

STRATEGI PEMASARAN PADA MOOI CAKES DI KOTA JAMBI

Amalia Rahmah Ramadhani¹, Hansen Rusliani², Muthmainnah³
amaliarahmah01@gmail.com¹, muhammadhansenrusliani@gmail.com²,
muthmainnah@uinjambi.ac.id³

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

ABSTRAK

Strategi pemasaran pada Mooi Cakes menggunakan bauran pemasaran dikaitkan dengan perspektif syariah untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan menganalisis strategi pemasaran syariah yang digunakan pada Mooi Cakes. Strategi-strategi ini mengacu pada produk, harga, tempat, dan promosi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif terhadap data primer dan sekunder melalui wawancara dari 11 informan yang terdiri dari manager, karyawan, dan konsumen Mooi Cakes, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan penjualan, Mooi Cakes menggunakan strategi pemasaran syariah yang sesuai dengan perspektif syariah dengan menerapkan bauran pemasaran syariah yang diantaranya produk, harga, tempat, dan promosi, dengan menerapkan karakteristik pemasaran syariah diantaranya teitis (rabhaniyyah), realitis (al-waqiyyah) dan humanitis (insaniyyah) sehingga tidak menyimpang dari perspektif syariah.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Syariah, Penjualan.

ABSTRACT

The marketing strategy at Mooi Cakes uses a marketing mix linked to a sharia perspective to increase sales. This research aims to find and analyze sharia marketing strategies used at Mooi Cakes. These strategies refer to product, price, place, and promotion. This research uses qualitative methods for primary and secondary data through interviews with 11 informants consisting of managers, employees and consumers of Mooi Cakes, observation and documentation. The results of this research show that to increase sales, Mooi Cakes uses a sharia marketing strategy that is in accordance with the sharia perspective by implementing a sharia marketing mix which includes product, price, place and promotion, by applying sharia marketing characteristics including theoretical (rabhaniyyah), realistic (al-waqiyyah) and humanistic (insaniyyah) so that it does not deviate from the sharia perspective.

Keywords: Sharia Marketing Strategy, Sales.

PENDAHULUAN

Suatu perusahaan pastinya menginginkan hasil penjualan mengalami peningkatan dari penjualan produk yang ditawarkan dan jika suatu perusahaan dari tahun ke tahun terus mengalami penurunan produksi akan dipastikan perusahaan akan mengalami kebangkrutan. Penjualan merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk pertukaran terhadap suatu produk dari produsen kepada konsumen, agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk tersebut, maka diperlukan inovasi baru yang mempengaruhi pendapatan terhadap usaha. Kegiatan penjualan yang dijalankan oleh perusahaan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen agar mencapai keuntungan yang maksimal. Untuk menarik konsumen membeli produk yang ditawarkan maka perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pangsa pasar dan memerlukan cara untuk meningkatkan penjualan melalui periklanan penggunaan promosi yang lebih luas.

Dalam Islam telah diatur bagaimana caranya berbisnis dengan baik dan benar, yakni dengan cara suka sama suka atau saling rela. Tidak dibenarkan dalam Islam berbisnis dilakukan dengan cara yang curang. Seperti yang telah dijelaskan dalam Al-Quran surah

An-Nisa' ayat 29, Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.

Pada ayat di atas memberikan penjelasan tentang hukum transaksi secara keseluruhan, terutama tentang transaksi perdagangan, seperti bisnis jual beli. Dijelaskan dalam ayat tersebut bahwa pertama, perusahaan harus dapat menjamin produknya, yaitu kualitas bahan, kualitas pengolahan, kualitas penyajian, dan aspek keislaman dalam penyajian. Kedua, yang dijelaskan Allah adalah manfaat produk, yang berarti bahwa produk bermanfaat jika proses produksinya benar dan baik.

