

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Analisis Produk

Salah satu makanan tradisional yang berasal dari Jawa bernama Wingko atau sering dikenal dengan sebutan wingko babat yang memiliki cita rasa khas berupa parutan kelapa. Makanan ini berupa kue basah yang diolah menggunakan bahan kelapa sebanyak 14 biji, tepung beras ketan dan gula. Dengan cita rasa manis ditambah rasa asin yang bisa dijadikan menu makanan baru.

Sebuah produk baru yang dibuat oleh salah satu toko kue bernama *Little Cake* merupakan salah satu usaha dibidang kuliner yang selalu membuat kue dengan bahan yang kualitasnya bagus. Kemudian bahan tambahan berupa kunyit yang telah dihaluskan, gula pasir, santan dan tepung beras ketan. Kelebihan yang dimiliki pada produk ini yaitu merupakan salah satu makanan tradisional Indonesia yang hampir saja punah karena tidak ada yang mengetahui jenis makanan tersebut. Proses pembuatan wingko babat yang terdiri dari beberapa tahapan yaitu menyiapkan bahan baku dan peralatan, kemudian mengaduk semua bahan, dipanggang, dikemas dan memasarkan produk kepada pencinta makanan yang terbuat dari parutan kelapa.

Lokasi yang dijadikan tempat pembuatan makanan
beralamat di Jl. Bhakti Husada RT. 13 No. 17 Lingkar

Barat Kota Bengkulu. Makanan ini biasanya dinikmati dipadi hari sebagai makanan pembuka sebelum menjalankan aktivitas. Kandungan yang dimiliki makanan ini yaitu kelapa parut yang mengandung kalori sebesar 660 kkal. Kalori tersebut terdapat di setiap daging kelapa dan kandungan lain berupa 83% lemak, 13% karbohidrat dan 4% protein. Kandungan lemak yang didapatkan yaitu sebesar 64,53 gram, karbohidrat 23,65 gram, dan protein 6,88 gram.

Wingko babat merupakan salah satu makanan yang sering ditemui biasanya berbentuk bulat padat dengan cita rasa yang kenyal. Makanan ini biasanya dinikmati dalam kondisi panas dan dipotong dengan ukuran kecil. Wingko Babat dijual dengan berbagai macam bentuk yaitu bulat besar dan bulat kecil dikemas menggunakan kertas. Trisnawati dan Purwidiani berpendapat bahwa Wingko Babat memiliki cita rasa yang enak dan nikmat bisa dimakan oleh seluruh kalangan.³

Proses pembuatan makanan ini menggunakan bahan yang lumayan mudah dan bahan baku mudah didapatkan. Wingko Babat memiliki cita rasa yaitu manis disertai gurih. Untuk rasa gurih pada Wingko Babat menggunakan jenis kelapa yang lebih muda. Makanan ini disajikan dengan daya simpan yang lebih lama yaitu sekitar 7 hari

³ Trisnawati & Purwidiani (2015:67)

atau seminggu. Bahan yang digunakan saat melakukan pembuatan Wingko Babat harus memilih bahan yang kualitas bagus agar masa simpan lebih lama.

Salah satu makanan yang terkenal dan biasanya banyak dijual di pulau Jawa. Usaha ini dapat dikatakan *home industri*. Bahan yang digunakan yaitu kelapa parut sebagai bahan utama pembuatan Wingko Babat. Kelapa parut mempunyai kandungan yang sangat bagus bagi kesehatan tubuh. Jika seseorang mengkonsumsi kelapa parut setiap hari akan memberikan manfaat bagi kesehatan tubuh. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Healthy Eating* terdapat beberapa kandungan nutrisi yang dihasilkan kelapa parut yang mempunyai banyak kandungan. Untuk satu gelas kelapa parut dengan berat sebesar 4 gram. Kemudian mengandung serat yang bermanfaat dapat melancarkan proses pencernaan sehingga akan memberikan pengaruh saat buang air besar secara teratur.

