

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Sejarah Singkat PT. Mitra Alam Semesta Indonesia

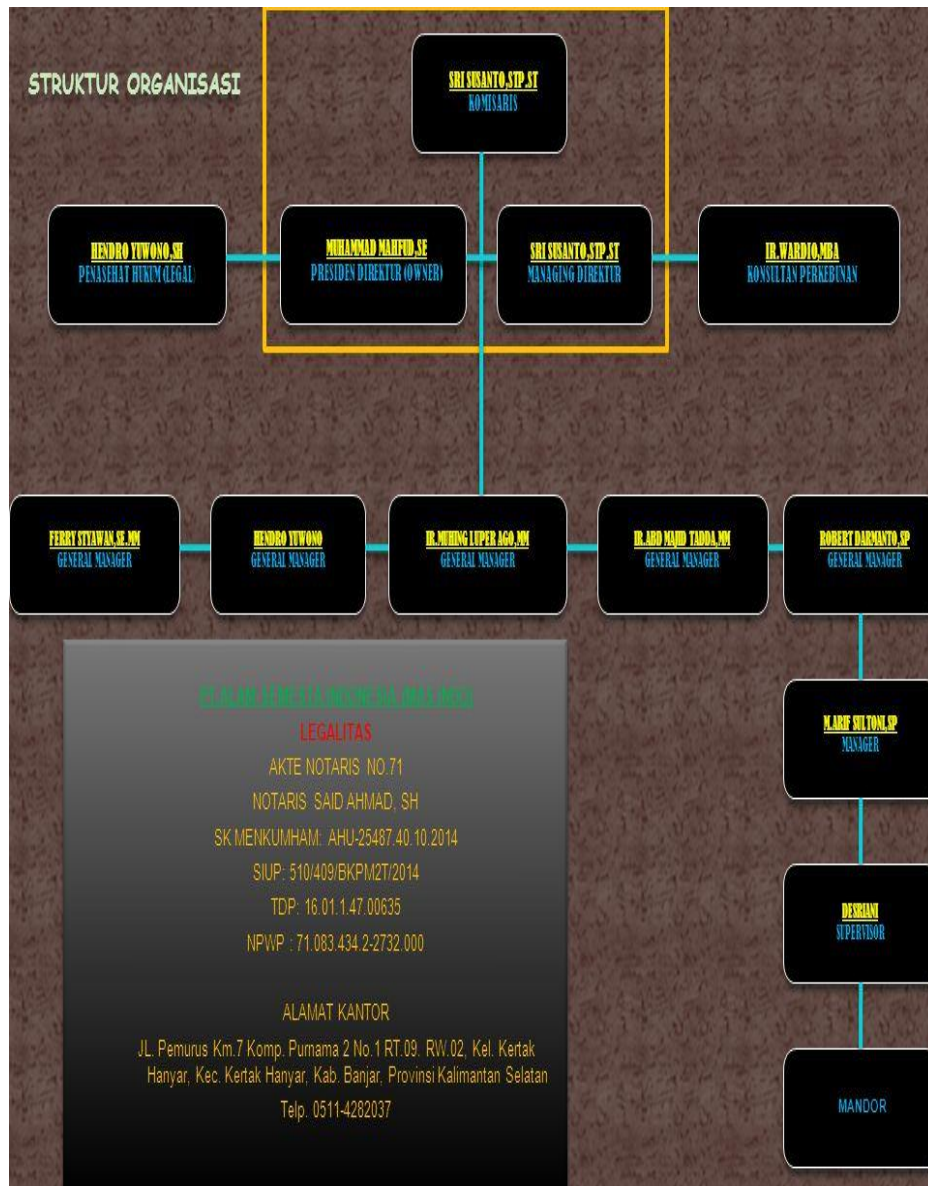
Berangkat dari mengawali bisnis yang lagi trend pada saat itu, budidaya perkebunan gaharu menjadi pilihan. Dengan pertimbangan, produk yang dihasilkan mempunyai nilai jual yang tinggi dan menguntungkan, banyak dibutuhkan pada pangsa pasar internasional dan berkelanjutan mempunyai nilai sosial dan budaya, dan mampu memberikan dampak positif untuk pelestarian alam dan lingkungan.

