

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Industri Kecil Mia Lestari

Industri Kecil Mia Lestari yang beralamat di Jl. Setia Rt. 05 No. 20 Pemurus Dalam Banjarmasin, merupakan salah satu industri rumah tangga yang didirikan pada tahun 1993, yang mana dalam pengelolaannya boleh dikatakan cukup sederhana, karena usaha yang dilakukan pada saat itu sifatnya coba-coba dan jumlah produksinya juga kecil dengan memakai alat produksi yang sangat sederhana pula.

Sebagai perusahaan yang baru didirikan, bidang usaha yang dilakukan adalah memproduksi makanan ringan yaitu berupa kacang telor, akan tetapi setelah mendapat tanggapan positif dari masyarakat yakni bertambahnya intensitas permintaan dari konsumen maka pengelola termotivasi untuk lebih berkonsentrasi dalam mengembangkan usahanya yaitu dengan menambah jenis produk lain seperti kerupuk dan amplang.

Diproduksinya produk tambahan tersebut disebabkan daya saing dengan industri lain (khususnya di Banjarmasin) semakin banyak, disamping didukung oleh mudahnya mendapatkan bahan baku pada saat itu. Dan akan tetapi setelah berjalannya waktu produk yang lebih mendominasi adalah produk amplang, karena permintaan konsumen lebih banyak dibanding dengan produk yang lainnya.

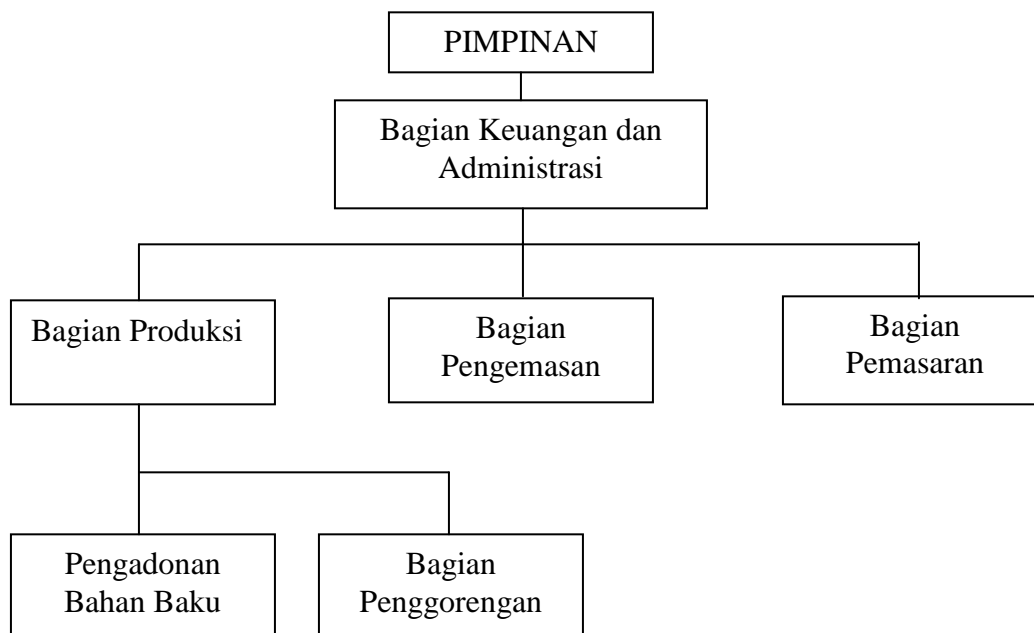
Industri Kecil Mia Lestari merupakan perusahaan perorangan yang dipimpin langsung oleh pemiliknya sendiri yaitu bapak Ir. Ramlan Muhammad Iriansyah. Oleh karena itu

berdasarkan kenyataan diatas maka untuk mendukung operasionalisasi Industri, pihak pengelola yang dalam hal ini pemilik perusahaan mengajukan permohonan izin usaha kepada pemerintah. Permohonan tersebut mendapat respon dan tanggapan dari pemerintah dengan diterbitkannya surat izin usaha dari kantor Departemen Perindustrian Propinsi Kalimantan Selatan Nomor: 03 / Kal - Sel. 02 / LK. 01 / III / 1993 dan surat dari Departemen Kesehatan Nomor : 256 / 16. 01 / VII / 1995. Dengan adanya surat izin tersebut menunjukkan itikad baik dari pihak industri dalam mendorong pengembangan dan peningkatan sektor ekonomi khususnya di bidang industri yang berskala kecil.

Adapun tujuan didirikannya perusahaan ini adalah untuk menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan, sedangkan bagi perusahaan itu sendiri adalah untuk mendapatkan laba perusahaan yang maksimal.

