

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil Perusahaan CV. Seleksi Alam Muria

Profil dari CV. Seleksi Alam Muria yaitu berdasarkan ketentuan Pasal 32 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, menerbitkan Izin Usaha dengan nama resmi CV. Seleksi Alam Muria yang beralamat di Jl. Raya Colo-Kudus KM.01 Colo 001/001 Dawe Kudus. Perusahaan ini resmi berdiri pada tanggal 15 Juli 2017 dengan badan hukum *Commanditaire Vennootschap* (CV) dengan nomor izin usaha 9120005892557.

Adapun sertifikasi halal perusahaan ini sudah dikeluarkan oleh MUI Jawa Tengah pada tanggal 9 Agustus 2019 dengan nomor 15120039470819. Website resmi perusahaan yang dapat dijadikan akses untuk mengenal lebih dalam tentang perusahaan dapat dikunjungi di www.alammu.id. Adapun kontak telepon yang dapat dihubungi adalah +6285640188043.

2. Visi dan Misi CV. Seleksi Alam Muria

a. Visi

Menjadi perusahaan ternama di Indonesia yang mengangkat potensi lokal Muria dengan mengedepankan konsep edukasi dan *spiritual company*.

b. Misi

- 1) Menciptakan produk yang nikmat, berkualitas dan unik
- 2) Memberikan pelayanan yang terbaik dan sistematis
- 3) Melakukan kerjasama yang baik dengan para supplier dan mitra
- 4) Perusahaan yang mengedepankan nilai budaya, religi, edukasi dan keakraban
- 5) Membuka lapangan seluas-luasnya khusus untuk masyarakat sekitar

- 6) Melakukan visi, misi dan nilai untuk kesejahteraan bersama.

3. Sejarah Berdirinya CV. Seleksi Alam Muria

Aktifitas lalu lalang para pedagang menjual buah Parijoto dan banyaknya para peziarah yang membeli buah ini untuk dikonsumsi langsung maupun dibawa pulang untuk oleh-oleh membuat buah Parijoto menjadi buah Primadona Muria. Bahkan para peziarah mengatakan belum ke Sunan Muria kalau belum membeli dan membawa pulang buah Parijoto.

Problem yang menjadi dasar berdirinya usaha ini adalah buah Parijoto yang tidak bertahan lama. Sehingga ketika peziarah sampai rumah buah Parijoto sudah layu. Selain itu, buah Parijoto yang musiman ini menjadi sangat langka saat musim kemarau dan melimpah bahkan sampai terbuang di musim penghujan. Problem selanjutnya yaitu rasa buah Parijoto tidak secantik warnanya yang pink keunguan, rasa buah ini cenderung kecut dan sepat. Sehingga kandungan manfaatnya kurang dapat dirasakan karena mayoritas orang tidak cocok dengan rasanya. Beberapa alasan inilah yang kemudian menjadi dasar berdirinya usaha ini.¹

Buah Parijoto yang kaya akan manfaat ini banyak tumbuh di pegunungan Muria kabupaten Kudus. Melimpahnya buah Parijoto beserta beberapa problem yang ada akhirnya memberikan inspirasi kepada owner untuk membuat kreasi dan inovasi pengembangan produk unggulan olahan makanan dan minuman berbahan dasar buah Parijoto dengan nama brand Alammu (Alami dari Alam Muria).

Perusahaan ini berdiri tepat pada tanggal 15 Juli 2017 yang kemudian pada tahun 2019 resmi menjadi CV. Seleksi Alam Muria yakni sebuah perusahaan yang

¹Triyanto, wawancara oleh penulis, 10 Februari, 2021, wawancara 1, transkrip.

mengangkat potensi lokal Gunung Muria sebagai kekayaan asli Nusantara.²

4. Struktur Organisasi CV. Seleksi Alam Muria

Pelaksanaan pekerjaan pada suatu organisasi dalam mencapai tujuan yang diharapkan maka diperlukan struktur organisasi yang dapat memberikan penjelasan masing-masing tugas dan tanggung jawab. Demikian pula yang menjadi dasar terbentuknya struktur organisasi CV. SELEKSI ALAM MURIA. Adapun struktur organisasi yang telah terbentuk sebagai berikut.³

Tabel 4.1
Kepengurusan CV. Seleksi Alam Muria

KEPENGURUSAN CV. SELEKSI ALAM MURIA		
Pengurus Harian		
Direktur	:	Triyan R. Soetardjo
Manager Produksi	:	Setyowati Rahayu
Manajemen Perusahaan	:	Teguh Budi Wiyono
Divisi Produksi	:	Isna Atin Nuha
		Khumaidi
Divisi Packing	:	Meliana Febrian
Divisi Gudang	:	Vilujeng Noviyanti
Divisi Pemasaran	:	M. Ridwan

5. Bidang Usaha

Perusahaan CV. Seleksi Alam Muria mengangkat potensi lokal pegunungan Muria yaitu buah Parijotho. Buah Parijotho mempunyai nama latin *Medinella Speciosa* atau Anggur Asia (*Showy Asian Grapes*) tanaman langka yang banyak tumbuh di pegunungan Muria kabupaten

²ALAMMU, “*Sejarah Perusahaan dan Nama Perusahaan Sesuai Perijinan*,” diakses pada tanggal 9 Februari 2021, <http://www.alammu.id/p/blog-page.html?m=1>

³Dokumentasi dari CV. Seleksi Alam Muria, dikutip pada 10 Februari, 2021.

Kudus. Buah Parijotho cocok untuk ibu yang mengandung karena dipercaya jika memakan buah ini akan mendapatkan keturunan yang sempurna (sehat, cantik dan tampan).

Selain nilai sejarah dan cerita pada masa Sunan Muria, berdasarkan hasil uji lab buah Parijotho memiliki beberapa kandungan senyawa yaitu *kardenolin*, *saponin*, *flavonoid* dan *tannin*. Kandungan senyawa ini memiliki khasiat yang baik untuk ibu hamil dan menjaga kesehatan tubuh.

Banyaknya kandungan yang bermanfaat untuk beberapa problem yang dihadapi masyarakat membuat owner senantiasa mengolah inovasi agar dapat memanfaatkan Parijotho hingga tidak ada bagian dari Parijotho pun yang terbuang sia-sia. Parijotho harus dimanfaatkan dan diolah semua bagiannya. Berikut adalah ragam bentuk inovasi produk perusahaan:⁴

a. Sirup Parijotho

Sirup Parijotho produk pertama yang diluncurkan oleh perusahaan sekaligus menjadi produk unggulan yang dimiliki perusahaan. Perpaduan buah Parijotho dengan komposisi gula menghasilkan rasa sirup yang khas dan sehat tanpa mengurangi kandungan manfaat yang ada dalam Parijotho.

Packing yang bagus dengan perpaduan warna yang cantik menjadi salah satu nilai plus produk ini. Sirup Parijotho memiliki beberapa varian ukuran yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen yakni mulai dari ukuran 250ml, 350ml, 500ml, sampai dengan 630ml.