Bapak M. Mahfud selaku pendiri dari PT. Mitra alam Semesta Indonesia atau disingkat dan dikenal dengan nama Masindo lah yang mendirikan PT. Mitra Alam Semesta Indonesia ini sejak tahun 2014 sampai sekarang. Karena terkenal nya gaharu Borneo atau gaharu kalimantan ini dengan kualitas nya dan juga harganya yang mahal bisa menjadikan bisnis ini memungkinkan berkembang besar, maka Bapak M. Mahfud termotivasi mendirikan PT. Mitra Alam Semesta Indonesia ini dan menjadikan Masindo sebagai central pengembangan budidaya, perkebunan Gaharu yang bergerak di bidang perkebunan sebagai suplayer bibit, distributor, inokulan, exportir dan pengelolaan perkebunan gaharu. Kegiatan usaha pokok yaitu pengadaan bibit, pupuk, alat-alat perkebunan gaharu

Tanaman gaharu ini mempunyai banyak manfaatnya. Salah satu dari hasil pengolahan gaharu yang sangat terkenal pada PT. Mitra Alam semesta Indonesia ini adalah teh gaharu atau yang lebih dikenal teh gaharu Masindo. Bahan pokok dari pembuatan teh gaharu ini yaitu daun gaharunya. Yang mana daun ini mempunyai banyak manfaatnya. Teh Gaharu Masindo mempunyai kandungan secara lab medis berfungsi sebagai antioksidan, antiglikasi, antidiabetes, gizi, dan vitamin E, membantu mendapatkan tidur yang berkualitas.

Berawal dari ibu Risma yang terkena sakit osteoarthritis atau radang pada sendi, pengrusakan tulang rawan akibat tumpuan berat badan, dan juga bapak Mahfud mempunyai keluhan sakit pinggang akibat kecelakaan yang pernah beliau alami namun rasa sakitnya masih terasa, kemudian diberikan saran oleh seorang temannya untuk mengonsumsi daun gaharu. Setelah mengikuti saran tersebut bapak Mahfud dan ibu Risma merasakan khasiatnya. Sakit yang dirasakan mereka berkurang bahkan sudah hilang, dan juga berat badan bu Risma bisa turun. Dari apa yang bapak Mahfud dan istrinya rasakan, mereka mulai mengenalkan kepada orang-orang sekitar olahan daun gaharu berupa daun yang diseduh saja. Orang-orang sekitar pun merasakan khasiatnya juga. Dari orang sekitar inilah disarankan agar membuat olahan dari daun gaharu sebagai minuman berupa teh siap seduh. Beberapa kali mereka mencoba membuat olahan daun gaharu yang dihaluskan sampai mereka menemukan cara pengolahan yang tepat sehingga menjadi teh yang dikenal sekarang yaitu teh gaharu Masindo.

2. Struktur Organisasi



- 1) Sri Susanto, STP. ST sebagai Komisaris
- 2) Hendro Yuwono, SH sebagai Penasehat hukum (Legal)
- 3) Muhammad Mahfud, SE sebagai Presiden Direktur (Owner)
- 4) Sri Susanto, STP. ST sebagai Managing Director
- 5) IR. Wardio, MBA sebagai Konsultan Perkebunan
- 6) Ferry Styawan, SE. MM sebagai General Manager

- 7) Hendro Yuwono, SH sebagai General Manager
- 8) IR. Muhing Luper Ago, MM sebagai General Manager
- 9) IR. Abd Majid Tadda, MM sebagai General Manager
- 10) Robert Daarmanto, SP sebagai General Manager
- 11) M. Arif Sultoni, SP sebagai Manager
- 12) Desriani sebagai supervisor

3. Visi dan Misi

Visi

menjadi industri produk unggulan, melalui usaha kemitraan perkebunan berkelanjutan dalam jangka panjang berbasis pelestarian lingkungan dan mengurangi kerusakan hutan alam Indonesia.

Misi

PT. Mitra Alam Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dibidang agribisnis kemitraan dengan mendasari pada kegiatan konservasi pelestarian alam dan bisnis, dalam operasinya bertanggung jawab secara sosial dan mitranya. Hal ini didedikasikan untuk menyediakan lahan dan produk agribisnis yang unggul dan prospektif melalui partner mitra bisnis yang saling memberikan keuntungan secara proporsional dan maksimal.

