

Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Es Krim Miami Pada Agen Di Karya Jaya Kota Palembang

Destri Aktarina, Suryati, Emi Puspita Dewi
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
destriaktarinayyy24@gmail.com

Submitted: 2023-09-12

Revised: 2024-03-03

Accepted: 2024-04-06

ABSTRACT

This research aims to find out how sharia marketing strategies increase Miami ice cream sales to agents in Karya Jaya and find out the inhibiting factors in marketing Miami ice cream sales to agents in Karya Jaya. In this research, the method used is a qualitative method, namely a type of field research with a qualitative descriptive approach. The data collection techniques used in this research are observation, interviews and documentation. The results of the research show that the sharia marketing strategy of the Miami Karya Jaya ice cream agent, namely the 4P marketing mix of product, price, place and promotion, has been implemented well and has also been imitated by the Miami Karya Jaya ice cream agent. The characteristics of the Prophet Muhammad SAW that made him successful in business were shiddiq (honest or true), amanah (trustworthy), fathanah (intelligent), and tabligh (communicative). Factors inhibiting sales of Miami ice cream are weather factors, damaged refrigerators, competition factors, and Miami ice cream melting.

KEYWORDS: Sharia Marketing, Miami Ice Cream Sales

Copyright holder:
© Aktarina.,D, Suryati, Dewi,
E.P.(2023)

Published by:
Scidacplus
Journal website:
<https://journal.scidacplus.com/index.php/sscij/>

E-ISSN:
2656-1050

This article is under



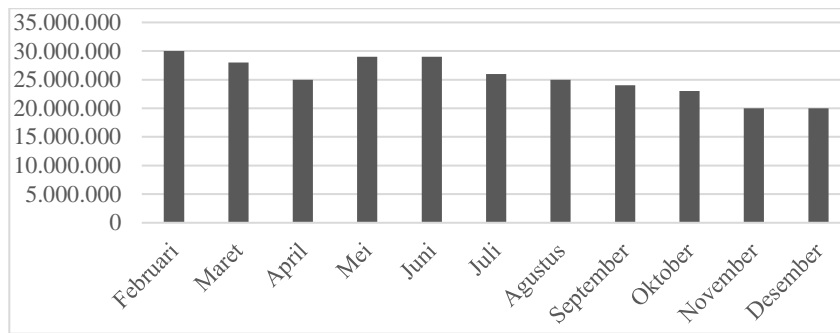
How to cite:

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan kegiatan selain mencari keuntungan dan memudahkan manusia dalam memperoleh kebutuhan hidup dengan pertukaran baik barang maupun jasa namun bisnis juga menjadi ladang ibadah karena bisnis memberikan manfaat baik bagi diri sendiri maupun orang lain yakni kegiatan bisnis berdasarkan syariat Islam yang diajarkan suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW. Selanjutnya bisnis dalam al-quran dijelaskan melalui kata *tijarah* yang meliputi dua makna yaitu perniagaan secara umum yang meliputi perniaga antara manusia dengan Allah dan perniagaan secara khusus yang berarti perdagangan ataupun jual beli antar manusia. Sehingga diharapkan suatu perniaga yang adil dan saling menguntungkan antara satu pihak dengan pihak lainnya. Bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata untuk mencari keridhaan Allah maka seluruh bentuk transaksinya insyaallah menjadi ibadah dihadapan Allah (Nurul Huda, 2017). Kesuksesan bisnis sangat tergantung kepada usaha pemasar dalam memberikan kepuasan kepada target yang dituju. Pemasar harus memahami kebutuhan dan keinginan mereka dan membantu perusahaan agar menerjemahkan ke dalam pemecahan yang sesuai dengan kebutuhannya (Malau Herman, 2018).

Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk serta jasa yang bernilai dengan orang lain (Moh Rusdi, 2019). Hampir semua perusahaan mempunyai dan membutuhkan fungsi pemasaran. Fungsi pemasaran dibutuhkan untuk memperoleh pelanggan, mengembangkan pelanggan, dan mempertahankan pelanggan. Pesaing pun dipantau agar pelanggan tidak berpindah. Untuk itu, pemasar perlu meramu berbagai strategi dan taktik yang berdaya guna. Pemasaran Syariah yaitu sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah bisnis dalam islam. Allah SWT mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan yang zalim dalam bisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran, dan proses perubahan nilai dalam pemasaran. Pemasaran Syariah sangat memegang teguh etika dalam pemasaran kepada calon konsumennya. Sangat menghindari kebohongan, berlebihan dalam promosi, menjaga kejujuran dan janji (Nurul Huda, 2017). Pemasaran tentunya akan bertemu dengan orang banyak, semakin banyak relasi yang dikenal akan semakin memperpanjang tali silaturahmi (Nurul M dan Eriza YM, 2017). Di dunia teknologi sekarang ini sering kita jumpai cara pemasaran yang tidak etis, curang dan tidak *profesional*. Kiranya perlu dikaji bagaimana akhlak kita dalam kegiatan ekonomi secara keseluruhan, atau lebih khusus lagi akhlak dalam pemasaran kepada masyarakat dari sudut pandang Islam.

Agen es krim Miami di Karya Jaya ini merupakan usaha bisnis yang bergerak di bidang perdagangan yang sudah berdiri dari tahun 2007 yang dipimpin ibu E. Agen es krim Miami ini menjual produk yang diperuntukan untuk kalangan anak-anak tapi tak jarang remaja dan orang tua pun suka dengan es krim ini Berdasarkan observasi awal ibu E selaku pemilik agen mengatakan Penjualan di agen es krim Miami ini dengan cara penjualan keliling dan di toko memiliki beberapa cabang di daerah Jalur Makarti, Jalur Jalur 19, Air Salek, dan beberapa dititipkan diwarung-warung di daerah Sungai Rotan. Omset dari penjualan es krim Miami tersebut sangatlah lumayan sehingga dapat mencukupi kebutuhan para penjual es krim Miami beserta keluarganya, Ibu E juga mengatakan dalam usaha atau bisnisnya adanya tantangan ataupun rintangan tersendiri yakni adanya naik turun penjualan. Berikut grafik omset penjualan es krim Miami pada agen di Karya Jaya periode Februari-Desember 2022.



Grafik Omset Penjualan Es Krim Miami di Karya Jaya Bulan Februari-Desember 2022

Menurut pemilik agen es krim Miami menurunnya jumlah penjualan disebabkan akibat banyak pesaing-pesaing baru dalam bidang yang sama. Terlihat dari grafik diatas omset penjualan perbulan mengalami kenaikan dan penurunan tidak menentu.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Es Krim Miami Pada Agen Di Karya Jaya Kota Palembang”.

METODE

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*) sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan tujuan menganalisis secara deskriptif. Suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, atau pun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Moh Nazir, 2011). Data yang dikumpulkan berupa kata-kata dan gambaran dengan demikian laporan penelitian berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan (Moleong LJ, 2014).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi atau pengamatan dimana peneliti mengamati secara langsung terhadap gejala-gejala objek yang diselidiki. observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan dapat bekerja berdasarkan data yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Mengamati secara langsung terhadap gejala-gejala di lokasi penelitian kemudian mencatat informasi yang diperoleh selama pengamatan pada agen es krim Miami di Karya Jaya. Dimana peneliti mengamati secara langsung terhadap gejala yang ada pada agen es krim Miami di Karya Jaya. Wawancara dalam penelitian ini suatu proses tanya jawab antara peneliti dan sumber informasi melalui komunikasi langsung dengan pemilik agen, karyawan/penjual keliling, dan konsumen. Dokumentasi data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen yang diambil peneliti melalui data mengenai pemasaran pada agen es krim Miami di Karya Jaya guna menyelesaikan fenomena ataupun masalah yang akan diteliti.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan (Sugiyono, 2022). Adapun teknik analisis data penelitian ini ialah dengan cara data dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis dengan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran Syariah dalam meningkatkan penjualan es krim Miami pada agen di Karya Jaya

Pemasaran Syariah adalah seluruh proses baik proses penciptaan, penawaran, perubahan nilai tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam, sesuai dengan aturan dalam al-quraan dan sunnah. Nabi Muhammad sangat menganjurkan umatnya untuk berbisnis (berdagang) karena berbisnis bisa menumbuhkan kemandirian dan kesejahteraan bagi keluarga, tanpa menjadi beban bagi orang lain (Hermawan Kartajaya, 2006). Segala permasalahan dalam bisnis Nabi Muhammad selalu diselesaikan dengan damai dan adil tanpa adanya unsur penipuan. Nabi Muhammad melarang memperdagangkan segala sesuatu yang tidak halal. Kerangka pemasaran dalam bisnis islami adalah aktivitas yang dilandasi oleh saling ridha dan rahmat antara penjual dan pembeli, dalam suatu aktivitas di dalam sebuah pasar (Ika Yunia Fauzia, 2013).