⁴Dokumentasi dari CV. Seleksi Alam Muria, dikutip pada 11 Februari, 2021

Gambar 4.1
Produk Sirup Parijotho



b. Jelly Candy Parijotho

Olahan kedua buah Parijotho yaitu dalam bentuk permen Parijotho. Rasa khas buah Parijotho diolah menjadi permen Jelly yang kenyal dan cocok untuk dimakan sebagai camilan atau suguhan untuk tamu. Permen ini cocok dikonsumsi dalam berbagai momen.

Gambar 4.2
Produk Jelly Candy Parijotho



c. Chips Parijoto

Proses pembuatan Sirup Parijoto menyisakan ampas yang masih menyimpan kandungan gizi. Maka, salah satu inovasi dari perusahaan supaya tidak ada yang terbuang dari olahan Parijoto akhirnya ampas yang tersisa diolah menjadi camilan berupa chips yang enak dengan rasa khas Parijoto yang masih melekat.

Olahan selanjutnya dari perusahaan ini yaitu dalam bentuk chips atau keripik Parijoto. Sari buah Parijoto yang dicampur dengan beberapa komposisi dengan ukuran yang pas menghasilkan keripik Parijoto yang renyah dan sehat.

Gambar 4.3
Produk Chips Parijoto



d. Teh Celup dan Teh Tubruk Parijoto

Berawal dari saat perusahaan mengikuti Expo UMKM di Surabaya tahun 2018 mayoritas pengunjung menanyakan adakah salah satu produk yang *low sugar*. Pertanyaan ini selaras dengan tingkat kesadaran masyarakat untuk hidup sehat sehingga gula menjadi salah satu komponen yang dikurangi

untuk dikonsumsi.⁵ Setelah melakukan riset bertahun-tahun, akhirnya produk ini diluncurkan pada tahun 2020.

Proses pengolahan teh Parijotho ini dimulai dengan memilih Parijotho yang sudah benar-benar tua, kemudian dipisahkan dari tangkainya, dicuci bersih, dihancurkan menjadi kasar kemudian dijemur dibawah terik matahari dengan rentang waktu empat sampai lima hari.

Gambar 4.4
Produk Teh Celup dan Teh Tubruk



⁵Galih Erlambang Wiradinata, “Satu Kilogram Buah hanya Menjadi 200 Gram,” *Jawa Pos Radar Kudus*, Feb.24, 2021.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Strategi Marketing yang dilakukan CV. Seleksi Alam Muria dalam Memasarkan Produknya

Proses pemasaran dilakukan perusahaan dengan memperhatikan lingkungan dan internal perusahaan, serta analisa kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan di lingkungannya. Konsumen yang semakin kritis terhadap manfaat apa saja yang didapatkan dalam sebuah produk, membuat setiap perusahaan harus kreatif dan inovatif dalam menentukan strategi pemasaran agar dapat mencapai loyalitas konsumen.⁶ Untuk mencapai loyalitas konsumen ini maka perusahaan perlu melakukan pemetaan pasar. Adapun pemetaan pasar yang dilakukan CV. Seleksi Alam Muria terdiri dari:

a. *View Market Universally (Segmentation)*

Segmentasi digunakan oleh perusahaan untuk mengenali target market serta peluang yang ada di pasar dan agar proses pemasaran lebih efektif dan efisien. Produk olahan dari perusahaan berasal dari buah kearifan lokal yaitu buah Parijotho. Kandungan dalam buah Parijotho itu mempunyai segudang manfaat yang setelah diuji medis memiliki banyak manfaat untuk beragam masalah yang dihadapi oleh customer. Berikut manfaatnya:

- 1) *Kardenolin* yang mempunyai manfaat sebagai penurun kolesterol.
- 2) *Saponin* mampu mengurangi risiko kanker, mengurangi kolesterol, menambah kekebalan tubuh, mengurangi kekeroposan tulang dan sebagai anti oksidan.
- 3) *Flavonoid* untuk anti kanker, antidiabetes.
- 4) *Tanin* sebagai anti bakteri, antioksidan, penawar racun dan mencegah sariawan.
- 5) Menjaga kandungan ibu hamil dan sebagai penambah kesuburan.

Kandungan yang ada dalam buah Parijotho mempunyai manfaat beragam yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan konsumen sehingga perusahaan

⁶ Triyan R. Soetardjo, wawancara pribadi, 13 Februari 2021, transkrip 1.

menyasar segmentasi berdasarkan psikografis yaitu kepada konsumen dengan gaya hidup sehat dan konsumen yang mempunyai permasalahan seperti diatas.⁷

b. *Target Konsumen's Hearts and Soul (Targeting)*

Bidikan pasar perusahaan ditentukan agar perusahaan dapat menyasar hati konsumen baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Buah Parijotho yang kental dengan sabda Sunan Muria dan mitos yang berkembang mempercayai bahwa buah ini mempunyai manfaat yang baik untuk ibu hamil atau yang sedang menjalani program hamil. Maka target utama perusahaan adalah kepada ibu hamil atau pasutri yang belum mempunyai keturunan. Dengan adanya target ini perusahaan dapat fokus menyasar pasar yang hal itu dibuktikan dalam bentuk peningkatan penjualan yang mayoritas dibeli oleh pasutri atau yang sedang menjalani promil.⁸

c. *Build a Beliefe System (Positioning)*

Strategi untuk mendapatkan posisi di hati konsumen disebut dengan *positioning*. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk menjaga citra perusahaan. CV. Seleksi Alam Muria sebagai pionir olahan produk Parijotho di Indonesia. Jadi meskipun banyak produk sejenis di pasaran customer selalu membeli kesini dengan beberapa alasan, salah satunya karena legalitas dan standarisasi pengolahan produk yang sudah sesuai dengan ketentuan.⁹

Setiap perusahaan memiliki cara tersendiri untuk mencapai keberhasilan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Begitu pula CV. Seleksi Alam Muria dalam menjalankan strategi marketing dalam memasarkan produknya. Menurut Tryan R. Soetardjo selaku owner CV. Seleksi Alam Muria strategi marketing merupakan bagaimana cara menjual produk dengan

⁷ Triyan R. Soetardjo, *wawancara pribadi*, 13 Februari 2021, transkrip 1.

⁸ Meliana Febrian, *wawancara pribadi*, 13 Februari 2021, transkrip 2.

⁹ Isna Atin Nuha, *wawancara pribadi*, 15 Februari 2021, transkrip 4.

menyertakan branding perusahaan yang meliputi kualitas produk, *value* yang terkandung dalam produk hingga sampai pada proses penjualannya untuk sampai kepada customer.¹⁰

Sedangkan menurut konsumen strategi marketing yang diterapkan CV. Seleksi Alam Muria sesuai dengan karakter produk produk. Bahan utama produk yaitu Parijotho yang kental dengan sabda Sunan Muria sebagai buah penyubur kandungan yang kaya manfaat ini menjadi salah satu daya tarik konsumen. Apalagi setelah dilakukan uji lab menunjukkan data bahwa Parijotho ini memiliki beberapa khasiat yang baik untuk tubuh.¹¹ Sehingga atas dasar inilah konsumen tertarik untuk memutuskan pembelian.