4. Informan

1) Nama : Muhammad Mahfud, S.E

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat, tanggal lahir : Grogoban, 22 April 1977

Umur : 44 Tahun

Jabatan : Presiden Direktur (Owner)

Alamat rumah : Jl. Pemurus Komp. Purnama 2 No 1 RT 9 Kertak
Hanyar. Kabupaten Banjar

Telepon : 0812-5122-9229

Pendidikan dan karir beliau: pernah sekolah perawat kesehatan dan sarjana ekonomi. Pernah bekerja 6 bulan sebagai mantri kesehatan. Pernah bekerja 6 bulan sebagai tenaga honor perawat RSUD. Pernah bekerja 10 tahun di *principal* perusahaan farmasi. Sekarang punya perusahaan sendiri yaitu PT. Mitra Alam Semesta Indonesia. Bapak Muhammad Mahfud ini lah selaku pembuat, pemilik dan yang mempunyai inovasi membuat Teh Gaharu Masindo. Dan beliau juga lah yang gencar melakukan pemasaran untuk teh gaharunya sehingga dikenal di luar kota sampai luar Negeri.

B. Analisis Data dan Hasil Penelitian

Dari beberapa defenisi tentang pemasaran penulis menyimpulkan bahwa pemasaran tidak hanya fokus pada peningkatan penjualan saja tetapi membahas keseluruhan dan merencanakan ide-ide dalam memasarkannya, membuat brand atau merk agar dikenal masyarakat, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk dan bagaimana memuaskan konsumendari produk yang di pasarkan.

PT. Mitra Alam Semesta Indonesia hadir dengan produknya yang berupa minuman siap seduh yaitu teh gaharu Masindo. Teh yang terbuat dari bahan

pokok daun gaharu ini hadir untuk memberikan kepuasan pada pelanggan. Manfaat yang dihasilkan bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk membuat produk teh gaharu Masindo ini dikenal dan juga memenuhi kebutuhan orang banyak maka perusahaan ini berupaya untuk merencanakan ide-ide dalam memasarkannya. Menentukan harga yang bisa dijangkau, mendistribusikan teh gaharu Masindo agar mudah dijangkau oleh pembeli, dan mempromosikan teh gaharu Masindo agar menjadi perhatian masyarakat banyak.

Pemasaran mempunyai peranan yaitu sebagai proses sosial untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen dan petukaran nilai suatu produk antara penjual dan pembeli. PT. Mitra Alam Semeta Indonesia memberikan sebuah produk teh gaharu Masindo untuk konsumen sebagai kebutuhan, keinginan dan permintaan di tengah-tengah masyarakat yang akan menjadi nilai tukar berupa harga yang harus dibayar untuk kebutuhan, keinginan dan permintaan terhadap produk teh gaharu Masindo.

Dalam perkembangannya pemasaran mempunyai 5 konsep yaitu konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran, dan konsep berorientasi pada masyarakat. Konsep produksi yaitu jumlah banyak dengan harga murah. Maksudnya yaitu berkeyakinan bahwa konsumen akan mempunyai produk-produk yang tersedia di mana-mana dan harganya terjangkau. Penganut konsep ini.

Syakir Sula mendefinisikan pemasaran syariah sebagai sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari suatu inisiator kepada stakeholdernya, yang dalam keseluruhan

prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam islam. Sepanjang hal tersebut tidak bertentangan atau menyimpang dari prinsip-prinsip muamalah maka bentuk transaksi apa pun dalam bisnis dibolehkan (Firdaus. 2005).

Maka dalam pemasaran syariah tidak boleh ada yang dzalim dan harus harus sesuai akad-akad perjanjian. PT. Mitra Alam Semesta Indonesia dalam pemasarannya sudah sesuai dengan syariat islam. Hal ini dapat dilihat dari penciptaan produknya sudah terjamin kehalalannya. Dalam melaksanakan akad dan prinsipnya dalam berbisnis pun sudah sesuai dengan syariat islam karena tidak pernah mengecewakan rekan bisnisnya. Sehingga sampai saat ini pun beliau masih mempunyai hubungan baik dengan rekan bisnisnya.

Rasulullah dalam bebisnis mempunyai sifat yang membuat berhasil dalam melakukan bisnisnya. yaitu *shidiq* (jujur), *fathanah* (cerdas), *tabligh* (komunikatif). Dalam memasarkan produknya bapak Muhammad Mahfud sudah meniru Rasulullah. Beliau adalah orang yang jujur dalam menyampaikan informasi berupa teh gaharu Masindo dan tidak berlebihan. Pada saat pengiriman barang beliau selalu mecekbarang sebelum dikirim dan memberikan hasil video atau gambar kepada pelanggan bahwa barang siap dikirim sehingga pelanggan pun percaya. Dalam berbisnis beliau adalah orang yang cerdas karena dapat menciptakan sebuah produk bermanfaat yang akan menjadi kebutuhan dan daya tarik untuk masyarakat. Bapak Muhammad Mahfud sangat komunikatif dalam menyampaikan keunggulan-keunggulan dari produknya, sehingga membuat orang menjadi tertarik terhadap teh gaharu Masindo.

