

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil 212 Mart Kota Banjarmasin

Berawal dari semangat demo 212 di Jakarta untuk membangkitkan perekonomian umat Islam. Salah satunya yang mulai rame dibuka supermarket dengan nama “212MART” yang ada di Jakarta dan daerah pulau Jawa dan sekitarnya.

Ide dan semangat pertama muncul pada Bapak H. M. Ismail Ibrahimi untuk membuka “212MART” di kota Banjarmasin. yg sekarang sebagai ketua Koperasi Syariah Bauntung Batuah. Langkah awal Beliau mengajak keluarga, kerabat, teman, masyarakat sekitar agar bergabung di komunitas 212Mart sebagai tahap awal untuk lanjut membuka supermarket “212MART” di kota Banjarmasin.

Dengan semangat dan antusias masyarakat yg tinggi, berselang 1 bulan telah terbentuknya komunitas 212Mart yg terdiri dari 100 org. Dan Alhamdulillah tidak menunggu lama pengurusan perizinan koperasi syariah sudah selesai, Koperasi Syariah Bauntung Batuah (KSBB) sebagai tempat yg berizin resmi untuk mengajak umat muslim bergabung masuk ke koperasi syariah bauntung Batuah. Jadi usaha/toko 212 Mart di bawah naungan perizinan Koperasi Syariah Bauntung Batuah.

2. Prinsip-prinsip dan Tujuan 212 Mart Kota Banjarmasin

Prinsip-prinsip yang ada di Koperasi Syariah Bauntung Batuah sebagai badan hukum Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin adalah :

a. Amanah

Amanah artinya manajemen Koperasi 212 harus dijalankan dengan penuh amanah. Segenap insan yang terlibat didalamnya harus sumber daya insani yang kompeten. Manajemen harus dilengkapi dengan seperangkat *System Operating Procedure* (SOP) dan manual yang sangat baik. Pengurus harus ditemani oleh Dewan Pengawas, Penasehat dan Pengawas Syariah serta berbagai Komite pelengkap seperti Komite Investasi, Komite Audit dan Komite Remunerasi dan Promosi. Secara berkala Pengurus dan manajemen wajib memberikan laporan kepada anggota, regulator dan masyarakat.

b. Berjamaah

Berjamaah artinya Koperasi Syariah Bauntung Batuah sebagai badan hukum Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin harus mampu menampung sebanyak mungkin potensi dan aspirasi kebangkitan ekonomi umat Islam khususnya dan bangsa Indonesia pada umumnya. Koperasi ini harus dimiliki bersama, bukan dikuasai hanya segelintir individu atau golongan. Koperasi Syariah Bauntung Batuah juga harus memberikan manfaat sebanyak mungkin umat Islam di Kota Banjarmasin.

c. Izzah

Izzah artinya kemuliaan dan kejayaan. Dalam tataran individu kemuliaan artinya terpenuhinya segenap kebutuhan sandang, pangan, papan, pendidikan,

kesehatan dan transportasi anggota. Dalam tataran bangsa, Indonesia dan umat Islam harus menjadi bangsa yang bermartabat dan mandiri secara ekonomi. Hal ini tercermin dengan swasembada pangan dan energi, tingginya export, surplusnya neraca perdagangan, minimnya gini ratio kesenjangan kaya dan miskin, rendahnya angka pengangguran absolute dan semakin kecilnya jumlah si miskin dan keluarga pra sejahtera.

Adapun tujuan dari berdirinya Gerai 212 Mart yaitu sebagai berikut :

a. Membangun ekonomi umat yang terpercaya. b. Profesional. c. Besar dan kuat. d. Sebagai salah satu penopang pilar ibadah. e. Syariah dan dakwah menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.

3. Visi dan Misi 212 Mart Kota Banjarmasin

a. Visi Gerai 212 Mart Menjadikan Gerai 212 Mart sebagai bisnis bersama umat yang berkeadilan berkah, untuk kesejahteraan umat Islam serta tersebar ke seluruh Indonesia.

b. Misi Gerai 212 Mart

1) Gerai 212 Mart adalah usaha yang dibangun bersama gotong royong, dari kita, oleh kita, untuk kita dan dipersembahkan bagi kemaslahatan dan mensejahterakan umat Islam Indonesia. 2) Memasyarakatkan sistem pengelolaan dan manajemen minimarket syariah. 3) Memberikan pendampingan, pelatihan dan konsultasi kepada para pengusaha baru dan binaannya di bidang pengelolaan minimarket yang sesuai dengan syariah. 4) Melakukan survei, analisa dan memberikan rekomendasi terhadap kelayakan pendirian minimarket yang berprinsip

syariah. 5) Meningkatkan skill para pengusaha muslim agar menguasai teknis dan memiliki pengetahuan mendalam dibidang pengelolaan minimarket dengan prinsip syariah. 6) Meningkatkan produktivitas minimarket berprinsip syariah agar tumbuh dan berkembang menjadi besar yang menguasai pasar global. 7) Mengutamakan ukhuwah Islamiyah dan mensupervisi memberdayakan usaha-usaha keluarga muslim home industri yang berskala kecil menengah, bersinergi dengan Mini Market Muslim yang sudah ada serta bermitra dengan produsen-produsen dan distributor-distributor muslim Indonesia. 8) Perbankan Gerai 212 Mart bermitra dengan pihak Bank Syariah pertama di Indonesia Bank Muamalat Indonesia dan cabang-cabangnya di seluruh Indonesia. 9) Meminta Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Para Aulia, tokoh Agama untuk menerima nasehat-nasehat dan arahan serta mengikuti fatwa-fatwanya sesuai prinsip-prinsip dasar usaha syariah.

