BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Arana Cita Karya merupakan suatu Usaha Kecil Menengah yang bergerak dibidang budidaya jahe merah organik. Usaha Arana Cita Karya memberikan pelayanan berupa pengadaan bibit jahe merah serta kebutuhan pupuk organik yang dibutuhkan untuk budidaya jahe merah organik dari mulai sebelum masa tanam sampai masa panen di daerah Tuban Jawa Timur. Selain itu Arana Cita Karya juga melakukan suatu kegiatan kontroling yang dimana hal ini menjadi suatu pelayanan dari Arana Cita Karya, Hal ini dikarenakan adanya kebijakan yang dimana jahe merah tersebut harus tetap menggunakan cara sesuai prosedur yang dianjurkan. Selain itu penggunaan pupuk yang sudah ditentukan menjadi prosedur kunci bahwa tanman jahe merah tersebut memiliki keorganikan yang sempurna. Hal ini ditakutkan apabila ada unsur non-organik pada tanaman tersebut dikhawatirkan mempengaruhi harga dari jahe tersebut. (Fachril, 2020).

Strategi pemasaran merupakan salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Dipandang dari luasnya permasalahan yang ada dalam perusahaan, maka diperlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen perusahaan dalam menjalankan kegiatannya, alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan perusahaan pada umumnya. (Hendika, 2015).

Pemasaran syariah merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Dan merupakan salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah. Selain itu, dalam syariah marketing, perusahaan tidak untuk mendapatkan keuntungan semata saja, akan tetapi juga untuk mendapatkan keberkahan dan mencari keridhaan Allah. Sehingga

seluruh transaksinya menjadi ibadah dihadapan Allah SWT. (Astuti et al., 2015). Penerapan sistem pemasaran syariah dengan berpegang teguh pada nilai-nilai Al-Qur'an dan As-Sunnah, Nabi Muhammad SAW sebagai teladan telah melakukan bisnis secara professional. Nilai-nilai tersebut merupakan suatu landasan syariah dan hukum dalam melakukan bisnis yang adil, benar dan berkembang dikalangan masyarakat. Pleaksanaan transaksi yang sesuai prinsip syariah harus berdasarkan pada keadilan, kejujuran, transaparansi, etika, dan moralitas. Sebagaimana dalam firman Allah surat An-Nahl ayat 90 :

اِنَّ اللّٰهَ يَاْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْاِحْسَانِ وَاِيْتَاۤيِٕ ذِى الْقُرْبٰى وَيَنْهٰى عَنِ الْفَحْشَاۤءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُوْنَ

Innallāha ya`muru bil-'adli wal-iḥsāni wa ītā`i żil-qurbā wa yan-hā 'anil-faḥsyā`i wal-mungkari wal-bagyi ya'iẓukum la'allakum tażakkarụn

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.

Strategi pemasaran syariah diharapkan dapat berkembang di kalangan masyarakat guna mengembangkan bisnis yang dijalnkan. Strategi bertujuan untuk memenangkan market. (Fadilah, 2020). Dalam menjalankan bisnis Arana Cita Karya menerapkan beberapa strategi pemasaran yang bertujuan untuk mengenalkan produk yang dimiliki oleh Arana Cita Karya kepada konsumen atau masayarakat umumnya. Di mana strategi tersebut dengan cara mempresentasikan produk dan jasa yang dimiliki kepada konsumen. Serta bekerjasama dengan pemerintah setempat yang bergerak pada bidang pertanian.