Penerapan dari etika bisnis dalam pemasaran Islami yang dioperasikan PT.

Mitra alam Semesta Indonesia:

- a. Memiliki kepribadian yang baik dan spiritual (takwa) sehingga dalam melakukan pemasaran tidak semata-mata untuk kepentingan sendiri melainkan juga untuk menolong sesama. Pemasaran dilakukan dalam rangka untuk melakukan kebajikan dan ketakwaan kepada Allah SWT. dan bukan sebaliknya. Dalam memasarkan teh gaharu Masindo bapak Muhammad Mahfud tidakhanya mencari keuntungan semata dan hanya untuk dirinya sendiri. Beliau juga memberi peluang bisnis kepada petani para petani gaharu. Membuka lapangan kerja juga untuk masyarakat sekitarnya di rumah produksi teh gaharu Masindo. Sehingga memberikan manfaat untuk orang lain juga dan menolong sesama dalam hal perekonomian.
- b. Berlaku adil dalam berbisnis (*'adl*). Sikap adil akan mendekatkan pada nilai ketakwaan. Dalam hal ini bapak Muhammad Mahfud berlaku adil kepada distributor maupun agen yaitu tidak membeda-bedakan dalam meberikan harga produknya karena sudah ada penetapan harganya.
- c. Berkepribadian baik dan simpatik serta menghargai hak dan milik orang lain secara benar. Sikap simpati dan menghargai hak orang lain akan membuat orang lain bahagia dan senang. Islam melarang seseorang membuat mengambil hak orang lain secara batil, tidak baik dan tidak simpatik. Tidak ada yang menyimpang dalam hal ini karena bapak

Muhammad Mahfud dalam berbisnis tidak mengambil hak orang lain. Beliau berfokus pada bisnisnya saja tanpa mengambil hak orang lain.

- d. Melayani konsumen dengan rendah hati (*khidmah*). Rendah hati dan perilaku lemah lembut sangat dianjurkan dalam islam. Dalam hal pelayanan bapak Muhammad Mahfud sudah memperhatikan dan menerapkan hal ini. Beliau melayani distributor, agen maupun pembeli eceran dengan baik.
- e. Selalu menepati janji dan tidak curang dalam pemasaran termasuk dalam penentuan kuantitas barang dan jasa. Hal ini yang selalu di junjung tinggi oleh bapak Muhammad Mahfud. Beliau mecek barang yang akan dikirim apakah benar memang sudah sesuai kuantitas yang dipesan oleh pelanggannya dan selalu tepat waktu dalam hal pengiriman.
- f. Jujur dan terpercaya (*amanah*), tidak menukar barang yang baik dengan yang buruk. Ketika seorang tenaga pemasar mengiklan kan barangnya tidak boleh dilebih-lebih kan atau mengiklankan barang bagus padahal kenyataannya tidak demikian. Hal ini juga berkaitan dengan poin nomor 5 untuk hal kejujuran sehingga dapat dipercaya. Dalam hal mengiklankan produk teh gaharu Masindo pun sudah sesuai tanpa ada melebihi lebihkan produknya.
- g. Tidak suka berburuk sangka dan tidak suka menjel-jelekan barang dagangan atau milik orang lain. Dalam hal ini bapak Muhammad Mahfud adalah pebisnis yang bersaing secara sehat.

- h. Tidak melakukan suap (*risywah*). Melakukan suap menyuap dilarang dalam islam. Tidak hal suap menyuap dalam hal Bisnis yang dilakukan bapakMuhamma Mahfud ini.
- i. Segala bentuk aktivitas ekonomi, termasuk aktivitas pemasaran harus memberikan manfaat pada banyak pihak, tidak hanya untuk individu atau kelompok tertentu saja. Hal ini berkaitan dengan poin 1, peluang kerja terbuka untuk para petani gaharu dan lingkungan sekitar rumah produksi teh gaharu Masindo. Para konsumen pun juga mendapatkan manfaat dari teh gaharu Masindo.
- j. Saling bekerja sama dengan tujuan untuk dapat saling memberikan manfaat menuju kesejahteraan bersama (Idri. 2015).

