

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Gambaran Umum Aneka Keripik Ibu Siti

a. Sejarah Singkat Berdirinya Usaha

Aneka Keripik Ibu Siti didirikan sejak tahun 2018 oleh Siti Asrofiyah dan berlokasi di Desa Mejobo RT 010/ RW 003 Kecamatan Mejobo, Kabupaten Kudus. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha Aneka Keripik Ibu Siti, awal mula berdirinya usaha ini adalah si pemilik melakukan suatu percobaan membuat keripik bayam dan juga keripik pisang. Pemilik menghadirkan keripik tersebut pada waktu Hari Raya Idul Fitri dan sekaligus meminta pendapat tentang bagaimana rasa keripik bayam yang dibuatnya tersebut. Mayoritas mengatakan bahwa keripik yang disajikan cukup enak dan ada juga yang mengatakan bahwa variasi masakannya kreatif. Maka dari itu si pemilik membawa ide tersebut lebih jauh dengan bereksperimen dan meningkatkan cita rasa pada olahan makanan yang dibuatnya.¹⁰⁵

b. Visi Misi Usaha Aneka Keripik Ibu Siti

Adapun visi misi dari usaha Aneka Keripik Ibu Siti sebagai berikut:

1) Visi usaha Aneka Keripik Ibu Siti

Menjadi sebuah unit usaha secara mandiri memproduksi berbagai aneka keripik dengan kualitas yang berbeda-beda baik secara kualitas maupun kuantitatif, mengelola dan menjangkau target pasar, serta menjadi usaha yang dikenal luas oleh masyarakat.

2) Misi usaha Aneka Keripik Ibu Siti

- a) Memperkenalkan produk kepada masyarakat luas.
- b) Terus berinovasi agar masyarakat tetap tertarik membeli.
- c) Menjaga kualitas produk dan membuat produk yang berkualitas.
- d) Selalu memberikan kesan yang baik kepada semua pelanggan.

Untuk menarik minat pembeli, pemilik mempromosikan usahanya melalui mulut ke mulut dan juga media sosial. Masyarakat akan mengetahui produk yang ada di pasaran dan

¹⁰⁵ Siti, Owner Aneka Keripik Ibu Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

dapat dengan mudah memesan secara *online* tanpa harus hadir secara langsung. Produk dikirim secara langsung atau melalui kurir, sehingga *customer* tidak perlu khawatir pesanan akan sampai ke tujuan.

Aneka Keripik Ibu Siti memproduksi sesuai pesanan pelanggan. Biasanya pembeli mempunyai kebutuhan dan jumlah tersendiri sesuai keinginannya. Produk yang diproduksi tergantung pada permintaan dan jumlah pesanan. Pesanan *customer* akan dipenuhi dengan kualitas sebaik mungkin. Jika barang yang minta tidak cocok dengan kemauan pembeli, pelanggan dapat mengajukan pengaduan kepada pemilik atau mengembalikan barang/produk kepada penjual dan bila memungkinkan barang/produk yang tidak sesuai dengan keinginan pembeli akan diganti sebagaimana mestinya.¹⁰⁶

Seiring dengan semakin majunya zaman, membuka toko *online* melalui media sosial semakin memudahkan para pengusaha dalam berbisnis. Hal ini tidak mungkin dilakukan saat ini ketika orang tidak mengetahui tentang sosial media. Akses mudah ke sosial media saat ini menjadi sebuah keuntungan sekaligus manfaat bagi para wirausahawan muda dalam memulai bisnis. Saat ini banyak anak muda yang menjadi pengusaha sukses melalui makanan, memanfaatkan media yang ada untuk mempromosikan produknya.

c. Struktur Organisasi

Struktur organisasi perusahaan menentukan klasifikasi peran dan tugas di setiap perusahaan. Agar kegiatan aneka keripik dapat berjalan dengan baik maka pembagian tugas harus jelas. Aneka keripik memiliki karyawan yang harus melakukan tugasnya sendiri dan bertanggung jawab atas tugas yang diberikan.

Struktur organisasi, tugas, serta tanggung jawab pada usaha aneka keripik sebagai berikut:

1) Pemilik Usaha

Umumnya pemilik usaha yang mempunyai tanggung jawab penuh atas usahannya disebut direktur atau pemilik usaha. Pemilik usaha mempunyai wewenang dan tugas sebagai berikut:

- a) Bertanggung jawab atas kelangsungan usaha.
- b) Bertanggung jawab atas pemasaran usaha.

¹⁰⁶ Siti, Owner, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

- c) Memberikan instruksi kepada karyawan untuk melakukan tugasnya.
- 2) Karyawan
 - Tugas dan wewenang karyawan yaitu sebagai berikut:
 - a) Bertugas membuat adonan.
 - b) Bertanggung jawab memotong.
 - c) Bertanggung jawab atas makanan yang digoreng.
 - d) Bertanggung jawab atas pengemasan.¹⁰⁷

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Deskripsi Data Peran *Marketing Mix Strategy* dalam Upaya Peningkatan Penjualan UMKM Aneka Keripik Ibu Siti

Banyak pasar, pertokoan, warung bahkan mini market yang menjadi salah satu kesempatan yang dimanfaatkan oleh para pengusaha yang menghasilkan berbagai jenis aneka keripik. Hal ini akan sangat mempengaruhi pengusaha aneka keripik untuk menjual produknya di lokasi tersebut, apalagi peluang pasar sangat terbuka bagi pengusaha aneka keripik.

Usaha aneka keripik memiliki perkembangan bisnis yang berbeda-beda dan strategi unik dalam memasarkan produknya. Sebagian besar produsen aneka keripik menerapkan konsep 7P pada bauran pemasarannya untuk menjual produknya. Di antaranya adalah sebagai berikut:¹⁰⁸

a. Produk (*Product*)

Berbagai jenis keripik ditawarkan ke pasar dan konsumen seperti keripik pisang, keripik bayam, keripik tempe, keripik singkong, dan lain sebagainya. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Siti, selaku pemilik usaha aneka keripik bahwasanya mereka memproduksi empat jenis keripik, yaitu keripik bayam, keripik pisang, keripik singkong, dan juga keripik tempe.¹⁰⁹

Selain itu, usaha aneka keripik juga selalu memperhatikan kualitas baik rasa, bentuk dan variasi ukuran produk yang dihasilkan, serta harga jual produknya. Oleh sebab itu, buat menjaga kualitas barang yang diproduksi, digunakan bahan baku aneka keripik yang berkualitas tinggi. Ibu Siti juga memaparkan bahwasannya mereka selalu mementingkan kualitas produknya, baik dari segi rasa, bentuk dan juga ukuran.

