untuk melaksanakan maksud tersebut perusahaan membutuhkan modal, karena hal tersebut hanya dapat dilakukan apabila perusahaan mempunyai modal yang cukup. Perusahaan juga harus menggunakan berbagai macam bentuk advertising yang menjadi modal perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor lainnya.²²

4) Faktor lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil kegiatan ini lebih jarang dilakukan.

²²Rina Rachmawati, "Peranan Bauran (Marketing Mix) pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan Study Bisnis Restoran". Jurnal Kompetensi Teknik, Vol.2, (Mei 2021), H 150

3. Manajemen Bisnis Syariah

c. Manajemen

Manajemen berasal dari bahasa management dengan kata kerja to manage, diartikan secara umum sebagai mengurus. Selanjutnya definisi manajemen berkembang lebih lengkap. Lauren A. Aply seperti yang di kutip Tanthowi menerjemahkan sebagai *“The art of getting done though people”* atau seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber – sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Manajemen sering diartikan sebagai ilmu, kiat dan profesi. Dikatakan sebagai ilmu oleh *Luther Gulick* karena manajemen dipandang sebagai sebagai bidang pengetahuan yang secara sistematis berusaha memahami mengapa dan bagaimana orang bekerja sama untuk mencapai tujuan dan membuat sistem kerja sama ini lebih bermanfaat bagi kemanusiaan.

Proses paling sederhana di dalam manajemen itu sendiri terdiri atas sub – sub proses yang diturutkan dan diamankan dengan P.O.A.C (*Planning, Organizing, Actuating dan Controlling*). Masing – masing sub – sub proses di dalam manajemen sangat kompleks, artinya masing-masing proses saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Dan pada umumnya unsur-unsur yang dikelola terdiri atas 6 M (*Man, Material, Method, Machine, dan Moment*) bahkan ada sebagian ahli pemasaran memasukan unsur marketing, sehingga menjadi 7 M. 29

d. Fungsi manajemen

Secara umum, fungsi dari manajemen dapat dikatakan sebagai serangkaian kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh manajemen di dalam hal untuk mencapai tujuannya. Fungsi dari manajemen juga di kenal dengan istilah POAC, apa saja yang termasuk kedalam kelompok POAC ini adalah sebagai berikut:

1) Perencanaan (*planning*)

Perencanaan adalah salah satu fungsi yang digunakan untuk merencanakan segala sesuatu dengan sebaik mungkin dalam upaya untuk mencapai tujuannya. Hal tersebut akan berjalan dengan lancar apabila kita memiliki gambaran mengenai hal apa saja yang akan digunakan atau dijalani, oleh sebab itu hal ini harus melibatkan perencanaan.

2) Pengorganisasian (*Organizing*)

Setelah kita melakukan sebuah perencanaan dengan matang, maka hal berikutnya yang akan kita lakukan adalah pengorganisasian. Sebab pengorganisasian ini sangat penting untuk dilakukan agar mempermudah manajer melakukan sebuah pengawasan yang lebih efektif²³.

3) Pengarahan (*Actuating*)

Fungsi dari manajemen yang ketiga adalah pengarahannya, pengarahannya ini sangat penting dilakukan agar segala sesuatu yang sudah direncanakan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan perencanaan yang dibuat. Seorang manajer akan melakukan pengarahannya kepada setiap kariawannya. Apabila dalam perusahaan tersebut sedang mengalami sesuatu permasalahan atau apa yang

²³ Silalahi Marto, dkk, “ *Dasar-dasar Manajemen Dan Bisnis*”, (Yayasan KitaMenulis:2020), hlm 4

sedang dikerjakan sesuai dengan yang sudah direncanakan

4) Pengawasan (*Controlling*)

Fungsi yang terakhir dari manajemen adalah melakukan pengawasan. Dari serangkaian rencana atau pekerjaan yang sudah dilaksanakan, maka hal ini sangat memerlukan yang namanya pengawasan. Manajer akan secara aktif melakukan pengawasan terhadap sumber daya yang telah diorganisasiakan sebelumnya dan memastikan apa yang dikerjakan itu sesuai dengan apa yang sudah direncanakan atau tidak.

e. Prinsip Manajemen

Prinsip-prinsip dalam manajemen sesuai dengan kondisi-kondisi khusus dan situasi-situasi yang terus menerus mengalami perubahan.

Menurut Henry Fayol, prinsip-prinsip umum manajemen ini terdiri dari:²⁴

- 1) Pembagian kerja (*division of work*)
- 2) Pewenang dan tanggung jawab (*authority and responsibility*)
- 3) Disiplin (*discipline*)
- 4) Kesatuan perintah (*unity of command*)
- 5) Kesatuan pengarahan (*unity of direction*)
- 6) Mengutamakan kepentingan organisasi di atas kepentingan sendiri
(*subordination of individual interest to the general interests*)
- 7) Pembayaran upah yang adil (*remuneration*)
- 8) Psemusatan (*centralisation*)
- 9) Hirarki (*hierarchy*)

²⁴ Fitri suyuthi,nurmadhani,dkk”*dasar – dasar manajemen*”,(yayasan kita menulis :2020) hlm 7

- 10) Tata tertib (*order*)
- 11) Keadilan (*equity*)
- 12) Stabilitas kondisi karyawan (*stability of tenure of personnel*)
- 13) Inisiatif (*inisiative*)
- 14) Semangat kesatuan (*erspirits de corps*)

f. Bisnis Syariah

Secara etimologi atau bahasa, syariah adalah jalan ke tempat pengairan, atau jalan yang harus diikuti, atau tempat lalu air sungai. Pengertian syariah menurut pakar hukum islam adalah” segala titah Allah yang berhubungan tingkah laku manusia di luar yang mengenai akhlak” Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa syariah adalah ketentuan-ketentuan Allah yang wajib dipatuhi baik terkait dengan masalah aqidah (tauhid), ibadah (hubungan kepada Allah) dan muamalah (hubungan sesama manusia).²⁵

Muhamad syafi’I Antonio mengatakan bahwa syariah mempunyai keunikan tersendiri. Syariah tidak saja komperhensif, tetapi juga universal. Universal bermakna bahwa syariah dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat oleh setiap manusia. Keuniversalan ini terutama pada bidang sosial (ekonomi) yang tidak membeda-bedakan antara kalangan muslim dan nonomuslim. Dengan mengacu pada pengertian tersebut, Hermawan kartajaya dan Syakir Sula memberi pengertian bahwa bisnis syariah adalah bisnis yang santun, penuh kebersamaan dan penghormatan atas hak masing-masing.

²⁵ Adi Suarno,Suparjo, dkk, “*Manajemen Bisnis Syariah*” (Indramyu: CV.Adanu Abimata 2021). H. 4

Sedangkan pengertian bisnis menurut beberapa para ahli dapat di tampilkan dalam pembahasan berikut: menurut Chwee dalam marhari, “*business is than simply a system that product goods and services to satisfy the needs of our society*” bisnis adalah suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusia). Bisnis dimaksudkan disini adalah semua usaha untuk memproduksi barang dan jasa. Tujuannya hanya semata untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan manusia.

Manajemen bisnis syariah adalah “serangkaian pengelolaan dalam aktivitas jual beli dalam berbagai bentuknya yang tidak di batasi jumlah kepemilikan harta baik barang atau jasa, tetapi dibatasi cara memperoleh dan menggunakannya. Artinya, dalam mendapatkan harta dan menggunakan tidak boleh dengan cara-cara yang diharamkan Allah. Tegasnya, berbisnis menurut ketentuan syariah tidak boleh bebas dari ketentuan syariat dan harus dibedakan antara halal dan dan haram atau haram atau yang hak dan yang batil tidak boleh dicampur adukan sesuai firman Allah dalam Q.S. Al- Baqarah (2):42

تَعْلَمُونَ وَأَنْتُمْ الْحَقَّ وَتَكْتُمُوا بِالْبَاطِلِ الْحَقَّ تَلْبِسُوا وَلَا

Terjemahnya:

“*Dan janganlah kamu campur adukan yang hak dengan yang batil dan janganlah kamu sembunyikan yang hak itu, sedang kamu mengetahui*”²⁶

Berdasarkan ayat di atas, maka bisnis menurut ketentuan syariah tidak boleh bersifat liberalisasi atau bebas, tetapi harus mengikuti norma halal, haram bahkan yang syubhat lebih baik di jauhi dari pada dilakukan. Orang islam yang tidak memperharikan ketentuan–ketentuan tersebut, maka keuntungan yang

²⁶ Al-qur’an dan Terjemahan : Kementrian Agama RI

diperolehnya tidak mendapat ridho Allah, sesungguhnya tidak akan membawa keselamatan. Bahkan mungkin hartanya akan membawa kesengsaraan dalam hidupnya. Untuk membuktikan secara ilmiah kalau harta yang di peroleh secara haram akan membawa Mala petaka memang sulit.

g. Prinsip Dalam Bisnis Syariah

Bagi pelaku bisnis muslim mendapatkan harta yang halal dan berkah dalam berbisnis adalah harapan utama. Karena manusia hanya akan memperoleh kebahagiaan dan kesejahteraan dunia dan akhirat dengan harta yang halal dan berkah. Namun pelaku bisnis harus mengikuti aturan prinsip etika bisnis Islam agar memperoleh keberkahan, dimana prinsip etika tersebut antara lain sebagai berikut;

1) Prinsip Kesatuan

Kesatuan disini merupakan kesatuan sebagai mana terefleksikan dalam konsep tauhid, yang memadukan keseluruhan aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, soasial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini, Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula, etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal atau pun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.²⁷

²⁷ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan* (Bandung: CV. Pustaka Setia), hlm. 271

2) Prinsip Kebolehan

Konsep halal dan haram tentunya menjadi aspek yang sangat diperhatikan dalam bisnis syariah dimana segala barang harus terjamin kehalalannya dan cara mendapatkan barang haruslah sesuai dengan kaidah syariah.²⁸

3) Prinsip Keadilan

Ajaran Islam bertujuan untuk menciptakan sikap manusia yang seimbang dan adil dalam hubungan antara kelompok dengan individu, dan dengan lingkungan. Oleh karenanya keseimbangan, kebersamaan, kemoderatan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan pada aktivitas bisnis.

²⁹Dalam pengelolaan bisnis syariah, adil yang dimaksud berupa adil dalam melakukan pelayanan kepada pembeli.

4) Prinsip Kehendak

Bebas Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak ada batasan pendapat bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecendrungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tidak terbatas.³⁰

5) Prinsip Pertanggung Jawaban

Islam mengajarkan bahwa seluruh tindakan manusia akan dipertanggung jawabkan dihari akhir. Agar memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia

²⁸ Ramdhanu, *Penerapan Prinsip Syariah Dalam Manajemen Hotel (Studi Komparatif Pada G Hotel Syariah dan Hotel Bandara Syariah)*, hlm. 31

²⁹ Ramdhanu, , *Penerapan Prinsip Syariah Dalam Manajemen Hotel (Studi Komparatif Pada G Hotel Syariah dan Hotel Bandara Syariah)*, hlm 32

³⁰ Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, hlm. 272

harus mempertanggung jawabkan perbuatannya, termasuk dalam hal ini adalah kegiatan bisnis³¹

6) Prinsip Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran

Kebenaran adalah perbuatan yang dianjurkan dan tidak dilarang dalam aturan Islam. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar, yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari/memperoleh komoditas maupun dalam proses upaya mencapai/menetapkan *margin*.³² Dalam kelayakan bisnis syariah, kebenaran dan kejujuran harus diterapkan dalam bidang pemasaran, dimana pemasaran yang dilakukan harus jujur tanpa adanya unsur penipuan.

7) Prinsip Kebermanfaatan

Prinsip kebermanfaatan pada kegiatan bisnis tentunya berkaitan dengan objek transaksi bisnis. Objek tersebut tidak hanya berlabel halal tapi harus ada manfaatnya bagi pengguna. Perihal ini ada kaitannya dengan penggunaan objek transaksi. Objek dikatakan mencapai kriteria halal apabila dipergunakan pada hal-hal yang bermanfaat dan tidak menimbulkan mudharat.

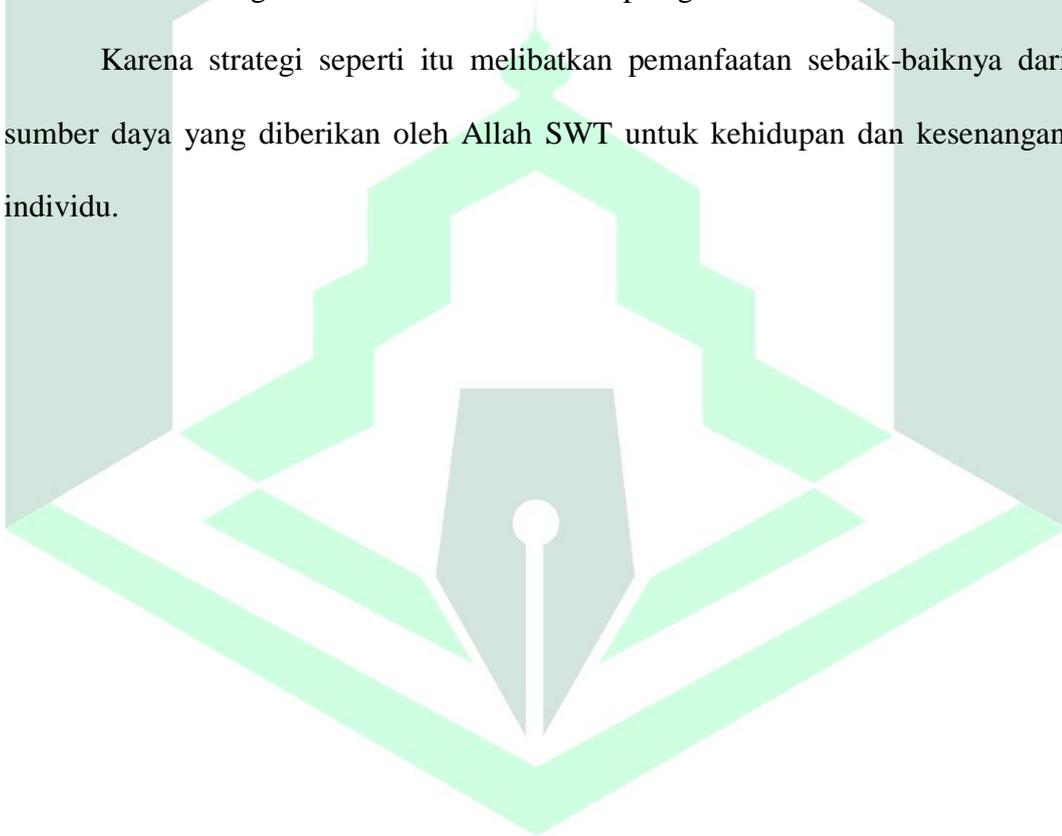
³¹ Herdiana, Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, hlm 271

³² Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, hlm. 274

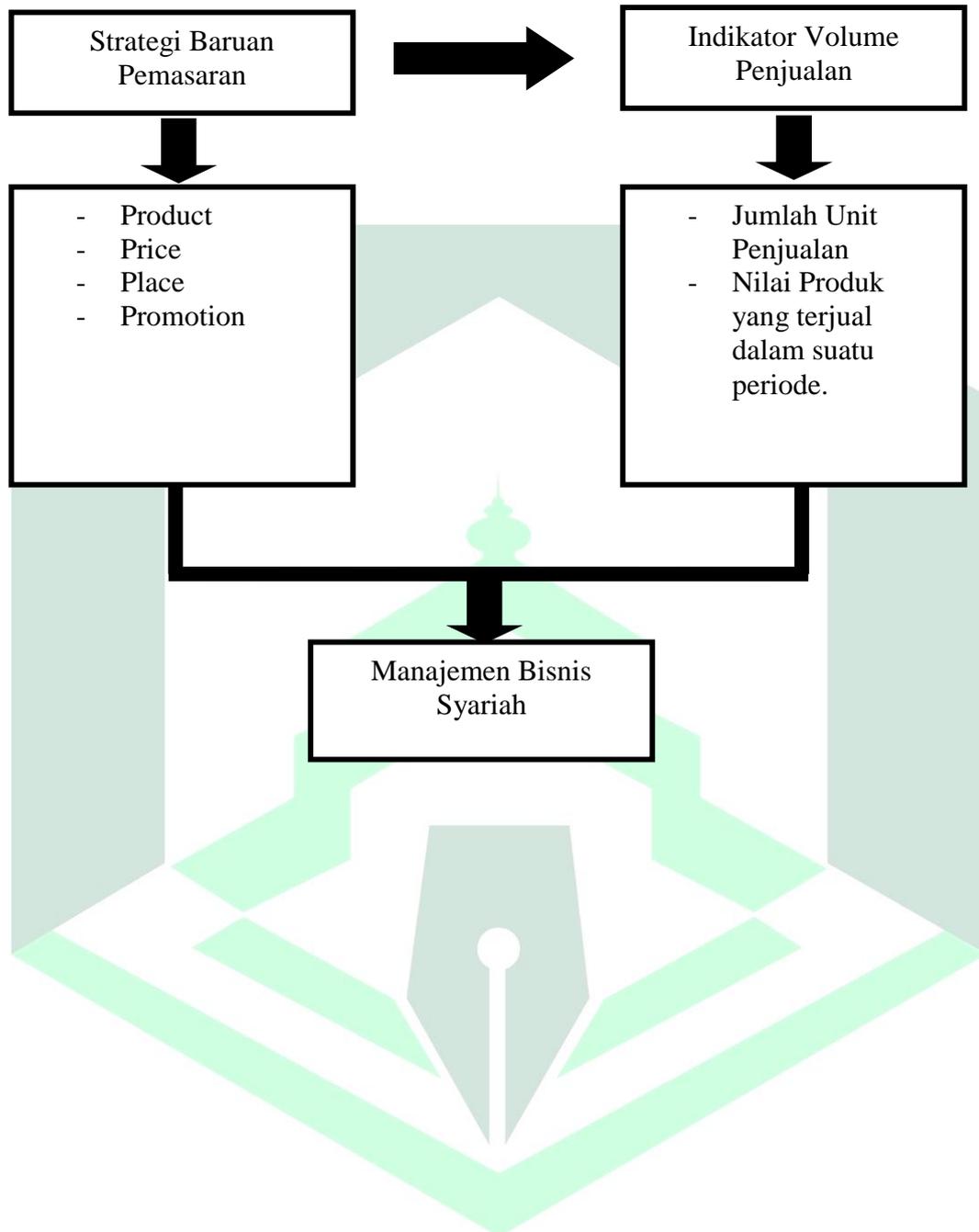
3. Kerangka Pikir

Sesuai dengan tujuan kajian dan kajian teoritis yang telah dibahas di atas, maka akan diuraikan landasan teoritis mengenai dampak penerapan etika bisnis Islami terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan mebel Hilal. Dalam penelitian ini diketahui bahwa inti dari sistem pemasaran suatu perusahaan adalah 4 variabel atau aktivitas, yaitu produk, harga, tempat, promosi. Pemasaran Islami menempati posisi yang sangat strategis karena pemasaran Islami merupakan strategi pemasaran yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad. Strategi adalah rencana untuk setiap kegiatan ekonomi.

Karena strategi seperti itu melibatkan pemanfaatan sebaik-baiknya dari sumber daya yang diberikan oleh Allah SWT untuk kehidupan dan kesenangan individu.



Gambar 2.1 Kerang Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian, pendekatan yang biasa digunakan adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus (case study), penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan dan lisan gambaran dari perilaku yang diamati. Sumber dari penelitian ini yang dapat diidentifikasi berdasarkan fokus masalah yang diteliti, yaitu aktor yang terlibat langsung di lapangan untuk memberi informasi tentang situasi dan kondisi yang terjadi, dimana informan Utama dan informan pendukung, Menurut Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Erickson (menyatakan bahwa penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dampak dari Tindakan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka.

Sedangkan menurut Kirk dan Miller mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan social yang secara fundamental bergantung dari pengamatan manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Hal tersebut mengidentifikasi hal-hal yang relevan dengan makna baik dalam beragamnya keadaan dunia keberagaman manusia,

beragam tindakan, beragam kepercayaan dan minat dengan berfokus pada perbedaan bentuk-bentuk hal yang menimbulkan perbedaan makna.

Dari beberapa pendapat ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sample sumber data dilakukan secara purposive dan snowbaal, Teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.³³

Dalam hal ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan alasan karena penelitian kualitatif bertujuan untuk menentukan dan mengenali data dari objek yang di amati oleh penulis pada saat melakukan wawancara yang mendalam. Sedangkan data yang dikaji masalah berdasarkan realitas dan fenomena yang terjadi dilapangan, yaitu tentang praktek pemasaran meubel dengan sistem pesanan di toko Jual Beli Mebel, di Toko Mebel Hilal Dusun Mata Allo Belopa Utara, Kecamatan Belopa Utara, Kabupaten Luwu.

B. Fokus Penelitian

Tentunya untuk memperjelas dan melihat bagaimana prakteknya dilapangan terkait masalah yang diangkat dalam penelitian ini, maka kehadiran peneliti sangatlah mendukung guna memperoleh data yang dibutuhkan. Karena metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif maka kehadiran

³³ Anggito Albi. Setiawan Johan, *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi pertama* (Jawa Barat: Cv Jejak, 2018), 7-9

peneliti dinilai sangat perlu untuk terjun langsung atau melakukan pengamatan dan berintraksi langsung dengan pemilik usaha Mebel Hilal.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana peneliti tersebut dilakukan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni di desa sepping, kecamatan belopa utara, kabupaten luwu. Manajemen waktu adalah tentang perencanaan hari/waktu supaya bisa melaakukan penggunaan paling baik atas waktu yang dimiliki.³⁴

D. Defenisi Istilah

Desain Penelitian Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk mengungkap sifat pengalaman seseorang dengan fenomena tertentu. Selain itu, metode kualitatif juga dapat digunakan untuk mengungkap sesuatu di balik fenomena yang baru sedikit diketahui atau belum diketahui sama sekali. Metode ini juga dapat digunakan untuk menambah wawasan tentang sesuatu yang baru sedikit diketahui. Prosedur penelitian ini memperoleh hasil temuan yang berupa data-data yang terkumpul melalui beragam sarana. Sarana itu meliputi pengamatan dan wawancara, namun dapat juga mencakup dokumen, buku, kaset, video, dan bahkan data yang telah dihitung untuk tujuan lain, misalnya data sensus.³⁵

³⁴ Antonius Atosokhi Gea, "Time Management; Menggunakan Waktu Secara Efektif dan Efesien", Humanora Vol.5 No.2 (oktober 2014).779, <https://media.neliti.com>.

³⁵ G. Lismarwan Nofan, H. Fuad Nashori, "Proses Kreatif Pelukis Kaligrafi Islam: Sebuah Penelitian Kualitatif" *Proyeksi*, Vol. 5 (1), 6

E. Data dan Sumber Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan sumber data dari lapangan dan data kepustakaan yang digunakan untuk memperoleh data teoritis yang dibahas. Untuk itu sebagai jenis datanya sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang menjadi sumber pokok dalam penelitian³⁶. Dalam hal ini data diperoleh dari subjek peneliti dari lapangan. Data ini berisi tentang mekanisme praktek jual beli di toko Meubel Hilal. Data yang penulis peroleh berasal dari hasil wawancara dengan beberapa informan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain tidak langsung diperoleh dari. Sumber data ini diperoleh dari sumber-sumber kepustakaan yang relevan dengan skripsi ini, namun bersifat hanya pendukung³⁷.

Kepustakaan yang dimaksud adalah berupa kitab-kitab, buku-buku atau jurnal penelitian, Skripsi, maupun hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian.

F. Teknik Pengumpuln Data

Dalam Penelitian ini, diperlukan data yang akurat di lapangan. Metode yang digunakan harus sesuai dengan Obyek yang akan diteliti. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini:

³⁶Haris Herdiansyah, *Wawancara Observasi dan Focus Group*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 61

³⁷Syaifudin Azwar, *Metode penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), hal. 91

1. Observasi

Metode observasi yaitu usaha-usaha mengumpulkan data dengan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena- fenomena yang diselidiki.³⁸ Adapun observasi ilmiah adalah perhatian terfokus terhadap gejala, kejadian atau sesuatu dengan maksud menafsirkannya, mengungkapkan faktor-faktor penyebabnya dan menemukan kaidah-kaidah yang mengaturnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik observasi partisipan yaitu observasi yang dilakukan dengan cara peneliti mengamati apa yang mereka kerjakan, mendengarkan apa yang mereka ucapkan.³⁹

Dalam hal ini peneliti akan melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan praktik jual beli mebel dengan sistem pesanan di toko Mebel Hilal, Desa Seppong Kec. Belopa Utara Kab.Luwu. Konsep penelitian ini dengan cara penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Sebab penulis akan menjelaskan bagaimana sistem jual beli dalam akad pesanan menurut hukum islam dan bagaimana praktek pada jual beli pesanan mebel di toko Hilal, Desa Seppong Kec. Belopa Utara Kab.Luwu.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud penyelidikan atau penelitian dimana percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara dan narasumber⁴⁰. Adapun metode wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara informal, artinya wawancara dilakukan secara tidak resmi namun tetap

³⁸ Sutrisno Hadi, *Metodologi riset*, (Yogyakarta: UGM press, 1986), hal.136

³⁹ Aan Komariah dan Djam'an, *Metodologi penelitian kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal.117

⁴⁰ Sudarwan Danim, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), h.135

berpedoman pada kerangka pokok permasalahan⁴¹. Maka dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara kepada Hilal selaku pemilik mebel ditoko Mebel Hilal Dusun Mata Allo Desa Seppong Kec. Belopa Utara.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek atau oleh orang lain tentang subjek. Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan.⁴² Metode ini digunakan untuk memberikan informasi tentang kondisi umum, dimana dokumentasi lainnya berkaitan dengan gambaran umum praktik jual beli mebel di toko Mebel Hilal Dusun Mata Allo Desa Seppong Kec. Belopa Utara.

G. Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk memperkuat data dalam penelitian ini maka peneliti melakukan pengujian untuk keabsahan/validasi terhadap data yang ada, adapun tehnik validasi data yang digunakan.

1. Pembahasan dengan Rekan Sejawat Melalui Diskusi

Tehnik ini peneliti lakukan dengan cara memaparkan hasil penelitian melalui diskusi dengan rekan sejawat atau dengan seorang yang ahli yang memiliki pengetahuan yang sama dengan hal yang dikaji dalam penelitian ini. Tujuannya menghindari penafsiran yang keluar dari fokus penelitian dan

⁴¹ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian (Suatu PendekatanPraktik)*, Jakarta: Rhineka Cipta,2002, hal.107

⁴²Sudarwan Danim, *Metode Penelitian Kualitatif...*, hal.143

merupakan tambahan wawasan bagi peneliti yang membahas tentang masalah tersebut sesering mungkin.

2. Memperpanjang kehadiran peneliti di Lapangan atau memperbanyak intensitas observasi wawancara dan kunjungan ke lokasi penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti memanfaatkan waktu yang relatif lama, ini diperbuat agar praktek yang diteliti bisa dipahami secara lengkap dan bisa mendapatkan data yang lebih akurat terkait masalah yang sedang diteliti. Memperbanyak observasi sesering mungkin dan menambah informan dalam wawancara juga merupakan salah satu langkah yang digunakan guna mendapatkan data yang kredibel di Lapangan, kegiatan ini digunakan semata-mata untuk memvalidasi data sehingga data menjadi relevan dan baik.

3. Kecukupan Referensi

Kecukupan ini untuk membandingkan data yang diperoleh dari bahan catatan, kutipan atau sebagainya. Peneliti berusaha untuk menggunakan teknik ini dengan kemampuan peneliti yaitu dengan membandingkan catatan yang satu dengan catatan yang lain tentang data yang sama-sama dilakukan untuk mendapatkan keabsahan data yang dihasilkan.

Kecukupan referensi peneliti gunakan sebagai landasan teoritis yang cukup kuat untuk merumuskan permasalahan, karena itu peneliti selalu berpedoman pada kemutakhiran referensi dengan banyak membaca referensi-referensi yang mendukung.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan & Biklen adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁴³

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa langkah awal dari analisis data adalah mengumpulkan data yang ada, menyusun secara sistematis, kemudian mempresentasikan hasil penelitiannya kepada orang lain.

Langkah-langkah analisis data adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari pola dan temanya. Yang mana bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang dihasilkan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi dikumpulkan sehingga tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan penarikan tindakan, yang disajikan antara lain dalam bentuk teks naratif, matriks, jaringan dan bagan.

⁴³ 57 Moleong, Lexy J. "OP,Cit, hlm, .248

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambiltindakan⁴⁴.



⁴⁴ Miles, Dkk. *“Analisis Data Kualitatif. Buku sumber tentang metode-metode baru”*, (Jakarta: Universitas Indonesia Pres, 2007), hlm. 15

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

Deskripsi data merupakan gambaran umum mengenai masing-masing variabel sebagai pendukung dalam pembahasan berikutnya. Melalui gambaran umum yang dipaparkan akan tampak kondisi awal dan kondisi akhir dari setiap variabel yang diteliti.

Deskripsi data ini membahas penelitian tentang Bauran pemasaran pada mebel kayu Hilal. Penelitian ini dilaksanakan antara tanggal 6 juni sampai dengan 30 juni 2023. Tujuan penelitian deskriptif kualitatif ini adalah untuk mengetahui pendapatan, upah tenaga kerja, dan pemborosan. Menerapkan data adalah langkah pertama dalam menentukan ini, diikuti dengan analisis data dan pembahasan.

1. Gambaran umum lokasi penelitian

Mebel kayu hilal berada di Kecamatan Belopa Utara, Tepatnya di Desa Seppong. Yang tidak jauh dari Pertamina Seppong.

2. Sejarah singkat

Mebel Kayu Hilal berdiri Sejak tahun 2018, yang didirikan oleh Bapak dari Saudara Hilal, yakni Alm. Bapak Hanafi. namun pada awal berdirinya mebel kayu tersebut, masih belum menggunakan Nama Hilal karena masih dikelola oleh orang tua dari Saudara Hilal. Pada saat itu, hanya melayani pesanan di wilayah sekitar Desa Seppong. Namun, seiring berjalannya waktu, Mebel Kayu Hilal mulai melayani pesanan dari luar Kab. Luwu. Saat Orang dari Saudara Hilal meninggal dunia, Usaha Mebel Kayu tersebut hingga saat ini (2023), diteruskan

oleh Saudara Hilal yang merupakan anak dari Bapak Hanafi. Sehingga namanya berubah menjadi Mebel Kayu Hilal.