B. Hasil Penelitian

1. Strategi Pemasaran yang Ditetapkan 212 Kota Banjarmasin

Gerai 212 Mart merupakan minimarket Islami dengan konsep *Sharing Economy* (Ekonomi Berbagi), konsep yang berbeda dengan minimarket yang sudah ada sebelumnya. Dimana, Gerai 212 Mart adalah tempat berbelanja yang menjual semua produk dengan terjamin kehalalannya baik dari makanan ringan sampai pada kebutuhan pokok, mereka juga tidak menjual rokok serta jika waktu sholat tiba Gerai 212 Mart ini tutup selama 15 menit.

Hal ini diungkapkan oleh Bapak Suparno selaku Sekretaris Koperasi Bauntung Batuah sebagai berikut :

“Yang membedakan 212 Mart dengan minimarket lainnya adalah 212 Mart ini hanya menjual produk-produk yang berlabel halal saja, tidak menjual produk non halal seperti rokok, minuman keras, alat kontrasepsi dan sejenisnya yang sering dijumpai pada minimarket lain. Kepemilikan 212 Mart tidak perseorangan, harus dimiliki oleh minimal 100 jama'ah. Dalam segi keuntungan, hasil dari penjualan minimarket bukan cuma dinikmati oleh para pemilik toko, tapi juga disalurkan atau akan disumbangkan kepada yang membutuhkan seperti kaum dhuafa, panti asuhan, dan anak yatim, karena berbelanja di 212 Mart bertujuan untuk dunia dan akhirat. Tidak seperti minimarket konvensional pada umumnya, setiap azan berkumandang, 212 Mart harus menutup gerai tokonya selama kurang lebih 15 menit”.

Gerai 212 Mart merupakan salah satu usaha yang cukup berkembang dengan sangat cepat sehingga pada saat ini Gerai 212 Mart banyak memiliki cabang di seluruh wilayah Indonesia, untuk itu pastinya Gerai 212 Mart tidak lepas dalam melakukan strategi-strategi untuk meningkatkan penjualan khususnya pada strategi pemasaran.

Strategi pemasaran merupakan analisis pengambilan keputusan tentang bauran pemasaran yaitu, strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen dan untuk mencapai tujuan pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan 212 Mart Kota Banjarmasin diketahui bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh 212 Mart Kota Banjarmasin saat ini adalah dengan melakukan promosi terhadap anggota koperasi sendiri dan meminta anggotanya mempromosikan 212 Mart kepada masyarakat. Untuk lebih jelasnya mengenai strategi pemasaran pada Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin dapat dilihat dari beberapa wawancara berikut.

a. Strategi Produk

Product adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran dan manfaat serta kepuasan dalam bentuk barang dan jasa (Kasmir dan Jakfar, 2003:78). Hal pertama yang harus dilakukan suatu usaha dalam menjalankan bisnisnya adalah strategi produk. Hal ini penting karena yang akan dijual adalah produk dan konsumen akan mengenal perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Dalam strategi produk yang perlu diingat adalah yang berkaitan dengan produk secara utuh, mulai dari nama produk, bentuk, kehalalan dan lain-lain. Untuk mengetahui strategi produk pada Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin dapat dilihat dari hasil wawancara dibawah ini.

Bapak Suparno selaku pengurus pada Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin menyatakan bahwa :

“Produk yang kami tawarkan pada pembeli sama halnya dengan produk-produk yang ditawarkan oleh gerai lain baik dari kebutuhan pokok sampai barang-barang perlengkapan rumah tangga, mainan anak-anak dan lain-lain. Tetapi yang membedakan Gerai 212 Mart dengan gerai lain adalah label halal, dimana kami menjual semua produk yang halal dan kami tidak menjual jenis rokok sedangkan gerai lain masih banyak yang menjual produk dengan tidak memandang kehalalannya. Karena kami memegang teguh dalam mengembangkan usaha yang kami buat untuk menciptakan tempat berbelanja yang memang syariah dengan tidak keluar dari prinsip-prinsip syariat islam”.

Beliau juga menambahkan bahwa :

“Produk yang di tawarkan di 212 Mart tidak memiliki perbedaan harga dengan gerai lainnya, begitupun kualitas produk sesuai dengan harga dan produk yang kami tawarkan kepada pembeli. Gerai 212 Mart juga memberikan peluang kerja kepada masyarakat yang memiliki usaha rumahan seperti para ibu rumah tangga yang membuat makanan ringan, kami membantu mereka memasarkan produk UMKM di Gerai 212 dengan produk yang mereka jual tersebut memiliki khas tersendiri dan tentunya memiliki label kehalalannya juga.”