PT. Mitra Alam Semesta Indonesia juga menerapkan tujuan utama dari *marketing Syariah* atau pemasaran syariah, yaitu:

- a. Me-marketing-kan syariah dimana perusahaan yang pengelolaannya berlandaskan syariah islam dituntut untuk bisa bekerja dan bersikap profesional dalam dunia bisnis. Juga dibutuhkan suatu program pemasaran yang komprehensif mengenai nilai dan value dari produk-produk syariah agar dapat diterima dengan baik, sehingga tingkat pemahaman masyarakat yang masih memandang rendah terhadap perbedaan yang ditawarkan oleh perusahaan yang berbasiskan islami. PT. Mitra Alam Indonesia adalah perusahaan yang mengeluarkan produk teh gaharu Masindo, yang mana produknya adalah produk yang halal. Karena pemasaran lah produk ini

dikenal dan teh gaharu Masindo dapat diterima oleh masyarakat sebagai minuman yang bermanfaat.

- b. Me-marketing-kan dengan mensyariahkan marketing adalah sebuah teknik pemasaran tidak akan serta merta menjalankan bisnisnya demi keuntungan pribadi saja tetapi juga karena usaha untuk menciptakan dan menawarkan bahkan dapat merubah suatu nilai kepada para pengusaha utamanya (Allah SWT, konsumen, karyawan, pemegang saham) (Mubarok. 2017). Sehingga usaha tersebut dapat menjaga keseimbangan laju bisnisnya dan menjadi bisnis yang sesuai dengan konsep islami atau syariah. Tidak hanya untuk kepentingan pribadi semata atau hanya ingin mencari laba yang besar, dengan adanya produk teh gahru Masindo yang dikeluarkan PT. Mitra Alam Semesta Indonesia banyak memberi manfaat baik pada konsumen, karyawan, dan petani gaharunya sendiri.

1. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pemasaran Teh Gaharu pada PT. Mitra Alam Semesta Indonesia

Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan seperangkat alat pemasaran yang paling sering digunakan untuk memajukan perusahaan. Bauran pemasaran atau juga sering dikenal 4P ini berpengaruh terhadap pemasaran teh gaharu Masindo. Dari hasil wawancara penulis dengan pemilik teh gaharu Masindo ini lah penulis dapat menyimpulkan bahwa bauran pemasaran atau *marketing mix 4p* berpengaruh pada pemasaran teh gaharu Masindo. Adapun 4p yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi).

a. *Product* (Produk)

Produk pada penelitian ini yaitu teh gaharu yang mana teh tersebut berbahan dasar daun gaharu yang di olah menjadi teh siap seduh. Karena melihat adanya peluang dari berbagai khasiat yang dimiliki oleh tanaman gaharu ini maka terpikir lah bapak Muhammad Mahfud untuk membuat teh gaharu. Setelah beberapa kali mencoba membuat teh gaharu akhirnya beliau menemukan komposisi yang tepat dan kemudian memproduksinya. Teh ini pun sudah mempunyai izin sebagai minuman yang diperbolehkan diperjual belikan dari dinas perdagangan. Teh gaharu ini juga sudah lulus uji lab. Perbedaan teh gaharu ini dengan teh lainnya adalah pada khasiatnya.

Teh gaharu Masindo mempunyai kandungan secara lab medis berfungsi sebagai antioyidan, antiglikasi, antidiabetes, gizi, dan vitamin C dan membantu untuk orang yang susah tidur atau Insomina. Sehingga teh gaharu Masindo dapat mebantu dan mengobati penyakit diantaranya yaitu seperti kencing manis, darah tinggi, kolesterol, asam urat, insomnia dan laun- lainnya.

Teh ini terbuat dari daun gaharu. Jenis gaharu yang digunakan untuk teh gaharu Masindo ini adalah *Aquilaria Malaccensis*. Daun nya kecil tidak seperti daun gaharu yang bisa tumbuh liar di hutanan. Bibit pohon daun gaharu yang digunakan untuk teh ini bisa dipanen setelah masa lahun. Kemudian daun dipanen bersama dengan batang atau rantingnya. Dijemur atau dikeringkan ditempat yang khusus. Di ruangan khusus daun dikeringkan atau dijemur tidak boleh terkena sinar matahari langsung dan tidak boleh

tekena air juga. Hal ini untuk menjaga kualitas dari daun gaharu yang akan dibuat menjadi teh nantinya. Daun yang dikeringkan tadi pun masih dengan warna yang agak hijau. Setelah semua hasil panen sesuai dengan standar kualitas yang diinginkan daun gaharu di antar ke tempat produksi. Di tempat produksi inilah daun gaharu diolah menggunakan alat-alat khusus yang masih tradisional hingga dikemas menjadi teh yang telah siap untuk dipasarkan. Teh ini dikemas di dalam sebuah kotak yang ber desain khusus dan menarik, namun tidak langsung begitu saja dibuat dalam kotak, teh ini dimasukkan dulu ke dalam kemasasan yang berbahan aluminium foil agar menjaga kualitas teh dan juga terhindar dari udara yang masuk.