Struktur organisasi pada industri kecil Mia Lestari Cap Perahu Layar di Banjarmasin dapat dilihat pada gambar berikut:

Struktur organisasi Industri Kecil Mia Lestari



1. Pimpinan, Pada perusahaan Industri Kecil Mia Lestari pimpinan perusahaan adalah pemilik perusahaan dimana dia memegang kendali perusahaan dengan sepenuhnya. Pimpinan disini bertugas untuk melakukan kebijakan-kebijakan untuk memajukan perusahaan dan pengambilan keputusan. Maka ia mempunyai tugas dan tanggung jawab dalam mengarahkan semua bidang kerja yang menjadi bawahannya sehingga berada dalam satu kesatuan kerja dalam meningkatkan kemajuan perusahaan yang dipimpinya.
2. Bagian Administrasi dan Keuangan. Pada bagian ini bertugas untuk mengadakan pencatatan-pencatatan atas jumlah barang yang telah masuk dan mencatat segala transaksi penjualan kemudian melaporkannya kepadapimpinan. Selain itu bagian ini bertugas membukukan sejumlah pemasukan dan pengeluaran serta menerima pemasukan keuangan dan pengeluaran keuangan. Dan membantu pimpinan dalam mengatur para anggota bagian lain.
3. Bagian Produksi. Bagian ini bertugas dan bertanggung jawab sepenuhnya terhadap kelancaran proses produksi, sejak penyediaan bahan-bahan yang diperlukan sampai memproses bahan-bahan tersebut menjadi barang jadi. Pada bagian ini juga bertugas untuk memelihara fasilitas-fasilitas dan alat-alat yang digunakan dalam proses produksi serta bertugas untuk memperbaiki apabila peralatan yang digunakan mengalami kerusakan.
4. Bagian Pengemasan. Bagian ini bertugas dan bertanggung jawab dalam pengemasan produk Amplang yang sudah menjadi barang jadi yang siap dimakan, sehingga mejadi terjaga dan kelihatan lebih berkualitas tinggi.
5. Bagian Pemasaran. Bagian pemasaran bertugas membantu dalam program-program pemasaran, melaksanakan program pemasaran dan melaporkan kepada pimpinan. Bagian ini

juga bertanggung jawab menyediakan atau melakukan bahan baku yang diperlukan oleh perusahaan dan bertugas mengadakan pengiriman barang ke daerah-daerah serta melakukan penjualan langsung kepada pembeli/konsumen.

2. Deskripsi Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil riset yang penulis lakukan dengan cara observasi, dokumenter dan wawancara langsung kepada responden, maka dapat diuraikan hasil penelitian sebagai berikut:

a. Identitas Responden

Nama : Ir. Ramlan, M.I.

Pendidikan : Sarjana Perikanan (S1) Universitas Lambung Mangkurat
Banjarbaru

Status Usaha : Milik sendiri

Pekerjaan : Pemilik Industri Kecil Mia Lestari Banjarmasin

Agama : Islam

Jenis Kelamin : Laki-laki

Alamat : Jl. Setia RT. 15 No. 20 Pemurus Dalam Banjarmasin
Kalimantasn Selatan

b. Profil Industri Kecil Mia Lestari

Bisnis Industri Kecil Mia Lestari merupakan Industri yang memproduksi Makanan ringan yakni, Amplang, krupuk dan kacang-kacangan. Akan tetapi produk yang saat ini lebih dominan dan disukai oleh lapisan masyarkat baik anak-anak, para remaja maupun para orang tua adalah produk Amplang , ini disebabkan produk

Amplang lebih Instan dalam mengkonsumsinya dibandingkan krupuk. Sehingga Industri Mia Lestari Banjarmasin sekarang dalam kegiatan produksi lebih kepada produk Amplang.

Selain itu, alasan yang membuat bapak Ir. Ramlan, M.I., dalam produk lebih dominan dalam memproduksi produk Amplang dibandingkan produk Krupuk, kacang-kacangan dan ikan kering, yaitu:

1. Instan, Amplang makanan yang siap saji dibandingkan dengan produk yang lain.
2. Cuaca, Amplang tidak terpengaruh dengan adanya cuaca, baik cuaca panas maupun cuaca hujan.
3. Waktu, dari segi produksi amplang lebih cepat dibandingkan dengan produk lainnya.

Produk Amplang juga merupakan produk yang telah dikembangkan industri Kecil Mia Lestari melalui kemasan yang menarik serta kualitas yang dapat bersaing dengan produk yang sama. Produk Amplang terbuat dari bahan-bahan yang mudah didapatkan dipasaran seperti tepung tapioca, ikan, gula putih, garam, bawang putih, telur, air dan soda kue. Akan tetapi dalam pembuatannya harus mempunyai kreativitas yang dapat menghasilkan produk yang berkualitas tinggi.

Industri Kecil Mia Lestari berlokasi di Jalan Setia RT. 15 No. 20 Pemurus Dalam Banjarmasin. industri Kecil Mia Lestari ini dimiliki oleh pengusaha bernama bapak Ir. Ramlan, M.I., kelahiran Kota Baru, beliau adalah anak pengusaha Amplang dari Kota Baru. Untuk memulai usaha Industri Kecil Mia Lestari ini bapak Ir. Ramlan, M.I hanya mempunyai modal awal Rp. 50.000,- .