Adapun aspek penting dalam strategi marketing syariah yang dilakukan CV. Seleksi Alam Muria mengacu pada strategi marketing mix yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion* yang termuat dalam bentuk strategi berikut ini:

a. *Good Value Product*

Produk dalam marketing mix menjadi bagian pertama dan utama yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Konsumen melakukan pembelian pada sebuah produk dipengaruhi oleh beberapa alasan tertentu, salah satunya *value* yang dimiliki sebuah produk.

Olahan produk dari CV. Seleksi Alam Muria yang mengangkat potensi lokal pegunungan Muria ini menjadi salah satu *value* yang dimiliki produk. Dilihat dari sisi kandungan dan manfaatnya, *kardenolin* untuk mengurangi kolestrol, *saponin* untuk mencegah kanker dan kekebalan tubuh, *flavonoid* sebagai anti kanker, dan *tannin* untuk mengobati diare dan baik untuk ibu hamil.¹²

¹⁰Triyan R. Soetardjo, wawancara oleh penulis dengan owner CV. Seleksi Alam Muria, 13 Februari 2021, wawancara 1, transkrip.

¹¹Umi Zakiyatun Nafis, "Fokus Tata Kelola Parijotho," Majalah Paradigma, Februari, 2021

¹²Redaksi, "Sulap Parijotho Jadi Minuman dan Camilan," Jawa Pos, 12 Juli, 2019.

Tata cara pengolahan produk yang benar dan sesuai standarisasi dilakukan perusahaan untuk menjaga kualitas produk selama proses pengolahan hingga sampai kepada customer. Hal ini menjadi *value* selanjutnya yang dimiliki oleh perusahaan.

Konsumen yang cerdas semakin percaya pada sebuah produk jika sudah memiliki legalitas yang lengkap. Maka dari itu perusahaan ini berproses secara bertahap agar dapat melengkapi legalitas karena ini menjadi bagian penting yang semakin memantapkan konsumen untuk melakukan pembelian.

CV. Seleksi Alam Muria yang menjadi pionir pertama produsen dari buah Parijoto ini selalu menekankan *good value product* yang meliputi kualitas produk, misi sosial memperkenalkan Parijoto kepada dunia, . Beberapa value tersebut selalu ditekankan perusahaan karena kunci produk selalu menjadi pilihan konsumen dan terjadi *repeat order* sangat ditentukan oleh *value* yang dimiliki produk.¹³

b. Harga yang Kompetitif Selaras dengan Kualitas Produk

Berdasarkan konsep syariah dalam menentukan sebuah harga tidak boleh disesuaikan dengan keinginan produsen saja, tetapi harus memperhatikan keadaan pasar. Hal inilah yang mendasari perusahaan dalam menentukan harga berdasarkan survey ekonomi masyarakat dan kualitas yang dimiliki produk.

Perusahaan juga meningkatkan pelayanan selaras dengan harga kompetitif yang ditentukan. Hal itu diwujudkan dalam bentuk pelayanan misalnya saat ada konsumen complain terkait kekurangan jumlah produk saat pengiriman atau ada cacat produk maka perusahaan akan cepat menangani dan sesekali memberi *gift* atau tambahan produk kepada konsumen sebagai cara untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen.

Harga yang ditentukan untuk semua produk olahan perusahaan disesuaikan dengan target yaitu

¹³Triyan R. Soetardjo, wawancara oleh penulis dengan owner CV. Seleksi Alam Muria, 13 Februari 2021, wawancara 1, transkrip.

masyarakat menengah ke atas tetapi juga tidak terlalu mahal untuk masyarakat menengah ke bawah. Selanjutnya penentuan harga disesuaikan seiring dengan *upgrade product* berupa legalitas dan value yang dimiliki produk tersebut.

c. Tempat Produksi Satu Jalur dengan Muria

Tempat menjadi salah satu akses penting untuk produk bisa dijangkau oleh customer. Tempat produksi CV. Seleksi Alam Muria terletak di lokasi strategis yakni masih satu jalur dengan makam Sunan Muria sehingga secara tidak langsung ini menjadi salah satu cara promosi perusahaan dan memperkenalkan produk kepada pangsa pasar salah satunya dari aktifitas lalu lalang para peziarah yang datang dari lokal maupun dari luar daerah.

Lokasi perusahaan yang masih satu jalur dengan makam Sunan Muria ini juga menjadi salah satu pokok strategis perusahaan. Bahan baku utama semua produk olahan perusahaan yaitu Parijotho sebagai buah kearifan Lokal Sunan Muria dan diolah disekitar Muria menjadi salah satu kepercayaan konsumen akan kredibilitas produk yang dimiliki perusahaan.¹⁴

Posisi perusahaan yang satu jalur dengan Sunan Muria membuat owner merasa bertanggungjawab terhadap kekayaan alam Muria. Petani Parijotho yang dahulu kesulitan menjual hasil alam kini bisa menyetorkan kepada perusahaan untuk diolah menjadi beragam olahan produk. Dalam hal ini memuat misi mulia yakni mensejahterakan petani Parijotho, menolong petani dari kerugian sekaligus meminimalisir Parijotho terbuang dengan percuma.¹⁵

d. Memaksimalkan *E-commerce* dan Social Media untuk Promosi

Digital marketing menjadi hal penting untuk menjadikan perusahaan tetap eksis di publik karena ini menjadi senjata untuk meningkatkan penjualan dan

¹⁴ Triyan R. Soetardjo, wawancara pribadi, 17 Februari 2021

¹⁵ Diah Ayu Fitriyani, "Buka Lapangan kerja saat Pandemi," Jawa Pos Radar Kudus, 13 September, 2020.

pendapatan perusahaan. CV. Seleksi Alam Muria memaksimalkan semua marketplace dan sosial media. Selain itu perusahaan juga diajak kerjasama oleh media lokal hingga nasional.

Perpaduan formula strategi marketing yang maksimal baik dibarengi dengan usaha *offline maupun online* membuat produk semakin dikenal oleh publik, termasuk peran marketplace, sosial media dan kerjasama dengan media cukup memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan produk dan pemasarannya.

2. Kelebihan dan Kekurangan Strategi Marketing Syariah yang diterapkan di CV. Seleksi Alam Muria

Sistem pemasaran konvensional yang orientasinya agar produk dikenal oleh sasaran pasar dengan menekankan pada keuntungan produk saja rupanya tidak selalu menjadi strategi yang cocok diterapkan disetiap perusahaan. Beberapa perusahaan memilih menggunakan strategi marketing yang berbeda sesuai dengan karakter perusahaan.