Jika teh pada umumnya hanya dinikmati sebagai minuman sebagai pendamping makanan atau pun diminum untuk menemani membaca koran atau sebagai minuman menemani saat duduk-duduk santai, teh gaharu Masindo bukanlah teh biasa saja, karena di dalam teh mengandung daun gaharu yang mana menjadi bahan utamanya mempunyai khasiat untuk kesehatan. Hal ini menjadi minat beli oleh orang-orang untuk membelinya apalagi oleh orang yang mempunyai beberapa keluhan sakit yang dialaminya. Teh ini juga tidak hanya untuk orang yang sakit atau punya keluhan saja tapi bisa dinikmati oleh orang yang tidak mempunyai keluhan sakit juga karena teh ini menyegarkan. Produk yang dikembangkan oleh bapak Muhammad Mahfud ini menarik minat orang yang ingin mencoba dan membuktikan khasiatnya. Produk ini menjadi peluang bisnis yang baik karena merupakan produk yang mempunyai khasiat dan nilai jual di pasaran.

Produksi teh gaharu Masindo ini berkisar 1.000 pack/kotak perharinya. Teh ini sudah pernah mengalami perubahan/pergantian kemasan. Pada kemasan terbaru sekarang ini adalah hasil usulan dari kementerian perdagangan karena teh gaharu Masindo termasuk dalam UMKM terbaik. Agar lebih menarik perhatian lagi dan juga teh ini mempunyai brosur yang mana di dalam brosur tersebut memuat hal-hal yang berkaitan dengan teh gaharu Masindo ini seperti manfaat/khasiatnya.

Penetapan produk yang sesuai syariah haruslah memperhatikan produk itu halal atau tidaknya dan juga kemaslahatannya. Teh gaharu Masindo adalah minuman yang halal untuk di konsumsi dan juga sudah mendapatkan label halal dari MUI. Hal ini juga dilihat dari tempat daun gaharu di lihat dari tempat pertaniannya yang bersih dan terawat dan terhindar dari anjing dan binatang liar lainnya. Dilihat dari segi kemaslahatannya teh ini mempunyai banyak manfaat untuk tubuh.

b. *Price* (Harga)

Teh gaharu mempunyai nilai jual yang sesuai dengan khasiatnya. Harga yang harus di berikan untuk membeli teh gaharu ini terbilang lebih mahal dibanding teh pada biasanya. Karena pada satu pack teh mempunyai harga 16.000.00,- sampai 20.000.00,- pada harga ecerannya. Untuk harga agen yaitu 11.000.00,- dan harga distributor yaitu 10.000.00,- namun untuk dijual ke luar negeri harganya beda lagi. Penuturan dari bapak Muhammad Mahfud sendiri, jika di jual ke luar negeri mencapai 150.000.00,- pada harga

ecerannya. Untuk harga agen mencapai 4 dollar atau skitar 60.000.00,- dan untuk harga distributor pada harag 2 dollar atau sekitar 30.000.00,- an.

Untuk satu pack teh gaharu Masindo berisikan 12 teabag (12 kantong teh celup), 1 teabag bisa dipakai 2-3 kali seduh. Hal ini sangat hemat digunakan tanpa mengurangi manfaatnya. Harga yang diberikan oleh bapak Muhammad Mahfud ini sudah sesuai dengan biaya produksinya dan juga khasiat yang diberikan oleh teh gaharu Masindo. Teh ini juga diharapkan dapat membantu masyarakat kalangan ke bawah untuk mengobati keluhan sakitnya jika dibandingkan membeli obat-obaan yang harganya tentu lebih mahal. Karena pada zaman sekarang sehat itu mahal jika harus mebeli obat-obatannya. Hal ini lah juga yang membuat orang tertarik pada teh gaharu Masindo karena khasiat dan harganya yang bisa dijaungkau oleh orang banyak. Dilihat dari penetapan harga ini sesuai dengan syariah karena menjual dengan harga yang wajar dan tidak melampaui batas wajar, tidak mengambil keuntungan berlebih dengan segala kelebihan dari teh gaharu Masindo.