3. Visi Misi perusahaan

a. Visi

Menjadi sebuah unit usaha Lokal yang mampu bersaing melalui produk yang terjangkau dan berkualitas

b. Misi

- 1) Membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat dengan keterbatasan pendidikan dan berazaskan kekeluargaan.
- 2) Mempermudah masyarakat Sekitar untuk menjangkau lokasi dalam membeli kebutuhan rumah di bidang per mebel an.
- 3) Menciptakan masyarakat untuk mencintai karya dan produk Lokal
- 4) Tranparan dalam kualitas bahan yang akan di pesan

4. Tujuan

Adapun tujuan dari pendirian Mebel Kayu Hilal ini adalah sebagai berikut yang:

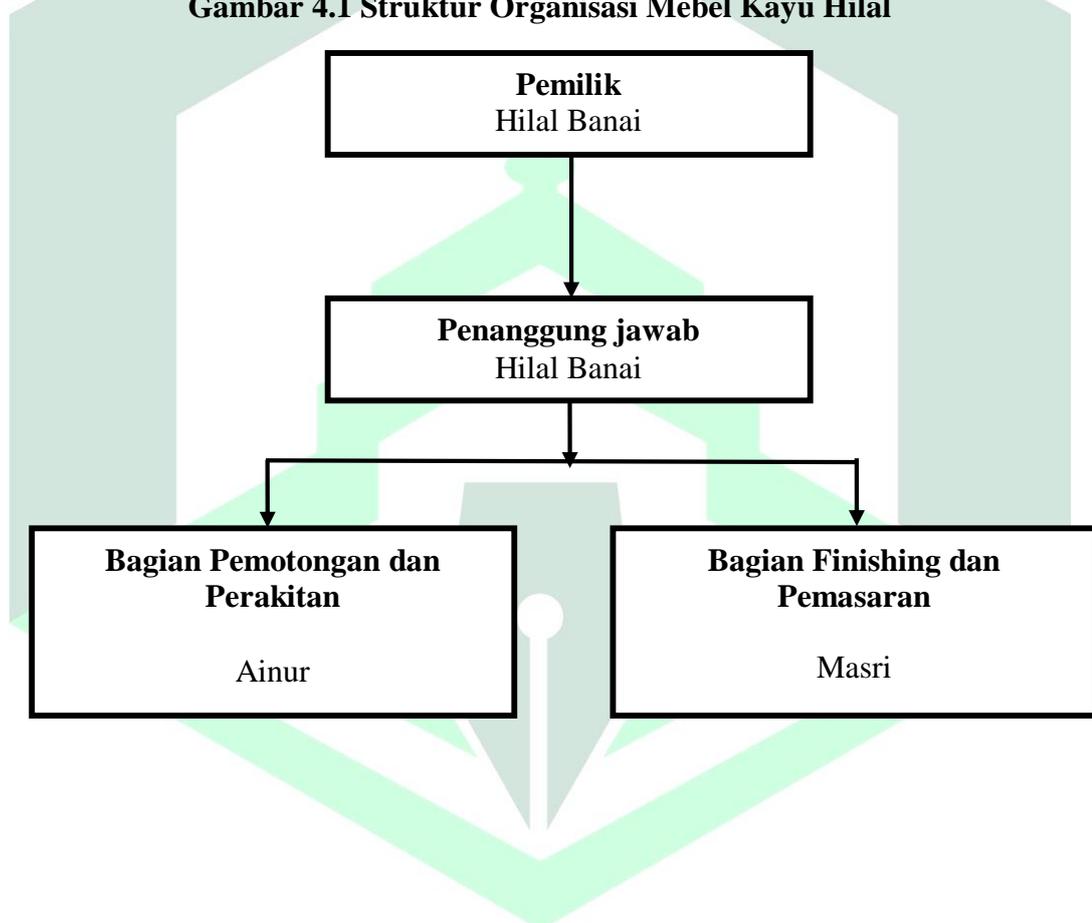
- a. Untuk memperoleh keuntungan bagi pemilik, dan dari perolehan keuntungan tersebut maka dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.
- b. Untuk memberikan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar agar mempunyai penghasilan dan kesibukan.
- c. Menghidari angka kejahatan dengan cara memberdayakan orang-orang sekitar.
- d. Membantu perkonomian warga

5. Struktur organisasi

Struktur organisasi merupakan kerangka yang menunjukkan segenap tugas untuk menapai tujuan organisasi. Maka dalam suatu usaha diperlukan organisasi yang baik untuk mendapatkan suatu gambaran rencana tentang sekelompok orang yang mengadakan kerjasama dengan pembagian tugas, tanggung jawab dan wewenang yang jelas.

Adapun struktur organisasi Mebel Kayu Hilal, adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Mebel Kayu Hilal



6. Profil Informan

Di dalam penelitian, informan sangat diperlukan untuk membantu dalam memperoleh data dan informasi mengenai permasalahan yang akan di teliti. Peneliti mengambil informan yang di anggap mengetahui permasalahan yang ada di lapangan. Berikut data dari informan yang digunakan oleh peneliti:

Hilal Banai

Hilal Banai merupakan pemilik dari usaha mebel kayu hilal, tidak hanya itu dia juga sebagai manajer dan juga bendahara diusahanya. Hilal lahir pada tahun 1999 di Desa Seppong, Kecamatan Belopa Utara, Kabupaten Luwu.

B. Hasil Penelitian

1. Analisis Strategi Bauran Pemasaran pada Mebel Kayu Hilal

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memeberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu pemasaran. Dengan kata lain strategi pemasaran adalah serangkain tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Peran pemasasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa sehingga tangan konsumen, tetapi bagaimana juga produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan nilai superior, menetapkan

harga menarik, mendistribusikan produk dengan murah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Menurut Willam J. Stanton, bauran pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Sedangkan Menurut *Kotler* dan *Amstrong* bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan oleh pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk memengaruhi permintaan produknya.

Mebel Kayu Hilal tentunya mempunyai strategi bauran pemasaran yang efektif guna keberlangsungan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualannya. Adapun strategi Bauran pemasaran yang dilakukan Mebel Kayu Hilal dengan menggunakan 4p yaitu:

a. Produk

Strategi produk dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang, melalui peningkatan penjualan dan peningkatan share pasar. Dalam strategi marketing mix, staretegi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi startegi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi

yang dibutuhkan, serta pentuan harga dan cara penyalurannya.

Berdasarkan hasil penelitian produk yang ditawarkan pada Mebel Kayu Hilal merupakan produk yang berkualitas dengan bahan yang terbuat dari kayu jati, mahoni, dan bayur yang mana bahan yang di ambil yang berkualitas yang mana dengan tujuan untuk menarik konsumen serta menciptakan kepuasan bagi konsumen.

Merek atau lebel merupakan ciri khusus yang di miliki setiap pengusaha, begitu pun Kak Hilal selaku pemilik mebel mengaku perlu adanya merek tersendiri dalam menjalankan usahanya agar produk yang di jual di pasaran mempunyai ciri khusus dari mebel yang lainnya dan mudah di cari oleh para konsumen. Maka dari itu merek produk dari mebel ini adalah Mebel Kayu Hilal. Kemudian hasil dari produk Mebel Kayu Hilal adalah:

Tabel 4.1 Jenis produk Mebel Kayu Hilal

No	Jenis Produk
1	Daun Pintu
2	Kursi
3	Lemari
4	Daun Jendela
5	Perlengkapan Lab. Komputer
6	Papan Pengumuman
7	Rak Buku
8	Dan Lain-Lain

Sumber: Mebel Kayu Hilal

Dilihat dari tabel di atas Produk Mebel Kayu Hilal yang dihasilkan masih berpokus berupa peralatan rumah tangga, kantor atau peralatan sekolah dan lainnya yang mana sudah cukup beragam, dalam hal ini mebel Kayu Hilal juga bisa menyesuaikan keinginan dari konsumen. Adapun bahan atau kayu yang dipakai oleh Mebel Kayu Hilal merupakan bahan yang di pilih dengan kualitas terbaik yakni kayu jati, kayu waru dan kayu bayur. Bahan yang digunakan berasal dari pegunungan Latimojong dan luar daerah luwu yang mana menurutnya material yang dibutuhkan cukup banyak.

Selain itu, Mebel Kayu Hilal juga menjalin kerjasama dengan instansi pendidikan seperti sekolah-sekolah yang berada di daerah Luwu dengan cara menjualnya ke sekolah, dengan jalinan kerjasama tersebut diharapkan mampu menarik minat beli konsumen dan meningkatkan penjualan. Setiap perusahaan pastinya mengutamakan kepuasan pelanggan, begitu pula dengan Mebel Kayu Hilal sangat mengutamakan kualitas dari bahannya agar memberikan hasil yang terbaik bagi para konsumen.

Mebel kayu Hilal dalam implementasi indikator produk, Mebel Kayu Hilal sudah menjalankan dengan baik, namun perlu adanya evaluasi yang mana target pasar dari Mebel Kayu Hilal sebagian besar ialah dari golongan institusi pendidikan perlu di perluas lagi agar lebih meningkatkan penjualan lebih besar lagi. Dan tentunya Mebel Kayu Hilal perlu mengadakan inovasi dengan cara membuat semua peralatan rumah tangga yang lainnya dan tidak terlalu berfokus pada pembuatan peralatan kantor, agar target yang ditentukan lebih luas dan pendapatan lebih meningkat.

b. Harga

Harga merupakan nilai atau uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Secara sederhana harga merupakan ukuran nilai yang ditukarkan pelanggan membeli suatu penawaran. Harga berfungsi sebagai sebuah mekanisme ekonomi dengan memakai penawaran yang bisa didistribusikan di antara pelanggan di pasar. Hal itu juga bertindak sebagai indikator tentang sejauh mana penawaran diminta dan sejauh mana hal itu disediakan atau tersedia.⁴⁵

Menurut Kotler harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. 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 merupakan suatu hal yang sangat sensitif karena daya tawar konsumen yang tinggi akibat banyaknya pesaing yang dihadapi oleh para industri mebel. Hal ini berpengaruh kepada penetapan harga yang dilakukan mebel karya mandiri. Harga yang ditentukan tentunya harus harga yang kompetitif. Yaitu, harga yang sesuai dengan kualitasnya semakin baik kualitasnya maka harga yang ditawarkan juga semakin tinggi.

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. Adapun harga yang ditawarkan oleh Mebel Kayu Hilal

⁴⁵ Rosyda” <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-harga/>

ialah:

Tabel 4.2 Daftar Harga Produk Mebel Kayu Hilal

No	Pelanggan	Nama Barang	Harga
1.	Rumah Tangga	• Daun Pintu	650.000
		• Daun Jendela	250.000
		• Kusen Rumah	250.000
		• Buffet TV	1.000.000
2.	Intansi Pendidikan	• Meja dan Kursi Guru	1.000.000
		• Meja dan Kursi Siswa	500.000

Secara umum harga yang ditawarkan oleh Mebel Kayu Hilal cukup cukup bersaing dengan mebel yang ada di sekitarnya yang mana harga yang lebih tinggi diiringi dengan berdasarkan kualitas produk yang di pesan, tentu semakin bagus bahan yang di pesan semakin mahal pula harga yang di tawarkan, yang mana kebijakan ini di ambil agar memberikan kepuasan pada konsumen.

Meskipun demikian, evaluasi harus di lakukan oleh Mebel Kayu Hilal agar produk yang terjual di pasaran meningkatkan, dengan cara mengadakan promo harga, sosialisai ke instansi lainnya. Walaupun harga dari segi harga terlihat sedikit murah namun kenyataan di lapangan, produk yang terjual oleh Mebel

Kayu Hilal setiap tahunnya selalu mengalami penurunan, yang mana hal ini ditakutkan akan mengancam kesejahteraan perusahaan, karna semakin hari semakin banyak para produsen yang terus berinovasi di pasaran.

c. Tempat/Saluran Distribusi

Distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen ke konsumen atau pemakai industri. Lokasi sangat menentukan, kelangsungan perusahaan kedepan dan sasaran konsumen sehingga produk dapat mencapai pasar yang dituju secara efektif dan efisien. Penentuan tempat selayaknya memperhatikan beberapa elemen penting seperti saluran pemasaran, cakupan pasar, pengelompokan, lokasi dan transportasi yang baik.

Lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor pendukung dalam memasarkan produk, yang mana lokasi yang strategis memudahkan para konsumen untuk datang langsung menuju lokasi produksi. Mebel Kayu Hilal dalam penerapan strategi tempat/saluran distribusi berupaya memudahkan para konsumen untuk datang langsung ke tempat produksi dan memberikan kenyamanan dalam menuju ke tempat produksi dengan penentuan tempat yang strategis. Mebel Kayu Hilal lokasi yang beralamatkan di desa Seppong Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu. Tempat yang tidak terlalu jauh dari pusat kota, mudah dijangkau, mudah di lalui oleh kendaraan baik kendaraan roda dua ataupun kendaraan lainnya. Mebel Kayu Hilal selalu berupaya memasarkan produknya dan memberikan kemudahan kepada seluruh konsumennya untuk mendapatkan produknya dengan cara menyalurkan ke beberapa kabupaten yang

ada di provinsi sulawesi selatan seperti yang tertera di dalam tabel berikut :

Tabel 4.3 Saluran Distribusi Mebel Kayu Hilal

No.	Wilayah Penyaluran
1	Kabupaten Luwu
2	Kota Palopo
3	Kota Makassar
4	Dan Beberapa Wilayah Lainnya

Sumber : Mebel Kayu Hilal

Berdasarkan tabel 4.3 diatas saluran distribusi Mebel Kayu Hilal cukup luas sudah mencapai 5 kabupaten yang tersebar di daerah provinsi Sulawesi Selatan, yang mana hal ini menunjukkan bahwa produk yang di jual oleh Mebel Kayu Hilal sudah mampu keluar dari kabupaten sendiri. Dan untuk lokasi produksi pembuatan mebel di rumah produksinya cukup terjangkau oleh kendaraan dan tidak jauh dari pusat kota.

Namun demikian, perlu adanya perluasan lagi dalam pendistribusian agar lebih meningkatkan jumlah penjualan dan perlunya tempat pemasaran sendiri agar para pelanggan yang ingin memasan ataupun yang ingin membeli tanpa harus pergi lokasi ke tempat produksi contohnya membuka cabang di pusat kota.

Membuka cabang di Pusat Kota merupakan salah satu hal yang lumayan baik, sebab orang-orang dapat membeli barang dari mebel kayu hilal dengan mudah sebab berada dipusat kota. Namun, untuk membuka sebuah cabang baru membutuhkan modal yng juga cukup besar.

d. Promosi

Strategi promosi adalah tindakan perencanaan, implementasi, dan pengendalian komunikasi dari organisasi kepada pelanggan dan audiens sasaran (target audiences) lainnya. Promosi digunakan untuk memberikan informasi kepada orang-orang tentang produk dan mempersuasi pembeli/target pasar, saluran distribusi, dan publik untuk membeli mereknya.