CV. Seleksi Alam Muria menerapkan strategi marketing berbasis islami untuk memasarkan produk dalam menarik customer supaya melakukan pembelian. Tidak hanya berorientasi pada profit perusahaan tetapi bagaimana tetap mendapatkan keberkahan baik untuk konsumen maupun perusahaan untuk mencari keridhaan Allah sebagai dasar untuk tumbuh menjadi bisnis yang sukses, memiliki brand spiritual dan unik.¹⁶

Keberhasilan pemasaran sebuah produk ditentukan dari strategi marketing yang sesuai dengan keadaan pasar. Banyaknya formula strategi marketing yang berkembang tidak selalu memberikan dampak yang signifikan untuk perusahaan. Hal itu bisa terjadi karena kondisi lingkungan, sosial ekonomi, manajemen perusahaan atau faktor lainnya. Berikut adalah kelebihan dan kekurangan secara

¹⁶Triyan R. Soetardjo, wawancara oleh penulis dengan owner CV. Seleksi Alam Muria, 13 Februari 2021, wawancara 1, transkrip.

umum dari strategi marketing syariah yang diterapkan perusahaan:

- a. Karakteristik produk dimana bahan dasarnya dari buah Parijotho yang kental dengan sabda Sunan Muria maka strategi marketing yang digunakan berbasis religius sesuai karakteristik produk itu sendiri dan hal ini menjadi ciri khas yang diingat oleh konsumen.
- b. Strategi yang diterapkan perusahaan selalu berusaha memberikan produk yang halal dan *thoyyib* yang dilakukan perusahaan dengan cara melengkapi legalitas perusahaan dan mengolah produk sesuai dengan standarisasi yang berlaku sebagai jaminan kualitas produk kepada konsumen. Hal ini yang menjadi salah satu alasan konsumen senantiasa memilih produk dari perusahaan daripada produk sejenis yang ada di pasar.
- c. Strategi yang dilakukan berbasis syariah menjadi semakin maksimal dengan branding dari buah Parijotho sebagai Primadona Muria sehingga otomatis produk mempunyai posisi khusus dihati konsumen.
- d. Salah satu strategi perusahaan yaitu selalu mengedepankan etika pelayanan dengan menerapkan prinsip *kinship* atau kekeluargaan dalam prosesnya. Dengan kedua hal ini, konsumen merasa ikut “memiliki perusahaan” sehingga kedua hal ini yang mendasari konsumen untuk selalu *repeat order* dan loyal terhadap perusahaan.

Strategi marketing yang dilakukan perusahaan dinamis mengikuti perkembangan pasar, sehingga jika perusahaan tidak menyesuaikan proses promosi itu tidak berjalan dengan maksimal. Sama seperti halnya CV. Seleksi Alam Muria, perkembangan yang cepat membuat strategi marketing yang diterapkan terdapat beberapa kekurangan sebagai berikut:

- a. Pandemi merubah semuanya, termasuk dalam strategi marketing yang diterapkan perusahaan. Terbatasnya akses pertemuan membuat proses pemasaran secara

offline menjadi terkendala. Kalau dahulu melalui bazar atau *event* menjadi media promosi paling berpengaruh untuk perusahaan, sekarang perusahaan sementara hanya bisa memaksimalkan melalui *online* saja.

- b. Harga yang kompetitif menjadi salah satu bagian strategi marketing perusahaan. Hal ini menjadi salah satu kekurangan ketika ada kompetitor produk sejenis yang perang harga.

Kelahiran dan kekurangan akan selalu ada dalam strategi marketing yang diterapkan perusahaan. Hal itu dikarenakan strategi marketing menyesuaikan dengan perkembangan sehingga setiap beberapa waktu tertentu harus dilakukan *upgrade* untuk beradaptasi dengan pasar.

3. Strategi Marketing Syariah CV. Seleksi Alam Muria dalam Mencapai Loyalitas Konsumen

Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk mencapai loyalitas konsumennya adalah melalui strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan. CV. Seleksi Alam Muria memilih untuk menggunakan marketing mix berbasis syariah dengan beberapa pertimbangan, salah satunya karena marketing jenis ini sesuai dengan karakteristik produk perusahaan yang religius.

Perpaduan empat komponen dalam marketing mix berupa *product*, *price*, *place* dan *promotion* menjadi formula perusahaan dalam memasarkan produknya.¹⁷ Produk dimaksimalkan perusahaan mulai dari bahan baku yang berkualitas dan berbasis kearifan lokal Sunan Muria yaitu Parijoto dan melengkapi legalitas serta kualitas produk.

Harga ditentukan perusahaan berdasarkan kebutuhan pasar dan kompetitif selaras dengan value yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini didukung dengan tempat produksi yang strategis dimana target market lalu lalang mudah diakses untuk mendapatkan produk perusahaan. Dan yang

¹⁷ Triyan R. Soetardjo, wawancara pribadi, 13 April 2021, transkrip 1.

terakhir promosi dimaksimalkan perusahaan melalui berbagai sosial media dan mengikuti perkembangannya. Terakhir, baru-baru ini perusahaan meluaskan promosi melalui platform Tiktok yang sekarang sedang viral dan banyak digandrungi oleh publik. Selain itu, hal ini juga didukung dengan mengaktifkan semua marketplace agar produk semakin mudah didapatkan oleh customer.

Prinsip yang perusahaan terapkan yaitu *kinship* atau kekeluargaan turut mendukung strategi yang dilakukan perusahaan. Marketing yang sesuai dengan karakteristik produk didukung dengan melayani konsumen dengan prinsip kekeluargaan membuat konsumen merasa “memiliki perusahaan” sehingga dengan sendirinya dari dalam diri konsumen terdapat niatan untuk melakukan *repeat order* dan turut serta merekomendasikan produk kepada temannya.¹⁸ Hal ini menjadi salah satu cara untuk mencapai loyalitas konsumen yang dibuktikan dengan data berikut:

Tabel 4.2
Jumlah Peningkatan Loyalitas Konsumen
Sebelum dan Sesudah Menerapkan Marketing Mix Syariah
periode 2019-2020

No	Reseller	Data Konsumen		Kategori Pembelian		Peningkatan	
		Sebelum	Sesudah	Repeat	Baru	Naik	Turun
1	R1	30	350	v		v	
2	R2	17	211	v		v	
3	R3	11	250	v		v	
4	R4	27	131	v		v	
5	R5	16	119	v		v	
6	R6	33	217	v		v	
7	R7	20	301	v		v	
8	R8	5	75		v	v	
9	R9	40	199	v		v	
10	R10	31	50		v	v	

¹⁸ Isna Atin Nuha, wawancara pribadi, 13 April 2021, transkrip 4.