Dalam usaha pemasaran sangat penting untuk dilakukan terutama ketika menetapkan strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran merupakan cara mendapatkan keuntungan untuk berkepanjangan baik itu untuk mengelola usaha barang ataupun jasa. Strategi pemasaran dapat diperhatikan sebagai salah satu fasilitas yang diperlukan untuk menyusun rencana perusahaan secara merata. Strategi yang digunakan di dalam suatu perusahaan harus mempunyai kebenaran secara berkelanjutan. Peningkatannya harus dilandaskan pada hasil riset pada bisnis dalam bagian pemasaran, yakni dengan menyatakan masalah yang terjadi pada pelanggan, lalu menganalisis dan mengevaluasi. Kemudian memberikan pertimbangan yang mengarahkan ke yang lebih maju secara strategis.

Dalam hal ini, pemasaran syariah memiliki tempat yang sangat strategis di sini karena pemasaran syariah didasarkan pada Al-Quran dan Sunnah. Menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula Pemasaran syariah adalah sebuah bidang bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penjualan dan perubahan nilai dari satu pemrakarsa kepada stakeholder-nya. Proses ini dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan muamalah Islam.

Dengan menyatakan karakteristik strategi pemasaran syariah yaitu, Teitis (rabbaniyah) merupakan suatu keyakinan bahwa semua perilaku manusia selalu berada dibawah pengawasan Allah SWT, oleh sebab itu semua insan harus berperilaku sebaik mungkin untuk tidak berperilaku licik, suka menipu serta mencuri milik orang lain, Etis (akhlaiyyah) merupakan prinsip yang menggambarkan perilaku, nilai moral dan etika dalam seluruh aspek kegiatannya, Realistis (al-waqiyyah) merupakan seorang marketing yang fleksibel sebagaimana dalam bersikap dan bergaul, dan Humanistis (insaniyyah) merupakan sifat berperilaku kemanusiaan, saling menghormati sesama.

Berdasarkan wawancara bersama manager Mooi Cakes peneliti mendapatkan informasi bahwa Mooi Cakes merupakan salah satu toko kue yang berada di Telanaipura Kota Jambi tepatnya di Jl. Karya Maju RT 15 dan telah berdiri sejak 2011. Sebuah toko kue yang menjual berbagai macam cake seperti costume cake, brownies, berbagai macam roti dan donat kentang. Buka setiap hari dari pukul 08.00 - 20.00 WIB. Penerapan strategi pemasaran yang dilakukan pada Mooi Cakes ini secara offline dan online, di mana secara offline melalui pemasaran secara lisan seperti merekomendasikan kepada orang lain sedangkan secara online melalui media sosial seperti Instagram, Shopee, Grabfood dan Whatsapp. Namun terdapat beberapa kelemahan yang ada pada Mooi Cakes seperti kurangnya promosi yang hanya mengandalkan media sosial.

Dapat diketahui penyebab ketidakstabilan penjualan diakibatkan dari kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan seperti produk yang ingin dibeli konsumen sering tidak

tersedia, karyawannya kadang bersikap ramah namun terkadang sebaliknya. Kemudian sempitnya lahan parkir yang menjadi kendala baik yang menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat serta Mooi Cakes tersebut tidak mempunyai cabang dikarenakan hanya ingin fokus pada satu tempat saja pada saat ini. Hal ini dapat menimbulkan masalah dalam pemasaran mengingat banyaknya produk dengan jenis yang serupa di pasaran, dan pada akhirnya berdampak pada penjualan.

Selain itu, tempat Mooi Cakes juga cukup mudah dijangkau oleh masyarakat Jambi khususnya remaja, orang tua, dan anak-anak karena lokasinya yang strategis terletak di tengah kota dan dekat dengan kampus, perkantoran, dan beberapa sekolah. Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Mooi Cakes di Kota Jambi”.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (Field Research). Penelitian lapangan (Field Research) merupakan penelitian di mana peneliti melakukan pengamatan langsung dan partisipasi dalam penelitian skala sosial kecil. Penelitian lapangan dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan untuk menentukan sebuah masalah yang akan diteliti. Pendekatan metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif, di mana hasilnya akan menggambarkan dan menjelaskan hasil penelitian dalam situasi dan kondisi yang terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti di Mooi Cakes, peneliti menemukan bahwa perusahaan Mooi Cakes menggunakan strategi pemasaran pada umumnya yaitu untuk memasarkan produknya yang membedakan adalah dengan mengembangkan strategi secara syariah (marketing mix syariah). Strategi pemasaran dalam suatu bisnis membutuhkan waktu yang cukup lama untuk membangun strategi pemasaran yang sesuai dengan bisnis yang dilakukan, tetapi hal yang paling penting dan diperlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana untuk menarik minat konsumen dan membuat mereka tetap membeli. Berdasarkan dari beberapa temuan dari wawancara yang dilakukan peneliti maka dianalisis sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Pada Mooi Cakes