Dapat dilihat dari perkembangannya Agen Es Krim Miami di Karya Jaya pada saat ini sudah menggunakan konsep bauran pemasaran dalam persepektif islam yang meliputi :

a. *Product* (Produk)

Produk berarti barang atau jasa yang ditawarkan kepada pasar sasaran. Dalam perspektif pemasaran Syariah suatu produk haruslah halal dan memiliki kualitas yang baik (Nurul Huda, 2017). Pada agen es krim Miami di Karya Jaya Mereka menjual produk yang halal dapat dilihat dalam kemasannya sudah dapat sertifikat halal logo dari MUI dan juga mereka sudah BPOM yaitu sudah terjamin higienis dan layak untuk dikonsumsi.

b. *Price* (Harga)

Harga merupakan nilai jual suatu produk dan jasa atau sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan produk. Penetapan harga sepenuhnya ditentukan oleh penjual. Dalam perspektif islam aturan penentuan harga penjual dilarang mengambil keuntungan yang tidak wajar dengan menerapkan harga tinggi yang tidak sesuai (Nurul Huda, 2017). Untuk harga yang dijual pada agen es krim Miami di Karya Jaya mereka jual terbilang murah dan terjangkau mulai dari Rp. 1.000.00., an konsumen sudah bisa menikmati es krim Miami yang dijual oleh agen dan juga penjual keliling.

c. *Place* (Tempat)

Tempat diakui sebagai salah satu kunci sukses dalam strategi pemasaran. Tempat dimana penjual menjual dagangannya agar mudah dijangkau oleh pembeli tidak hanya secara fisik saja akan tetapi kemudahan dalam memperoleh informasi serta pengiriman barang ketempat pelanggan (Nurul Huda, 2017). Pada agen es krim Miami di Karya Jaya menjual produknya secara langsung yang dilakukannya dengan berkeliling di tempat ramai seperti sekolah, tempat acara, dan bahkan ada di pedesaan jauh dari perkota serta di beberapa cabang kami daerah Jalur Makarti, Jalur 19, Air Salek, dan beberapa dititipkan diwarung-warung di daerah Sungai Rotan.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah Menginformasikan, Membujuk pelanggan sasaran, mengingatkan (Dimas HW dkk, 2015). Promosi dalam pemasaran Syariah haruslah beretika dan terbuka. Kebenaran dalam setiap informasi tentang produk yang dipasarkan merupakan inti dari promosi pemasaran Syariah. Perilaku tersebut di dasarkan Al-Quran dan Hadist dimana segala sesuatu dikerjakan oleh seorang muslim (Nurul Huda, 2017). Dalam promosi pada agen es krim miami di Karya Jaya, mereka penjual keliling mempromosikan dengan cara pada box es krim diberi label es krim Miami agar pembeli dan juga pelanggan mudah mengenalinya, dan membunyikan musik es krim Miami yang disediakan dari perusahaan supaya menarik minat pembeli sehingga pembeli dapat mengetahui penjual es krim Miami memasuki daerah mereka. Penjual juga memberikan pelayanan yang baik cepat dan ramah sehingga pembeli suka terhadap pelayanan yang diberikan. Pemilik agen dan penjual keliling pun kadang mempromosikannya kepada kerabat, teman, serta masyarakat sekitar, dari omongan-omongan langsung, maupun grup *whatsapp* dan juga kadang diposting di *facebook* sehingga kadang ada yang pesan untuk hari raya lebaran ataupun acara lainnya.