¹⁰⁷ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

¹⁰⁸ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

¹⁰⁹ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

Oleh karena itu, bahan baku yang aman dan berkualitas selalu digunakan dalam pembuatan keripik.¹¹⁰

Selain wawancara dengan pemilik usaha aneka keripik, wawancara berikutnya dengan Ibu Sariamah selaku karyawan aneka keripik Ibu Siti mengatakan bahwasannya konsumen atau pembeli dapat memesan produk dari toko aneka keripik Ibu Siti melalui media sosial, mengunjungi langsung, atau menghubungi langsung ke pemilik. Salah satu konsumen pernah pernah memesan suatu produk melalui telepon, dan pembayaran dilakukan setelah barang di antar ke tempat konsumen, konsumen juga memberikan alamat tujuan pengiriman produk tersebut agar karyawan yang bertanggung jawab mengantar produk tersebut tidak mengalami kendala. Ini adalah layanan toko aneka keripik Ibu Siti yang dirancang untuk memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan untuk pembeli.¹¹¹

Sesuai dengan penuturan salah satu pembeli yang membeli produk aneka keripik Ibu Siti yaitu Ibu Anggun bahwasanya Ibu Anggun sendiri tidak butuh banyak karena hanya untuk di konsumsi sendiri, Ibu Anggun biasanya membeli masing-masing 1kg keripik pisang dan bayam. Terkadang Ibu Anggun juga membeli varian keripik lain.¹¹²

b. Harga (*Price*)

Pihak usaha mempertimbangkan kebutuhan konsumen ketika menetapkan harga aneka keripik. Artinya, jika konsumen membutuhkan banyak produk, pihak usaha aneka keripik akan menawarkan harga yang berbeda satu sama lain. Selain itu, pelaku usaha aneka keripik Ibu Siti tetap mengikuti harga pasar meski ketika harga komoditas naik. Pemilik usaha aneka keripik tidak menaikkan harga produk, tetapi sekedar mengurangi isi produk dibandingkan sebelumnya.

Seperti yang dikatakan oleh Ibu Siti selaku pemilik usaha aneka keripik Ibu Siti bahwasannya walaupun harga bahan pokok melonjak, pemilik tidak menaikkan harga keripiknya sekedar mengurangi jumlah isi di setiap bungkus keripiknya. Harga masing-masing produk berbeda-beda: keripik bayam Rp. 55.000/kg, keripik pisang Rp. 50.000/kg, keripik singkong Rp.

¹¹⁰ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

¹¹¹ Sariamah, karyawan Aneka Keripik Ibu Siti, Wawancara Oleh Penulis, 19 November 2023, Wawancara 2, Transkrip.

¹¹² Anggun Konsumen, Wawancara Oleh Penulis, 23 November 2023, Wawancara 3, Transkrip.

52.000/kg, dan keripik tempe Rp. 54.000/kg. Bagi konsumen yang membutuhkan produk lebih banyak, maka pemilik menawarkan produk dengan harga yang berbeda.¹¹³

Ibu Hartini salah satu konsumen aneka keripik Ibu Siti mengatakan bahwasannya produk yang ditawarkan berkualitas dan sering kali menawarkan harga yang berbeda untuk pembelian produk yang banyak maka konsumen akan tetap berlangganan aneka keripik Ibu Siti dan menjadi pelanggan tetap.¹¹⁴

c. Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dijalankan oleh usaha aneka keripik tidak cuma dari mulut ke mulut, tetapi juga menggunakan sosial media seperti Facebook dan juga WhatsApp buat mempromosikan produknya supaya dikenal makin banyak orang. Ibu Siti memaparkan bahwasannya pemilik masih menggunakan promosi dari mulut ke mulut untuk mempromosikan produknya. Selain itu, pemilik juga menggunakan sosial media Facebook dan juga WhatsApp untuk memasarkan berbagai produk aneka keripik Ibu Siti tersebut.¹¹⁵

Ibu Tatik salah satu konsumen aneka keripik Ibu Siti mengatakan bahwasannya Usaha aneka keripik Ibu Siti adalah usaha yang bisa di andalkan saat membeli produk dalam jumlah besar atau ecer. Alasan saya mengatakan demikian karena selain pelayanan dari usaha ini sangat baik, karyawan juga sangat ramah dalam hal menawarkan produk.¹¹⁶

Ibu Fella salah satu konsumen aneka keripik Ibu Siti mengatakan bahwasannya Ibu Fella adalah orang yang biasa mengunjungi beberapa toko keripik untuk membeli produk keripik dan membandingkan harga serta kualitas produknya. Di toko aneka keripik Ibu Siti ini mendapatkan promosi langsung dari pemilik ketika Ibu Fella membeli cukup banyak produk keripik dan langsung mendapatkan harga yang berbeda dengan yang lain. Selain promosi, karyawan dan pemilik usaha sangat ramah kepada konsumen meskipun hanya sekedar bertanya.¹¹⁷

¹¹³ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

¹¹⁴ Hartini Konsumen, Wawancara Oleh Penulis, 26 November 2023, Wawancara 4, Transkrip.

¹¹⁵ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

¹¹⁶ Tatik Konsumen, Wawancara Oleh Penulis, 1 Desember 2023, Wawancara 5, Transkrip.

¹¹⁷ Fella Konsumen, Wawancara Oleh Penulis, Desember 2023, 8 Wawancara 6, Transkrip.

d. Tempat (*Place*)

Saluran distribusi yang efisien membantu bisnis mendistribusikan produk ke konsumen. Distribusi dalam usaha aneka keripik berarti bekerja sama dengan pedagang di pasar, pedagang kecil sekalipun seperti, toko, dan pengecer, dengan sistem ini, pemilik usaha aneka keripik melakukan *outsourcing* penjualan dan pembelian produk mereka ke toko dan tempat yang telah mereka kontrak. Jika produk tidak terjual atau rusak, anda dapat mengembalikan sesuai kesepakatan.

Ibu Siti juga mengungkapkan bahwasannya pemilik bekerja sama dengan retail outlet seperti pasar, toko dan pengecer. Selain itu, jika produk mereka tidak habis terjual atau rusak, pengecer atau pelanggan dapat memulangkan barang yang rusak tersebut dan menukarkannya dengan produk baru sesuai dengan kontrak awal.¹¹⁸

Ibu Ella selaku konsumen *online* juga mengatakan bahwasannya Ibu Ella melihat promosi di media sosial seperti Facebook Marketplace, maka Ibu Ella menghubungi nomor WhatsApp pemilik usaha, memesan beberapa produk seperti keripik singkong dan keripik tempe, dan pembayaran dilakukan di rumah. Dan langsung disetujui oleh pemilik usaha yaitu Ibu Siti.¹¹⁹

Lokasi pembuatan aneka keripik ini berada satu lokasi dengan kediaman pemilik usaha Ibu Siti di Desa Mojobo, Kecamatan Mejobo, Kabupaten Kudus. Konsumen merupakan aset utama dalam strategi pemasaran yang kompetitif, sehingga kepuasan konsumen menjadi prioritas utama. Jika ada pembeli yang merasakan kurang menyenangkan sama penyajian yang kami berikan, bisa jadi mereka bakal lari dan tak pernah balik lagi, bahkan dapat dibilang mereka tidak lagi menjadi pelanggan atau konsumen tetap kita.

e. *Process* (Proses)

Proses mencakup seluruh rangkaian kegiatan pada setiap pemasaran mulai dari perusahaan hingga ke pelanggan, seperti proses pelayanan ataupun dimulai dengan proses produksi hingga sampai ketangan konsumen. Dalam segi proses terutama berkaitan dengan proses produksi, para karyawan di aneka keripik Ibu Siti diwajibkan mengecek bahan baku sebelum

¹¹⁸ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

¹¹⁹ Ella Konsumen, Wawancara Oleh Penulis, 12 Desember 2023, Wawancara 6, Transkrip.

melakukan tahap produksi, karyawan memastikan apakah bahan baku yang tersedia cukup baik untuk dilakukan proses selanjutnya.