Hal ini diperkuat oleh pendapat Putri Verliana Ardi selaku konsumen di Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin yang mengatakan bahwa :

“Produk-produk yang dijual pada Gerai 212 Mart tidak jauh berbeda dengan produk yang ditawarkan dengan minimarket lainnya. Tetapi pada 212 Mart produknya kurang lengkap dan tidak *update*”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa produk yang dipasarkan pada Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin sama saja dengan yang dijual pada minimarket lainnya. Strategi pemasaran yang dilakukan 212 Mart Kota Banjarmasin dari strategi produk yaitu dengan cara hanya menjual produk yang terjamin kehalalannya. 212 Mart tidak menjual produk non halal seperti rokok, minuman keras, alat kontrasepsi dan sejenisnya yang sering dijumpai pada minimarket lain. Mungkin hal itulah yang menyebabkan konsumen beranggapan bahwa produk yang dijual di 212 Mart kurang lengkap dan tidak *update*. Padahal hal tersebut dilakukan karena 212 Mart Kota Banjarmasin memegang teguh dalam mengembangkan usaha yang dijalankan untuk menciptakan tempat berbelanja yang memang syariah dengan tidak keluar dari prinsip-prinsip syariat islam. Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin juga memberikan peluang kerja pada usaha rumahan yang produknya memiliki khas tersendiri dan tentunya memiliki label kehalalannya juga.

b. Strategi Harga

Menjalankan bisnis jual beli tidak akan terlepas dari permasalahan harga. Harga memegang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual beli dari produsen ketangan konsumen. Faktor-faktor yang perlu

dipertimbangkan dalam penetapan harga tersebut antara lain: biaya, keuntungan, praktek saingan, dan perubahan keinginan pasar. Kebijakan harga ini menyangkut pula penetapan jumlah potongan, mark-up mark-down, dan sebagainya yang berhubungan dengan harga.

Penetapan harga dalam perspektif syariah, tidaklah terlalu rumit, dasar penetapan harga tertumpu pada besaran nilai atau harga suatu produk yang tidak boleh ditetapkan dengan berlipat-lipat besarnya, setelah dikurangi dengan biaya produksi (Nurcholifah, 2014:79). Untuk mengetahui strategi harga pada Gerai 212 Kota Banjarmasin dapat dilihat dari hasil wawancara dibawah ini.

Bapak Suparno selaku pengurus pada Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin menyatakan bahwa :

“Gerai 212 Mart dalam menetapkan harga kita secara fleksibel, kita berusaha untuk menetapkan harga yang relatif murah. Pertama, kita harus cek di setiap kompetitor itu ada beberapa produk yang memang untuk produk kebutuhan setiap hari seperti sembako itu kita cek ke kompetitor kalau bisa kita dibawah atau paling tidak sama antara dikompetitor. Sehingga untuk marginnya fleksibel tidak ditetapkan sekian persen kami hanya menyesuaikan dengan barang yang kita dapat, harga modalnya berapa, penjualan dari kompetitor sama gerai lainnya berapa. Dalam menetapkan harga kami tidak ada rapat khusus terhadap karyawan-karyawan lain hanya saja kami meminta pendapat pada pihak Manager Bayer selaku bagian yang paham tentang produk masuk ke gerai. Kami memberitahukan kepada pihak Manager Bayer bahwasanya ada produk baru masuk dengan harga jual sekian sehingga kita breifing untuk menentukan harga jual barunya, biasanya pihak Manager Bayer memberikan arahan jika setuju atau tidak dengan harga jual tersebut.”

Muhammad Rizki Kurniawan selaku karyawan 212 Mart Kota Banjarmasin juga menambahkan bahwa :

“Penetapan harga produk pada 212 Mart Kota Banjarmasin disesuaikan dengan harga sales produknya masing-masing. Alhamdulillah, harga yang kami tawarkan sudah mengikuti harga pasaran. Walaupun kadang-kadang ada masyarakat yang mengatakan bahwa harga di tempat kami lebih murah, tetapi ada juga yang mengatakan lebih mahal”.

Yang membedakan Gerai 212 Mart dengan gerai lain dimana kalau gerai lain memang menawarkan produk dengan harga murah melalui diskon-diskon dan sebagainya, sedangkan di gerai 212 mart juga ada diskon-diskon tetapi dikhususkan untuk anggota koperasi, karena kita kan berbasis koperasi *feedback* yang diterima berupa SHU dari hasil pembelian pembagian hasil keuntungan. SHU juga berdasarkan rutinitas belanja, jadi semakin sering belanja maka semakin banyak mendapatkan SHUnya.

Sedangkan untuk konsumen yang memang bukan anggota dari koperasi 212 dia juga mendapatkan diskon dari produk-produk yang memang ada diskonnya. Dimana setiap akhir bulan 212 Mart menyediakan diskon pada beberapa produk. Hal ini diungkapkan oleh Lia Nordiana selaku konsumen di Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin sebagai berikut :

“Menurut saya harga produk yang mereka jual itu standar dengan harga produk minimarket lainnya. Namun kadang-kadang ada beberapa produk yang harganya lebih murah, tetapi ada juga yang lebih mahal dibandingkan minimarket lainnya”.