Adapun strategi pemasaran Syariah pada agen es krim Miami di karya Jaya lebih jelasnya dianalisis menggunakan teori dari sifat Nabi Muhammad Saw yang membuat beliau berhasil dalam melakukan bisnisnya yang ditulis oleh Hermawan Kartayaja dan Muhammad Syakir Sula dalam bukunya :

1) *Shiddiq* (jujur atau benar)

Shiddiq adalah sifat Nabi Muhammad Saw, artinya jujur dan benar. Jika dia seorang pemasar sifat *shiddiq* haruslah dijiwainya seluruh perilaku dalam melakukan pemasaran, dalam bertransaksi dengan konsumen, dan mitra bisnisnya. Ia senantiasa mementingkan kebenaran informasi yang diberikan dan jujur dalam menjelaskan keunggulan produk yang dijual. Dalam dunia bisnis, kejujuran bisa juga diterapkan dalam betuk kesungguhan dan ketepatan, baik

ketepatan waktu, pelayanan, janji, dan pelaporan, menjauhkan diri dari perbuatan bohong dan menipu (Hermawan Kartajaya & M. Syakir sula, 2006). Dalam pemasarannya agen es krim Miami di Karya Jaya pemilik agen dan penjual keliling selalu mengedepankan kejujuran dan kebenaran.

2) Amanah (terpercaya)

Menjadi seorang pembisnis haruslah memiliki sifat amanah yaitu dapat dipercaya. Allah menyebutkan sifat orang-orang mukmin yang beruntung yaitu dapat memelihara amanat yang diberikan juga berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya. Konsekuensi amanah adalah mengembalikan setiap hak kepada pemilik hak tersebut serta tidak mengambil hak milik orang lain (Hermawan Kartajaya & M. Syakir sula, 2006) . Pada agen di karya jaya Palembang pemilik agen sudah menerapkan sifat amanah kepada para karyawannya dengan tidak mengurangi hak karyawannya. Dulu pernah ada karyawan yang tidak amanah dan sekarang sudah tidak bekerja lagi di agen es krim Miami di karya jaya, sekarang tersisa karyawan yang amanah selalu mengedepankan sikap jujur tidak mengambil hak orang lain.

3) *Fathanah* (cerdas)

Sifat *fathanah* artinya pemimpin yang memahami dan mengerti secara mendalam tentang segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. Dalam bisnis sifat *fathanah* yaitu segala aktivitas dalam suatu bisnis atau usaha harus dengan kecerdasan dengan menggunakan semua potensi akal untuk mencapai tujuan. Dalam hal ini, selaku pemilik usaha harus mampu mengenali tugas dan tanggung jawab karyawannya dalam memasarkan produknya. Ibu Eni selaku pemilik agen es krim Miami sangat merangkul serta selalu berusaha memahami semua karyawannya.

4) *Tabligh* (komunikatif)

Sifat *tabligh* yang berarti komunikatif, orang yang mempunyai sifat *tabligh* akan menyampaikannya dengan benar dan dengan tutur kata yang tepat. Pada strategi pemasaran seorang pemasar harus mampu berkomunikasi dengan baik serta harus mampu menyampaikan keunggulan produknya dengan jujur dan tidak menipu lain (Hermawan Kartajaya & M. Syakir sula, 2006). Dan itu juga dilakukan oleh pemilik agen es krim Miami di karya jaya dengan menyampaikan keunggulan produknya kepada calon pembeli tanpa meninggalkan sifat jujur dan tidak melebih-lebihkan.

Faktor penghambat dalam pemasaran penjualan es krim Miami pada agen di Karya Jaya kota Palembang

Suatu usaha atau bisnis tentunya ada kendala serta hambatan yang dihadapi baik kecil maupun besar. Hal ini dapat diselesaikan dengan strategi. Jika kendala-kendala tidak dapat diselesaikan dengan baik, maka akan sangat berdampak buruk bagi usaha tersebut. Terdapat beberapa hambatan serta solusi yang terdapat pada agen es krim Miami di Karya Jaya sebagai berikut :

a) Faktor cuaca

Keadaan cuaca hujan lebat membuat para penjual es krim Miami tidak dapat berjualan, namun apabila hujan turun pada saat penjual sudah melakukan pemasaran maka kendalanya yaitu es krim Miami yang dipasarkannya tidak habis terjual biasanya hanya sebagian saja, dan juga dikarenakan cuaca yang dingin membuat para pembeli tidak ingin mengkonsumsi es krim. Penjual menyadari bahwasannya hujan adalah turunya rahmat dari Allah, maka penjual senantiasa bersabar dan berpikir positif bahwasannya rezeki sudah diatur oleh Allah Swt.