Ibu Siti juga mengungkapkan bahwasannya untuk strategi pemasaran dalam segi proses ini, langkah awal yang saya lakukan yaitu dengan menentukan bahan baku dan pastikan bahan baku tersebut dengan kondisi kualitas yang baik, lalu setelah itu dilakukannya produksi, setelah produksi telah siap lalu dilakukan pengemasan yang dilakukan pekerja bagian produksi, setelah itu barang bias langsung di display, kemudian karyawan menjalankan tugasnya masing-masing dengan mendahulukan pelayanan yang baik terhadap konsumen. Dan usahakan bias membaca apa yang diinginkan atau diminta konsumen, rangkul konsumen agar mereka merasa nyaman berbelanja di tempat kami.¹²⁰

f. *People (Orang)*

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan aset utama dalam industri bisnis, terlebih lagi usaha yang membutuhkan sumber daya dengan performance tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Kemampuan knowledge (pengetahuan) yang baik akan menjadi kompetensi dasar dalam internal perusahaan dan pencitraan yang baik. Setiap konsumen yang datang selalu disambut dengan salam oleh pekerja seperti mengucap kata-kata “Assalamualaikum, selamat datang di aneka keripik Ibu Siti”.

Untuk SDM yang ada di aneka keripik Ibu Siti yaitu dengan memiliki 5 karyawan dengan 3 bagian, bagian pertama karyawan yang ditoko dengan jumlah 1 orang, lalu ada bagian produksi berjumlah 2 orang, dan bagian pengemasan dengan jumlah 2 orang.

Ibu Siti juga mengungkapkan bahwasannya Untuk SDM disini saya memiliki 5 karyawan dengan 3 bagian, bagian pertama karyawan yang toko dengan jumlah 1 orang, lalu ada bagian produksi berjumlah 2 orang, dan bagian pengemasan dengan jumlah 2 orang. Untuk meningkatkan kinerja karyawan, terkadang pemilik memberi bonus atau reward disaat ada momen tertentu. Dan untuk pelayanan karyawan ke konsumen pemilik mengusahakan sebaik mungkin. Misalnya seperti menyambut konsumen yang datang ke toko, memberi arahan

¹²⁰ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

atau informasi terkait produk apa saja yang tersedia di toko, memberikan tester kepada pembeli agar mereka bisa membeli produk sesuai yang mereka inginkan.¹²¹

Ibu Hartini selaku konsumen aneka keripik Ibu Siti mengatakan bahwasannya untuk pelayanan karyawan disini sangat sigap dan cekatan dalam menawarkan produk-produk yang tersedia di aneka keripik Ibu Siti, karyawan-karyawan yang sangat ramah terhadap pembeli sehingga merasa cukup puas berbelanja di tempat aneka keripik Ibu Siti.¹²²

g. *Physical Evidence (Bentuk Fisik/ Kualitas Pelayanan)*

Bukti fisik mencakup segala sesuatu yang dilihat oleh pelanggan ketika mereka berinteraksi dengan lingkungan bisnis, seperti kemasan produk, desain interior toko, dll. Lingkungan fisik yang bagus dan menarik tentunya akan membuat pelanggan merasa nyaman. Seperti halnya lingkungan fisik pada aneka keripik Ibu Siti yang luas banyak memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada pelanggan saat berbelanja. Tampilan tempat aneka keripik Ibu Siti didalamnya sangat bagus dan bersih, seperti barang yang tersusun rapih. Untuk segi bukti fisik, aneka keripik Ibu Siti melakukan tata letak produk yang disesuaikan dengan warna kemasan atau sesuai varian rasa dari setiap produk.

Ibu Siti juga mengungkapkan bahwasannya Untuk segi bukti fisik, pertama-tama untuk tata letak produk saya sesuaikan dengan warna kemasan atau sesuai varian rasa dari setiap produk. Untuk produk khusus tester saya sediakan di meja. Untuk tampilan tempat saya buat dengan warna netral, dan ada beberapa produk dengan kemasan warna netral seperti gedung ini. Untuk tempat produksi berada di rumah. Saya buat seperti itu agar para pengunjung yang ingin melihat kegiatan produksi tidak jauh dari tempat, agar mereka bisa sekaligus membeli produk yang saya jual.¹²³

2. Deskripsi Data *Marketing Mix Strategy* dalam Upaya Peningkatan Penjualan UMKM Aneka Keripik Ibu Siti Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan temuan di atas, peneliti bisa mengkaji sistem penerapan *Marketing Mix Strategy* pada penjualan produk usaha

¹²¹ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

¹²² Hartini Konsumen, Wawancara Oleh Penulis, 26 November 2023, Wawancara 4, Transkrip

¹²³ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

aneka keripik Ibu Siti dalam perspektif ekonomi Islam. Dari temuan penelitian terhadap strategi pemasaran pada perspektif ekonomi Islam yang digunakan oleh perusahaan aneka keripik Ibu Siti untuk memenangkan persaingan di pasar, bisa disimpulkan bahwa ada sebagian strategi *Marketing Mix* yang dipakai oleh perusahaan aneka keripik buat memenangkan persaingan pasar.

a. Produk (*Product*)

Usaha aneka keripik Ibu Siti dalam pengelolaan dan pengembangan usahanya telah sejalan dengan perspektif ekonomi Islam dalam strategi produknya. Apabila bisnis aneka keripik Ibu Siti ini memproduksi dan menjual produknya dengan itikad baik dan tidak melakukan penipuan ketika pemakaian bahan baku, terutama mengenai bahan baku yang menimbulkan ancaman bagi pelanggan.

Seperti apa yang dikatakan oleh Ibu Siti bahwasannya sangat penting bagi karyawan aneka keripik agar selalu memperhatikan takaran dan tidak melebihi jumlah yang ditentukan. Mulai dari pemotongan bahan baku, pembuatan aneka keripik, hingga proses pengemasan aneka keripik, karyawan harus memastikan bahwa keripik yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik.¹²⁴

Ibu Anggun yaitu salah satu seorang konsumen aneka Ibu Siti keripik mengatakan bahwasannya konsumen sangat puas dengan pembelian produk aneka keripik ini sebab rasanya yang benar-benar berbeda dengan keripik yang lainnya. Konsumen juga dapat merasakan bahwasanya pemilik usaha aneka keripik Ibu Siti ini tidak menambahkan bahan terlarang pada aneka keripiknya karena rasanya yang memang berbeda.¹²⁵

Pada deskripsi wawancara di atas, peneliti bisa menyimpulkan bahwasanya perusahaan aneka keripik Ibu Siti ini sejalan dengan perspektif ekonomi Islam dalam menerapkan strategi produknya. Dalam memproduksi produknya pemilik selalu menjaga untuk meyakinkan bahwa bahan baku yang digunakan saat pembentukan produknya sehat dan aman, dan juga selalu memastikan kualitas produk yang baik, sehingga kami tidak menjual produk dalam kondisi rusak.