Promosi merupakan langkah yang nyata untuk mengenalkan dan mengkomunikasikan manfaat dari produk dan untuk meyakinkan konsumen agar membelinya, maka dari itu unsur promosi dalam bauran pemasaran mempunyai peranan penting dalam membantu mengkomunikasikan kepada konsumen.

Jenis Promosi yang dilakukan oleh Mebel Kayu Hilal yaitu Personal selling, merupakan penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat teralisainya penjualan. Personal selling yang dilakukan oleh Mebel Kayu Hilal dengan cara menawarkan langsung kepada pembeli dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan dan mengajak pelanggan untuk membeli produk yang dijual.

Selain itu, media yang digunakan dalam mempromosikan juga berupa brosur, pamflet yang mana semuanya disebar ke instansi pendidikan di daerah pemasaran, hal ini dilakukan agar lebih dikenal oleh banyak konsumen. Dan juga Mebel Kayu Hilal menggunakan sosial media seperti Facebook, Instagram. Kemudian mereka mengadakan diskon pada setiap pembelian dalam jumlah banyak yang mana setiap pembelian banyak mendapatkan harga yang sedikit lebih murah, hal ini dilakukan agar para konsumen tertarik untuk membeli produk Mebel

Kayu Hilal. Kejujuran adalah nomor satu yang Mebel Kayu Hilal selalu terapkan dalam setiap harinya dan menjalankan bisnis sesuai dengan ajaran islam.

Namun meskipun demikian, menurut peneliti perlu adanya campur tanganteknologi dalam memasarkan produk, karna setiap hari teknologi semakin berkembang, jika para produsen tidak menggunakan teknologi tersebut maka akan jauh ketinggalan dari para pesaing, dan teknologi sangat membantu dalam mangenalkan barang hasil produksi. Setelah menganalisis dari penerapan strategi pemasaran, serta data penjualan Mebel Kayu Hilal, dapat disimpulkan bahwa starategi yang diterapkan oleh Mebel Kayu Hilal sudah berjalan dengan baik, dimana keempat variabel strategi pemasaran ini saling mendukung dan saling melengkapi, serta memiliki iperan yang berbeda dalam memasarkan produknya. Sehingga keempat variabel strategi pemasran ini dibutuhkan seluruhnya dalam proses peningkatan pendapatan Mebel Kayu Hilal.

2. Analisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan Mebel Kayu Hilal

Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton, atau liter. Semakin besar jumlah yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, volume penjualan merupakan salah satu hal yang sangat penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi. Jadi volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukan untuk kepentingan sendiri. Untuk

meningkatkan volume penjualan tentunya harus ada strategi yang menunjang.

Pengetahuan tentang bauran pemasaran sangatlah penting agar dapat mencapai hasil yang maksimal, Mebel Kayu Hilal dalam hal bauran pemasaran masih belum mampu menerapkan strategi bauran pemasaran secara keseluruhan, Mebel Kayu Hilal dalam penerapan bauran pemasaran perlu adanya evaluasi dari segi produk Mebel Kayu Hilal masih berfokus pada alat-alat perlengkapan kantor, rumah tangga dan sekolah, hal ini berimbas pada fokus sasaran pemasarannya satu konsumen saja. Kemudian dari segi promosi Mebel Kayu Hilal masih sangat sederhana yaitu dengan menggunakan cara promosi personal selling yaitu sistem mulut ke mulut, yang mana menurut peneliti jenis promosi seperti ini kurang efektif, karna cakupan promosinya masih sangat sempit.

Berikut volume penjualan Mebel Kayu Hilal dilihat dari tiga tahun terakhir

Tabel 4.4

Jumlah penjualan Mebel Kayu Hilal pada tahun 2020- 2022

No.	Tahun	Jumlah Penjualan
1.	2020	220 Unit
2.	2021	200 Unit
3	2022	150 Unit

Sumber : Mebel Kayu Hilal

Pada Tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa setiap tahunnya jumlah penjualan mengalami penurunan. Pada tahun 2020 Mebel Kayu Hilal dikatakan masih di puncak kejayaannya yang mana untuk pemasaran mampu menembus angka 200 lokal, yang mana untuk angka sebesar ini membuktikan bahwa Mebel

Kayu Hilal masih bisa bersaing dengan mebel lainnya, dan masih sedikit para pengrajin yang menggeluti usaha ini. Untuk tahun selanjutnya yaitu tahun 2021 Mebel Kayu Hilal mengalami penurunan 220 unit, yang mana mengalami penurunan angka 20 unit, Pada tahun 2022 Mebel Kayu Hilal belum mampu meningkatkan penjualannya di tahun berikutnya yang mana hanya mampu menjual 150 unit, penurunan yang signifikan/ penurunan sangat banyak dibanding pada tahun sebelumnya pada tahun 2022 yaitu 150 unit.

Menurut kak Hial sebagai pemilik Mebel Kayu Hilal penurunan ini di akibatkan oleh adanya pemangkasan anggaran dari sekolah atau instansi pendidikan, sehingga para konsumenpun mau tidak mau memangkas angka belanja, yang mana hal ini berimbas pada penjualan Mebel Kayu Hilal. Dari hal tersebut tentunya perlunya perluasan pemasaran agar jumlah produk yang terjual lebih banyak dan juga perlunya inovasi dengan cara menciptakan produk untuk semua kalangan seperti, peralatan rumah tangga lainnya. Karna semakin banyak inovasi yang dibuat oleh Mebel Kayu Hilal akan menjadikan barang tersebut laku di pasaran.

Dapat di simpulkan dalam tiga tahun terakhir penjualan Mebel Kayu Hilal mengalami penurunan yang disebabkan oleh adanya pemangkasan anggaran oleh pemerintah yang berimbas pada penurunan pemesanan produk. Akan tetapi masalah ini bisa terpecahkan jika Mebel Kayu Hilal mampu membuat inovasi dari hasil produknya dan tidak berfokus pada pembuatan perlengkapan di instansi pendidikan saja. Sehingga Mebel Kayu Hilal terus melakukan inovasi untuk peningkatan penjualan mebel kayu yang dimilikinya sehingga bisa lebih baik

kedepannya.

3. Konsep bauran pemasaran Mebel Kayu Hilal dalam tinjauan manajemen bisnis syariah

Menurut Kertajaya sebagaimana dikutip Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, bahwa secara umum pemasaran islami adalah strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam.

Pada dasarnya setiap bisnis dalam memasarkan produknya dianggap sebagai media usaha yang bersifat material untuk mencapai tujuannya yaitu dengan meningkatkan pendapatan usaha. Salah satu usaha yang harus dilakukan oleh perusahaan mampu meningkatkan pendapatan adalah dengan menjalankan strategi pemasaran. Bauran pemasaran adalah salah satu alat pemasaran yang tepat dan banyak dilakukan oleh setiap perusahaan untuk memasarkan produknya. Oleh karena itu Mebel Kayu Hilal dalam mencapai tujuan utamanya maka harus menggunakan beberapa strategi dalam memasarkan produknya guna untuk mempertahankan, mengembangkan, serta meningkatkan usahanya.

a. Produk

Produk adalah salah satu yang paling vital yang mempengaruhi keberhasilan dalam meningkatkan tingkat keuntungan atau laba yang akan tetap menjaga aktifitas operasional. produk itu sendiri memiliki sifat dan karakteristik yang amat beragam dan sering diburu oleh konsumen.

Dalam praktiknya, Mebel Kayu Hilal mampu menghasilkan produk yang berkualitas, seperti wawancara dengan kak Hilal yang terteradi bab III, bahwa Mebel Kayu Hilal memproduksi barang 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 QS. Al-Ahzab (33) : 72 sebagai berikut:

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

Terjemahan :

“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 zalim dan Amat bodoh, (QS. AlAhzab (33) : 72).⁴⁶

Dari ayat diatas dapat kita ketahui bahwa amanah merupakan etika yang penting, karena dalam berlaku bisnis jika tidak mempunyai sifat amanah, bisnistersebut tidak akan dipercaya lagi oleh para konsumen. Dan hal ini nantinya bisa menjaga kualitas dari mebel tersebut.

Mebel Kayu Hilal dalam memproduksi produknya selalu memegang sifat jujur dan tidak ada pihak yang dirugikan. Ha ini sesuai dengan HR Muslim, dari

⁴⁶ Al-Qur'an dan Terjemahan. Kementerian Agama RI

Hakim bin Hizam Ra):

*"Dua orang yang berjual beli masing-masing mempunyai hak pilih (untuk meneruskan jual beli atau tidak) selama keduanya belum pernah berpisah. Jika keduanya berlaku jujur dan berterus terang menjelaskan (keadaan barang yang diperjual belikan), maka keduanya akan mendapat berkat dari jual beli mereka tetapi jika mereka berdusta dan menyembunyikan cacat, hilanglah jual beli mereka."*⁴⁷

Berdasarkan hadist di atas dapat diketahui bahwa kejujuran adalah kunci utama dalam setiap aktivitas salah satunya adalah bermuamalah. Karena hal ini akan membuat para konsumen loyal atas produk yang dihasilkan. Mebel Kayu Hilal selalu memegang sikap kejujuran tanpa membohongi para pelanggan, yang mana barang yang di jual sesuai dengan kualitas yang ada sesuai dengan pesanan tanpa mengurangi sedikitpun. Karena menurut hilal, prinsip kejujuranlah yang utama harus dimiliki oleh setiap pemilik usaha baik usaha yang besar maupun yang kecil, sebab biar sedikit yang penting berkah, dibandingkan banyak, namun hasil yang didapatkan tersebut, tidaklah berkah.

b. Harga

Harga merupakan suatu nilai yang dijadikan patokan nilai suatu barang. Penetapan harga dalam suatu perusahaan akan menentukan posisi persaingan dan mempengaruhi tingkat penjualan produk. Islam mengajarkan penetapan harga yang sesuai dan tidak memberatkan konsumen untuk membelinya, serta harga yang ditetapkan haruslah sesuai dengan kualitas produk yang di jual.

Harga yang ditawarkan oleh mebel karya mandiri merupakan harga yang bersaing dengan seseuai dengan kulaitas produknya. Seperti dalam QS. An-Nahl 90:

⁴⁷ Departemen Agama RI, Al-Quran Perkata Transliterasi, (Bandung: Al-Hambra, 2014), H. 427

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ
يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾

Terjemahan:

*“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.*⁴⁸

Mebel Kayu Hilal 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 Mebel Kayu Hilal berlaku adil dan tidak ada yang merugikan salah satu pihak.

Dasar penetapan harga yang dilakukan oleh Mebel Kayu Hilal cenderung terjadi pada kondisi pasar yang terjadi pada saat ini, biaya produksi (biaya operasional, upah, dan lain-lain), serta beberapa yang membuat harga produk secara signifikan dapat melonjak drastis seperti laba yang diinginkan, yang merupakan sumber penghasilan.

c. Tempat/Saluran Distribusi

Tempat/distribusi meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersediabagi pelanggan sasaran. Menurut Kasmir dijelaskan bahwa saluran distribusi adalah saluran jaringan dari organisasi dan fungsi-fungsi yang menghubungkan produsen kekonsumen akhir. Penentuan lokasi dan distribusi serta sarana dan prasarana menjadi sangat penting, hal ini sebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang

⁴⁸ Al-Qur'an dan Terjemahan. Kementerian Agama RI

aman dan nyaman kepada seluruh konsumen.

Tempat/saluran distribusi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin baik strategilokasi/tempat dan saluran distribusi yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan kesuksesan sebuah usaha. Memang dalam Islam tidak dijelaskan secara khusus bagaimana menentukan tempat atau saluran distribusi dagang yang baik. Hanya dalam Islam memberikan rasa nyaman, aman, dan memudahkan konsumen untuk membeli produk merupakan hal yang dianjurkan. Konsep distribusi/lokasi yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW. bahwa melarang adanya pencegahan atau pemotongan jalur distribusi, ini dari pelarangan itu adalah untuk menghindari adanya tengkulak (perantara). Hal ini yang diperhatikan adalah perantara perniagaan dengan maksud mendapatkan keuntungan dari transaksi dengan cara yang tidak baik, bahwa berdagang secara perantara dibolehkan asal dalam pelaksanaannya tidak terjadi penipuan dari satu pihak terhadap yang lain.

Adapun prinsip utama dalam konsep distribusi menurut pandangan Islam ialah peningkatan dan pembagian hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan, dengan demikian kekayaan dapat melimpah secara merata dan tidak hanya berada di antara golongan tertentu saja. Berdasarkan penelitian Mebel Kayu Hilal 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.

d. Promosi

Promosi bertujuan untuk mengenalkan, menyebar luaskan informasi tentang hasil dari Mebel Kayu Hilal di desa Seppong, mempengaruhi atau membujuk pasar konsumen agar produksinya dapat diterima ketangan konsumen. Mebel Kayu Hilal dalam mempromosikan hasil produknya tidak pernah menggunakan alat yang berbau atau mengandung pornografi atau penipuan dan tidak pernah bersumpah palsu yang mana dengan tujuan agar produknya laku dipasaran hal ini sesuai dengan hadist Nabi Muhammad SAW yang berbunyi:

“Sumpah yang diucapkan untuk melariskan dagangan, dapat merusak keuntungan” (HR Muslim).

Dari hadits di atas menunjukan bahwa dilarannya untuk bersumpah palsu yang mana hal itu akan membuat kerusakan si pemilik. Mebel Kayu Hilal juga bersikap jujur dalam mempromosikan hasil produknya tanpa membohongi para pelanggannya yang mana tujuannya agar barang yang dihasilkan laku dipasaran. Mebel kayu hilal tarnaparan dalam kualitas bahan yang akan digunakan.

Kebenaran dan kejujuran merupakan nilai dasar dalam etika Islam. Islam sangat mencela kepalsuan dan penipuan dalam berbagai bentuknya. Nilai ini mempunyai implikasi mendalam bagi perilaku bisnis. Seorang pelakubisnis hendaknya jujur dan benar dalam semua perjanjian bisnisnya. Tidak ada ruang untuk penipuan, bicara bohong, bersumpah terlalu banyak dan iklan yang menipu dalam bingkai bisnis Islam. hal ini sesuai dengan Firman Allah SWT, dalam QS. Al-Ahzab ayat 70:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Terjemahan: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar” (QS. Al-Ahzab ayat 70)⁴⁹

Dalam hal ini dapat disimpulkan kejujuran adalah merupakan suatu kunci keberhasilan suatu bisnis terutam dalam bidang penjualan produk. Aspek kejujuran bisa diterapkan dalam memasarkan produk. Mebel Kayu Hilal sudah menerapkan sikap jujur dalam hal promosi seperti yang telah di paparkan di bab II.

Setelah menganalisis dari teori islam dapat disimpulkan bahwa startegi bauran pemasaran yang di terapkan oleh Mebel Kayu Hilal dalam meningkatkan volume penjualan sudah sesuai dengan ekonomi islam. Dari segi produk selalu besikap jujur dan mengedepankan kualiatas produk menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk. tempat/saluran distribusi yaitu memberikan rasa nyaman dan akses yang mudah dijangkau oleh para konsumen, dan promosi selalu menekankan pada etika bisnis yakni kejujuran. Sebab kejujuran adalah hal utama dan sangat penting dalam berbisnis.