Pendapat yang diungkapkan oleh Lia Nordiana sama dengan pendapat yang diungkapkan oleh Putri Verliana Ardi selaku konsumen di Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin sebagai berikut :

“Harga pada 212 Mart sama saja dengan harga pada minimarket lainnya, tetapi ada beberapa jenis produk yang harganya lebih mahal”.

Strategi harga yang diterapkan pada Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin yaitu dengan memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas yang baik dan memberikan potongan harga untuk pelanggan yang telah menjadi anggota koperasi 212 jika mereka sering berbelanja di Gerai 212 Mart. Sedangkan untuk para konsumen yang bukan seorang anggota koperasi 212 mereka juga bisa mendapatkan diskon dari produk-produk yang memang terdapat potongan harganya.

c. Strategi Tempat

Strategi tempat merupakan salah satu keputusan yang paling penting yang dibuat oleh perusahaan dimana mereka akan menempatkan kegiatan operasional mereka, maka keputusan yang harus diambil selanjutnya oleh manager operasional. Dalam menentukan place atau saluran distribusi, perusahaan Islami harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market, sehingga dapat efektif dan efisien. Sehingga pada intinya, dalam menentukan marketing mix harus didasari pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran (Rokhman, 2016:101).

Untuk mengetahui strategi tempat pada Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin dapat dilihat dari hasil wawancara dibawah ini :

Bapak Suparno selaku pengurus pada Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin menyatakan bahwa :

“Dalam kegiatan memilih lokasi untuk Gerai 212 Mart ini kami memilih lokasi dimana terdapat banyak masyarakat yang bertempat tinggal didekat Gerai 212 Mart tersebut yaitu Jl. Pangeran Antasari No. 96A, Pekapuran Raya sehingga mudah diketahui oleh banyak

masyarakat meski ada kendala dalam memilih lokasi Gerai 212 Mart karena disamping kiri dan kanan gerai tidak jauh ada gerai lain nya yang memang sudah lama dibuka sebelum Gerai 212 Mart, tetapi kembali lagi karena rezeki ditangan Allah SWT kami tidak menghiraukan kendala-kendala tersebut. Sedangkan untuk pendistribusian Gerai 212 Mart ini kami bekerjasama dengan pihak ekstansi misalnya bekerjasama dengan pihak OJK dan lain sebagainya.”

Muhammad Rizki Kurniawan selaku karyawan pada Gerai 212 Mart

Kota Banjarmasin menyatakan bahwa :

“Gerai 212 Kota Banjarmasin sebagai pusat 212 Mart letaknya strategis karena berada di depan jalan raya yaitu di Jl. Pangeran Antasari No. 96A, Pekapuran Raya. Sedangkan untuk gerai cabang terdapat di Rumah Sakit Ansari Saleh.

Menurut Putri Verliana Ardi selaku konsumen di Gerai 212 Mart Kota

Banjarmasin menyatakan bahwa :

“Saya menyukai berbelanja di Gerai 212 Mart ini karena tempatnya cukup strategis dan mudah dijangkau. Untuk kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada pembeli sangat baik, tempatnya nyaman, bersih dan juga rapi.”

Sejauh ini Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin memiliki tempat atau lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat, tempatnya nyaman, bersih dan rapi. Namun, disekitar 212 Mart Kota Banjarmasin terdapat gerai yang namanya sudah eksis dan yang telah hadir lebih dahulu dibandingkan gerai 212 Mart Kota Banjarmasin sehingga Gerai 212 Mart perlu meningkatkan strategi pemasaran khususnya strategi pemasaran syariah islam dengan menjamin kehalalan produk yang ditawarkan pada pembeli karena banyaknya minimarket lain yang terdapat disekitar gerai 212 Mart Kota Banjarmasin.

d. Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan suatu usaha dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan agar dapat meningkatkan penjualan. Dalam marketing, efektifitas sebuah iklan sering digunakan untuk menanamkan “brand image” atau lebih dikenal keberadaannya. Ketika “brand image” sudah tertanam di benak masyarakat umum, menjual sebuah produk, baik dalam bentuk barang maupun jasa akan terasa menjadi jauh lebih mudah (Al Arif, 2012: 14). Untuk mengetahui strategi promosi pada Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin dapat dilihat dari hasil wawancara dibawah ini :

Bapak Suparno selaku pengurus pada Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin menyatakan bahwa :

“Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin melakukan kegiatan promosi pada pihak ekstansi seperti OJK, yang menjadi pasar sasaran dalam pemasaran Gerai 212 Mart ini adalah pastinya para umat muslim dan anggota koperasi. Dalam kegiatan promosi kami lebih menekankan promosi terhadap koperasi syariah 212 bukan Gerai 212 Mart itu sendiri, untuk promosi-promosi adanya diskon tentunya kami mempromosikan lewat media sosial kepada anggota koperasi terlebih dahulu setelah itu baru kami promosikan konsumen yang bukan anggota koperasi syariah. Untuk keinginan dalam mempromosikan Gerai 212 Mart itu sendiri pastinya ada tapi untuk sampai saat ini rencana tersebut belum terlaksanakan. Untuk konsumen yang menjadi pembeli di Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin ini dominan konsumen yang menjadi anggota koperasi 212 itu sendiri.”