¹²⁴ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

¹²⁵ Anggun Konsumen, Wawancara Oleh Penulis, 23 November 2023, Wawancara 3, Transkrip.

b. Harga (*Price*)

Pihak usaha aneka keripik Ibu Siti ketika menentukan harga juga sejalan dengan aspek perspektif ekonomi Islam. Harga yang diberikan oleh usaha aneka keripik ini sering berdasarkan harga pasar dan tidak pernah lebih tinggi dari harga saat ini.

sebagaimana yang diuraikan oleh Ibu Siti bahwasannya saat menetapkan harga, mereka kerap menyesuaikan sama permintaan konsumen, selalu berdasarkan harga pasar saat ini. Artinya jika pelanggan memerlukan banyak produk, mereka menawarkan dengan harga yang berbeda dari yang lain. Selain itu, meski harga bahan baku naik, maka mereka tidak akan meninggikan harga produk, mereka cuma akan kurangi sedikit isi kemasannya.¹²⁶

Ibu Turini selaku konsumen mengatakan bahwasannya sangat senang membeli produk Aneka Keripik Ibu Siti ini, karena harganya yang standar namun memiliki produk yang berkualitas. Dan juga konsumen senang dengan penjualnya, karena penjualnya ramah dan mudah diajak ngobrol. konsumen juga bisa mendapatkan potongan harga ketika membeli banyak produk.¹²⁷

Dari uraian hasil wawancara diatas, peneliti bisa menyimpulkan bahwa penetapan harga usaha aneka keripik sesuai dengan perspektif ekonomi Islam. Usaha aneka keripik memakai teknik keterbukaan saat menentukan harga jual produk tersebut. Hal ini bukan cuma bermaksud buat meningkatkan keuntungan dan meningkatkan penjualan, melainkan juga agar penjual dan pembeli merasa senang.

c. Promosi (*Promotion*)

Strategi promosi pemilik usaha aneka keripik juga sejalan dengan perspektif ekonomi Islam. Ketika pemilik usaha aneka keripik memasarkan produknya, mereka tidak membesar-besarkan manfaat yang kenyataannya tidak ada. Selain pemasaran produk dari mulut ke mulut, pemilik usaha aneka keripik juga memanfaatkan sosial media seperti Facebook dan WhatsApp buat mempromosikan produknya tanpa menampilkan iklan ilegal dan menyimpang.

¹²⁶ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkip.

¹²⁷ Turini Konsumen, Wawancara Oleh Penulis, 17 Desember 2023, Wawancara 7, Transkip.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ibu Siti bahwasannya saat pemasaran produk, mereka tidak pernah membesar-besarkan manfaat keripik kami yang sebenarnya tidak ada. mereka juga menghindari konten yang menyesatkan dan iklan palsu saat mempromosikan di media sosial.¹²⁸

Ibu Lia selaku konsumen mengatakan bahwasannya Ibu Lia membeli keripik bayam dari tempat aneka keripik Ibu Siti karena melihat postingan di WhatsApp dari gambarnya terlihat enak, serta harganya masuk akal, jadi ingin mencobanya.¹²⁹

Dari pemaparan data wawancara di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa perusahaan sangat menjaga kepercayaan konsumen sehingga keripik tersebut sejalan dengan perspektif ekonomi Islam dalam mempromosikan produknya.

d. Tempat (*Place*)

Strategi bauran penjualan yang dilakukan pemilik usaha aneka keripik dalam perspektif ekonomi Islam adalah demi menghindari adanya paksaan dalam saluran pemasaran. Hal ini terlihat pada pendistribusian usaha aneka keripik yang melakukan kerja sama dengan distributor bahkan dalam skala kecil seperti stand atau pengecer dan toko.

Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Siti bahwasannya Lokasi aneka keripik Ibu Siti tidak di jalan utama sehingga kurang strategis. Namun demikian, mereka tetap menjaga persaingan yang sehat dan tidak menerapkan pembatasan apapun pada saluran distribusinya.¹³⁰

Ibu Fella selaku konsumen mengatakan bahwasannya konsumen membeli produk di tempat aneka keripik Ibu Siti karena tempatnya nyaman dan letaknya mungkin tidak di jalan utama namun cukup mudah untuk ditemukan, jadi konsumen sangat menikmati berbelanja di tempat aneka keripik Ibu Siti.¹³¹

Dari pemaparan data wawancara di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa peredaran aneka keripik Ibu Siti sesuai dengan perspektif ekonomi Islam. Perusahaan dapat bersaing secara sehat karena tidak terjadi kecurangan dalam pendistribusian produknya.

¹²⁸ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

¹²⁹ Lia Konsumen, Wawancara Oleh Penulis, 15 Desember 2023, Wawancara 8, Transkrip.

¹³⁰ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

¹³¹ Fella Konsumen, Wawancara Oleh Penulis, Desember 2023, 8 Wawancara 6, Transkrip.

e. *Process (Proses)*

Proses merupakan unsur di mana suatu bisnis menjalankan usaha tersebut dengan melakukan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Proses dalam suatu bisnis ini dapat meliputi segala kegiatan dalam memberikan timbal balik kepada konsumen, seperti penerimaan komplain maupun kritik dari konsumen yang kemudian akan diproses dengan baik dan tetap mengutamakan pelayanan yang maksimal sehingga konsumen merasa puas dan dihargai atas hal tersebut. Untuk mencapai visi dan misi yang telah ditentukan, maka aneka keripik Ibu Siti dalam mengutamakan kualitas dan pelayanan mulai dari konsumen datang memesan dan hingga produk diberikan kepada konsumen. Aneka keripik Ibu Siti maka ini menggunakan sistem first in first out dengan artian bahwa siapa yang datang terlebih dahulu dan memesan maka nantinya akan diproses terlebih dahulu.

Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Siti bahwasannya mereka mengatakan untuk membeli produk keripik singkong mereka, mereka langsung menjual produknya kepada para konsumen secara langsung di pasar tempat mereka berjualan, kadang ada konsumen yang membeli produk mereka di rumah. Waktu yang dibutuhkan untuk pengiriman produk mereka tidak terlalu lama sebab para produsen selalu melakukan produksi setiap harinya. Untuk ibu Siti beliau mengantarkan produknya pada para distributor di toko-toko yang menjadi tempat beliau untuk menjualkan produknya, terkadang ada pula kerabat atau saudaranya yang berada diluar kota yang memesan produknya untuk di jual kembali di tempat kerabat atau saudaranya tinggal.¹³²

Dari pemaparan data wawancara di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa peredaran aneka keripik Ibu Siti sesuai dengan perspektif ekonomi Islam. mereka langsung menjual produknya kepada para konsumen secara langsung. Kadang ada konsumen yang membeli produk mereka di rumah. Waktu yang dibutuhkan untuk pengiriman produk mereka tidak terlalu lama sebab para produsen selalu melakukan produksi setiap harinya.

f. *People (Orang)*

Unsur dari bauran pemasaran orang merupakan sejumlah sumber daya manusia yang memiliki keterkaitan dengan aneka keripik Ibu Siti dalam menjalankan bisnis tersebut. Orang

¹³² Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

menjadi unsur terpenting dalam operasional suatu bisnis yang menyediakan jasa seperti mempekerjakan seseorang atau melatih mereka untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.¹³³ Strategi yang digunakan oleh owner aneka Keripik Ibu Siti untuk dapat mengelola unsur orang dalam bisnis UMKM ini adalah dengan menerapkan pembagian kerja bagi karyawan, Agar pemaksimalan dalam melayani konsumen dapat berjalan dengan baik sehingga tidak ada karyawan yang melakukan kerja over time. Seperti yang diungkapkan oleh owner aneka keripik Ibu Siti.

Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Siti bahwasannya dikarenakan disini untuk jam bukanya itu jam 7 sampai jam 16.00, maka untuk jam kerja karyawan kami sesuaikan dengan yang lain. Ini kami maksimalkan agar karyawan dapat melayani pelanggan dengan cara fit dan waktu istirahat yang cukup.¹³⁴

Dari pemaparan data wawancara di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa peredaran aneka keripik Ibu Siti sesuai dengan perspektif ekonomi Islam. Terbukti pemilik tidak menggerjakan karyawan secara berlebihan karena pemilik juga memikirkan tentang kesehatan karyawannya.

g. *Physical Evidence (Bentuk Fisik/ Kualitas Pelayanan)*

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor pendukung agar konsumen ingin membeli produk dengan demikian usaha ini mengalami peningkatan penjualan, begitupula usaha aneka keripik Ibu Siti memiliki kualitas pelayanan yang baik, bisa dikatakan seperti itu karena memiliki pelayanan yang cepat, tanggap dan rajin, selain itu keramahan ketika melayani konsumen, serta produk yang ditawarkan memiliki cita rasa yang enak sehingga banyak di gemari konsumen. Yang tidak kalah penting pelayanan yang dilakukan mempermudah konsumen seperti pesanan diantar langsung kerumah dan cepat konfirmasi jika stok barang sudah habis.

Ibu Turini selaku konsumen mengatakan bahwasannya produk aneka keripik Ibu Siti ini memang benar adanya pembuatannya yang higienis dan rasanya mantap, serta visual produk yang dijual rapih dan bersih.¹³⁵

¹³³ Tengku Firli Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran (Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran)* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), 20.

¹³⁴ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

¹³⁵ Turini Konsumen, Wawancara Oleh Penulis, 17 Desember 2023, Wawancara 7, Transkrip.

Dari pemaparan data wawancara di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa peredaran aneka keripik Ibu Siti sesuai dengan perspektif ekonomi Islam. Perusahaan tidak membohongi konsumen dengan adanya bukti fisik.

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Peran *Marketing Mix Strategy* dalam Upaya Peningkatan Penjualan UMKM Aneka Keripik Ibu Siti

Pada penjelasan sebelumnya, telah dijelaskan strategi *marketing mix*. Di mana bauran pemasaran (*marketing mix*) ialah seperangkat alat penjualan yang dipakai industri buat secara konsisten pada pasar sarannya untuk mencapai tujuan perusahaan.¹³⁶ Bauran pemasaran (*marketing mix*) bisa diduga menjadi penanggulangan pemecahan persoalan yang dapat menanggapi setiap permasalahan pertumbuhan di bidang pemasaran. Salah satu maksud bauran pemasaran (*marketing mix*) ialah buat menegaskan bahwa barang dan pelayanan yang dibeli, dibutuhkan, ditawarkan, dan disukai oleh pembeli, menjamin kebahagiaan pembeli dan menghasilkan keuntungan bagi pemilik usaha.

Strategi pemasaran, khususnya strategi *marketing mix* merupakan bagian kunci yang membantu bisnis aneka keripik mencapai target pangsa pasarnya. Berdasarkan hasil penelitian terhadap strategi *marketing mix* yang digunakan usaha aneka keripik untuk meningkatkan penjualan dan bersaing dengan kompetitor, peneliti dalam wawancara dengan Ibu Siti mengatakan bahwa strategi *marketing mix* yang diterapkan usaha aneka keripik dapat disimpulkan sebagai konsep 7P. Di antaranya:

a. Produk (*Product*)

Adapun temuan yang peneliti lakukan, peneliti menemukan bahwa *marketing mix* produk yang dilaksanakan oleh industri keripik menasar produk yang dipasarkan ke konsumen atau pasar melalui penyediaan beragam macam aneka keripik seperti keripik bayam, keripik pisang, keripik singkong, keripik tempe. Selain itu, dalam usaha aneka keripik, pemilik usaha selalu mengutamakan kualitas produk, meliputi rasa, bentuk dan ukuran, serta harga jual. Untuk menjaga kualitas produk, pemilik usaha menggunakan bahan baku keripik yang berkualitas.

¹³⁶ Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, 62.

Usaha aneka keripik Ibu Siti telah berkembang dari sudut pandang pengelolaan produk, dimulai dengan penawaran produk, awalnya hanya memproduksi aneka keripik dalam jumlah kecil, namun seiring berjalanya waktu penawaran produk sudah mengalami peningkatan. Saat menjalankan usaha aneka keripik, pemilik memastikan tempat distribusi penjualan selalu bersih demi kenyamanan konsumen dalam membeli produk kami. Oleh karena itu, produk yang dijual harus bermutu dan layak dijual, serta ketersediaan produk harus memenuhi kebutuhan konsumen.¹³⁷

Menurut Rusydi Abubakar dalam Frederick a., dan Charles A. dalam bukunya menyatakan bahwa ada unsur dasar yang perlu diperhatikan pada setiap produk baik berbentuk jasa maupun barang yang kita kenal sehari-hari yaitu:

1) Desain (*Design*)

Desain merupakan elemen yang amat berarti buat membedakan satu produk dengan produk lainnya.

2) Bahan Baku (*Materials*)

Untuk memutuskan bahan mana yang akan dipakai, hendaknya mempertimbangkan dahulu apa yang diperlukan konsumen, seberapa bagus produk tersebut perlu diproduksi, biaya produksi, dan kesiapan bahan.

3) Kualitas (*Quality*)

Kualitas ialah ukuran apakah suatu produk mendapatkan tahap kualitas yang pantas untuk tujuan penggunaan.

4) Keamanan (*Safety*)

Keamanan adalah keadaan suatu produk yang tidak menimbulkan kerugian bagi penggunanya. Perusahaan mengetahui produk apa yang lebih dibutuhkan pembeli, sehingga banyak industri yang menaruh perhatian besar pada pengembangan produk dan verifikasi keamanan.

5) Jaminan (*Warranties*)

Jaminan ialah kualitas jaminan yang diberi perusahaan pada pengguna produknya bahwa produk yang direkomendasikan konsisten dan menimbulkan risiko rendah bagi konsumen.

¹³⁷ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

6) Keragaman (*Variety*)

Keragaman mengacu pada beragamnya produk yang direkomendasikan pada pembeli, dan berdasarkan rasa, ukuran, model, warna, dan jenis lain.

7) Pelayanan (*Servicing*)

Pelayanan merupakan bentuk dukungan yang terlihat dan tak terlihat yang bagikan pada (calon) pembeli pada waktu mereka menginginkan ataupun membutuhkan suatu barang.

8) Merek (*Brand*)

Merek ialah desain, simbol, sebutan, nama, ataupun kombinasi di antaranya yang diinginkan bisa mengidentifikasi produk suatu usaha dan membedakannya dengan barang pesaingnya.