Omzet yang didapatkan oleh PT. Mitra Alam semesta Indonesia pada Tahun 2021 yaitu: volume produksi 2021= 8,6 ton, nilai penjualannya sebesar 1,9 Milyar

c. *Place* (Tempat)

Produk teh gaharu Masindo diproduksi di rumah bapak Muhammad Mahfud sendiri yang beralamat di Jl. Pemurus KM 7 Komplek Purnama 2 No 1 RT 09 Kertak hanyar Kabupaten Banjar. Di rumah beliau sendiri lah

pembuatan teh gaharu Masindo, yang kemudian akan di distribusikan. Teh gaharu Masindo ini tidak hanya di distribusikan untuk lokal saja yaitu di Kalimantan selatan saja, tetapi juga sudah sampai ke luar pulau hingga luar negeri seperti Malaysia, Kamboja dan Ghana. Produk teh gaharu Masindo ini juga dijual melalui *marketplace* seperti shopee, bukalapak, tokopedia oleh para distributor maupun agen. Jadi para konsumen pun bisa membeli atau memesan teh gaharu Masindo ini melalui *marketplace* yang mereka punya di *handphone* masing-masing. Hal ini juga merupakan peluang untuk teh gaharu Masindo lebih banyak dikenal orang karena jangkauan tempat penjualannya untuk para konsumen membeli teh ini sudah cukup luas dan juga dengan penjualan melalui *marketplace* memudahkan para konsumen untuk membeli karena para konsumen tidak perlu harus keluar rumah untuk mememesannya.

Teh gaharu ini juga mempunyai banyak distributor, agen dan *reseller* dari luar pulau dan luar negeri. Hal ini menunjukkan bahwa memang teh ini banyak diminati orang-orang bahkan ada pelanggan tetapnya. Penetapan lokasi/tempat produksi sesuai strategi dalam islam haruslah memperhatikan aspek kemaslahatan. Lokasi yang digunakan dalam produksi teh gaharu ini adalah rumah pribadi bapak Muhammad Mahfud sendiri dan tidak mengganggu masyarakat sekitar dan produksi teh ini tidak mempunyai limbah yang dapat membahayakan lingkungan. Kemaslahatan dalam produksi ini juga dapat dilihat dari terciptanya lapangan kerja untuk masyarakat sekitar. Untuk tempat pendistribusian kepada distributor dan

agen pun sudah sesuai kesepakatan kerja bersama oleh kedua belah pihak yang bersangkutan yaitu produsen kepada distributor maupun agen.

Pada faktor tempat ini menurut penulis sudah bersih dan rapi hanya saja kurang cukup besar untuk skala produksi teh gaharu Masindo yang mana permintaannya sudah semakin banyak. Bahkan memang sudah ada pelanggan tetap yang meminta dengan jumlah yang sangat banyak. Dengan adanya tempat produksi yang besar maka tempat penyimpanannya pun semakin luas juga.

d. *Promotion* (Promosi)

Awal mula teh gaharu Masindo ini dikenal oleh orang terdekat dan lingkungan sekitar bapa Mahfud saja. Berawal dari mulut ke mulut hingga semakin banyak yang mengetahuinya. Kemudian mulai mengenalkan melalui internet, seperti facebook, instagram dan web juga. Berawal dari facebook lah bapak Mahfud mempunyai pelanggan tetap yang bernama Immanuel dari Ghana, Afrika Barat. Pak Immanuel dari Ghana langsung ke Banjarmasin untuk melihat produksi teh gaharu Masindo. Dari sinilah beliau menjadi Distributor teh gaharu Masindo di Ghana, Afrika Barat.

Bapak Muhammad Mahfud begitu gencar melakukan promosi terhadap teh gaharu Masindo. Beliau mengikuti beberapa kegiatan untuk mengenalkan teh kemasyarakat luas. Beliau juga pernah menjadi narasumber pada acara yang dilakukan di DutaMall. Disini beliau menjadi pembicara menyampaikan tentang teh gaharu ini dan manfaatnya untuk menarik minat orang pada teh gaharu Masindo. Beliau mengambil kesempatan dan

mengikuti acara apapun yang berkaitan untuk memperkenalkan teh gaharu ini. Beliau jugatergabung dalam organisasi: HIPMI Kalsel, HIPMIKINDO, ASNI (Asosiasi Sales Nasional Indonesia), IMA (Indonesia Marketing Association), JAPNAS (Jaringan Pengusaha Nasional). Dari organisasi yang beliau ikutilah sehingga beliau mempunyai banyak teman relasi untuk bisnisnya ini. Usaha teh Gaharu ini juga masuk binaan oleh: Dinas Koperasi dan UKM Kalsel, DISPRINDAG Privinsi Kalsel, dan juga Bank Indonseia Kalsel. Setiap ada acara seperti pameran atau sejenisnya yang diadakan oleh dinas binaan ataupun oleh organisasi yang diikuti, beliau selalu mengikuti acara dan menggunakan kesempatan itu untuk mengenalkan produk teh gaharu Masindo.