Dalam menjalankan strategi pemasaran tentunya jangan sampai lupa untuk menetapkan sebuah tujuan suatu usaha yaitu dengan memperoleh keuntungan (profit) ketika sedang menjalankan strategi pemasaran. Oleh karena itu, sangat penting untuk menerapkan prinsip strategi pemasaran yang sesuai syariah dan konvensional untuk mendapatkan keuntungan yang sesuai, tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah.” Mooi Cakes menerapkan strategi pemasaran dengan bauran pemasaran secara syariah yang terdiri dari 4P yaitu Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place), dan Promosi (Promotion).

Strategi produk, Mooi Cakes memprioritaskan dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas baik dan higienis selama proses produksi. Ini dilakukan karena kualitas dan kebersihan bahan baku sangat mempengaruhi tingkat kepuasan dan kesetiaan konsumen.

Strategi harga yang ditetapkan di Mooi Cakes relatif terjangkau karena harga produk didasarkan pada kualitas bahan, desain kue serta biaya produksi, selain itu Mooi Cakes juga memberikan diskon pada saat anniversary dan pada saat tanggal khusus setiap tahunnya, mengadakan giveaway, tujuannya untuk menarik konsumen baru serta mempertahankan konsumen lama.

Strategi tempat pada Mooi Cakes dapat dikatakan cukup strategi karena terletak di

tengah kota dekat dengan perkantoran, sekolah, dan kampus tempat parkir yang disediakan juga cukup strategis.

Promosi merupakan strategi terakhir yang penting karena dengan adanya strategi promosi ini konsumen dapat mengetahui informasi dari produk yang akan dibeli. Lihat dari perspektif secara syariah, promosi merupakan penyampaian secara benar produk apa yang ditawarkan oleh perusahaan tanpa ada unsur menipu atau melebih-lebihkan agar konsumen tidak berimajinasi terlalu tinggi dengan produk yang ditawarkan, maka dari itu islam sangat menekankan untuk menghindari unsur tersebut.

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa Mooi Cakes menggunakan strategi pemasaran pada umumnya yaitu untuk memasarkan produknya yang membedakan adalah dengan mengembangkan strategi secara syariah (marketing mix syariah). Ditandai dengan menerapkan beberapa karakteristik pemasaran syariah diantaranya, Teitis (rabbaniyyah), Etis (akhlaqiyyah), Realisis (al-waqiyyah), Humanitis (insaniyyah). Dengan strategi pemasaran syariah yang telah ditetapkan dapat meningkatkan kesetiaan pada konsumen dan meningkatkan penjualan.

2. Kendala Strategi Pemasaran Syariah Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Mooi Cakes

Dalam suatu bisnis diperlukan konsep yang matang serta harus diimplementasikan sebelum melakukan kegiatan pemasaran. Hal ini termasuk dengan melakukan penelitian mengenai potensi kendala yang terlihat selama kegiatan pemasaran, maka perlu adanya analisis mendalam mengenai faktor yang menghambat proses dari pemasaran syariah yaitu:

1. Perencanaan Strategi Pemasaran Yang Kurang Optimal
2. Tidak Membuka Cabang Toko
3. Keterbatasan Penyedia Bahan Baku Kurang Optimal
4. Persaingan Intens Sesama Usaha

3. Solusi Strategi Pemasaran Syariah Berimplikasi terhadap Peningkatan Penjualan di Mooi Cakes

Mooi Cakes menemukan strategi pemasaran syariah yang dapat meningkatkan penjualan, diantaranya: Mooi Cakes akan menyusun produknya dengan mengikuti prinsip secara syariah seperti menggunakan bahan halal dan menghindari bahan yang dilarang oleh Islam, serta melakukan pengurusan sertifikat halal yang diberikan secara resmi oleh lembaga yang terpercaya ini juga akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk Mooi Cakes, dan menjamin pengiriman dikirim tepat waktu, serta mengelola stok bahan baku dengan baik.