Berikut di bawah ini penjelasan mengenai kandungan dan manfaat yang dikandung dalam parutan kelapa:

Table 1.2
Kandungan dan Manfaat Kelapa Parut

Bahan	Kandungan	Manfaat
Parutan Kelapa	1. Zat besi	1. Menurunkan resiko penyakit jantung
	2. Slenaprotein	2. Menurunkan berat badan
	3. Glukosa	3. Menambah stamina
	4. Kalori	4. Meningkatkan fungsi otak
	5. Asam amino	5. Meningkatkan system kekebalan tubuh
	6. Serat	6. Mencegah anemia
	7. Air	7. Mengurangi resiko kangker
	8. Protein	
	9. Karbohidrat	
	10. Tannin	
	11. Natrium	
	12. Coconut oil	
	13. Coconut milk	

Kelapa merupakan salah satu makanan yang mempunyai berbagai macam manfaat. Pohon kelapa dapat digunakan untuk jembatan sebagai penyeberangan. Daun kelapa dapat digunakan membuat ketupat. Kemudian buah kelapa dapat dijadikan bahan utama pembuatan makanan. Buah kelapa terkenal sebagai bahan tambahan yang sering digunakan pembuatan makanan. Buah kelapa memiliki daging yang terletak di bagian dalam kelapa. Biasanya santan dimanfaatkan sebagai bahan pembuatan kue atau sayur. Kandungan yang dihasilkan santan kelapa yaitu mengandung segudang manfaat berupa nutrisi setiap parutan kelapa.

Kue Wingko Babat diolah menggunakan parutan kelapa dan ditambah tepung beras akan menghasilkan makanan khas pulau Jawa. Wingko Babat merupakan salah satu jenis kue tradisional yang diolah dari bahan yang mudah didapatkan dan cara pembuatan mudah. Tahapan pembuatan makanan ini mulai dari produksi, pembelian bahan baku dan pemasaran harus sesuai dengan syariat Islam.

B. *Marketing Syariah*

1. *Pengertian Marketing Syariah*

Untuk menawarkan barang harus disertai sikap atau moral yang baik. Etika dan kejujuran dalam pemasaran merupakan hal yang utama dilakukan oleh setiap bisnis.

Setiap tahapan menawarkan barang kepada orang lain harus dengan cara baik misalnya dengan tutur kata yang sopan dan ramah.

Konsep syariah *marketing* merupakan sebuah tahapan bisnis yang secara menyeluruh untuk setiap tahapan harus berdasarkan syariat islam. Syariah *marketing* merupakan suatu sikap yang memberikan arahan setiap tahapan mulai dari proses, membuat, memasarkan dan menjual kepada orang lain bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Secara menyeluruh bahwa setiap proses harus sesuai dengan kaidah islam berdasarkan prinsip berbisnis dalam syariat islam.⁴ Allah SWT berfirman dalam Q.S Shaad Ayat 24 berbunyi:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالٍ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ
نَعَايِهِ ۖ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي
بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا
الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۖ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا
فَتَنَّهُ فَاسْتَعْفَرَ رَبَّهُ ۖ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ۝

⁴ Hermawan Kertajaya Dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), h. 26-27

Artinya: *Dia (Dawud) berkata, "Sungguh, dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk (ditambahkan) kepada kambingnya. Memang banyak di antara orang-orang yang bersekutu itu berbuat zalim kepada yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan; dan hanya sedikitlah mereka yang begitu." Dan Dawud menduga bahwa Kami mengujinya; maka dia memohon ampunan kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertobat. (Q.S Shaad Ayat 24)*

Berdasarkan ayat yang dijelaskan di atas bahwa terdapat aturan yang harus ditaati oleh setiap pelaku bisnis. Dalam jual beli dianjurkan mematuhi semua perintah Allah SWT. Jadi dapat disimpulkan bahwa Allah SWT menganjurkan kepada hambanya melakukan kegiatan jual beli dengan syarat harus sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan dalam agama islam. Allah SWT melarang manusia melakukan hal yang dapat merugikan orang lain terdapat dalam salah satu hadist nabi yaitu:

Artinya: *"Daud berkata: "sebenarnya dia telah melakukan hal yang merugikan mi dengan memantau laksana kambing agar bisa digabungkan dengan kambing pribadi. Sebenarnya bahwa kebanyakan orang melakukan perbuatan yang keji kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan*

mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka inidan Daud mengetahui bahwa Kami membuat ujaian mengujinya; Maka ia haruslah memohon ampun terhadap tuhan dengan bersujud dan selalu bertaubat kepada Allah SWT.”

2. Karakteristik dan Praktik Marketing Rasulullah SAW.

Bagi pelaku usaha terdapat beberapa aturan yang harus ditaati dalam berbisnis yaitu:⁵

a. Ketuhanan

Ketuhanan merupakan salah satu hal utama dalam sebuah bisnis. Setiap aktivitas bisnis harus dilakukan dengan benar karena Allah SWT selalu mengawasi setiap langkahnya. Ciri yang melekat pada pemasaran syariah adalah tidak adanya unsur paksaan dan saling rela. Yang terpenting yaitu setiap kegiatan pemasaran harus mematuhi aturan dalam islam dan jangan melakukan suatu yang dilarang dalam agama islam.

b. Etis

Bersikap baiklah kepada siapapun dengan cara menjaga tutur kata dan sikap dalam berbisnis. Sikap baik terhadap konsumen dan orang lain akan berpengaruh pada kegiatan bisnis. Berdasarkan

⁵ Rivai Veithzal, *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw*, (Jakarta: Gramedia, 2012), h. 41-46

penjelasan di atas bahwa marketing syariah merupakan sistem pemasaran dilakukan sesuai dengan kaidah islam. Setiap etika bersifat secara menyeluruh akan mempengaruhi semua bidang ekonomi. Setiap transaksi harus sesuai dengan Al-quran dan hadis.⁶

c. *Realistis*

Realistis merupakan keadaan seorang yang apa adanya tanpa ada tambahan atau tidak melebihi dengan cara berbohong menjelaskan produk bagus padahal tidak sesuai dengan kenyataan. Setiap kegiatan harus dilaksanakan sesuai dengan syariat islam didasarkan pada sikap jujur setiap transaksi bisnis. *Syariah marketing* dijadikan sebuah sistem menawarkan barang kepada masyarakat sesuai kaidah pemasaran untuk setiap prosesnya.⁷

d. *Humanistis*

Humanistis adalah sikap yang hanya mementingkan orang lain tanpa mementingkan diri sendiri. Produk dapat ditawarkan harus sesuai dengan aturan yang berlaku. Setiap prosesnya akan memberikan dampak positif bagi pelaku usaha dan konsumen yang membutuhkan barang dalam menjalankan kehidupan di dunia. Jika seseorang

⁶ Rivai Veithzal, *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw, ...*, h. 42

⁷ Rivai Veithzal, *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw, ...*, h. 43

mempunyai sikap sosial yang tinggi akan menjadikan sikap syukur terhadap apa yang diberikan di dunia ini.⁸

C. Strategi Pemasaran Syariah

Strategi pemasaran merupakan bentuk pengarahan yang berhubungan dengan berbagai variabel misalnya segmentasi pasar, identifikasi pasar, positioning, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran. Cara menawarkan barang harus ada aturan yang mengarahkan setiap fungsi manajemen suatu organisasi.⁹

Strategi pemasaran merupakan cara yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan dapat bisa mencapai semua target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Semua perusahaan harus bisa menjalin hubungan baik.