Usaha beliau untuk memasarkan teh gaharu Masindo ini terbilang berhasil karena teh ini sudah sampai ke luar pulau dan negeri. Dan mempunyai konsumen yang setia untuk membeli karena memang benar ada khasiatnya. Dalam hal promosi islam membebaskan segala jenis promosi asalkan sesuai dengan tuntunan islam. Promosi yang dilakukan pada teh gaharu Masindo sudah sesuai dengan tuntunan islam hal in karena dalam promosinya tidak ada tadelis (penipuan). Produk teh gaharu Masindo memang mempunyai khasiat utuk tubuh, dalam promosinya pun tidak melebih-lebihkan produk untuk menarik minat orang. Semua sesuai dengan apa yang ada pada produk.

2. Faktor Dominan Yang Memengaruhi Pemasaran Teh Gaharu pada PT. Mitra Alam Semesta Indonesia

Dari bauran pemasaran atau *marketing mix* 4p ini mempunyai faktor dominanan yang menurut saya memengaruhi berhasilnya pemasaran teh gaharu ini berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Muhammad Mahfud. Maka penulis ambil kesimpulan bahwa ada faktor dominan yang memengaruhi pemasaran teh gaharu pada PT. Mitra Alam Semesta Indonesia yaitu pada faktor *product* (produk) dan *promotion* (promosi). Faktor *product* (produk) berpengaruh menurut saya karena produk yang di hasilkan atau dijual memang produk yang dibutuhkan orang karena mempunyai manfaat yang diperlukan hingga menjadi minat beli..

Teh gaharu Masindo mempunyai kandungan secara lab medis sehingga produk diminati oleh orang-orang untuk membelinya. Beberapa pelanggan mengungkapkan khasiat yang dirasakannya ketika rutin meminum teh gaharu Masindo.

Hal ini membuktikan bahwa teh gaharu Masindo memang mempunyai khasiat yang membuat orang berlangganan terhadap teh gaharu Masindo. Hal ini membuktikan bahwa *product* (produk) berpengaruh terhadap pemasaran karena usaha teh gaharu Masindo masih tetap bertahan dan berjalan dan produknya menjadi daya tarik minat beli. Saat ini bapak Muhammad Mahfud sedang mencari tanah untuk membuat pabrik pembuatan teh gaharu ini dalam skala lebih besar lagi. Karena permintaan teh gaharu juga semakin banyak maka tempat produksinya pun harus besar lagi.

Faktor yang juga dominan memengaruhi pemasaran teh gaharu yaitu faktor *promotion* (promosi). Karena faktor ini lah teh gaharu Masindo dapat dikenal oleh orang-orang sehingga orang mengetahui adanya teh gaharu Masindo ini dan juga manfaatnya. Dari beberapa pelanggan yang merasakan manfaatnya maka menimbulkan promosi dari mulut ke mulut juga. Kemudian bapak Mahfud mempromosikan dan menjual teh gaharu Masindo ini melalui internet dan media sosial seperti istagram, facebook dan membuat web/blog untuk produk ini. Produk ini juga dijual melalui *onlineshop* seperti shopee, bukalapak dan tokopedia. Promosi sangat membantu peusahaan sekali agar teh ini dapat dikenali hingga membuat perusahaan juga akan dikenal orang banyak. Produk dapat dipercaya, merek akan lebih dikenal, penjualan akan semakin meningkat. Perusahaan mendapatkan keuntungan dan karyawan pun akan merasakan keberhasilannya dan konsumen pun juga puas serta para petani teh gaharu pun akan merasakan keberhasilannya juga karena terbukanya lapangan kerja untuk masyarakat.

Dari faktor produk yang mempunyai manfaat dan juga halal untuk dikonsumsi dan promosi yang dilakukan oleh PT. Mitra Alam Semesta Indonesia sehingga membuat teh gaharu Masindo ini dapat dikenal orang, hal inilah yang menjadi faktor yang dominan dalam pemasaran teh gaharu Masindo pada PT. Mitra Alam Semesta Indonesia.