Keterangan:

R1, dst: reseller 1, reseller 2

Data konsumen: selama periode 2019-2020

Kategori pembelian: mayoritas pembelian dilakukan

Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa terjadi peningkatan konsumen dan terjadi *repeat order* pada semua reseller. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, mulai dari promosi, sistem pelayanan, manfaat produk untuk konsumen, kemudahan pembelian produk dan kualitas produk. Konsumen bersedia order beberapa kali karena telah merasakan manfaatnya dan merasa problem diselesaikan oleh produk sehingga ada rasa kebutuhan untuk terus membeli.¹⁹

Pelayanan yang ramah dan sopan santun dibarengi dengan edukasi kepada konsumen juga menjadi salah satu penentu konsumen akhirnya melakukan *repeat order* terus menerus. Pelayanan dengan prinsip *kinship* atau kekeluargaan ini menjadikan konsumen nyaman, merasa diarahkan dan merasa “memiliki perusahaan” sehingga dengan sendirinya merekomendasikan kepada teman atau kerabat.²⁰ Selain itu, strategi pemasaran berbasis syariah yang sesuai dengan karakteristik produk yang religius dipandang oleh konsumen sebagai brand unik dan menjadikan konsumen selalu ingat produk dan enggan untuk berpindah ke toko lain.²¹

Berikut adalah penerapan strategi pemasaran dengan keempat sifat Nabi, yaitu:

- a. Shiddiq, yang berarti benar dan jujur. Hal ini dilakukan perusahaan saat proses pelayanan. Dalam pelayanan baik via *offline* maupun *online* selalu dijelaskan bagaimana keadaan dan manfaat produk agar konsumen bisa menyesuaikan dengan kebutuhannya.
- b. Amanah, berarti dapat dipercaya yang bisa disampaikan melalui keterbukaan dengan keadaan dan kualitas produk mulai dari pemilihan bahan baku

¹⁹ Reseller satu, wawancara pribadi, 15 April 2021, transkrip.

²⁰ Reseller enam, wawancara pribadi, 13 April 2021, transkrip.

²¹ Reseller dua, wawancara pribadi, 13 April 2021, transkrip.

sampai pengolahan produk sesuai dengan standarisasi yang berlaku.

- c. Fathanah sebagai intelektual, bijaksana dalam menyikapi setiap problem. Ini biasa dilakukan perusahaan saat ada complain atau ada cacat barang, maka perusahaan dengan cepat menyelesaikan dan menangani hal tersebut dengan baik bahkan perusahaan juga memberi tambahan produk atau *gift* agar konsumen nyaman dan senang.
- d. Tabligh, artinya komunikatif dan argumentatif. Hal ini biasa dilakukan saat proses promosi, menjawab setiap pertanyaan konsumen dan mengarahkan sesuai keluhan agar manfaat produk dapat dirasakan dengan maksimal oleh konsumen.

C. Analisis dan Pembahasan

1. Analisis Strategi Marketing yang dilakukan CV. Seleksi Alam Muria dalam Memasarkan Produknya

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan dengan menganalisis hasil wawancara langsung kepada pihak yang bersangkutan, bahwa strategi marketing CV. Seleksi Alam Muria secara garis besar telah sesuai dengan strategi marketing pada umumnya, dimana dalam implementasinya CV. Seleksi Alam Muria menentukan detail target yang akan dicapai kemudian memecahnya dalam bentuk *action* dengan memperhatikan beberapa aspek penting seperti menyertakan branding produk, meliputi kualitas, *value* yang terkandung dalam produk sampai pada proses penjualan kepada konsumen. Menurut Kenneth R. Andrews mendefinisikan strategi sebagai:

“Pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan fokus sasaran, maksud serta tujuan guna menghasilkan kebijakan utama yang terperinci yang akan dikejar oleh perusahaan.”²²

CV. Seleksi Alam Muria menjadi salah satu UMKM kebanggaan Kabupaten Kudus. Hal ini karena inovasinya

²²Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2018), 201.

dalam pengolahan Parijotho menjadi beberapa olahan produk yang awet dan praktis sehingga hal ini menjadi salah satu terobosan baru sekaligus solusi agar Parijotho tidak terbuang mubadzir dan dapat dirasakan manfaatnya oleh banyak orang.

Berdasarkan hasil penelitian CV. Seleksi Alam Muria melakukan strategi mix dengan memadukan empat komponen yakni produk, harga, distribusi dan promosi ternyata tidak memberikan hasil yang signifikan untuk perusahaan. Hal ini dikarenakan strategi tersebut tidak sesuai dengan karakter produk, lingkungan perusahaan dan target pasar.²³ Maka dengan pertimbangan tersebut akhirnya CV. Seleksi Alam Muria menggunakan marketing mix dengan memasukkan unsur nilai-nilai Islami atau yang sering disebut dengan marketing syariah. Namun sebelum itu, perusahaan melakukan pemetaan pasar sebagai berikut:

a. *View Market Universally (Segmentation)*

Pemasaran menjadi efektif dan efisien dapat ditempuh perusahaan dengan menentukan segmentasi pasar. Adapun segmen dari perusahaan menyasar konsumen yang menekankan gaya hidup sehat dan mempunyai beberapa problem yang berkaitan dengan kesehatan yang dapat dicairkan solusinya melalui manfaat yang terkandung dalam buah Parijotho. Produk olahan dari perusahaan berasal dari buah kearifan lokal yaitu buah Parijotho.

Kandungan dalam buah Parijotho itu mempunyai segudang manfaat yang setelah diuji medis memiliki banyak manfaat untuk beragam masalah yang dihadapi oleh customer. Berikut manfaatnya:

- 1) *Kardenolin* yang mempunyai manfaat sebagai penurun kolestrol.
- 2) *Saponin* mampu mengurangi risiko kanker, mengurangi kolestrol, menambah kekebalan tubuh, mengurangi kekeroposan tulang dan sebagai anti oksidan.

²³Triyan R. Soetardjo, wawancara oleh penulis kepada owner CV. Seleksi Alam Muria, 13 Februari 2021, wawancara 1, transkrip.

- 3) *Flavonoid* untuk anti kanker, antidiabetes.
- 4) *Tanin* sebagai anti bakteri, antioksidan, penawar racun dan mencegah sariawan.
- 5) Menjaga kandungan ibu hamil dan sebagai penambah kesuburan.

Kandungan yang ada dalam buah Parijoto mempunyai manfaat beragam yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan konsumen sehingga perusahaan menyasar segmentasi berdasarkan psikografis yaitu kepada konsumen dengan gaya hidup sehat dan konsumen yang mempunyai permasalahan seperti diatas.²⁴

b. *Target Konsumen's Hearts and Soul (Targeting)*

Salah satu cara untuk mencapai loyalitas konsumen adalah dengan menentukan target pasar. Hal ini dilakukan mengingat pasar yang luas maka sebuah produk belum tentu dapat cocok dengan apa yang dibutuhkan konsumen. Bidang pasar perusahaan ditentukan agar perusahaan dapat menyasar hati konsumen baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek.