Muhammad Rizki Kurniawan selaku karyawan pada Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin menyatakan bahwa :

“Meski saya sebagai kasir pada Gerai 212 Mart, saya juga sering mengajak konsumen yang berbelanja untuk menjadi anggota koperasi syariah 212 bukan untuk mempromosikan Gerai 212 Mart. Sehingga untuk mempromosikan Gerai 212 Mart hanya sekedar saja, karena menurut atasan jika kita mempromosikan koperasi syariah 212 maka nantinya akan mengetahui tentang Gerai 212 Mart bahwa gerai

tersebut adalah produk yang dikembangkan dari koperasi syariah 212. Sejauh ini yang strategi promosi yang dilakukan 212 Mart yaitu promosi melalui grup anggota koperasi syariah 212 dan spanduk. Tetapi promosi yang dilakukan juga belum rutin”.

Bapak Anwari selaku konsumen yang berbelanja di Gerai 212 Mart

Kota Banjarmasin menyatakan bahwa:

“Untuk Gerai 212 Mart ini masih kurangnya kegiatan dalam melakukan promosi, oleh sebab itu belum menyebar luas kepada telinga masyarakat bahwasanya ada gerai atau tempat berbelanja yang berbasis syariah dengan tidak menjual produk yang bukan halal juga tidak menjual rokok. Meski saya merokok tapi saya setuju dan antusias terhadap Gerai 212 Mart ini yang tidak menjual rokok karena itu salah satu sebab bedanya tempat berbelanja yang syariah dengan yang konvensional. Banyak masyarakat yang belum mengetahui tempat gerai 212 Mart, tetapi mereka tidak asing mendengar 212 nya. Sehingga dari sana untuk Gerai 212 Mart harus lebih semangat lagi dalam mempromosikan gerai ini jangan hanya koperasi syariah 212 saja yang dipromosikan karena saya setuju dengan didirikannya Gerai 212 Mart di Kota Banjarmasin. Seringkali saya berbelanja ke Gerai 212 Mart ditawarkan untuk mendaftar sebagai anggota koperasi 212 tetapi saya belum bisa karena ada alasan-alasan tertentu.”

Menurut Lia Nordiana selaku konsumen yang berbelanja di Gerai 212

Mart Kota Banjarmasin tentang strategi promosi pada 212 Mart Kota

Banjarmasin yaitu sebagai berikut :

“Strategi promosi pada 212 Mart saya rasa masih kurang, karena hanya melalui spanduk di depan gerai biasanya. Tetapi saya sering kali cukup tertarik dengan promo akhir bulannya yang memberikan diskon terhadap produk-produk tertentu”.

Strategi promosi yang diterapkan pada Gerai 212 Mart Kota

Banjarmasin yaitu 212 Mart Kota Banjarmasin lebih menekankan promosi

terhadap koperasi syariah 212 bukan Gerai 212 Mart itu sendiri. Untuk strategi

promosi yang dilakukan yaitu dengan memberikan diskon pada akhir bulan,

212 Mart mempromosikannya lewat media sosial kepada anggota koperasi

terlebih dahulu setelah itu baru mempromosikan kepada konsumen yang bukan anggota koperasi syariah.

2. Strategi Pemasaran 212 Kota Banjarmasin Menurut Ekonomi Islam

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin tidak keluar dari prinsip-prinsip ekonomi Islam yang mengacu pada Al-Qur'an dan hadits sebagai sumber utama. Dalam artian proses produksi dan pemasaran yang dilakukan oleh Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin tidak merugikan salah satu pihak karena dilandasi dengan prinsip ekonomi Islam. Berkaitan dengan *marketing mix*, maka penerapan dalam syariah akan merujuk pada konsep dasar kaidah fiqih yakni "*Al-ashlu fil-muamalah al-ibahah illa ayyadulla dalilun 'ala tahrimiha*" (pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya). Untuk lebih jelasnya lagi penulis akan menganalisa bagaimana strategi pemasaran 212 Mart Kota Banjarmasin menurut ekonomi islam dibawah ini :

a. Produk

Product (produk) adalah bagian dari elemen *marketing mix*. Secara eksplisit produk yang dilarang oleh Al-Quran dan sunah Nabi adalah bangkai, daging babi, darah hewan, minuman beralkohol, perjudian, prostitusi dan penggunaan bunga dalam praktik keuangan dan perbankan. Dalam perspektif *islamic marketing* produk harus memenuhi ketentuan halal, tidak menyebabkan pikiran kotor atau rusak, tidak mengganggu, tidak mengandung unsur riba dan maisyir, bermoral, produk harus dalam kepemilikan yang sah,

produk harus diserahkan dengan jelas karena penjualan produk fiktif tidak dapat dibenarkan dan produk harus tepat secara kualitas dan kuantitasnya.