Dapat diambil kesimpulan dari data diatas, bahwa prinsip-prinsip syariah dalam strategi pemasaran dapat membantu Mooi Cakes untuk meningkatkan penjualan, seperti nilai-nilai kejujuran, transparansi dan komitmen terhadap prinsip syariah untuk membangun kepercayaan konsumen, tetapi juga mendukung diferensiasi Mooi Cakes di pasar terhadap aspek etis dalam strategi pemasarannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan penjualan pada Mooi Cakes, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran syariah yang telah dilakukan oleh Mooi Cakes menggunakan bauran pemasaran diantaranya: strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Mooi Cakes telah menggunakan prinsip syariah untuk meningkatkan penjualan mereka dengan menerapkan nilai-nilai keIslaman, diantaranya jujur terhadap

- produk, adil, santun, dan bersahabat saat melayani konsumen, dan bertanggung jawab.
2. Kendala strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan penjualan pada Mooi Cakes diantaranya: Perencanaan Strategi Pemasaran Yang Kurang Optimal, Tidak Membuka Cabang Toko, Keterbatasan Penyedia Bahan Baku Kurang Optimal.
 3. Solusi strategi pemasaran syariah berimplikasi terhadap peningkatan penjualan pada Mooi Cakes itu dengan meningkatkan posisi dan penjualan Mooi Cakes yang kompetitif, dan harus fokus pada kepuasan konsumen dengan produk yang halal serta layanan yang responsif dan juga mempertimbangkan untuk membuka cabang baru dilokasi strategis untuk meningkatkan penjualan agar mencapai target yang diinginkan serta memastikan juga kualitas produk agar tetap terjaga, sangat penting menjalin kemitraan dengan jangan yang panjang dengan pemasok bahan baku lokal yang terpercaya serta mencari alternatif yang terpercaya jika sewaktu-waktu pemasok utama kehabisan bahan baku untuk mempertahankan kualitas produk. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan daya saingnya dan membuat pertumbuhan yang signifikan di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, sherry, *Konseptual dan Praktis Manajemen Pemasaran Mix* (Bandung, juni 2023)
- Ahmad Muzni Wildan, Rafidah, Bella Arisha, "Analisis Strategi Pemasaran Syariah Pada Usaha Batik Dalam Peningkatan Pendapatan di Kecamatan Pelayangan Kota Jambi," *Jurnal Sains Student Research*, Vol. 1, No. 1 (Oktober, 2023).
- Al-Qur'an dan Terjemahannya: An-Najaah (Bandung: Oktober, 2021)
- Fitriani Dwi Maharani dan Maulana Ardiansyah, "Sistem Prediksi Penjualan Dengan Metode Single Exponential Smoothing Trend Parabolik," (Tangerang Selatan: PT. Mediatama Digital Cendekia, 2021).
- Haque Fawzi, Marissa Grace, et al, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi* (Pascal Books, 2022)
- Puspitasari, Ana Widya, and Renny Oktafia, "Analisis strategi pemasaran syariah untuk peningkatan pangsa pasar produk jelly motif pada UD. Sumber Abadi Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo." *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 11.2 (2020)
- Putra, Purnama, and Wiwik Hasbiyah, *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah* (Raja Grafindo Persada, 2018)
- Rusliani, H. "Analisis Strategi Inovasi Berkelanjutan Pada UMKM Di Kota Jambi," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No. 2 (Mei, 2023),
- Yulianti, Yuni, Popon Srisusilawati, et al, "Analisis Strategi Pemasaran Syariah terhadap Bakar Uang pada Perusahaan E-Commerce (Studi Kasus Aplikasi Shopee)," *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, (2021).