Buah Parijoto yang kental dengan sabda Sunan Muria dan mitos yang berkembang mempercayai bahwa buah ini mempunyai manfaat yang baik untuk ibu hamil atau yang sedang menjalani program hamil. Maka target utama perusahaan adalah kepada ibu hamil atau pasutri yang belum mempunyai keturunan. Dengan adanya target ini perusahaan dapat fokus menyasar pasar yang hal itu dibuktikan dalam bentuk peningkatan penjualan yang mayoritas dibeli oleh pasutri atau yang sedang menjalani promil.²⁵

c. *Build a Belief System (Positioning)*

Strategi untuk mendapatkan posisi di hati konsumen disebut dengan *positioning*. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk menjaga citra perusahaan. CV. Seleksi Alam Muria sebagai pionir olahan produk Parijoto di Indonesia. Jadi meskipun

²⁴ Triyan R. Soetardjo, wawancara pribadi, 13 Februari 2021, transkrip 1.

²⁵ Meliana Febrian, wawancara pribadi, 13 Februari 2021, transkrip 2.

banyak produk sejenis di pasaran customer selalu membeli kesini dengan beberapa alasan, salah satunya karena legalitas dan standarisasi pengolahan produk yang sudah sesuai dengan ketentuan.²⁶

Pemetaan pasar diatas dilakukan agar strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan menjadi efektif dan efisien. Adapun hasil dari penelitian strategi marketing yang dilakukan CV. Seleksi Alam Muria memuat poin berikut:

a. *Good Value Product*

Produk menjadi komponen penting dalam sebuah perusahaan. Produk tidak hanya dilihat dari wujud fisiknya tetapi juga mencakup pelayanan, harga, prestise pabrik, penyalurannya, manfaat dan kegunaannya secara menyeluruh yang sifatnya ini merupakan pemecahan masalah yang dihadapi oleh konsumen.²⁷

Olahan produk dari CV. Seleksi Alam Muria yang mengangkat potensi lokal pegunungan Muria ini menjadi salah satu *value* yang dimiliki produk. Dilihat dari sisi kandungan dan manfaatnya, Parijoto mengandung *kardenolin*, *saponin*, *flavonoid* dan *tannin* yang mempunyai manfaat yang sangat beragam untuk permasalahan konsumen.²⁸

Tata cara pengolahan produk yang benar dan sesuai standarisasi dilakukan perusahaan untuk menjaga kualitas produk selama proses pengolahan hingga sampai kepada customer. Hal ini dilakukan perusahaan dengan senantiasa mengikuti perkembangan dan mengikuti pelatihan pengolahan produk yang benar atau yang dikenal sebagai *Good Manufacturing Practices*.

Perusahaan juga mengimbangi dengan menjaga kualitas produk mulai dari pemilihan

²⁶ Isna Atin Nuha, *wawancara pribadi*, 15 Februari 2021, transkrip 4.

²⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta: raja Grafindo Persada, hal 183.

²⁸ Redaksi, "Sulap Parijoto Jadi Minuman dan Camilan," *Jawa Pos*, 12 Juli, 2019.

bahan baku. Sebelum proses pengolahan produk, setiap petani yang menyeter Parijotho akan disortir berdasarkan ketentuan bahan baku yang berkualitas sesuai standar. Cara ini dilakukan perusahaan untuk menjaga kualitas produk dari proses pemilihan bahan baku sampai pada konsumen.

Konsumen yang cerdas semakin percaya pada sebuah produk jika sudah memiliki legalitas yang lengkap. Maka dari itu perusahaan ini berproses secara bertahap agar dapat melengkapi legalitas karena ini menjadi bagian penting yang semakin memantapkan konsumen untuk melakukan pembelian.

CV. Seleksi Alam Muria yang menjadi pionir pertama produsen dari buah Parijotho ini selalu menekankan *good value product* yang meliputi kualitas produk, misi sosial memperkenalkan Parijotho kepada dunia, melengkapi legalitas dan mengolah produk sesuai standar yang berlaku. Beberapa value tersebut selalu ditekankan perusahaan karena kunci produk selalu menjadi pilihan konsumen dan terjadi *repeat order* sangat ditentukan oleh *value* yang dimiliki produk.²⁹

b. Harga yang Kompetitif Selaras dengan Kualitas Produk

Penetapan harga perlu mempertimbangkan daya beli masyarakat dan tidak hanya berdasarkan keinginan produsen. Dalam ajaran Islam, dianjurkan untuk menetapkan harga dalam batasan wajar.³⁰ Hal inilah yang mendasari perusahaan dalam menentukan harga berdasarkan survey ekonomi masyarakat dan kualitas yang dimiliki produk.

²⁹Triyan R. Soetardjo, wawancara oleh penulis dengan owner CV. Seleksi Alam Muria, 13 Februari 2021, wawancara 1, transkrip.

³⁰Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), hal 38.

Konsumen diposisikan sebagai mitra perusahaan yang dimaksimalkan melalui proses pelayanan. Konsumen diberikan akses untuk konsultasi produk dengan harapan konsumen dapat memahami produk dengan baik. Selain itu, pelayanan juga dimaksimalkan saat ada komplain dari konsumen terkait kekurangan atau ketika ada cacat pada produk. Perusahaan akan cepat menangani dan sesekali memberikan *gift* atau tambahan produk kepada customer. Cara ini dilakukan agar hubungan baik dengan customer tetap terjaga.

Slogan perusahaan yaitu *culture, food and kinship* juga diterapkan dalam proses pelayanan kepada customer dalam bentuk sikap dari seorang owner berupa *sharing* bersama tidak hanya soal penjualan namun juga menyangkut hal umum yang disesuaikan dengan karakter customer masing-masing.

Harga yang ditentukan untuk semua produk olahan perusahaan disesuaikan dengan target yaitu masyarakat menengah ke atas tetapi juga tidak terlalu mahal untuk masyarakat menengah ke bawah. Selanjutnya penentuan harga disesuaikan seiring dengan *upgrade product* berupa legalitas dan value yang dimiliki produk tersebut.

c. Tempat Produksi Satu Jalur dengan Muria

Tempat menjadi salah satu akses penting untuk produk bisa dijangkau oleh customer. Tempat produksi CV. Seleksi Alam Muria terletak di lokasi strategis yakni masih satu jalur dengan makam Sunan Muria sehingga secara tidak langsung ini menjadi salah satu cara promosi perusahaan dan memperkenalkan produk kepada pangsa pasar salah satunya dari aktifitas lalu lalang para peziarah yang datang dari lokal maupun dari luar daerah.