C. Pembahasan

Penelitian ini bersifat kualitatif dimana peneliti memperoleh data dari metode observasi langsung di lapangan, wawancara serta dokumentasi. Data yang diperoleh yaitu data primer maupun data sekunder yang merupakan kondisi atau keadaan di Mebel Kayu Hilal. Berikut ini adalah pembahasan tentang hasil penelitian diatas.

⁴⁹ Al-Qur'an dan Terjemahan. Kementrian Agama RI

1. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Mebel Kayu Hilal

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu pemasaran. Dengan kata lain strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Mebel Kayu Hilal tentunya mempunyai strategi bauran pemasaran yang efektif guna keberlangsungan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualannya. Adapun strategi Bauran pemasaran yang dilakukan Mebel Kayu Hilal dengan menggunakan 4p yaitu:

a. Produk

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

Berdasarkan hasil penelitian produk yang ditawarkan pada Mebel Kayu Hilal merupakan produk yang berkualitas dengan bahan yang terbuat dari kayu jati, mahoni, dan bayur yang mana bahan yang di ambil yang berkualitas yang mana dengan tujuan untuk menarik konsumen serta menciptakan kepuasan bagi konsumen.

Merek atau label merupakan ciri khusus yang dimiliki setiap pengusaha, begitu pun Kak Hilal selaku pemilik mebel mengaku perlu adanya merek tersendiri dalam menjalankan usahanya agar produk yang dijual di pasaran mempunyai ciri khusus dari mebel yang lainnya dan mudah dicari oleh para konsumen. Maka dari itu merek produk dari mebel ini adalah Mebel Kayu Hilal.

Dilihat dari tabel di atas Produk Mebel Kayu Hilal yang dihasilkan masih berfokus berupa peralatan rumah tangga, kantor atau peralatan sekolah dan lainnya yang mana sudah cukup beragam, dalam hal ini mebel Kayu Hilal juga bisa menyesuaikan keinginan dari konsumen. Adapun bahan atau kayu yang dipakai oleh Mebel Kayu Hilal merupakan bahan yang dipilih dengan kualitas terbaik yakni kayu jati, kayu waru dan kayu bayur. Bahan yang digunakan berasal dari pegunungan Latimojong dan luar daerah Luwu yang mana menurutnya material yang dibutuhkan cukup banyak.

Selain itu, Mebel Kayu Hilal juga menjalin kerjasama dengan instansi pendidikan seperti sekolah-sekolah yang berada di daerah Luwu dengan cara menjualnya ke sekolah, dengan jalinan kerjasama tersebut diharapkan mampu menarik minat beli konsumen dan meningkatkan penjualan. Setiap perusahaan pastinya mengutamakan kepuasan pelanggan, begitu pula dengan Mebel Kayu Hilal sangat mengutamakan kualitas dari bahannya agar memberikan hasil yang terbaik bagi para konsumen.

b. Harga

Harga merupakan nilai atau uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan

Keinginan mereka. Secara sederhana harga merupakan ukuran nilai yang ditukarkan pelanggan membeli suatu penawaran. Harga berfungsi sebagai sebuah mekanisme ekonomi dengan memakai penawaran yang bisa didistribusikan di antara pelanggan di pasar. Hal itu juga bertindak sebagai indikator tentang sejauh mana penawaran diminta dan sejauh mana hal itu disediakan atau tersedia.⁵⁰

Secara umum harga yang ditawarkan oleh Mebel Kayu Hilal cukup cukup bersaing dengan mebel yang ada di sekitarnya yang mana harga yang lebih tinggi diiringi dengan berdasarkan kualitas produk yang di pesan, tentu semakin bagus bahan yang di pesan semakin mahal pula harga yang di tawarkan, yang mana kebijakan ini di ambil agar memberikan kepuasan pada konsumen.

Meskipun demikian, evaluasi harus di lakukan oleh Mebel Kayu Hilal agar produk yang terjual di pasaran meningkatkan, dengan cara mengadakan promo harga, sosialisai ke instansi lainnya. Walaupun harga dari segi harga terlihat sedikit murah namun kenyataan di lapangan, produk yang terjual oleh Mebel Kayu Hilal setiap tahunnya selalu mengalami penurunan, yang mana hal ini ditakutkan akan mengancam kesejahteraan perusahaan, karna semakin hari semakin banyak para produsen yang terus berinovasi di pasaran.

c. Tempat/Saluran Distribusi

Distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen ke konsumen atau pemakai industri. Lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor pendukung dalam memasarkan produk, yang mana lokasi yang strategis memudahkan para konsumen untuk

⁵⁰ Rosyda” <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-harga/>

datang langsung menuju lokasi produksi. Mebel Kayu Hilal dalam penerapan strategi tempat/saluran distribusi berupaya memudahkan para konsumen untuk datang langsung ke tempat produksi dan memberikan kenyamanan dalam menuju ke tempat produksi dengan penentuan tempat yang yang strategis.

Mebel Kayu Hilal lokasi yang beralamatkan di desa Seppong Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu. Tempat yang tidak terlalu jauh dari pusat kota, mudah dijangkau, mudah di lalui oleh kendaraan baik kendaraan roda dua ataupun kendaraan lainnya. Mebel Kayu Hilal selalu berupaya memasarkan produknya dan memberikan kemudahan kepada seluruh konsumennya untuk mendapatkan produknya dengan cara menyalurkan ke beberapa kabupaten yang ada di provinsi

d. Promosi

Promosi merupakan langkah yang nyata untuk mengenalkan dan mengkomunikasikan manfaat dari produk dan untuk meyakinkan konsumen agar membelinya, maka dari itu unsur promosi dalam bauran pemasaran mempunyai peranan penting dalam membantu mengkomunikasikan kepada konsumen.

Jenis Promosi yang dilakukan oleh Mebel Kayu Hilal yaitu Personal selling, merupakan penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat teralisainya penjualan. Personal selling yang dilakukan oleh Mebel Kayu Hilal dengan cara menawarkan langsung kepada pembeli dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan dan mengajak pelanggan untuk membeli produk yang dijual.

Selain itu, media yang digunakan dalam mempromosikan juga berupa brosur, pamflet yang mana semuanya disebar ke instansi pendidikan di daerah

pemasaran, hal ini dilakukan agar lebih dikenal oleh banyak konsumen. Dan juga Mebel Kayu Hilal menggunakan sosial media seperti Facebook, Instagram. Kemudian mereka mengadakan diskon pada setiap pembelian dalam jumlah banyak yang mana setiap pembelian banyak mendapatkan harga yang sedikit lebih murah, hal ini dilakukan agar para konsumen tertarik untuk membeli produk Mebel Kayu Hilal. Kejujuran adalah nomor satu yang Mebel Kayu Hilal selalu terapkan dalam setiap harinya dan menjalankan bisnis sesuai dengan ajaran Islam.

Namun meskipun demikian, menurut peneliti perlu adanya campur tangan teknologi dalam memasarkan produk, karena setiap hari teknologi semakin berkembang, jika para produsen tidak menggunakan teknologi tersebut maka akan jauh ketinggalan dari para pesaing, dan teknologi sangat membantu dalam mengenalkan barang hasil produksi. Setelah menganalisis dari penerapan strategi pemasaran, serta data penjualan Mebel Kayu Hilal, dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan oleh Mebel Kayu Hilal sudah berjalan dengan baik, dimana keempat variabel strategi pemasaran ini saling mendukung dan saling melengkapi, serta memiliki peran yang berbeda dalam memasarkan produknya. Sehingga keempat variabel strategi pemasaran ini dibutuhkan seluruhnya dalam proses peningkatan pendapatan Mebel Kayu Hilal.

2. Analisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan Mebel Kayu Hilal

Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton, atau liter. Semakin

besar jumlah yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan.

Pengetahuan tentang bauran pemasaran sangatlah penting agar dapat mencapai hasil yang maksimal, Mebel Kayu Hilal dalam hal bauran pemasaran masih belum mampu menerapkan strategi bauran pemasaran secara keseluruhan, Mebel Kayu Hilal dalam penerapan bauran pemasaran perlu adanya evaluasi dari segi produk Mebel Kayu Hilal masih berfokus pada alat-alat perlengkapan kantor, rumah tangga dan sekolah, hal ini berimbas pada fokus sasaran pemasarannya satu konsumen saja. Kemudian dari segi promosi Mebel Kayu Hilal masih sangat sederhana yaitu dengan menggunakan cara promosi personal selling yaitu sistem mulut kemulut, yang mana menurut peneliti jenis promosi seperti ini kurang efektif, karena cakupan promosinya masih sangat sempit.

Pada tahun 2020 Mebel Kayu Hilal dikatakan masih di puncak kejayaannya yang mana untuk pemasaran mampu menembus angka 200 unit, yang mana untuk angka sebesar ini membuktikan bahwa Mebel Kayu Hilal masih bisa bersaing dengan mebel lainnya, dan masih sedikit para pengrajin yang menggeluti usaha ini. Untuk tahun selanjutnya yaitu tahun 2021 Mebel Kayu Hilal mengalami penurunan 220 unit, yang mana mengalami penurunan angka 20 unit, Pada tahun 2022 Mebel Kayu Hilal belum mampu meningkatkan penjualannya di tahun berikutnya yang mana hanya mampu menjual 150 unit, penurunan yang signifikan/ penurunan sangat banyak dibanding pada tahun sebelumnya pada tahun 2022 yaitu 150 unit.

Dapat di simpulkan dalam tiga tahun terakhir penjualan Mebel Kayu Hilal

mengalami penurunan yang disebabkan oleh adanya pemangkasan anggaran oleh pemerintah yang berimbas pada penurunan pemesanan produk. Akan tetapi masalah ini bisa terpecahkan jika Mebel Kayu Hilal mampu membuat inovasi dari hasil produknya dan tidak berfokus pada pembuatan perlengkapan di instansi pendidikan saja. Sehingga Mebel Kayu Hilal terus melakukan inovasi untuk peningkatan penjualan mebel kayu yang dimilikinya sehingga bisa lebih baik kedepannya.

3. Konsep bauran pemasaran Mebel Kayu Hilal dalam tinjauan manajemen bisnis syariah

Pada dasarnya setiap bisnis dalam memasarkan produknya dianggap sebagai media usaha yang bersifat material untuk mencapai tujuannya yaitu dengan meningkatkan pendapatan usaha. Salah satu usaha yang harus dilakukan oleh perusahaan mampu meningkatkan pendapatan adalah dengan menjalankan strategi pemasaran. Bauran pemasaran adalah salah satu alat pemasaran yang tepat dan banyak dilakukan oleh setiap perusahaan untuk memasarkan produknya. Oleh karena itu Mebel Kayu Hilal dalam mencapai tujuan utamanya maka harus menggunakan beberapa strategi dalam memasarkan produknya guna untuk mempertahankan, mengembangkan, serta meningkatkan usahanya.

a. Produk

Produk adalah salah satu yang paling vital yang mempengaruhi keberhasilan dalam meningkatkan tingkat keuntungan atau laba yang akan tetap menjaga aktifitas operasional. Produk itu sendiri memiliki sifat dan karakteristik yang amat beragam dan sering diburu oleh konsumen.

Dalam praktiknya, Mebel Kayu Hilal mampu menghasilkan produk yang berkualitas, seperti wawancara dengan kak Hilal yang tertera di bab III, bahwa Mebel Kayu Hilal memproduksi barang 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.

Mebel Kayu Hilal selalu memegang sikap kejujuran tanpa menipu para pelanggan, yang mana barang yang di jual sesuai dengan kualitas yang ada sesuai dengan pesanan tanpa mengurangi sedikitpun. Karena menurut hilal, prinsip kejujuranlah yang utama harus dimiliki oleh setiap pemilik usaha baik usaha yang besar maupun yang kecil, sebab biar sedikit yang penting berkah, dibandingkan banyak, namun hasil yang didapatkan tersebut, tidaklah berkah.

b. Harga

Harga merupakan suatu nilai yang dijadikan patokan nilai suatu barang. Penetapan harga dalam suatu perusahaan akan menentukan posisi persaingan dan mempengaruhi tingkat penjualan produk. Islam mengajarkan penetapan harga yang sesuai dan tidak memberatkan konsumen untuk membelinya, serta harga yang ditetapkan haruslah sesuai dengan kualitas produk yang di jual.

Mebel Kayu Hilal 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

Mebel Kayu Hilal berlaku adil dan tidak ada yang merugikan salah satu pihak.

Dasar penetapan harga yang dilakukan oleh Mebel Kayu Hilal cenderung terjadi pada kondisi pasar yang terjadi pada saat ini, biaya produksi (biaya operasional, upah, dan lain-lain), serta beberapa yang membuat harga produk secara signifikan dapat melonjak drastis seperti laba yang diinginkan, yang merupakan sumber penghasilan.

c. Tempat/Saluran Distribusi

Tempat/saluran distribusi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin baik strategilokasi/tempat dan saluran distribusi yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan kesuksesan sebuah usaha. Memang dalam Islam tidak dijelaskan secara khusus bagaimana menentukan tempat atau saluran distribusi dagang yang baik. Hanya dalam Islam memberikan rasa nyaman, aman, dan memudahkan konsumen untuk membeli produk merupakan hal yang dianjurkan.

Konsep distribusi/lokasi yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW. bahwa melarang adanya pencegatan atau pemotongan jalur distribusi, inti dari pelarangan itu adalah untuk menghindari adanya tengkulak (perantara). Hal ini yang diperhatikan adalah perantara perniagaan dengan maksud mendapatkan keuntungan dari transaksi dengan cara yang tidak baik, bahwa berdagang secara perantara dibolehkan asal dalam pelaksanaannya tidak terjadi penipuan dari satu pihak terhadap yang lain.

Adapun prinsip utama dalam konsep distribusi menurut pandangan Islam

ialah peningkatan dan pembagian hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan, dengan demikian kekayaan dapat melimpah secara merata dan tidak hanya berada diantara golongan tertentu saja. Berdasarkan penelitian Mebel Kayu Hilal dalam menerepak strategi berdasarkan penelitian sudah sesuai dengan etika bisnis islam yaitu memberikan rasa nyaman dan akses yang mudah dijangkau oleh parakonsumen serta menggunakan saluran distribusi langsung kepada konsumen agar terhindar dari penipuan.

d. Promosi

Promosi bertujuan untuk mengenalkan, menyebar luaskan informasi tentang hasil dari Mebel Kayu Hilal di desa Seppong, mempengaruhi atau membujuk pasar konsumen agar produksnya dapat diterima ketangan konsumen. Mebel Kayu Hilal dalam mempromosikan hasil produknya tidak pernah menggunakan alat yang berbau atau mengandung pornografi atau penipuan dan tidak pernah bersumpah palsu yang mana dengan tujuan agar produknya laku dipasaran.

Setelah menganalisis dari teori islam dapat disimpulkan bahwa startegi bauran pemasaran yang di terapkan oleh Mebel Kayu Hilal dalam meningkatkan volume penjualan sudah sesuai dengan ekonomi islam. Dari segi produk selalu besikap jujur dan mengedepankan kualiatas produk menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk. tempat/saluran distribusi yaitu memberikan rasa nyaman dan akses yang mudah dijangkau oleh para konsumen, dan promosi selalu menekankan pada etika bisnis yakni kejujuran. Sebab kejujuran adalah hal utama dan sangat penting dalam berbisnis.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan terhadap data yang diperoleh dalam penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

Prinsip produksi dalam Islam berarti menghasilkan sesuatu yang halal yang merupakan akumulasi dari semua proses produksi. Prinsip produksi dalam Bisnis Islam bertujuan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat, sehingga kegiatan produk harus dilandasi nilai-nilai Islam dan sesuai dengan maqashid al-syari'ah.