Jenis produk yang dijual pada 212 Mart Kota Banjarmasin ialah produk-produk yang telah disahkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), sedangkan yang dilarang dan mengganggu kesehatan konsumen maka tidak dijual di 212 Mart. Jenis-jenis produk yang terdapat di 212 Kota Banjarmasin baik berupa sembako, makanan ringan, perlengkapan mandi dan bahkan buah-buahan serta minuman yang disajikan dalam lemari kulkas, yang kesemua produk tersebut sudah mendapatkan label halal dari MUI. Perlu juga penulis tekankan bahwa tidak semua produk yang sudah ditetapkan MUI dapat dijual di 212 Mart Kota Banjarmasin, namun ada beberapa produk yang menurut MUI merupakan produk yang halal, tetapi tidak diperjual belikan di 212 Mart Kota Banjarmasin, sebagaimana yang disampaikan oleh pengurus Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin Bapak Suparno sebagai berikut :

Berdasarkan ungkapan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa jenis produk yang ditawarkan oleh pihak 212 Mart Kota Banjarmasin kepada pelanggan adalah produk-produk yang dinyatakan halal oleh MUI dan para ulama Kota Banjarmasin serta tidak mengganggu kesehatan para konsumen saat mengkonsumsinya.

Untuk mendapatkan produk yang halal dan tidak mengakibatkan terganggunya kesehatan masyarakat, maka pihak 212 Mart Kota Banjarmasin dalam menentukan produk yang akan dijual ialah dengan mempertimbangkan

proses seleksinya mulai ditingkat nasional dan daerah, seperti fatwa MUI dan Ulama Kota Banjarmasin. Namun, seleksi produk yang dijual pada 212 Mart Kota Banjarmasin ini tidak hanya cukup dengan fatwa MUI melainkan juga pentingnya pertimbangan pihak kesehatan terkait produk tersebut.

Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Bapak Suparno selaku kepala pengurus 212 Mart Kota Banjarmasin :

“Kami dalam memilih sebuah produk untuk dijual pada 212 Mart Kota Banjarmasin juga selalu mempertimbangkan keputusan pihak kesehatan terutama dokter yang pada rumah sakit yang telah teruji, jika barang ini tidak mengganggu kesehatan apabila dikonsumsi, maka pihak 212 Mart Kota Banjarmasin akan menjualnya, namun sebaliknya jika suatu produk dinyatakan mengganggu kesehatan jika dikonsumsi, maka pihak 212 Mart Kota Banjarmasin tidak akan menjualnya kepada konsumen”.

Berdasarkan keterangan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa proses seleksi produk-produk yang ditawarkan oleh pihak 212 Mart Kota Banjarmasin ialah melalui pertimbangan keputusan para anggota MUI dan ulama-ulama Kota Banjarmasin yang didukung oleh ketetapan dari pihak kesehatan terkait kualitas dan kuantitas produk tersebut serta dampaknya terhadap konsumen yang mengkonsumsinya. Selain itu, proses seleksi produk di 212 Mart menurut keterangan Kepala Pengurus Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin bernama Bapak Suparno bahwa:

“Seleksi terhadap produk yang dapat dipasarkan di 212 Mart Kota Banjarmasin cukup mudah, yaitu produk UKM muslim lokal harus memastikan bahwa produk yang dimilikinya adalah halal, dan baik untuk dikonsumsi. Kehalalan produk UKM dapat dibuktikan dengan sertifikasi halal atau menunjukkan proses pembuatan hingga menghasilkan produk yang halal. Pengelola 212 Mart Kota Banjarmasin memiliki kebijakan untuk tidak mewajibkan setiap produk UKM harus memiliki sertifikasi halal, sebab hal demikian disadari akan membebani produk UKM kecil yang masih merintis

usahanya, dan disadari pula bahwa penerbitan sertifikasi halal membutuhkan waktu dan biaya yang tidak sedikit sementara disisi lain UKM menjual produknya untuk menghasilkan uang. Namun demikian pihak pengelola tetap mengedukasi UKM yang telah berkembang untuk membuat sertifikasi halal”.

Dari keterangan di atas menjelaskan bahwa untuk seleksi terhadap produk lokal dilakukan dengan memastikan produk tersebut telah memiliki sertifikat halal dari lembaga resmi pemerintah. Adapun UKM muslim lokal yang belum memiliki sertifikasi halal pada produknya cukup memberi tahu dengan menunjukkan praktik penghasilan produknya sehingga pihak pengelola dapat mendokumentasikan proses tersebut dan dapat bertanggung jawab apabila terdapat pertanyaan yang muncul dari sebuah produk.

Sedangkan bagi UKM muslim lokal yang ingin memasarkan produknya di 212 Mart Kota Banjarmasin tidak ada syarat khusus yang diminta kecuali syarat kehalalan produk dan kebaikan produk untuk dikonsumsi oleh konsumen. Sejalan perkembangan 212 Mart Kota Banjarmasin telah mendapat respon positif dari para konsumen dan memiliki beberapa konsumen setia. Sehingga produk yang dipasarkan pada Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin ini semua terjamin kehalalannya dengan tidak menjual produk jenis rokok karena memang mereka ingin mengenalkan kepada masyarakat bahwa ada tempat berbelanja yang berbasis syariah bukan hanya lembaga-lembaga keuangan saja yang ada syariah. Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin juga memberikan peluang kerja pada usaha rumahan yang produknya memiliki khas tersendiri.