b) Rusaknya lemari pendingin

Hal ini biasanya dirasakan oleh pemilik agen, apabila lemari pendingin ada masalah resikonya es krim mencair dan tidak bisa dijual lagi. Oleh karena itu pemilik agen mengakalnya dengan sebelum memasukan es krim ke lemari pendingin dia selalu mengecek dan memastikan bahwasannya lemari pendingin tetap normal tidak ada kendala.

c) Faktor persaingan

Pada era sekarang ini sudah banyaknya bermunculan merek-merek es krim yang bervariasi yang lebih unggul, sehingga ini juga termasuk hambatan dalam penjualan es krim Miami. Maka strategi yang dilakukan pemilik agen es krim Miami di Karya Jaya lebih memfokuskan pemasaran ke daerah-daerah pinggiran kota dan di desa-desa.

d) Mencairnya es krim Miami

Hal ini disebabkan oleh semakin lama es krim yang terjual kadang ada saja es krim yang cair, dan juga bila sering dibuka tutup karena cuaca panas es krim bisa lebih cepat mencair. Es krim yang sudah cair tidak bisa dikembalikan karena itu sudah menjadi tanggung jawab sebagai penjual. Jadi solusinya membawa es krim dengan porsi cukup dan menjual semua es krim yang dibawa hingga habis terjual.

KESIMPULAN

Strategi pemasaran Syariah dalam meningkatkan penjualan es krim Miami pada agen di Karya Jaya, memiliki strategi yang cukup bagus menggunakan strategi bauran pemasaran 4P yaitu *product* (produk) produk yang dijual agen es krim Miami di karya jaya sudah bersertifikat halal dari MUI aman untuk dikonsumsi memiliki berbagai varian rasa yang menarik, *price* (harga) buat harga yang ditawarkan agen es krim Miami harganya sangat terjangkau, *place* (tempat) agen es krim Miami di Karya Jaya menjual produknya secara langsung

yang dilakukannya dengan berkeliling dan di toko, dan *promotion* (promosi) mempromosikan dengan cara berkeliling pada box es krim diberi label es krim Miami agar pembeli dan juga pelanggan mudah mengenalinya, dan membunyikan musik es krim Miami. , telah diterapkan dengan baik dan agen es krim Miami di Karya Jaya juga mencontoh sifat Nabi Muhammad Saw yang membuat beliau berhasil dalam melakukan bisnis, yaitu *shiddiq* (jujur atau benar), amanah (terpercaya), *fathanah* (cerdas), dan *tabligh* (komunikatif). Adapun Faktor penghambat dalam penjualan es krim Miami yaitu karena faktor cuaca, rusaknya lemari pendingin, faktor persaingan, dan mencairnya es krim Miami, agen es krim Miami di Karya Jaya mempunyai cara tersendiri dalam mengatasi hambatan-hambatan tersebut.

REFERENSI

- Dimas HW dkk, (2015) Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Diajeng Solo), *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol.9, (1).
- Hemawan K & Muhammad S.S, (2006) *Syariah Marketing*, (Bandung: PT Mizan Pustaka).
- Ika Y.F, (2013), *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta : Kencana).
- Malau Herman, (2018), *Manajemen Pemasaran*, (Bandung : Alfabeta).
- Moh Nazir, (2011), *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia).
- Moh rusdi, (2019) Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya, *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, Vol.6 (2).
- Moleong LJ, (2014), *Metodologi Kualitatif* (Bandung : Remaja Rosdakarya).
- Nurul Huda et al, (2017), *Pemasaran Syariah*, (Jakarta : PT Kharisma putra utama).
- Nurul M dan Eriza YM, (2017), strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada butik Calista, *Jurnal On Islamic Economic*, vol 3, (1).
- Prof. Dr. Sugiono, (2022), *Metode Penelitian*, (Alfabeta, Bandung).