Terdapat beberapa proses yang harus dilakukan yaitu:¹⁰

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan pengelompokan konsumen menjadi beberapa kelompok yaitu demografis, geografis dan perilaku. Demografis berupa jenis kelamin, usia, pendapatan dan pendidikan. Faktor geografis yaitu negara, kota

⁸ Rivai Veithzal, *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw, ...*, h.45

⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008), h. 6-7

¹⁰ Khotler Philip, Gray Amstron., hlm. 45-47

dan wilayah. Faktor perilaku seperti kebermanfaatan, waktu yang digunakan dan setiap pemakaian. Faktor psikografis berbasis dari gaya hidup dan kondisi sosial.

b. *Market Targeting*

Market targeting adalah tahapan melakukan evaluasi yang dilaksanakan oleh sekelompok orang dengan memilih satu sekelompok.

c. *Market Positioning*

Market Positioning adalah cara untuk membuat aturan berupa produk disertai tempat dan tujuan yang jelas yang diinginkan pelaku usaha. Yang dilakukan zaman nabi yaitu pada tahap *positioning* Nabi Muhammad SAW menjadi sikap yang dapat memberikan tauladan bagi pelaku bisnis. Kunci sukses nabi Muhammad menjadi pebisnis yang handal yaitu sikap kejujuran nabi yang selalu menjual barang yang sesuai dengan kondisi dan keinginan konsumen. Tidak ada yang merasa dirugikan terhadap setiap tahapan berbisnis. Tidak ada rasa kecewa bagi barang yang telah dibeli oleh para konsumen pada zaman Rasulullah.¹¹

¹¹ Rivai Veithzal, *Islamic Marketing...*, h. 45-47

d. Produk

Kotler dan Amstrong berpendapat bahwa produk dengan kualitas yang bagus akan memberikan pengaruh yang besar bagi konsumen. Perusahaan membuat produk yang memiliki kualitas baik akan memberikan pengaruh besar yaitu akan berdampak pada kondisi perusahaan dalam waktu yang panjang.¹²

Perusahaan membuat produk harus sesuai dengan keinginan yang dibutuhkan konsumen. Oleh karena itu, produk bisa menyaingi pesaing lain sehingga akan menjadikan keunggulan bagi produk yang dijual. Harus memikirkan terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian barang karena akan berdampak pada konsumen sendiri. Perusahaan yang melakukan persaingan memberikan konsumen pilihan sebelum membeli produk yang diinginkan. Produk yang memiliki kelebihan akan digunakan oleh konsumen dan merasa berkeinginan untuk membeli suatu produk tersebut.

Produk yang dijual berupa barang atau jasa yang halal dikonsumsi. Hal tersebut menjadi faktor utama sebelum melakukan pembelian agar tidak ada yang merasa dibohongi. Terdapat beberapa syarat menjual barang yaitu:

- 1) Mengikuti peraturan dalam syariat islam

¹²Philip Kotler, Gray Amstrong, Op. Cit., hlm. 203

- 2) Tidak menggunakan huruf arab dalam membuat nama merek
- 3) Produknya terdapat label halal
- 4) Mempunyai kejelasan produk
- 5) Kemasan yang aman
- 6) Tidak ada yang membahayakan
- 7) Tidak berbohong
- 8) Tidak memberikan dampak negatif
- 9) Produk bisa dibawa kemana-mana.¹³

e. Harga (*Price*)

Harga adalah uang yang diberikan kepada konsumen sebagai bentuk rasa terimakasih terhadap suatu produk dalam sebuah perusahaan. Tjiptono berpendapat bahwa harga merupakan uang yang diberikan kepada orang lain untuk memperoleh suatu produk yang diinginkan. Harga merupakan hal utama dalam kegiatan jual beli karena akan berdampak pada keuntungan yang diperoleh.

Menetapkan harga merupakan hal yang tidak mudah untuk dilakukan karena akan memberikan dampak bagi konsumen. Jika menetapkan harga terlalu tinggi akan mempengaruhi daya minat konsumen berkurang karena harga tinggi. Jika harga rendah akan merugikan usaha yang telah didirikan karena harga menentukan suatu

¹³ Rivai Veithzal, *Islamic Marketing*

keuntungan dalam sebuah produk. Harga harus sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan oleh konsumen.