Strategi produk yang diterapkan pada Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin menurut ekonomi Islam sudah sesuai dengan strategi pemasaran syariah dimana produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak/ kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik. Yang paling penting adalah produk yang diperjual-belikan di 212 Mart Kota Banjarmasin adalah produk yang halal dan *thayyib* serta tidak mengganggu kesehatan para konsumen saat mengkonsumsinya.

b. Harga

Harga merupakan elemen dari *marketing mix* dalam Islam. Di dalam Islam tidak dibenarkan menetapkan harga murah dibawah pasar, melarang praktik maisir atau menerima keuntungan tanpa bekerja, mengubah harga tanpa diikuti perubahan kuantitas atau kualitas produk, dilarang menipu pelanggan demi meraup keuntungan, diskriminasi harga diantara pelaku bisnis, melanggar propoganda palsu melalui media, gambling (perjudian), penimbunan dan mengontrol harga yang berakibat pada kelangkaan pasokan, menimbun produk apapun dilarang dalam Islam.

Menjalankan bisnis jual beli tidak akan terlepas dari permasalahan harga. Harga memegang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual beli dari produsen ketangan konsumen. Strategi harga pada Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas yang baik dan memberikan potongan harga untuk pelanggan yang telah menjadi

anggota koperasi 212 jika mereka sering berbelanja di Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin. Sedangkan untuk para konsumen yang bukan seorang anggota koperasi 212 mereka juga bisa mendapatkan diskon dari produk-produk yang memang terdapat potongan harganya.

Menurut ekonomi islam, strategi harga pada 212 Mart Kota Banjarmasin sudah sesuai dengan strategi pemasaran syariah dimana harga yang ditawarkan di 212 Mart kompetitif. Penetapan harga dalam 212 Mart sudah sesuai dengan perspektif syariah, dimana dasar penetapan harga tertumpu pada besaran nilai atau harga suatu produk yang tidak boleh ditetapkan dengan berlipat-lipat besarnya, setelah dikurangi dengan biaya produksi.

c. Tempat

Pada masa Rasulullah SAW yang didefinisikan sebagai tempat untuk melakukan transaksi bisnis adalah pasar. Pasar merupakan satu-satunya media untuk melakukan pertukaran dan menjalin silaturahmi sesama pedagang termasuk misi berdagang ala Rasulullah SAW. Pada dasarnya proses strategi distribusi yang baik menurut Islam adalah mekanisme proses penyampaian atau pengiriman suatu barang tanpa adanya hambatan pihak yang hanya ingin mengeruk keuntungan akibat ketidaktahuan.

Strategi tempat merupakan salah satu keputusan yang paling penting yang dibuat oleh perusahaan dimana mereka akan menempatkan kegiatan operasional mereka, maka keputusan yang harus diambil selanjutnya oleh manager operasional. Dalam menentukan tempat atau saluran distribusi,

perusahaan Islami harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market, sehingga dapat efektif dan efisien. Sehingga pada intinya, dalam menentukan *marketing mix* harus didasari pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran (Abdullah, 2008)

Menurut ekonomi Islam, strategi tempat yang ditetapkan 212 Mart Kota Banjarmasin sudah sesuai dengan strategi pemasaran syariah. Sejauh ini Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin memiliki tempat atau lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat, tempatnya nyaman, bersih dan rapi. Namun, disekitar 212 Mart Kota Banjarmasin terdapat gerai yang namanya sudah eksis dan yang telah hadir lebih dahulu dibandingkan gerai 212 Mart Kota Banjarmasin.

d. Promosi

Promosi merupakan elemen dari strategi pemasaran Islam. Promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan dan menawarkan produk kepada konsumen. Dalam Islam, dalam melaksanakan promosi dilarang memberikan informasi yang berlebihan. Rasulullah SAW sendiri dalam melakukan promosi barang yang diperdagangkan tidak pernah memberikan informasi yang berlebihan, justru beliau memberikan informasi apa adanya sehingga pembeli akan memperoleh informasi produk secara jelas sebelum memutuskan untuk membelinya.

Promosi merupakan kegiatan suatu usaha dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan agar dapat meningkatkan penjualan. Promosi dalam tinjauan syariah harus sesuai dengan *sharia*

compliance yang merefleksikan kebenaran, keadilan dan kejujuran kepada masyarakat. Segala informasi yang terkait dengan produk harus diberitahukan secara transparan dan terbuka sehingga tidak ada potensi unsur penipuan dan kecurangan dalam melakukan promosi. Ini sesuai dengan kriteria Syariah, yaitu *co-operation, doing good and evading all wrong-doing, trustworthiness and an attitude of non-retaliation* (Saaed, Zafar and Masoosa).

Di dalam konsep *marketing mix* Islami bahwasanya dalam melakukan suatu pemasaran, baik barang maupun jasa, tidaklah bebas nilai. Sebagai seorang khalifah di muka bumi, manusia juga dituntut untuk menjaga kesejahteraan masyarakat secara umum, dengan berdagang menggunakan cara yang halal dan di ridhoi oleh Allah SWT.