Lokasi perusahaan yang masih satu jalur dengan makam Sunan Muria ini juga menjadi salah satu pokok strategis perusahaan. Bahan baku

utama semua produk olahan perusahaan yaitu Parijotho sebagai buah kearifan Lokal Sunan Muria dan diolah disekitar Muria menjadi salah satu kepercayaan konsumen akan kredibilitas produk yang dimiliki perusahaan.³¹

Posisi perusahaan yang satu jalur dengan Sunan Muria membuat owner merasa bertanggungjawab terhadap kekayaan alam Muria. Petani Parijotho yang dahulu kesulitan menjual hasil alam kini bisa menyetorkan kepada perusahaan untuk diolah menjadi beragam olahan produk. Dalam hal ini memuat misi mulia yakni mensejahterakan petani Parijotho, menolong petani dari kerugian sekaligus meminimalisir Parijotho terbuang dengan percuma.³²

d. Memaksimalkan *E-commerce* dan Social Media untuk Promosi

Digital marketing menjadi hal penting untuk menjadikan perusahaan tetap eksis di publik karena ini menjadi senjata untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan. CV. Seleksi Alam Muria memaksimalkan semua marketplace dan sosial media. Untuk mendukung hal ini, perusahaan juga diajak kerjasama oleh media lokal hingga nasional. Selain itu, perusahaan juga memaksimalkan pelayanan dalam proses promosinya.

Visi utama CV. Seleksi Alam Muria adalah memberikan edukasi produk kepada para konsumen, hal ini dilakukan perusahaan sebagai ikhtiar untuk memperkenalkan Parijotho hingga ke publik. Bentuk dari edukasi produk dilakukan dengan menyesuaikan status sosial masyarakat.

Edukasi kepada konsumen dilakukan dengan memaksimalkan pelayanan baik secara *offline* maupun *online* sehingga ini memicu

³¹ Triyan R. Soetardjo, wawancara pribadi, 17 Februari 2021

³² Diah Ayu Fitriyani, "Buka Lapangan kerja saat Pandemi," *Jawa Pos Radar Kudus*, 13 September, 2020.

konsumen untuk lebih mudah memahami produk, khususnya tentang Parijotho yaitu manfaat dan kandungannya. Sikap melayani yang ditekankan dalam perusahaan ini yaitu sopan, murah hati dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya.

Hal tehnikal yang dilakukan dalam pelayanan seperti mengantarkan tamu atau konsumen hingga ke pintu gerbang keluar, memberikan suguhan kepada setiap konsumen yang datang. Cara sederhana yang dilakukan dengan konsisten ini rupanya berpengaruh pada loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

Pemberian edukasi kepada masyarakat dilakukan dengan cara memberi bukti bahwa Parijotho yang dahulu hanya dijual disepanjang jalan menuju makam Sunan Muria sekarang sudah diolah menjadi beragam produk yang mempunyai nilai daya jual yang tinggi. Selanjutnya bibit parijotho diberikan kepada masyarakat untuk dibudidayakan kemudian hasilnya diserahkan kepada perusahaan. Cara ini dilakukan agar perusahaan mendapat pemasok bahan baku dari masyarakat lokal Muria sendiri. Tidak hanya itu, melalui cara ini perusahaan mengusung misi sosial yaitu untuk mengangkat perekonomian masyarakat sekitar.

Akademisi dan pemerintah diberikan edukasi melalui kunjungan langsung di perusahaan CV. Seleksi Alam Muria yang disampaikan melalui pemaparan langsung oleh owner berupa sejarah Parijotho, proses pengolahan Parijotho hingga menjadi produk perusahaan yang unggul dan terkenal di kalangan publik.

Peraduan antara digital marketing didukung dengan etika pelayanan konsep kekeluargaan ini menjadi karakter khas marketing yang dilakukan CV. Seleksi Alam Muria yang membuat konsumen *repeat order* dan loyal terhadap perusahaan.

2. Analisis Kelebihan dan Kekurangan Strategi Marketing Syariah yang diterapkan di CV. Seleksi Alam Muria

Setiap perusahaan selalu dapat berkembang dan mampu bersaing. Dalam rangka inilah perusahaan selalu menentukan strategi marketing untuk memasarkan produk. Strategi marketing yang umum digunakan menekankan pada empat komponen penting yaitu produk, harga, distribusi dan promosi.³³

Berdasarkan hasil penelitian CV. Seleksi Alam Muria melakukan strategi mix dengan memadukan empat komponen yakni produk, harga, distribusi dan promosi ternyata tidak memberikan hasil yang signifikan untuk perusahaan. Hal ini dikarenakan strategi tersebut tidak sesuai dengan karakter produk, lingkungan perusahaan dan target pasar.³⁴ Maka dengan pertimbangan tersebut akhirnya CV. Seleksi Alam Muria menggunakan marketing mix dengan memasukkan unsur nilai-nilai Islami atau yang sering disebut dengan marketing syariah.

Marketing menurut perspektif syariah adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam.³⁵

Sistem pemasaran berbasis nilai-nilai syariah dewasa ini sudah mulai diminati oleh masyarakat. Hal ini disebabkan meningkatnya kesadaran masyarakat serta kejenuhan dengan sistem pemasaran konvensional yang

³³Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, Maret, 2002, halaman 181.

³⁴Triyan R. Soetardjo, wawancara oleh penulis kepada owner CV. Seleksi Alam Muria, 13 Februari 2021, wawancara 1, transkrip.

³⁵ Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah* (Jakarta: Grasindo, 2007), 1.

dirasa kurang humanis karena dalam pemasaran konvensional ini persaingan bisnis yang sering mengutamakan keuntungan material semata sehingga menabrak nilai kemanusiaan itu sendiri.³⁶

Keberhasilan dalam memasarkan sebuah produk ditentukan dari strategi marketing yang dilakukan sesuai dengan keadaan pasar. Banyaknya formula strategi marketing yang berkembang tidak selalu memberikan dampak yang signifikan untuk perusahaan. Setiap perusahaan perlu merumuskan strategi yang sesuai dengan katakter produk dan keadaan pasar sehingga dapat membidik pasar dengan tepat. Berikut adalah kelebihan dan kekurangan secara umum dari strategi marketing syariah yang diterapkan perusahaan:

- a. Karakteristik produk dimana bahan dasarnya dari buah Parijoto yang kental dengan sabda Sunan Muria maka strategi marketing yang digunakan berbasis religius sesuai karakteristik produk itu sendiri dan hal ini menjadi ciri khas yang diingat oleh konsumen.
- b. Strategi yang diterapkan perusahaan selalu berusaha memberikan produk yang halal dan *thoyyib* yang dilakukan perusahaan dengan cara melengkapi legalitas perusahaan dan mengolah produk sesuai dengan standarisasi yang berlaku sebagai jaminan kualitas produk kepada konsumen. Hal ini yang menjadi salah satu alasan konsumen senantiasa memilih produk dari perusahaan daripada produk sejenis yang ada di pasar.
- c. Strategi yang dilakukan berbasis syariah menjadi semakin maksimal dengan branding dari buah Parijoto sebagai Primadona Muria sehingga otomatis produk mempunyai posisi khusus dihati konsumen.
- d. Salah satu strategi perusahaan yaitu selalu mengedepankan etika pelayanan dengan menerapkan prinsip *kinship* atau kekeluargaan dalam prosesnya.