9) Kemasan (*Packaging*)

Kemasan adalah suatu aktivitas yang melibatkan perancangan dan pembuatan wadah serta pengemasan produk.

10) Label (*Labelling*)

Label mencakup segala sesuatu yang disertakan dalam suatu kemasan, baik dalam bentuk kartu biasa yang dipasangkan pada suatu produk, atau label detail yang menjadi komponen pada bingkisan.¹³⁸

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Frederick A. dan Charles A. tersebut peneliti meyakini bahwa bagian desain, bahan baku, kualitas, keamanan, jaminan, keragaman, pelayanan, merek, kemasan, dan pelabelan sangat penting pada pemasaran produk. Dengan rajin memastikan kadar produk yang dibuat dan memperhatikan produk mana yang diinginkan pembeli, maka produk yang didagangkan bisa laris manis di pasaran dan mendapatkan popularitas di kalangan konsumen. Demi menjaga kepercayaan konsumen, pemilik usaha aneka keripik selalu memperhatikan kualitas produk berbahan baku yang berkualitas, terjamin dan aman dikonsumsi secara hukum. Jika citra produk membaik maka konsumen akan semakin berminat membelinya sehingga berdampak pada peningkatan penjualan usaha aneka keripik yang ingin dicapai perusahaan.

b. Harga (*Price*)

Usaha aneka keripik berfokus pada kebutuhan konsumen saat menetapkan harga. Artinya, jika pelanggan memerlukan

¹³⁸ Rusydi Abubakar, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: Alfabeta, 2018), 33–35.

barang dalam jumlah besar, lalu pemilik usaha hendak menawarkan harga yang berbeda kepada konsumen lain. Selain itu, pemilik usaha aneka keripik juga selalu berdasarkan harga pasar, walaupun harga bahan baku naik, perusahaan tidak akan menaikkan harga produknya, dan pihak keripik hanya akan mengurangi produknya dibandingkan dengan sebelumnya.¹³⁹

Menurut Tjiptono, tujuan penetapan harga suatu produk ialah buat menjangkau nilai-nilai berikut:

- 1) Dapatkan lokasi pasar. Misalkan saja memanfaatkan harga murah buat meraih penjualan dan pangsa pasar.
- 2) Memperoleh kemampuan keuangan. Harga ditentukan buat mencapai target keuangan seperti kontribusi keuangan dan peredaran tabungan. Harga yang sangat mahal seperti tak bisa disetujui sama konsumen.
- 3) Penempatan barang. Penetapan harga bisa dipakai buat menaikkan citra produk, memperkenalkan manfaat produk, meningkatkan pemahaman, dan memenuhi tujuan *positioning* lainnya.
- 4) Memengaruhi persaingan. Manajemen seperti mau mencegah pesaing saat ini memasuki pasar atau menurunkan harga.¹⁴⁰

Berdasarkan empat tujuan yang disebutkan oleh Tjiptono di atas, maka peneliti menemukan bahwa harga itu ditentukan oleh perusahaan aneka keripik memiliki otoritas yang lumayan tinggi mengenai jalannya dan pertumbuhan perusahaan buat mencapai target penjualan yang diharapkan, dan keuntungan atau laba yang diinginkan. Jika tidak, penetapan harga ini dapat membaik gambaran yang baik kepada konsumen dan pengusaha, menciptakan ikatan yang baik dan membagikan dampak yang sangat positif untuk industri.

c. Promosi (*Promotion*)

Menurut Abdul Manap, produk dan promosi tidak bisa dilepaskan dan ibarat dua sepaang kekasih yang sama-sama berpelukan untuk mencapai kesuksesan pemasaran. Keseimbangan diperlukan di sini, produk bagus yang cocok sama keinginan pelanggan dan metode pemasaran yang benar sangat berkontribusi terhadap keberhasilan upaya pemasaran. Bauran promosi ini meliputi kegiatan promosi, penjualan

¹³⁹ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

¹⁴⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 3 ed. (Yogyakarta: Andi, 2008), 152.

personal, promosi penjualan dan hubungan masyarakat, apa pun digunakan perusahaan buat menaikkan penjualan.¹⁴¹

Berdasarkan teori disampaikan sama Abdul Manap, peneliti berpendapat bahwa pemasaran saja tak lengkap dengan mengembangkan barang, meningkatkan mutu, menetapkan harga yang terjangkau, dan mendistribusikan barang yang baik. Kesimpulannya ialah produsen perlu mampu berinteraksi sama konsumen. Salah satu cara untuk pemilik usaha aneka keripik Ibu Siti berinteraksi dengan pelanggan ialah dengan cara menjalankan pengiklanan. Strategi periklanan yang diterapkan oleh pemilik usaha aneka keripik Ibu Siti adalah promosi periklanan. Selain memasarkan produknya dari mulut ke mulut, pemilik usaha aneka keripik Ibu Siti tersebut juga memanfaatkan sosial media seperti *Facebook* dan *WhatsApp* buat mempromosikan produknya ke khalayak yang lebih luas. Perusahaan aneka keripik Ibu Siti tersebut juga memiliki sekitar lima tenaga penjualan yang memasarkan produknya.¹⁴²

d. Distribusi (*Place*)

Fandy Tjiptono menjelaskan saluran distribusi adalah gerakan pemasaran yang bermaksud buat memudahkan, mempermudah, dan mempercepat pengiriman barang dan pelayanan dari produsen ke pelanggan dan disesuaikan sama kebutuhannya.¹⁴³

Berdasarkan pendapat Frandy Tjiptono di atas maka peneliti berpendapat bahwa tanpa saluran distribusi yang baik maka akan sulit mendistribusikan barang dan pelayanan dari produsen sampai ke pelanggan akhir, apalagi kemungkinan menjangkau pasar yang luas ini tidak mudah. Dalam hal ini pelaku usaha memerlukan saluran distribusi yang memungkinkan mereka mengirimkan produknya sampai ke tangan konsumen. Saluran distribusi perusahaan memiliki sekitar lima tenaga penjualan yang menjual produknya. Sebelum mendistribusikan produk, pengecer aneka keripik Ibu Siti terlebih dahulu meneliti area dimana konsumennya berada. Hal ini dijalankan buat melihat berapa banyak pasar dan toko yang dibuat pelanggan serta melihat pesaing mana saja yang memasuki pasar dan toko tersebut. Dengan melakukan

¹⁴¹ Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), 101.