Menurut ekonomi Islam, strategi promosi yang ditetapkan 212 Mart Kota Banjarmasin sudah sesuai dengan strategi pemasaran syariah. Sejauh ini Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin melakukan strategi promosi sesuai dengan *sharia compliance* yang merefleksikan kebenaran, keadilan dan kejujuran kepada masyarakat. 212 Mart Kota Banjarmasin lebih menekankan promosi terhadap koperasi syariah 212 bukan Gerai 212 Mart itu sendiri. Untuk strategi promosi yang dilakukan yaitu dengan memberikan diskon pada akhir bulan, 212 Mart mempromosikannya lewat media sosial kepada anggota koperasi terlebih dahulu setelah itu baru mempromosikan kepada konsumen yang bukan anggota koperasi syariah.

C. Pembahasan

Dari hasil penelitian diatas diketahui bahwa alasan konsumen melakukan pembelian di 212 Mart Kota Banjarmasin adalah 212 Mart merupakan pusat perbelanjaan modern dan koperasi yang berbasis syariah. Yang membedakan 212 Mart dengan minimarket lainnya adalah 212 Mart ini hanya menjual produk-produk yang berlabel halal saja, tidak menjual produk non halal seperti rokok, minuman keras, alat kontrasepsi dan sejenisnya yang sering dijumpai pada minimarket lain. Kepemilikan 212 Mart tidak perseorangan, harus dimiliki oleh minimal 100 jama'ah. Dalam segi keuntungan, hasil dari penjualan minimarket bukan cuma dinikmati oleh para pemilik toko, tapi juga disalurkan atau akan disumbangkan kepada yang membutuhkan seperti kaum dhuafa, panti asuhan, dan anak yatim, karena berbelanja di 212 Mart bertujuan untuk dunia dan akhirat. Tidak seperti minimarket konvensional pada umumnya, setiap azan berkumandang, 212 Mart harus menutup gerai tokonya selama kurang lebih 15 menit.

Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin tidak lepas dalam melakukan strategi-strategi untuk meningkatkan penjualan khususnya pada strategi pemasaran baik itu dari segi produk, harga, tempat dan promosi. Strategi pemasaran yang dilakukan 212 Mart Kota Banjarmasin dari strategi produk yaitu dengan cara hanya menjual produk yang terjamin kehalalannya. 212 Mart tidak menjual produk non halal seperti rokok, minuman keras, alat kontrasepsi dan sejenisnya yang sering dijumpai pada minimarket lain. Mungkin hal itulah yang menyebabkan konsumen beranggapan bahwa produk yang dijual di 212 Mart

kurang lengkap dan tidak *update* sehingga banyak konsumen yang beralih ke minimarket lain dan hal tersebut sangat berdampak terhadap pendapatan pada 212 Mart Kota Banjarmasin. Padahal hal tersebut dilakukan karena 212 Mart Kota Banjarmasin memegang teguh dalam mengembangkan usaha yang dijalankan untuk menciptakan tempat berbelanja yang memang syariah dengan tidak keluar dari prinsip-prinsip syariat islam. Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin juga memberikan peluang kerja pada usaha rumahan yang produknya memiliki khas tersendiri dan tentunya memiliki label kehalalannya juga.

Selanjutnya dalam menetapkan harga gerai 212 Mart Kota Banjarmasin selalu melakukan dengan cara berdiskusi terlebih dahulu dalam menentukan harga. Gerai 212 Kota Banjarmasin untuk strategi harga, hal yang dilakukan adalah dengan memberikan dengan harga yang relatif murah terjangkau menyesuaikan dari jenis produk dan harus terjamin kualitasnya, serta memberikan potongan harga untuk pelanggan atau konsumen yang menjadi anggota koperasi syariah 212 dan memberikan potongan harga pada beberapa produk untuk konsumen yang bukan anggota koperasi syariah 212.

Sejauh ini Gerai 212 Mart Kota Banjarmasin memiliki tempat atau lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat, tempatnya nyaman, bersih dan rapi. Namun, disekitar 212 Mart Kota Banjarmasin terdapat gerai yang namanya sudah eksis dan yang telah hadir lebih dahulu dibandingkan gerai 212 Mart Kota Banjarmasin sehingga Gerai 212 Mart perlu meningkatkan strategi pemasaran khususnya strategi pemasaran syariat Islam dengan menjamin kehalalan produk yang ditawarkan pada pembeli.

Untuk strategi promosi dari gerai 212 Mart Kota Banjarmasin sendiri menurut penulis masih minim dikarenakan pihak manajemen sendiri lebih fokus untuk mempromosikan dengan cara mengajak konsumen untuk bergabung menjadi anggota di koperasi 212 Kota Banjarmasin, masih kurangnya informasi dan pemahaman yang disebarkan untuk masyarakat kota Jambi, hanya sebatas spanduk di depan gerai, minimnya promosi dan informasi juga menyebabkan masih minimnya pengetahuan masyarakat mengenai gerai 212 Mart Kota Banjarmasin. Terlebih lagi ukuran dari logo gerai 212 Mart Kota Banjarmasin tidak terlalu besar sehingga kurang terlihat jelas jika dilihat pada saat berkendara.