Harga terjangkau akan menambah daya tarik konsumen membeli barang yang diinginkan. Harga juga dapat memberikan dampak bagi kualitas suatu produk. Biasanya barang yang dijual dengan harga tinggi memiliki kualitas yang tinggi pula. Biasanya harga akan menentukan barang yang dijual. Hal tersebut memang sesuai dengan bahan yang digunakan karena dengan bahan yang bagus akan menghasilkan produk yang bagus sesuai dengan biaya yang dikeluarkan diawal proses produksi. Jika bahan menggunakan bahan yang jelek akan menghasilkan produk yang jelek juga.

Dalam sebuah bisnis harga menjadi hal yang utama dan sangat penting karena harga yang diterapkan harus sesuai dengan perhitungan biaya. Pelaku bisnis tidak boleh melakukan hal merugikan para pesaing lainnya. Misalnya menempatkan harga lebih rendah agar bisa mengalahkan pesaing. Sikap tersebut dilarang dalam agama islam karena bisa merugikan orang lain yang akan berdampak pada masyarakat dalam jumlah yang banyak.

f. Tempat (*Place*)

Tempat merupakan hal yang utama dalam menjalankan sebuah bisnis agar lebih maju dan berkembang. Lokasi yang strategis akan memberikan

kemajuan terhadap usaha yang dilakukan. Strategis yang dimaksud yaitu berada di lokasi ramai dikunjungi dan dijalan raya. Contoh lokasi strategis berada di dekat pasar, tengah kota dan jalan lintas yang sering dikunjungi khalayak ramai. Setelah memilih lokasi strategis selanjutnya merawat lokasi agar terlihat rapi, bersih dan nyaman. Yang dibutuhkan bukan tempat yang mewah tapi lokasi yang bersih walaupun lokasi tidak mewah asalkan nyaman dan aman dijadikan tempat berjualan.¹⁴ Hal tersebut harus dipenuhi guna untuk menarik minat konsumen melakukan transaksi.

g. Pelayanan

Pelayanan yang diberikan harus bisa membuat konsumen merasa puas. Pelayanan yang baik jika dilakukan dengan ramah dan hati yang tulus. Selalu memberikan senyuman dan sapaan terhadap konsumen baru yang ingin membeli produk. Konsumen akan merasa dihargai jika diberikan senyuman atau respon baik yang dilakukan oleh pegawai. Islam melarang menggunakan pakaian yang tidak menutup suratnya karena akan menimbulkan rasa yang menyebabkan dosa bagi setiap konsumen.¹⁵

¹⁴ Rivai Veithzal, *Islamic Marketing*, ...

¹⁵ Rivai Veithzal, *Islamic Marketing*..., h. 47

h. Promosi (*Promotion*)

Promotion merupakan cara seseorang dalam memasarkan atau menawarkan barang kepada orang lain. Untuk menarik minat konsumen perlu adanya cara dengan memberikan pujian atau diskon agar setiap konsumen merasa diperhatikan.¹⁶ Pada bagian promosi, berikut komponen yang harus ditaati :

- 1) Harus sesuai dengan ajaran islam
- 2) Perempuan tidak dijadikan alat untuk menarik minat konsumen.
- 3) Tidak menggunakan bahasa yang sulit dimengerti
- 4) Tidak membohongi konsumen
- 5) Tidak berhubungan dengan seks
- 6) Tidak berlebihan menjelaskan kelebihan. produk
- 7) Tidak ada sumpah kepada Allah SWT.¹⁷

i. *People*

Terdapat beberapa hal yang dapat menjadi karakter dalam pemasaran islam:

- 1) Selalu menerapkan tauhid
- 2) Bersikap ramah tamah dan sopan
- 3) Selalu senyum dan jujur
- 4) Berpakaian sesuai dengan syariat islam
- 5) Memiliki aroma yang wangi
- 6) Menutupi kerahasiaan

¹⁶ Rivai Veithzal, *Islamic Marketing...*

¹⁷ Rivai Veithzal, *Islamic Marketing...*, h. 47

- 7) Tidak ada paksaan
- 8) Tidak bersikap sesuatu hal yang dilarang.¹⁸

j. Process

Beberapa proses yang harus ditaati saat melakukan pemasaran sesuai dengan syariat islam:¹⁹

- 1) Selalu menerapkan tauhid
- 2) Memberikan dalam
- 3) Memberikan pelayanan yang baik
- 4) Tidak ada suap menyuap
- 5) Berperilaku jujur dan adil terhadap konsumen
- 6) Tidak melakukan penjualan yang merugikan orang lain
- 7) Tidak menyukai kegiatan merugikan
- 8) Transaksi yang dilakukan sesuai islam
- 9) Menggunakan waktu dengan sebaik mungkin
- 10) Memanfaatkan sumber daya dengan baik
- 11) Selalu bersikap baik kepada siapapun

¹⁸ Hermawan Kertajaya Dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, ..., h. 35

¹⁹ Hermawan Kertajaya Dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, ..., h. 37

D. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran

Terdapat beberapa strategi pemasaran yang dilakukan yaitu:²⁰

1. Strategi pemasaran yang tidak membeda-bedakan pasar (*Undifferentiated Marketing*).

Strategi ini merupakan cara yang digunakan agar perusahaan selalu memperhatikan semua keinginan konsumen. Suatu perusahaan hanya memperoleh dan menjual segala bentuk barang dan memiliki kualitas agar dapat menarik konsumen. Penjualan yang dilakukan bertujuan untuk mengurangi biaya yang dikeluarkan setelah produksi dilakukan. Kemudian membuat produk agar bisa menarik minat konsumen sebanyak mungkin.²¹

2. Strategi pemasaran yang membeda-bedakan pasar (*Differentiated Marketing*).

Strategi ini dapat dilakukan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen yang menginginkan jenis produk sesuai permintaan konsumen. Setiap kelompok pasar menjual produk yang berbeda-beda tergantung jenis target yang diinginkan pelaku usaha. Tujuan melakukan pemasaran yaitu agar memberikan rasa percaya terhadap konsumen mengenai produk yang diinginkan. Hal tersebut dapat membeli terus karena konsumen merasa puas

23-30 ²⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008), h.

²¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, ..., h. 24

terhadap produk yang dijual dengan keunggulan yang melekat pada produk tersebut.²²

3. Strategi pemasaran yang terkonsentrasi (*Concentrated Marketing*).

Strategi ini menjelaskan mengenai kelompok pasar yang menawarkan produk kebeberapa kelompok pasar lain dengan memberikan berapa penjelasan yang singkat mengenai kemampuan perusahaan. Kelebihan strategi ini bahwa perusahaan dapat mendapatkan kedudukan yang sesuai dengan kelompok pasar.

Perusahaan mempunyai kesempatan dan kemampuan dalam membuat berbagai macam kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen terhadap kelompok pasar.²³

E. KONSEP VOLUME PENJUALAN

1. Penjualan

Penjualan merupakan hal utama setelah melakukan proses produksi. Jika pelaku usaha telah menyelesaikan produksi dan menghasilkan barang maka langkah selanjutnya menjual produk agar mendapatkan keuntungan.