Konsep distribusi/tempat menurut pandangan islami ialah peningkatan dan pembagian bagi hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan, sehingga kekayaan yang ada dapat melimpah dengan merata dan tidak hanya beredar diantara golongan tertentu saja. Persoalan yang paling mendasar dalam proses distribusi adalah bagaimana implementasi dalam kehidupan masyarakat, sebab distribusi harus menggunakan prinsip keadilan ekonomi. Peran pemerintah dalam hal ini sangat menentukan, pemerintah melalui regulasi dan kebijakan yang dibuat harus lebih berpihak pada kepentingan masyarakat..

Tidak memproduksi barang/jasa yang bertentangan dengan penjagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan dan harta, prioritas produksi harus sesuai dengan prioritas kebutuhan yaitu dharuriyyat, hajiyat dan tahsinyyat, kegiatan produksi harus memperhatikan aspek keadilan, sosial, zakat, sedekah, infak dan

wakaf, mengelola sumber daya alam secara optimal, tidak boros, tidak berlebihan serta tidak merusak lingkungan, distribusi keuntungan yang adil antara pemilik dan pengelola, manajemen dan karyawan.

Strategi bauran pemasaran yang dilakukan Mebel Kayu Hilal ada empat yaitu *produk, price, place, dan promotion*. produk yaitu berupa peralatan rumah, kantor dan kelas. Harga yang cukup terjangkau dan memiliki berbagai macam harga tergantung bahan kayu yang di pesan, untuk strategi distribusi Mebel Kayu Hilal mendistribusikannya ke sekolah dan kantor-kantor, strategi promosi yang dilakukan saat ini menggunakan yaitu sosial media, brosur, pamflet dan sistem mulut kemulut.

Strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada Mebel Kayu Hilal yaitu dalam segi produk masih berfokus pada peralatan kantor atau sekolah, dan cara memasarkannya masih menggunakan media yang sangat sederhana. Kemudian pemicu dari menurunnya penjualan setiap tahunnya diakibatkan oleh adanya pemangkasan anggaran pemerintah yang berimbas pada menurunnya pemesanan produk di Mebel Kayu Hilal.

Menurut konsep manajemen bisnis syariah bauran pemasaran Mebel Kayu Hilal sudah sesuai dengan pemasaran Islam sebagai besar konsep pemasaran Islam telah sesuai yaitu dari segi produk selalu besikap jujur dan mengedepankan kualitas produk. Dari segi harga menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk. kemudian dari tempat/saluran distribusi yaitu memberikan rasa nyaman dan akses yang muda dijangkau oleh para konsumen, dan dari segi promosi selalu menekankan pada etika dalam bisnis, tidak melakukan curang, tidak menjual

produk yang diharamkan oleh agama, tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produknya, tidak menjelekkan bisnis orang lain dalam memasarkan produknya.

B. Saran

Bagi Mebel Kayu Hilal agar selalu berinovasi, membuat yang terbaik disisi produk dan harga serta berorientasi pada kualitas dan bertanggung jawab terhadap tugas masing-masing agar lebih maju usaha yang digeluti sekarang, jangan cukup puas dengan yang sekarang, karna setiap hari banyak pengusaha-pengusaha yang terus berinovasi untuk lebih baik.

Kemudian dari segi produk perlu di tambah variasi produk jangan hanya memproduksi untuk sekolah atau kantor-kantor, namun berinovasi membuat alat rumah tangga lainnya seperti shofa, kursi, ranjang tidur, meja makan dan lainnya yang berbeda dari mebel lainnya.

Kemudian dari segi harga perlu mengadakan diskon harga agar para konsumen tertarik untuk membeli produk mebel kayu Hilal. Kemudian dari segi tempat 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 tanpa harus pergi lokasi ke tempat produksi contohnya membuka cabang di pusat kota.

Dari segi promosi di perluas lagi dan berinovasi dalam mempromosikannya yaitu bergabung dengan asosiasi pengusaha yang menunjang, sering mengikuti tander-tender tentang mebel. Yang mana hal ini dilakukan agar jumlah penjualan setiap tahunnya meningkat.

Tetap mempertahankan penerapan nilai-nilai secara islami yaitu selalu bersikap jujur dan mengedepankan kualitas produk, bersikap ramah terhadap konsumen selalu memberikan rasa nyaman terhadap konsumen, dan jangan melakukan perbuatan curang, jangan menjual produk yang diharamkan oleh agama, jangan pernah memaksa konsumen untuk membeli produk, jangan menjelekkkan bisnis orang lain dalam memasarkan produknya.



DAFTAR PUSTAKA

- Aan Komariah dan Djam'an, *Metodologi penelitian kualitatif*, (Bandung: Alfabeta,2013), hal.117
- Adi Suarno,Suparjo, dkk, "*Manajemen Bisnis Syariah*" (Indramyu: CV.Adanu Abimata 2021). Hlm 4
- Amsary Lutfi, "*Analisis Strategi Pemasaran Pada Bmt Al-Hasanah Lampung Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Perspektif Ekonomi Islam*", Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018. H., 9
- Anggito Albi. Setiawan Johan, *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi pertama* (Jawa Barat: Cv Jejak, 2018), 7-9
- Antonius Atosokhi Gea,"Time Managemesnt; Menggunakan Waktu Secara Efektif dan Efesien", *Humanora* Vol.5 No.2 (oktober 2014).779,<https://media.neliti.com>
- Ardiyanti, Ayu Dia, "Citra Merek, Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Tulang Lunak Hayam Wuruk Cabang Jakarta Selatan,"*Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* Vol 3 No 3 (Bulan November 2020)
- Ayu, W. R. (2020). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada TokoBagCornerPonorogo*.21(1),1–9.
<http://etheses.iainponorogo.ac.id/8891/>
- Bukhori, M. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Toko Mebel Farid Rohman Ponorogo*.
<http://etheses.iainponorogo.ac.id/16511>
- Candra, D. M. , A., Firdausiyah, zubair N (2022). *Analisis Strategi Promosi Syariah Dalam Peningkatan Volume Penjualan Petis Arba' UD. Kurnia Industri Muncar Banyuwangi. Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 3(1), 99–116.
- Departemen Agama Ri, *Al-Quran Perkata Transliterasi*,(Bandung: Al-Hambra, 2014), H. 526
- Departemen Agama Ri, Op, Cit., H. 427
- Fadilah Nur,"*Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. Salimiya*",(februari2022):1, <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>
- Fitri suyuthi,nurmadhani,dkk"*dasar – dasar manajemen*",(yayasan kita menulis

:2020) hlm 7

- G. Lismarwan Nofan, H. Fuad Nashori, “Proses Kreatif Pelukis Kaligrafi Islam: Sebuah Penelitian Kualitatif” *Proyeksi*, Vol. 5 (1), 6
- Haris Herdiansyah, *Wawancara Observasi dan Focus Group*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 61
- Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, hlm. 272-274
- Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, hlm. 272-274
- Hesty Nurul Utam, Akbar Fauzi Iqbal Firdaus, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis,” *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2, No. 1 (15April 2018):138,
- Hikmawan, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus pada Toko AGS Kuningan). *Change Think Jurnal*, 1(Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi kasus pada Toko AGS kuningan)”, (2022). 50–59. <http://journal.bungabangsacirebon.ac.id/index.php/changethink>
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 168
- Miles, Dkk. “*Analisis Data Kualitatif. Buku sumber tentang metode-metode baru*”, (Jakarta: Universitas Indonesia Pres, 2007), hlm. 15
- Mundzir, A., Yudaningsih, N., Trisavinaningdiah, A., Djaya, T. R., Purwaningsih, N., Angmalisang, S. I., Riorini, V., Wiliana, E., & Depari, G. S. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN : SAAT INI DAN MASA DEPAN* (E. K. Eko Sudarmanto (ed.)). Bandung: Penerbit Insania
- Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan* (Bandung: CV. Pustaka Setia), hlm. 271
- Nurahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*, (Pekanbaru: Suska Press, 2012), H. 86
- Permatasari, T. (2021). *Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Konsumen UD. Restu Jaya Mebel Kaliwungu Ngunut Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam*. <http://repo.uinsatu.ac.id/24543/>
- Philip Kotler dan Gray Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Penerjemah Alexander Sindoro, (Jakarta : PT Indeks, 2004), Edisi ke-9, Jilid 1,H. 7

- Ramdhanu, *Penerapan Prinsip Syariah Dalam Manajemen Hotel (Studi Komparatif Pada G Hotel Syariah dan Hotel Bandara Syariah)*, hlm. 31-32
- Saefurijal. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mebel Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada UD. Putra Mandiri Ploso Karangtengah Demak)*. [Http://Repository.Iainkudus.Ac.Id/4807/](http://Repository.Iainkudus.Ac.Id/4807/)
<http://repository.iainkudus.ac.id/id/eprint/4807>
- Silalahi Marto, dkk, “ *Dasar-dasar Manajemen Dan Bisnis*”, (Yayasan KitaMenulis:2020), hlm 4
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi Edisi 1, Cet.7*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2004), H. 168
- Sudarwan Danim, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia,2002),hal.135-143
- Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian (Suatu PendekatanPraktik)*, Jakarta: Rhineka Cipta,2002, hal.107
- Sukri, S. Al. (2020). *Konsep Marketing Mix dan Ekuitas Merek (Hamdan (ed.). (Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja)*
- Sutrisno Hadi, *Metodologi riset*,(Yogyakarta: UGM press,1986), hal.136
- Syaifudin Azwar, *Metode penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), hal. 91
- Syamsi, F. N. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Furniture (Studi Kasus Pada KS Abadi Jaya Furniture Kabupaten Banjarnegara)*. <http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/11506>
- UIN Mataram, *Pedoman Penulisan Skripsi* (Mataram: UIN Mataram, 2018), 23.
- Zamzam, H. F., & Aravik, H, “*Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*”.(Yogyakarta:deepublish,20



Lampiran 1:

PEDOMAN WAWANCARA
BAURAN PEMASARAN PADA USAHA MEBEL KAYU HILAL DI BELOPA
UTARA DALAM TINJAUAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Bersama ini, saya mohon kesediaan Anda untuk meluangkan waktu untuk mengisi wawancara tentang bauran pemasaran pada usaha mebel kayu hilal di belopa utara dalam tinjauan manajemen bisnis syariah. Informasi yang Anda berikan sangat berarti bagi penelitian saya. Atas bantuan Anda, saya ucapkan terimakasih.

A. Profil Informan

Nama : Hilal Banai
 No. HP : 087763262562
 Tingkat Pendidikan : SMA
 Usia : 24 Tahun
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Lama Usaha : 5 Tahun
 Sejak Kapan Mulai Usaha : 2018

B. Pertanyaan Penelitian**1. Produk**

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana proses pengambilan bahan mebel kayu hilal	Di beli dari penjual kayu kadang diambil langsung dari hutan.
2	Dengan meningkatnya pesanan konsumen dan keinginan yang beragam apakah produk yang sudah ditawarkan sudah sesuai ?	Sejauh ini belum ada yang protes masalah pesanan yang tidak sesuai. Karena kami benar-benar teliti dalam mengerjakan pesanan
3	Mengingat pasar sekarang yang semakin berkembang pesat dengan didukung oleh teknologi canggih maka produsen makin banyak, apakah dengan itu kualitas yang anda tawarkan masih	mampu karena produk mebel kayu hilal mempunyai kualitas yang baik, dan beragam model

	mampu bersaing dan berkualitas?	
4	Pada zaman sekarang mebel sudah beragam jenis dan bahan yang sudah berkualitas, dengan adanya perkembangan zaman produk produk mebel sudah mengikuti tren masa kini yang beragam serta model model yang baru bagaimana cara anda sehingga produk anda bisa mengikuti permintaan konsumen yang beragam?	Toko ini memiliki beberapa model produk sehingga konsumen bebas memilih model seperti apa, dan juga kami membrikan kebebasan konsumen untuk mereques model yang mereka inginkan.

2. Harga

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Mengingat melonjaknya harga bahan dan jasa pemasangan saat ini banyak produsen sekarang menawarkan harga produknya sesuai dengan harga pasar ini sehingga banyak produsen yang menawarkan diskon kepada konsumen untuk meningkatnya pesanan, apakah dengan itu harga yang tawarkan relatif murah mengingat melonjaknya harga bahan dan jasa pemasangan ?	Kalau dilihat dari harga bahan dan juga jasa karyawan harga yang kami pasarkan sudah relatif murah karena bahan dan jasa karyawan semua naik
2	Pada zaman sekarang merupakan hal yang wajar jika terdapat saingan dalam produk yang kita tawarkan, dengan itu bagaimana strategi anda produk yang ditawarkan mampu bersaing dengan produk yang sejenis?	Dengan meningkatkan kualitas produk dan memperbanyak diskon produk kita bisa atau mampu bersaing dengan mebel lain
3	Dengan meningkatnya pemesanan terdapat banyak aspek termasuk aspek kualitas dan keterjangkauan komsumen apakah dengan banyaknya pemesanan aspek tersebut bisa terpenuhi atau justru dengan meningkatnya pemesanan aspek aspek tersebut jauh dari	Iya, karena harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas.

	ekspektasi konsumen?	
4	Dengan demikian adanya sistem pembayaran mengenai produk yang anda tawarkan bagaimana proses transaksi yang anda gunakan apakah memakai sistem kredit, bunga ataupun yang lain yang sudah jelas melanggar syariat Islam	Sistem pembayarannya langsung cash, kalau yang memberikan reques Dp dulu

3. Tempat

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah lokasi dan tempat memadai	Iya, karena dekat tempat keramaian.
2	Apakah tempatnya mudah dijangkau transportasi umum	Mudah, karena dekat dari jalan raya
3	Apakah tempatnya luas sehingga leluasa dalam memilih produk	Luas dan mampu menampung stok kayu
4	Apakah tempatnya berdekatan dengan pusat pembelanjaan lain	Tidak

4. Promosi

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana cara promosi yang dilakulan Mebel Kayu Hilal	Mempromosikannya melalui sosial media, brosur, panflet, dari mulut kemulut dll
2	Untuk menjamin produk kita asli dan sesuai dengan gambar promosi yang ditawarkan dan tidak ada unsur kobohongan di dalamnya bagaimana cara anda menyakinkan bahwa produk yang anda tawarkan sudah sesuai dengan napa yang anda tawarkan dalam promosi anda ?	Dengan mendatangkan langsung konsumen dan juga berbagai testimoni dari konsumen yang sudah pesan sebelumnya
3	Apakah terdapat diskon	Konsumen akan mendapatkan diskon ketika mengambil banyak
4	Apakah tersedianya brosur bagi konsumen	Iya, toko menyediakan brosur dan memilih model mana yang dia suka

Lampiran 2: Surat Izin Meneliti



PEMERINTAH KABUPATEN LUWU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Alamat : Jl. Opu Daeng Risaju No. 1, Belopa Telpn : (0471) 3314115

Nomor : 528/PENELITIAN/07.04/DPMTSP/VIII/2023 Kepada
 Lamp : - Yth. Ka. Desa Seppong
 Sifat : Biasa di -
 Perihal : Pemohonan Izin Penelitian Tempat

Berdasarkan Surat Dekan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo :
 B466/In.19/FEBI.04/KS.02/09/2023 tanggal 01 Januari 1970 tentang permohonan Izin Penelitian.
 Dengan ini disampaikan kepada saudara (i) bahwa yang tersebut di bawah ini :

Nama : Hardianti
 Tempat/Tgl Lahir : Terra / 20 September 2000
 Nim : 1904030172
 Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
 Alamat : Dusun Terra
 Desa Sampa
 Kecamatan Bajo

Bermaksud akan mengadakan penelitian di daerah/instansi Saudara (i) dalam rangka penyusunan "Skripsi" dengan judul :

BAURAN PEMASARAN PADA USAHA MEBEL KAYU HILAL DI BELOPA UTARA DALAM TINJAUAN MANJEMEN BISNIS SYARIAH

Yang akan dilaksanakan di **KANTOR DESA SEPPONG**, pada tanggal **28 Agustus 2023 s/d 28 September 2023**

Sehubungan hal tersebut di atas pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan sbb :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan harus melaporkan kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil penelitian kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
5. Surat Izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.