Strategi bisnis yang bisa dilakukan di untuk pengembangan usaha ini adalah dengan menginovasi dan mengevaluasi strategi marketing mix atau bauran pemasaran syariah yaitu meliputi 4P produk (*product*), harga (*price*), tempat/distribusi (*place*), promosi (*promotion*). karena penelitian ini tentang strategi pemasaran barang dan jasa maka untuk bauran pemasarannya terdiri dari 7P dengan tambahan orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Mengingat pentingnya strategi bauran pemasaran untuk keberlangsungan dan mempertahankan bisnis yang sedang dijalankan, maka sangat penting adanya strategi bauran pemasaran untuk usaha Arana Cita Karya dalam mengembangkan usahanya dan bertahan terus

di masa pandemi saat ini. Penelitian ini dilakukan karena peneliti melihat adanya keterkaitan antara strategi bauran pemasaran dengan kondisi lapangan yang dijadikan sebagai obyek penelitian karena sedang menghadapi masa pandemic dan adanaya kompetitor sehingga dibutuhkan strategi bauran pemasaran. dari latar belakang tersebut pihak peneliti tertarik untuk melakukan penelitian strategi bauran pemasaran yang dilakukan usaha Arana Cita Karya. peneliti berharap dapat memperoleh dengan mudah dan menyeluruh mengenai suatu gambaran usaha dari Arana Cita Karya.

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini dilakukan dengan judul **"STRATEGI BAURAN PEMASARAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) ARANA CITA KARYA DALAM PERSPEKTIF ISLAM."**

1.2 Rumusan Masalah

Latar belakang di atas telah menjelaskan keadaan yang ada pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Arana Cita Karya dan dapat disimpulkan bahwa menjalankan bisnis yang baik adalah dengan bisnis yang menjalankan usaha berlandaskan pada hukum agama yang kuat. Dengan selalu berpedoman syariah Islam, selalu mempertimbangkan dalam setiap kegiatan yang terapkan didalam usaha tersebut, terutama dalam aspek pemasaran Islam. Sebab memberikan dampak yang positif dalam masalah pengembangan kedepannya. Dari penjelasan yang telah dijabarkan peneliti, maka disimpulkan sebuah rumusan masalah yaitu " Bagaimana Stategi Bauran pemasaran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Arana Cita Karya Dalam Perspektif Islam "?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu Untuk Mengetahui strategi Bauran Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Arana Cita Karya Dalam Perspektif Islam.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penulisan penelitian ini antara lain :

a. Bagi Penulis

Untuk menyelesaikan tugas akhir sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program strata satu (S1) Sarjana Ekonomi Syariah, menambah wawasan tentang Strategi pemasaran dalam perspektif Islam.

b. Bagi Akademisi

Untuk menambah ilmu dalam bidang Ekonomi Islam terutama dalam masalah pemasaran dalam meningkatkan penjualan yang Syariah. Dari hasil penelitian ini harapannya dapat bermanfaat dan sebagai masukan bagi masyarakat umum khususnya para dosen, mahasiswa, dan seluruh warga UISI, pemerintah serta instansi lainnya yang terkait dengan strategi pemasaran Islam.

c. Bagi Praktisi

Bagi UKM Arana Cita Karya , dari penelitian ini harapannya dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi para usaha maupun pimpinan perusahaan dalam pengambilan keputusan dan kebijaksanaan dalam memenangkan persaingan bisnis dengan menggunakan konsep bauran pemasaran yang tepat untuk memenangkan persaingan dalam meningkatkan jumlah pelanggan dengan menggunakan bauran pemasaran syariah (*marketing mix*) dan mempertimbangkan tentang penggunaan strategi pemasaran dalam perspektif Islam untuk meningkatkan penjualan usaha jahe merah organik. Bagi masyarakat umum atau konsumen, dari penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan informasi tentang pentingnya pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan dalam suatu bisnis.

1.5 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti akan menjelaskan mengenai strategi pemasaran Islam untuk meningkatkan penjualan produk dengan menggunakan strategi pemasaran yang Islami. Dengan menggunakan prinsip-prinsip Islami dalam strategi pemasaran tersebut masyarakan atau konsumen dapat mengetahui dan lebih percaya terhadap UKM tersebut karena transparansi yang ada dalam UKM tersebut. Untuk batasan lokasi penelitian yanag dilakukan oleh peneliti meliputi daerah Tuban yang tepatnya ada pada usaha Arana Cita Karya yang bergerak pada sektor pertanian jahe merah organik.