Penjualan memiliki sebuah konsep yang digunakan si atau perusahaan terhadap pasar. Konsep tersebut menjelaskan bahwa konsumen jika hanya mencari sendiri

²²Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, ..., h. 25

²³Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, ..., h. 28

produknya akan hilang ditandai dengan suatu kejadian nyata yang sering terjadi. Terkadang konsumen merasa ragu-ragu dan tidak mengetahui secara rinci produk tersebut. Hal tersebut dapat dijadikan pelajaran bahwa harus ada pelayanan terhadap konsumen dengan menjelaskan komisi dan keunggulan produk agar bisa menarik minat konsumen membeli produk yang diinginkan.²⁴

Penjualan adalah suatu kegiatan memberikan barang atau jasa dari produsen kepada pihak pembeli dengan harga ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua pihak tersebut. Dalam agama islam menjelaskan bahwa proses jual beli harus didasari sikap saling menyukai atau sukarela mengenai harga yang ditetapkan kedua pihak. Tidak ada paksaan terkait harga karena tidak ada unsur penipuan menetapkan harga.²⁵

Agar yang menjalankan kegiatan jual beli harus berdasarkan unsur saling suka dan harus sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli.

²⁴Wahyu Wulan Agustina, Sandi Eka Suprajang, "Meningkatkan Volume Penjualan Melalui Bauran Pemasaran *Holistic (People, Process, Program, Performance)* Pada Perusahaan Kacang Shanghai Pt. Suling Mas Tri Tunggal Abadi Ngunut Tulungagung", *Riset Mahasiswa Ekonomi (Ritmik)* Vol. 3, No. 1 (2016), h.113

²⁵Wahyu Wulan Agustina, Sandi Eka Suprajang, "Meningkatkan Volume Penjualan Melalui Bauran Pemasaran *Holistic...*", h. 115

2. Volume Penjualan

Volume Penjualan merupakan bentuk keinginan yang dapat dinilai dari setiap volume setiap produk yang menjelaskan turun dan naik angka penjualan sesuai dengan satuan volume peninjauan yang berdampak pada beberapa variabel menjadi penyebab utama.²⁶

Volume penjualan menjelaskan bahwa perusahaan dapat memperoleh penghasilan dengan menjual produk.²⁷

Kotler berpendapat bahwa penjualan akan dipengaruhi oleh berbagai komponen yaitu:²⁸

- a. Penetapan harga penjualan
- b. Suatu produk
- c. Biaya yang dikeluarkan saat pemasaran
- d. Distribusi
- e. Hasil yang didapatkan
- f. Kondisi pasar

Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan agar bisa menghasilkan omset yang tinggi:

- a. Terdapat kelebihan setiap pribadi
- b. Bisa melakukan perubahan
- c. Memperhatikan kondisi tubuh

²⁶Wahyu Wulan Agustina, Sandi Eka Suprajang, "Meningkatkan Volume Penjualan Melalui Bauran Pemasaran *Holistic...*", h. 115

²⁷Wahyu Wulan Agustina, Sandi Eka Suprajang, "Meningkatkan Volume Penjualan Melalui Bauran Pemasaran *Holistic...*", h. 16

²⁸ Philip Kotler, and Gary Amstronng. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi 12. (Jakarta : Indeks, 2010)

- d. Tetep menjaga gaya yang dipakai
- e. Menjalin pertemanan
- f. Selalu kompak
- g. Menjelaskan wilayah
- h. menghargai konsumen
- i. Jangan banyak bicara
- j. Melakukan persaingan
- k. Mencari sebagaimana
- l. Terus mencoba
- m. Menjalin tali silaturahmi terhadap konsumen
- n. Tidak pelit.²⁹

3. Lokasi usaha

Lokasi merupakan tempat yang dijadikan sebagai tempat menjalani usaha. Untuk lokasi usaha ini berada di Jalan Bhakti Husada RT 13/01 No. 17 lingkaran barat kota Bengkulu. Tempat tersebut karena merupakan tempat yang strategis jalan ramai dikunjungi jadi dapat dijadikan lokasi pemasaran.

²⁹Wahyu Wulan Agustina, Sandi Eka Suprajang, "Meningkatkan Volume Penjualan Melalui Bauran Pemasaran *Holistic*..", h. 117