1 2 0 2 3 1 9 3 1 5 0 0 5 2 9



Diterbitkan di Kabupaten Luwu
 Pada tanggal 06 September 2023
 Kepala Dinas



Drs. ANDI BASO TENRIESA, MPA, M.Si
 Pangkat : Pembina Utama Muda IV/c
 NIP. : 196612311992031091

Tembusan :

1. Bupati Luwu (sebagai Laporan) di Belopa;
2. Kepala Kesbangpol dan Linmas Kab. Luwu di Belopa;
3. Dekan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo;
4. Mahasiswa (i) Hardianti;
5. Arsip.

Lampiran 3: Dokumentasi



Lampiran 4: Surat Keterangan Penguji dan Pembimbing



SURAT KEPUTUSAN
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR : 75 TAHUN 2023
TENTANG

PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- Menimbang** : a. bahwa demi kelancaran proses penyusunan dan penulisan skripsi bagi mahasiswa strata SI, maka dipandang perlu bentuk Pembimbing Penyusunan dan Penulisan Skripsi.
b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas pembimbing sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo.

Memperhatikan : Penunjukan Pembimbing dan Penguji dari Ketua Prodi

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM S1 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
- Pertama** : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas.
- Kedua** : Tugas Dosen pembimbing skripsi adalah memberikan arahan, saran dan masukan kepada mahasiswa bimbingan mulai pembuatan proposal penelitian hingga skripsi selesai diujikan berdasarkan panduan penyusunan skripsi dan pedoman akademik yang di tetapkan Institut Agama Islam Negeri Palopo serta berusaha menyelesaikan bimbingan tepat waktu.
- Ketiga** : Tugas Dosen penguji adalah : mengoreksi, mengarahkan, menilai/mengevaluasi, menguji dan memberikan penilaian atas skripsi mahasiswa yang diujikan.
- Keempat** : Pelaksanaan seminar proposal dihadiri oleh pembimbing dan penguji II (kedua) dan pelaksanaan Ujian Hasil dan Ujian Munaqasyah dihadiri oleh Pembimbing, penguji I (pertama) dan penguji II (kedua)
- Kelima** : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2023.
- Keenam** : Surat Keputusan berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pembimbingan atau penulisan skripsi mahasiswa selesai dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terhdapat kekeliruan didalamnya.
- Ketujuh** : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palopo
Pada Tanggal : 20 Februari 2023

a.n. Rektor
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



- embusan :
1. Kabiro AUAK;
 2. Pertinggal;
 3. Mahasiswa yang bersangkutan;

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO
NOMOR : 75 TAHUN 2023
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI (IAIN) PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Hardianti
NIM : 19 0403 0172
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
- II. Judul Skripsi : **Proses Produksi dan Pemasaran Meubel Kayu di Desa Seppong dalam Tinjauan Manajemen Bisnis Syariah.**
- III. Dosen Pembimbing dan Penguji :
- Ketua Sidang : Dr. Takdir, S.H., M.H.
Sekretaris : Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.
Pembimbing : Dr. Fasiha, M.EI.
Penguji Utama (I) : Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.
Pembantu Penguji (II) : Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.

Palopo, 20 Februari 2023

a.n. Rektor
Kepanitiaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Lampiran 5: Buku Kontrol

Buku Kontrol Penulisan Skripsi 5

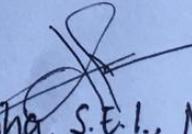
Konsultasi ke, 1 Hari Tanggal, _____

Tahap Penulisan Proposal

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	perbaiki judul
2	perbaiki halaman
3	mekanisme penulisan
4	masukan rumusan masalah
5	perbaiki tujuan penelitian
6	perbaiki kajian teori
7	perbaiki deskripsi teori
8	
9	
10	

Pembimbing I


Dr. Fasha, S.E.I., M.E.I

NIP,

 **Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo**

No.	Uraian
1	Perbaikan catatan kaki
2	masukan sumber data dari tabel
3	perbaikan batasan masalah
4	perbaikan kajian penelitian
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing I
 Dr. Fasika, S.E.I., M.E.I
 NIP,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Buku Kontrol Penulisan Skripsi
 Konsultasi ke, 3 Hari Tanggal, _____

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	perbaikan penulisan isi
2	perbaikan uraian judul
3	perbaikan catatan kaki
4	
5	Ace 4/2/ro
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing I
 Dr. Fasika, S.E.I., M.E.I
 NIP,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

No.	Uraian
1	penulisan
2	kesimpulan
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing II
 Dr. Fasika, S.E.I., M.E.I
 NIP,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Buku Kontrol Penulisan Skripsi
 Konsultasi ke, 5 Hari Tanggal, 21 Agustus 2023

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Melengkapi skripsi
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing II
 Dr. Fasika, S.E.I., M.E.I
 NIP,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Lampiran 6: Kartu Kontrol


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Bittu Kota Palopo 91914 Telepon 085243175771
 Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

**KARTU KONTROL
SEMINAR PROPOSAL**

Nama : HARDIANTI
 NIM : 1904030172
 Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	Rabu 21-06-2023	Nurul Iffika San	Rantai distribusi komoditas ikan di Pelelangan Ikan Desa Trowali Kabupaten	<i>[Signature]</i>	
2	Rabu 21-06-2023	Ashalindaqih Muhammad	Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen industri di kota Palopo	<i>[Signature]</i>	
3	Jumat 23/06/2023	Muh. Akram	Pengadaan karyawan pd PT pinnansi pada bahagra bersama kee kua		
4	Selasa 27/06/2023	Ahmad Gunawan	Pengaruh lingkungan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pd PT-Tirta Mawati undh	<i>[Signature]</i>	
5	Senin 16/06/2023	Murhasah	Pengaruh kualitas produk dan layanan pelanggan terhadap pengumpulan keputusan pembelian konsumen MS dan		
6	Jumat 16/06/2023	Hunhikma	Pengaruh pelayanan muslim di kota Palopo terhadap kepuasan nilai produk	<i>[Signature]</i>	
7	Rabu 27-09-23	Linda Ayu Pratiwi	Pengaruh iklan dan sistem Cash on delivery (cop) terhadap keputusan pembelian produk pd E-commerce Tiktok shop (studi pd mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN palopo)	<i>[Signature]</i>	
8					
9					
10					
11					
12					

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Dr. Takdir, S.H., M.H.
 NIP197907242003121000

NB.:

- Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian
- Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 10 kali seminar sebelum seminar proposal

Lampiran 7: Nota Dinas Pembimbing**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Lamp : -
Hal : Skripsi an. Hardianti
Yth Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Hardianti
NIM : 19 0403 0172
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Bauran Pemasaran pada Usaha Mebel Kayu Hilal di

Belopa Utara dalam Tinjauan Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada *Munaqasyah*

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Palopo, 06 Oktober 2023

Dosen Pembimbing


Dr. Fasli, S.E.I., M.E.I

Lampiran 8: Halaman Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah membaca dengan seksama penelitian skripsi berjudul: Bauran Pemasaran pada Usaha Mebel Kayu Hilal di Belopa Utara dalam Tinjauan Manajemen Bisnis Syariah

yang ditulis oleh :

Nama : Hardianti

NIM : 1904030172

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing


Dr. Fasliha, S.E.N., M.E.I

Tanggal: 6 Oktober 2023

Lampiran 9: Nota Dinas Tim Penguji

Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.
Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
Dr. Fasiha, S.El., M.El.

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp. :
Hal : skripsi an. Hardianti

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di

Palopo

Assalamu `alaikum wr. Wb

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, lakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Hardianti

NIM : 19 0403 0172

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

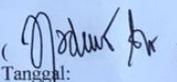
Judul Skripsi : Bauran Pemasaran pada Usaha Mebel Kayu Hilal di Belopa Utara dalam Tinjauan Manajemen Bisnis Syariah

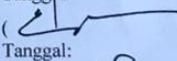
Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian munaqasyah.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu `alaikum wr. wb

1. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.
Penguji I
2. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
Penguji II
3. Dr. Fasiha, S.El., M.El.
Pembimbing I/Penguji

()
Tanggal:

()
Tanggal:

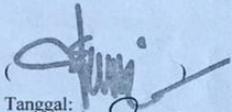
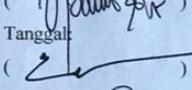
()
Tanggal:

Lampiran 10: Halaman Persetujuan Tim Penguji

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi Berjudul Bauran Pemasaran pada Usaha Mebel Kayu Hilal di Belopa Utara dalam Tinjauan Manajemen Bisnis Syariah yang ditulis oleh Hardianti Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0403 0172, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil pada hari Kamis, tanggal 05 Oktober 2023 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan tim penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian munaqasyah.

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI Ketua sidang/Penguji	() Tanggal:
2. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI. Sekertaris sidang/Penguji	() Tanggal:
3. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M. Penguji I	() Tanggal:
4. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. Penguji II	() Tanggal:
5. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI. Pembimbing /Penguji	() Tanggal:

Lampiran 11: Nota Dinas Verifikasi

**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO**

NOTA DINAS

Lamp : 1 (Satu) Skripsi
Hal : Skripsi an. Hardianti

Yth Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Hardianti
NIM : 19 0403 0172
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Bauran Pemasaran pada Usaha Mebel Kayu Hilal dalam Tinjauan Manajemen Bisnis Syariah.

menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut.

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis, dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur Dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.
Wassalamu 'alaikum wr. wb

Tim Verifikasi

1. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M
Tanggal: Oktober 2023
2. Fadilla, S.AP
Tanggal: 13 Oktober 2023

(.....)
(.....)

Lampiran 12: Surat Keterangan Bebas Mata Kuliah

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
Jalan Bitti Balandai Kota Palopo
Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: https://febi.iainpalopo.ac.id/

SURAT KETERANGAN BEBAS MATA KULIAH
NOMOR: B 126/In.19/FEBI.03/KS.02/09/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa mahasiswa (i) :

Nama : Hardianti

NIM : 1904030159

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

benar telah mengikuti perkuliahan sesuai dengan kurikulum program studi Manajemen Bisnis Syariah dan dinyatakan bebas mata kuliah yang diprogramkan sejak semester I tahun akademik 2019/2020 s.d semester VII tahun akademik 2022/2023 berdasarkan data nilai prodi.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 29 September 2023
Ketua Prodi
Manajemen Bisnis Syariah


Akbar Sabani, S.EI., M.E
NIDN 2005048501

Lampiran 13: Surat Keterangan Membaca Tulis Al-Quran



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telepon (0471) 22076
 Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: https://febi.iainpalopo.ac.id/

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Dosen penguji dan Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut membaca dengan ~~kurang/baik/lancar~~ dan menulis Al-Qur'an dengan kurang/baik/lancar.

Nama : Hadianti
 Nim : 19 0403 0172
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 21 Agustus 2023

Mengetahui:
 Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah



Akbar Sabani, S.EI., M.E.

Dosen Pembimbing Akademik



Muzayyanah Sabani, S.T., M.M.

**coret yang tidak sesuai dengan kemampuan mahasiswa*

Lampiran 14: Transkrip Nilai

No	Nama Mata Kuliah	Nilai (N)	Kredit (K)	N x K	Ket
1	PENGANTAR FIQHI DAN USHUL FIQHI	3.75	2	7.50	A
2	PENGETAHUAN KOMPUTER	3.50	2	7.00	A-
3	PENGANTAR MANAJEMEN	3.50	2	7.00	A-
4	BAHASA INDONESIA	3.25	2	6.50	B+
5	BAHASA ARAB	3.75	2	7.50	A
6	BAHASA INGGRIS	3.25	2	6.50	B+
7	METODE BACA TULIS ALQURAN	3.25	2	6.50	B+
8	PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN	3.75	2	7.50	A
9	PENGANTAR FILSAFAT	3.00	2	6.00	B
10	TEORI DAN PRAKTEK DAKWAH	3.00	2	6.00	B
11	STUDI ISLAM DAN KEARIFAN LOKAL	3.00	2	6.00	B
12	TEKNIK PENULISAN KARYA ILMIAH	3.25	2	6.50	B+
13	PENGANTAR AKUNTANSI	3.00	2	6.00	B
14	DASAR-DASAR EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	3.50	3	10.50	A-
15	ULUMUL QURAN	3.75	2	7.50	A
16	ULUMUL HADITS	3.25	2	6.50	B+
17	TAUHID	3.50	2	7.00	A-
18	PENGANTAR ILMU EKONOMI	3.25	2	6.50	B+
19	PENGANTAR EKONOMI MIKRO	3.50	2	7.00	A-
20	PENGANTAR EKONOMI MAKRO	3.50	2	7.00	A-
21	BAHASA INGGRIS BISNIS	3.75	2	7.50	A
22	APLIKASI BISNIS DIGITAL	3.50	3	10.50	A-
23	EKONOMI MIKRO ISLAM	3.25	3	9.75	B+
24	EKONOMI MAKRO ISLAM	2.50	3	7.50	C+
25	TAFSIR AYAT DAN HADIS EKONOMI	3.25	3	9.75	B+
26	SEJARAH PEMIKIRAN EKONOMI ISLAM	3.50	3	10.50	A-
27	MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	3.75	3	11.25	A
28	MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH	2.75	3	8.25	B-
29	MATEMATIKA BISNIS	3.75	3	11.25	A
30	PERILAKU KONSUMEN	3.50	3	10.50	A-
31	LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH	3.75	2	7.50	A
32	PERPAJAKAN	3.50	2	7.00	A-
33	FIQHI MUAMALAT	3.75	2	7.50	A
34	PEREKONOMIAN INDONESIA	3.50	2	7.00	A-
35	STUDI KELAYAKAN BISNIS	3.50	3	10.50	A-
36	KEWIRAUSAHAAN	3.75	2	7.50	A
37	AKUNTANSI BIAYA	3.50	3	10.50	A-
38	BISNIS INTERNASIONAL	3.50	3	10.50	A-
39	MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH	3.25	3	9.75	B+
40	KOMUNIKASI PEMASARAN	3.00	2	6.00	B
41	AKUNTANSI MANAGERIAL	3.50	3	10.50	A-
42	MANAGEMENT STRATEGIK	3.75	3	11.25	A
43	EKONOMI KREATIF	3.25	2	6.50	B+
44	MANAJEMEN INVESTASI	3.75	2	7.50	A
45	MANAJEMEN KINERJA	2.75	2	5.50	B-

46	KNOWLEDGE MANAJEMEN	3.00	2	6.00	B
47	E-CULTURE DAN JEJARING SOSIAL	3.50	2	7.00	A-
48	STATISTIK BISNIS	3.00	3	9.00	B
49	MANAJEMEN OPERASIONAL	3.75	3	11.25	A
50	EKONOMETRIKA	3.50	3	10.50	A-
51	MANAJEMEN ZISWAF	3.75	2	7.50	A
52	PROFESI PASAR MODAL	2.75	2	5.50	B-
53	ANALISIS LAPORAN KEUANGAN	3.50	2	7.00	A-
54	MANAJEMEN MUTU	3.00	3	9.00	B
55	SISTEM INFORMASI MANAJEMEN	3.50	3	10.50	A-
56	BRANDING STRATEGI	3.75	3	11.25	A
57	KEWIRUSAHAAN DIGITAL	3.00	3	9.00	B
58	METODE PENELITIAN BISNIS	3.25	3	9.75	B+
59	MAGANG (PKL)	4.00	2	8.00	A+
60	KOMPREHENSIF	3.00	2	6.00	B
61	KULIAH KERJA NYATA	3.50	4	14.00	A-
62	SKRIPSI	0.00	0	0.00	0
			148	501.50	

Indeks Prestasi Kumulatif : 3.39
 Jumlah Kredit : 148

Palopo, 27 September 2023

Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah

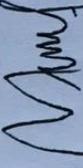

 Akbar Sabani, S.EI., M.E.