¹⁴² Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

¹⁴³ Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 189.

penelitian, perusahaan dapat lebih memahami bagaimana mereka dapat bersaing di industri sejenisnya. Penjualan usaha aneka keripik Ibu Siti dilakukan bekerjasama dengan gerai dan pengecer skala kecil. Dalam sistem ini, pemilik usaha aneka keripik Ibu Siti melakukan kerja sama produk mereka ke toko dan kios yang menjadi langganan untuk menjual dan membelinya. Jika produk tidak terjual atau rusak, maka dapat dikembalikan sesuai kesepakatan.¹⁴⁴

e. Orang (*People*)

Dari hasil analisis teori Tengku Firly bahwa orang yang menjadi unsur terpenting dalam suatu bisnis jasa, dimana seseorang itu dilatih untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Sistem kerja yang diterapkan oleh aneka keripik Ibu Siti maka dengan tujuan agar karyawan dapat melayani pelanggan dengan baik. Maka didapat hasil dari penelitian ini adalah penerapan peraturan dengan sistem kerja mampu memberikan motivasi kepada karyawan untuk tidak bekerja secara overtime dan dengan waktu istirahat yang cukup sehingga mampu memaksimalkan karyawan dalam bekerja dan melayani konsumen sesuai dengan SOP.

f. Proses (*Process*)

Hasil analisis terkait dengan teori dari Tengku Firlil musfar bahwa proses merupakan segala sistem penjualan maupun pemasaran mulai dari pelayanan, pembayaran, pendistribusian, yang sesuai dengan langkah-langkah sistematis yang berjalan secara efektif dan efisien. Konsep proses yang dilakukan oleh aneka keripik Ibu Siti adalah menggunakan sistem order first in first out yang berarti pemrosesan orderan siapa yang terlebih dahulu memesan. Kegiatan proses juga merupakan bentuk penerimaan komplain maupun kritik dari konsumen terkait produk dari aneka keripik Ibu Siti. Hal ini dilakukan untuk dapat memaksimalkan pelayanan kepada konsumen dan memenuhi standar operasional perusahaan maka hasil analisis dari penelitian ini adalah konsep proses yang ada di aneka Keripik Ibu Siti didasarkan atas pencapaian visi dan misi dari aneka keripik Ibu Siti maka proses terkait pelayanan kepada konsumen dilakukan secara maksimal mulai dari pemesanan, penyampaian kepada konsumen, hingga menerima komplain maupun kritik dari konsumen yang nantinya akan

¹⁴⁴ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

diproses dengan baik dan mencari solusi yang terbaik dari problem yang sedang terjadi.

g. Bukti Fisik (*Physycal Evidence*)

Dari hasil analisis teori Hendra Poltak bahwa bukti fisik dalam sistem strategi pemasaran ini terkait fasilitas dan perangkat yang dimiliki perusahaan yang menjadi pendukung aktivitas pemasarannya. Adapun fasilitas yang digunakan aneka keripik Ibu Siti untuk mendukung penawaran produk mereka adalah tersedianya transportasi untuk pengiriman barang, kamar mandi yang bersih dan tempat parkir yang luas. Maka hasil analisis dari penelitian ini didapatkan bahwa bukti fisik dalam strategi pemasaran di aneka keripik Ibu Siti.

2. Analisis Peran *Marketing Mix Strategy* dalam Upaya Peningkatan Penjualan UMKM Aneka Keripik Ibu Siti Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam

Ketika suatu perusahaan dan mengembangkan bisnisnya, tentu saja memiliki strategi untuk meningkatkan penjualan dengan cara bersaing sama perusahaan lain di industri yang sama. Ketika meningkatkan penjualan, perusahaan harus memperhatikan apakah strateginya sejalan sama perspektif ekonomi Islam atau belum. Dari hasil temuan, peneliti bisa menganalisis implementasi strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha aneka keripik dalam perspektif ekonomi Islam.

Pemasaran bisnis Islam menekankan pada konsep rahmat dan keberkahan dari penjual, konsumen kepada Allah SWT. Oleh sebab itu, aktivitas pemasaran dalam bauran pemasaran perlu berlandaskan etika syariah. Hal ini bisa dijelaskan sebagai berikut:

a. Etika Syariah dalam *Marketing Mix: Product*

- 1) Barang wajib halal dan tidak boleh menimbulkan kerugian dari psikologis dengan cara apapun.
- 2) Produk harus nyata, bukan virtual.
- 3) Produk perlu bisa diantar sesudah terjadi penjualan.¹⁴⁵

Berlandaskan teori dari Herry Sutanto dan Khaerul Umam, maka peneliti bisa mengkaji bahwa strategi bauran produk yang cocok sama perspektif ekonomi Islam adalah diproduksi dengan memperhatikan kualitas produk, memakai bahan baku yang aman dan terjamin secara hukum buat dimakan. Strategi produk yang ditetapkan oleh pemilik aneka keripik Ibu Siti untuk meningkatkan penjualan dalam perspektif

¹⁴⁵ Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 101–3.

ekonomi Islam adalah pemilik usaha aneka keripik Ibu Siti memperingatkan karyawan aneka keripik Ibu Siti untuk selalu berhati-hati terhadap takaran dan ukuran yang ditetapkan oleh pemilik usaha tersebut. Karyawan harus memastikan kualitas keripik yang dihasilkan baik, mulai dari penimbangan dan pemotongan keripik hingga pembuatan dan pengemasan.¹⁴⁶

Berdasarkan dari hasil analisis di atas, peneliti berpendapat bahwa usaha aneka keripik Ibu Siti ini sejalan dengan perspektif ekonomi Islam dalam menerapkan strategi produknya, yaitu selalu memperhatikan bahan baku yang digunakan dalam memproduksi produknya. Produk yang aman dan terjamin ini dipastikan dalam keadaan sehat, pemilik usaha aneka keripik juga selalu memiliki kualitas produk yang baik, sehingga pemilik usaha tidak pernah menjual produk dalam kondisi rusak.

b. Etika Syariah dalam *Marketing Mix: Price*

- 1) Penetapan harga yang membagikan penilaian palsu kepada konsumen bahwa mereka menerima penawaran menarik itu tidak diperbolehkan.
- 2) mengganti harga tanpa memperbaiki kuantitas dan kualitas dari produk itu tidak diperbolehkan.
- 3) Melarang promosi dan iklan palsu oleh pemasar mengenai posisi permintaan dan penawaran di media sosial.¹⁴⁷

Berlandaskan teori Herry Sutanto dan Khaerul Umam, peneliti bisa menguraikan bahwa dalam hal strategi penentuan harga, produsen dan perusahaan tidak diperbolehkan menentukan harga yang membagikan kesan salah kepada konsumen. Sebab, penetapan harga dapat merugikan salah satu pihak dan memperburuk hubungan antara produsen dan konsumen. Sebagai bagian dari strategi penetapan harga yang sejalan dengan perspektif ekonomi Islam, produsen aneka keripik Ibu Siti telah memakai sistem keterbukaan saat menetapkan harga jual produknya buat menjamin kepuasan bersama antara penjual dan pembeli.