³⁶Dony Burhan Nur Hasan, "Syariah Marketing," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 1, No. 2 (2017): 15.

Dengan kedua hal ini, konsumen merasa ikut “memiliki perusahaan” sehingga kedua hal ini yang mendasari konsumen untuk selalu *repeat order* dan loyal terhadap perusahaan.

Strategi marketing yang dilakukan perusahaan dinamis mengikuti perkembangan pasar, sehingga jika perusahaan tidak menyesuaikan proses promosi itu tidak berjalan dengan maksimal. Sama seperti halnya CV. Seleksi Alam Muria, perkembangan yang cepat membuat strategi marketing yang diterapkan terdapat beberapa kekurangan sebagai berikut:

- a. Pandemi merubah semuanya, termasuk dalam strategi marketing yang diterapkan perusahaan. Terbatasnya akses pertemuan membuat proses pemasaran secara *offline* menjadi terkendala. Kalau dahulu melalui bazar atau *event* menjadi media promosi paling berpengaruh untuk perusahaan, sekarang perusahaan sementara hanya bisa memaksimalkan melalui *online* saja.
- b. Harga yang kompetitif menjadi salah satu bagian strategi marketing perusahaan. Hal ini menjadi salah satu kekurangan ketika ada kompetitor produk sejenis yang perang harga.

Kelebihan strategi marketing yang dilakukan menjadi ciri khas yang akan selalu diingat oleh konsumen, sementara kekurangan strategi marketing yang diterapkan perusahaan dijadikan evaluasi perusahaan kemudian disesuaikan dengan keadaan pasar.

3. Analisis Strategi Marketing Syariah CV. Seleksi Alam Muria dalam Mencapai Loyalitas Konsumen

CV. Seleksi Alam Muria menerapkan strategi marketing berbasis islami untuk memasarkan produk dalam menarik customer melakukan pembelian. Tidak hanya berorientasi pada profit perusahaan tetapi bagaimana tetap mendapatkan berkah baik untuk customer maupun perusahaan untuk mencari keridhaan Allah sebagai dasar untuk tumbuh menjadi bisnis yang sukses, memiliki brand spiritual dan unik.

Ikhtiar untuk melestarikan budaya nusantara juga diimplementasikan perusahaan dalam wujud strategi marketing. Lokasi perusahaan yang masih satu jalur dengan makam Sunan Muria kental dengan tradisi keagamaan. Salah satu tradisi keagamaan yang dilakukan yaitu terbang papat yang dilakukan setiap selapanan, khotmil qur'an setiap satu tahun sekali. Kegiatan ini menjadi upaya untuk ngalap *berkah* agar dalam proses bisnis senantiasa dalam ridho Allah.³⁷ Dalam proses ini diselingi dengan *jagongan* yang memuat unsur tentang Parijotho juga produk-produk olahan dari buah Primadona Muria ini.

Karakter produk yang religius ini sesuai dengan strategi marketing berbasis islami yang tidak hanya berfokus untuk mencapai profit dan target pasar tetapi juga menekankan pada misi mulia yakni memperkenalkan buah Parijotho hingga ke lintas dunia juga misi sosial untuk mensejahterakan petani Parijotho Muria. Hal ini merupakan salah satu bentuk dari marketing syariah yang mengimplementasikan konsep keadilan dalam setiap hubungan bisnis sehingga muamalah itu tidak hanya dalam ranah profit saja tetapi juga mengandung unsur *falah*.

Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk mencapai loyalitas konsumen adalah melalui strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan. CV. Seleksi Alam Muria memilih untuk menggunakan marketing mix berbasis syariah dengan beberapa pertimbangan, salah satunya karena marketing jenis ini sesuai dengan karakteristik produk perusahaan yang religius.

Perpaduan empat komponen dalam marketing mix berupa *product*, *price*, *place* dan *promotion* menjadi formula perusahaan dalam memasarkan produknya.³⁸ Produk dimaksimalkan perusahaan mulai dari bahan baku yang berkualitas dan berbasis kearifan lokal Sunan

³⁷Triyan R. Soetardjo, wawancara oleh penulis dengan owner CV. Seleksi Alam Muria, 13 Februari 2021, wawancara 1, transkrip.

³⁸Triyan R. Soetardjo, wawancara pribadi, 13 April 2021, transkrip 1.

Muria yaitu Parijotho dan melengkapi legalitas serta kualitas produk.

Harga ditentukan perusahaan berdasarkan kebutuhan pasar dan kompetitif selaras dengan value yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini didukung dengan tempat produksi yang strategis dimana target market lalu lalang mudah diakses untuk mendapatkan produk perusahaan. Dan yang terakhir promosi dimaksimalkan perusahaan melalui berbagai sosial media dan mengikuti perkembangannya. Terakhir, baru-baru ini perusahaan meluaskan promosi melalui platform Tiktok yang sekarang sedang viral dan banyak digandrungi oleh publik. Selain itu, hal ini juga didukung dengan mengaktifkan semua marketplace agar produk semakin mudah didapatkan oleh customer.

Prinsip yang perusahaan terapkan yaitu *kinship* atau kekeluargaan turut mendukung strategi yang dilakukan perusahaan. Marketing yang sesuai dengan karakteristik produk didukung dengan melayani konsumen dengan prinsip kekeluargaan membuat konsumen merasa “memiliki perusahaan” sehingga dengan sendirinya dari dalam diri konsumen terdapat niatan untuk melakukan *repeat order* dan turut serta merekomendasikan produk kepada temannya.³⁹ Hal ini menjadi salah satu cara untuk mencapai loyalitas konsumen.

Segenap usaha diatas dilakukan selaras dengan visi perusahaan yang mengangkat potensi lokal Muria dengan mengedepankan konsep edukasi dan *spiritual company*. Rasa kekeluargaan dilakukan kepada setiap yang datang tanpa pandang status sosial agar timbul rasa nyaman dan rasa memiliki perusahaan sehingga proses pemasaran berjalan sesuai dengan keridhaan masing-masing yang dengan begini keberkahan didapatkan untuk pribadi dan perusahaan.

Keberkahan itu dirasakan oleh perusahaan dalam bentuk berkah penjualan yang meningkat menjadi empat kali lipat saat pandemi. Masyarakat sekitar pun ikut merasakan berkah tersebut melalui lowongan pekerjaan

³⁹ Isna Atin Nuha, *wawancara pribadi*, 13 April 2021, transkrip 4.

yang dibuka oleh perusahaan, sehingga saat banyak orang dikerumahkan atau di phk, masyarakat tetap dapat memiliki pendapatan.⁴⁰ Hal ini menjadi bukti bahwa aktifitas pengelolaan bisnis perusahaan ini diwarnai oleh semangat spiritual dan menerapkan prinsip muamalah yang selaras dengan konsep strategi marketing berbasis nilai islami



⁴⁰Jimmy, “Produk Olahan Parijoto Naik 4 Kali Lipat Saat Pandemi,” *Murianews.com*, 11 September, 2020