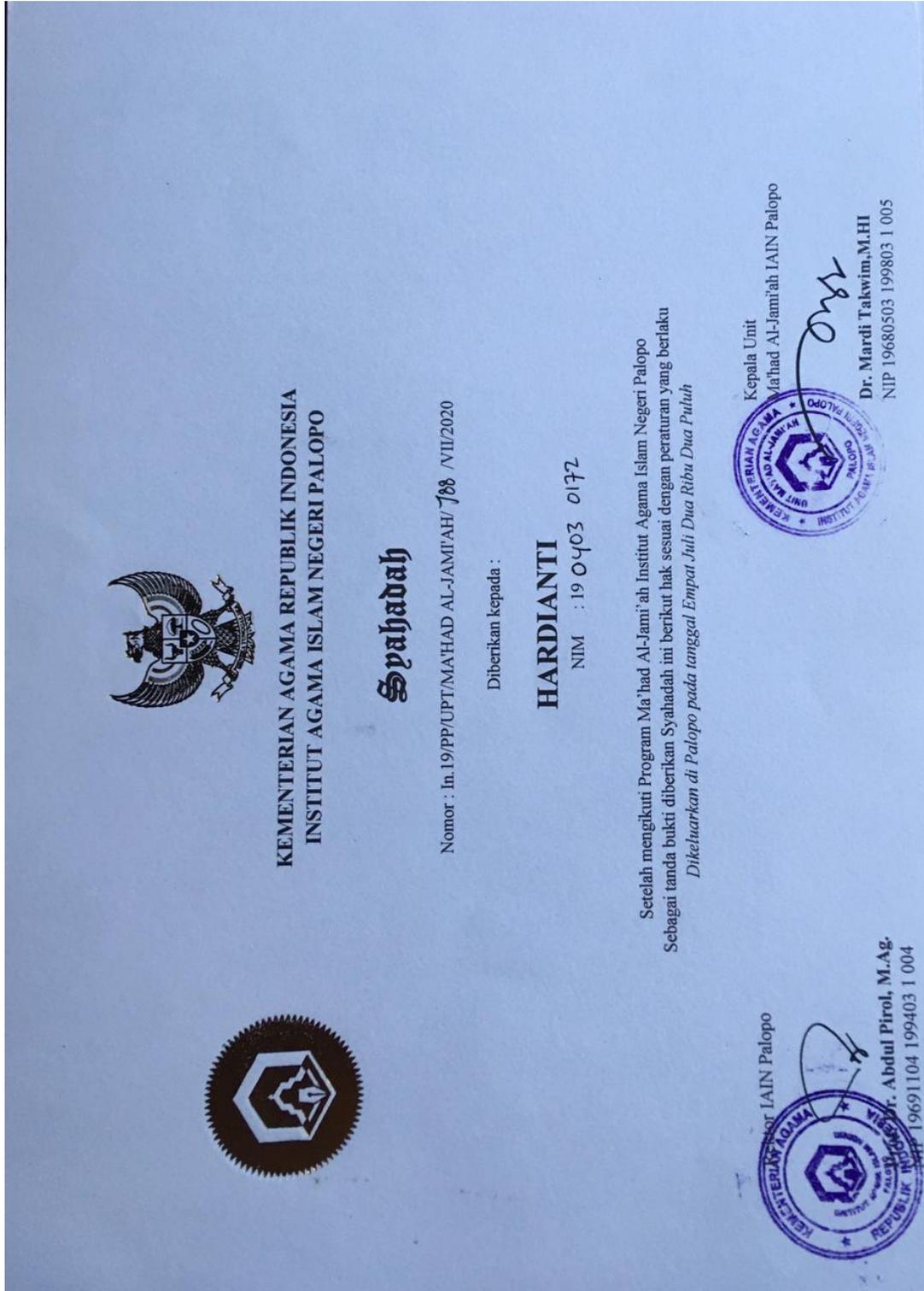
Lampiran 15: Surat Keterangan Bebas UKT

	<p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</p>
IAIN PALOPO	Jalan Bitti Kota Palopo 91914
Email: febi@iainpalopo.ac.id	Website: https://febi.iainpalopo.ac.id/

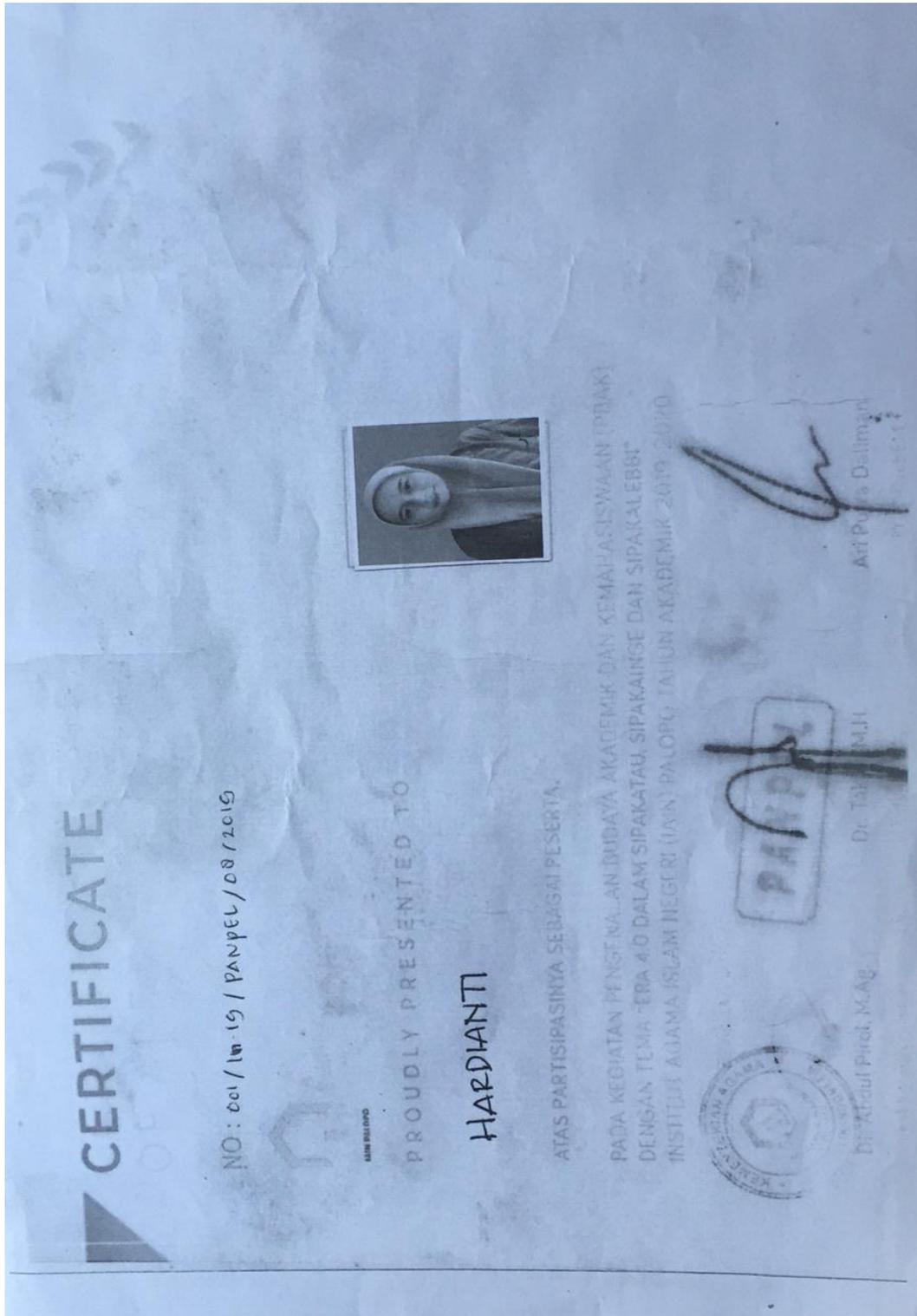
BUKTI PEMBAYARAN UKT	
Nama	: Hardianti
NIM	: 1904030172
PRODI	: Manajemen Bisnis Islam
UKT	: 1.500.000
Semester	: IX (sembilan)
Tahun Akademik	: 2023/2024
Keterangan	: Lunas UKT Semester I (satu) s/d IX (sembilan)

Palopo, 25 September 2023
Pengelola PNBPFEBI
 Muharding, S.Kom

Lampiran 16: Sertifikat Ma'had Al-Jami'ah



Lampiran 17: Sertifikat PBAK



Lampiran 18: Sertifikat Toefel



Lampiran 19: Berita Acara Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 JL. Bitti No. Balandai Kota Palopo Telp (0471) 22076
 E-mail: febi@iainpalopo.ac.id Website: https://febi.iainpalopo.ac.id

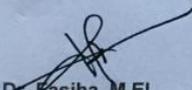
BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL

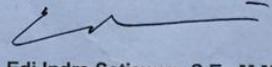
Pada Hari ini Rabu Tanggal 01 bulan Maret tahun 2023 telah dilaksanakan Ujian Proposal mahasiswa (i):

Nama : Hardianti
 NIM : 19 0403 0172
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Bauran Pemasaran Pada Usaha Mebel Kayu Hilal di Belopa Utara Dalam Tinjauan Manajemen Bisnis Syariah.

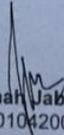
Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK LULUS** dengan **NILAI** ...91... dan masa perbaikan ...1... pekan/bulan.
 Dengan Hasil Ujian:

Proposal diterima tanpa perbaikan
 Proposal diterima dengan perbaikan
 Proposal ditolak dan seminar ulang

Dosen Pembimbing : 
Dr. Fasiha, M.El.

Dosen Penguji : 
Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.

Ketua Prodi


Muzayyanah Jabani, ST., M M
 NIP. 197501042005012003

Lampiran 20: Berita Acara Seminar Hasil



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Bitti Balandai Kota Palopo
 E-mail: febi@iainpalopo.ac.id Website: https://febi.iainpalopo.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SEMINAR HASIL

Pada Hari ini Kamis Tanggal 5 bulan Oktober tahun 2023 telah dilaksanakan Ujian Seminar Hasil mahasiswa (i):

Nama : Hardianti
 NIM : 1904030172
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul : Bauran Pemasaran Mebel Kayu Hilal di Belopa Utara dalam Tinjauan Manajemen Bisnis Syariah

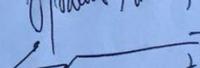
Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK LULUS** dengan **NILAI**⁹⁰ dan masa perbaikan ..\... pekan/~~bulan~~

Dengan Hasil Ujian:

- Skripsi diterima tanpa perbaikan
 Skripsi diterima dengan perbaikan
 Skripsi ditolak dan seminar ulang

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI.
(Ketua Sidang/Pengujii)
2. Dr. Fasiha, M.E.I.
(Sekretaris Sidang/Pengujii)
3. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.
(Pengujii I)
4. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
(Pengujii II)
5. Dr. Fasiha, M.E.I.
(Pembimbing I/ Pengujii I)

()
 ()
 ()
 ()
 ()

Lampiran 21: Berita Acara Munaqasyah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Bitti Balandai Kota Palopo
 E-mail: febi@iainpalopo.ac.id Website: https://febi.iainpalopo.ac.id

BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

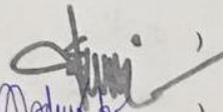
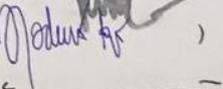
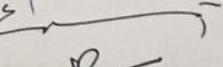
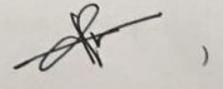
Pada Hari ini Selasa Tanggal 17 bulan Oktober Tahun 2023 telah dilaksanakan Ujian Munaqasyah mahasiswa (i):

Nama : Hardianti
 NIM : 1904030172
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul : Bauran Pemasaran pada Usaha Mebel Kayu Hilal di Belopa Utara dalam Tinjauan Manajemen Bisnis Syariah

Dinyatakan **LULUS UJIAN / ~~TIDAK LULUS~~** dengan **NILAI** ...⁹⁵... dan masa perbaikan: ~~dua~~ ^{satu} pekan/bulan.
 Dengan Hasil Ujian:

<input type="checkbox"/>	Skripsi diterima tanpa perbaikan
<input checked="" type="checkbox"/>	Skripsi diterima dengan perbaikan
<input type="checkbox"/>	Skripsi ditolak dan seminar ulang

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI. (Ketua Sidang/Penguji)	()
2. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M. (Penguji I)	()
3. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. (Penguji II)	()
4. Dr. Fasiha, M.El. (Pembimbing I/ Penguji I)	()

Lampiran 22: Daftar Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP



Nama Hardianti yang lebih akrab dipanggil Dian, lahir di Terra pada tanggal 20 September 2000 dari pasangan suami istri, Bapak Baharuddin dan Ibu Nurdiana. Peneliti merupakan anak terakhir dari tujuh bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Terra, Desa Sampa, Kec. Bajo, Kab. Luwu Timur, Sulawesi Selatan. Pendidikan yang telah ditempu oleh peneliti yaitu SDN 270 Lebani lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan sekolahnya di SMPN 4 Belopa lulus pada 2015. Setelah lulus, peneliti melanjutkan kembali sekolahnya di SMAN 7 Luwu lulus pada 2018. Setelah menyelesaikan sekolahnya, peneliti melanjutkan jenjang pendidikan diperguruan tinggi dan mengikuti program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Manajemen Bisnis Syariah pada tahun 2019 di Institut Agama Islam Negeri Palopo. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa aktif program studi Manajemen S1 di Institut Agama Islam Negeri Palopo