Kebutuhan konsumen diperhitungkan saat menetapkan harga aneka keripik Ibu Siti. Artinya, jika konsumen membutuhkan produk dalam jumlah banyak, produsen aneka keripik Ibu Siti akan menawarkan harga yang berbeda dibandingkan produsen lain. Selain itu, pemilik usaha aneka

¹⁴⁶ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

¹⁴⁷ Sutanto dan Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, 101–3.

keripik Ibu Siti serta masih mengikuti harga pasar, meski harga bahan baku naik, pemilik usaha tak meningkatkan harga produknya, dan pemilik usaha aneka keripik Ibu Siti hanya mengurangi isi produknya dibandingkan sebelumnya.¹⁴⁸

Bersumber pada hasil analisis di atas, peneliti memahami bahwa penetapan harga yang dilakukan pemilik usaha aneka keripik Ibu Siti sudah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam, yakni pemilik usaha telah memakai sistem keterbukaan untuk menetapkan harga jual produknya. Maksudnya bukan sekedar untuk meningkatkan penjualan dan menaikkan keuntungan, namun hal itu juga dilaksanakan supaya ada kesamaan pemahaman antara pembeli dan penjual.

c. Etika Syariah dalam *Marketing Mix: Promotion*

- 1) Tidak sopan jika tenaga penjualan membesar-besarkan keunggulan suatu produk yang sebenarnya tidak ada.
- 2) Hindari iklan menyesatkan dan palsu.
- 3) Hindari strategi pemasaran yang menyimpang.
- 4) Hindari promosi yang didasarkan pada penipuan atau manipulasi.
- 5) Promosi tidak boleh menggunakan teknik periklanan yang menekankan seksualitas perempuan, membuat pernyataan atau penelitian palsu, mempromosikan kebodohan intelektual, atau membawa pemborosan.¹⁴⁹

Berlandaskan teori Herry Susanto dan Khaerul Umam, peneliti berpendapat bahwa strategi bauran promosi yang sama dengan perspektif ekonomi Islam adalah yang mendorong perusahaan untuk tetap sportif saat memasarkan produknya. Sebab, perusahaan tidak boleh menambah-nambahi manfaat produk yang kenyataannya tidak ada. Strategi promosi untuk meningkatkan penjualan aneka keripik Ibu Siti dalam perspektif ekonomi Islam adalah periklanan. Artinya dalam memasarkan produknya, aneka keripik Ibu Siti tersebut tidak menambah-nambahi manfaat yang kenyataannya tidak ada. Selain itu mempromosikan produknya dari mulut ke mulut, aneka keripik Ibu Siti juga memanfaatkan sosial media seperti Facebook dan WhatsApp untuk mempromosikan produknya tanpa menampilkan iklan menyesatkan dan palsu.¹⁵⁰

¹⁴⁸ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

¹⁴⁹ Sutanto dan Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, 101–3.

¹⁵⁰ Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

Berdasarkan data hasil analisa di atas, peneliti menemukan bahwa pihak perusahaan aneka keripik Ibu Siti telah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam dalam mempromosikan produknya sebab pemilik usaha benar-benar menjaga keyakinan pelanggan dengan bersikap jujur terhadap kondisi produknya.

d. Etika dalam *Marketing Mix: Place*

- 1) Jangan memalsukan ketersediaan produk untuk maksud yang kurang baik.
- 2) Jangan menggunakan kekuasaan atas saluran pemasaran.
- 3) Jangan terlalu memengaruhi pilihan pengecer dalam menangani produknya.
- 4) Saluran penjualan tidak boleh membebani pelanggan akhir dengan kenaikan atau penundaan harga.¹⁵¹

Berlandaskan teori Herry Susanto dan Khaerul Umam maka peneliti dapat menguraikan bahwa strategi bauran distribusi produsen aneka keripik Ibu Siti untuk meningkatkan penjualan dalam perspektif ekonomi Islam adalah dengan tidak memakai paksaan untuk metode pemasaran. Hal ini terlihat pada pembagian usaha aneka keripik Ibu Siti yang sudah ada, yakni menjalin kerja sama dengan distributor, bahkan dalam skala kecil seperti toko dan pengecer. Ini adalah sistem di mana perusahaan aneka keripik Ibu Siti melakukan perjanjian penjualan dan pembelian produk mereka ke toko yang dikontrak. Selain itu, perusahaan aneka keripik Ibu Siti tidak memberikan beban apapun kepada pelanggan akhir atau konsumen melalui pendistribusian produknya, dan apabila produk tidak laku atau rusak dapat dikembalikan sesuai kesepakatan.¹⁵²

Berdasarkan data hasil analisa di atas, peneliti menemukan bahwa pihak perusahaan aneka keripik Ibu Siti telah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam dalam pendistribusiannya sebab meningkatkan penjualan dengan tidak menggunakan paksaan dalam saluran pemasaran. Selain itu, perusahaan aneka keripik Ibu Siti juga tidak memberikan beban apapun kepada pelanggan akhir atau konsumen melalui pendistribusian produknya.

¹⁵¹ Sutanto dan Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, 101–3.

¹⁵² Siti, Wawancara Oleh Penulis, 15 November 2023, Wawancara 1, Transkrip.

e. Orang (*People*)

Dari hasil analisis terkait teori Rivai bahwa "Sikap keramah-tamahan bagi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya". Hal ini juga dijelaskan oleh Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam "Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis" (H.R. Bukhari dan Tarmizi). Maka didapat hasil dari penelitian ini adalah respon dan pelayanan dari karyawan aneka keripik Ibu Siti kepada customer telah sesuai dengan SOP yang ditetapkan, Seperti memberikan pelayanan pelayanan dengan ramah, cepat, dan tepat. Kemudian atas dasar indikator yang kedua dari teori Rivai yaitu "Dalam berbisnis diusahakan untuk tidak mengganggu pada waktu beribadah kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala". Maka didapatkan hasil penelitian ini pada aneka keripik Ibu Siti telah menerapkan peraturan ada bahwa apabila telah tiba waktu istirahat yang di mana waktu itu setiap jam masuk waktu salat maka semua kegiatan operasional tersebut harus berhenti dan beristirahat serta melakukan kegiatan salat bergantian. Sehingga hal tersebut tidak mengganggu kegiatan ibadah dari para karyawan. Kemudian terdapat indikator yang ketiga terkait teori Rivai yang menyatakan bahwa "Pembayaran upah kepada karyawan yang yang harus tepat waktu dan tidak menunda-nunda ". Atas dasar tersebut Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam bersabda "Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya" (HR. Ibnu Majah). Maka didapatkan hasil dari penelitian ini yang menunjukkan bahwa pembayaran upah kepada karyawan di aneka keripik Ibu Siti ini selalu dilakukan tepat waktu. Hal itu dapat disepakati dari masing-masing manajemen yang nantinya akan diberikan langsung oleh atasan kepada bawahan.

f. Proses (*Process*)

Dari hasil analisis yang terkait dengan Teori Beekun yang menyatakan bahwa "Seorang pengusaha apabila tidak berperilaku etis maka dia harus menanggung tanggung jawab yang tinggi atas perilakunya sendiri." Atas dasar itu Allah subhanahu wa ta'ala berfirman dalam surat Al-Muddassir ayat 38:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Artinya: “*Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya*”.¹⁵³

Maka hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa proses pada setiap memberikan pelayanan kepada konsumen di aneka keripik Ibu Siti maka para karyawan maupun pihak atasan selalu memberikan tanggapan secara cepat dan menanganinya atau memprosesnya sesuai dengan SOP agar dapat terselesaikan dengan baik dan didapat sebuah solusi untuk menyelesaikan problem tersebut.

g. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Dari hasil analisis yang terkait dengan hadits:

إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah Maha indah dan mencintai keindahan*” (HR. Muslim dari Ibnu Mas’ud radhiyallahu’anh).¹⁵³

Maka hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aneka keripik Ibu Siti menggunakan desain interior maupun eksterior yang telah dinilai cukup bagus dan indah serta sesuai dengan konsep dari aneka keripik Ibu Siti tersebut. Untuk hal lain seperti toilet telah disediakan oleh mereka dengan fasilitas yang cukup bersih.

¹⁵³ Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahan*, 83.