Bisnis dibidang produksi Amplang ini dipilih oleh bapak Ir. Ramlan, M.I. karena beliau mempunyai keahlian dan pengalaman yang diperoleh dari orang tua (Hj. Mastinah Thamrin), serta beliau seorang sarjana perikanan yang bisa membantu beliau dalam pemilihan ikan yang dapat menghasilkan produk yang berkualitas tinggi, disamping kurangnya pesaing yang ada di daerah Banjarmasin.

Adapun alasan kota Banjarmasin dipilih sebagai tempat usaha oleh bapak Ir. Ramlan, M.I., yaitu:

1. Banjarmasin kota dengan masyarakat yang konsumtif, baik terhadap suatu produk atau makanan.
2. Pusat pemasaran yang strategis
3. Ketersediannya bahan baku, yakni ikan yang melimpah diBanjarmasin khususnya di Banjar Raya.

Di mulainya usaha Industri Kecil Mia Lestari Banjarmasin pada bulan Desember 1992, kemudian bulan Maret 1993 mendapat Surat Keterangan Usaha dari Dinas Perindustrian Kodya Banjarmasin. Merk Mia Lestari dimabil dari nama anak, karena awal usaha dimulai pada saat pemberian nama anak yang pertama. Mia Lestari dalam perusahaan bermakna Makanan Indonesia Asli yang harus dilestarikan, sedangkan cap Perahu Layar artinya dengan peralatan yang sangat sederhana mampu menghadapi dan mengatasi berbagai macam tantangan, adapun angka “69” pada bungkus amplang adalah bulan dan tahun dimana industri Kecil Mia Lestari berhasil dalam penggunaan berbagai jenis ikan dalam memproduksi amplang serta bulan dan tahun dimulainya pembuatan

sticker pada kotak atau bingkisan Amplang yang sudah dibungkus, yakni bulan 06 tahun 2009.

Adapun omset yang diperoleh tiap bulannya oleh industri Kecil Mia Lestari tidak menentu tergantung jumlah penjualan produk. Akan tetapi dihitung dari segi produksi perhari Industri Mia Lestari dapat menghasilkan 25 kg Amplang dengan harga penjualan berkisar Rp. 60.000,- /kg sehingga total penghasilan berkisar Rp. 1.500.000,- perhari, dengan perkiraan laba bersih perhari sekitar 10-15% setelah dipotong seluruh biaya-biaya dalam operasional, yakni sekitar Rp.150.000,- sampai Rp. 225.000,- / hari. Karena pada industri Kecil Mia Lestari masa kerja hanya 5 hari dalam 1 minggu, jadi penghasilan Industri ini dalam 1 bulan berkisar Rp. 225.000,- X 20 hari menjadi Rp. 4.500.000,-/bulan.¹

Adapun harga jual produk Amplang perkemasan sebagai berikut:

Harga produk Amplang per Gram		
No	Gram	Harga
1	50	Rp. 3.000
2	100	Rp. 6.000
3	150	Rp. 9.000
4	250	Rp. 15.000

¹Hasil Wawancara dengan bapak Ir. Ramlan, M.I. Pemilik industri Kecil Mia Lestari.Banjarmasin Pada tanggal 02 Mei 2011.

Adapun tingkat penjualan industri Kecil Mia Lestari tiap tahun semakin tahun hampir selalu meningkat, yaitu :

Tahun	Volume Penjualan
2008	864 Kg
2009	960 Kg
2010	1200 Kg

Adapun jumlah karyawan pada industri Kecil Mia Lestari Banjarmasin, yaitu:

1. Bagian produksi, jumlah karyawan 4 orang
2. Bagian pengemasan, jumlah karyawan 1 orang
3. Bagian pemasaran, jumlah karyawan 1 orang

Bahan baku untuk produksi Amplang didapatkan dari Banjarmasin seluruhnya, yaitu tepung tapioca, ikan, gula putih, garam, bawang putih, telur, air dan soda kue. Sehingga tidak terlalu banyak biaya transportasi yang diperlukan dalam pembelian bahan baku.

Rutinitas Industri Kecil Mia Lestari Banjarmasin setiap harinya sebagai berikut :

1. Bagian produksi adalah membuat bahan mentah amplang menjadi bahan jadi atau siap saji.
2. Bagian pengemasan adalah mengemas produk Amplang yang sudah siap saji.
3. Bagian Pemasaran adalah memasarkan produk Amplang yang sudah dikemas.

Dalam mencapai sebuah kesuksesan bisnis tentu memerlukan kerja keras, dan dalam meningkatkan penjualan tentu juga perlu cara-cara pemasaran yang harus dilakukan oleh perusahaan, begitu juga pada industri Kecil Mia Lestari, dilihat dari segi produk dan harga industri ini mempunyai cara yang efektif dalam mengatasinya, yaitu dengan cara memilih bahan baku yang murah tetapi berkualitas. Sehingga dapat bersaing dengan industri sejenisnya. Akan tetapi dalam peningkatan volume penjualan industri industri Kecil Mia Lestari mempunyai cara agar dalam penjualan produk Amplang selalu meningkat. Dalam meningkatkan volume penjualan cara yang dapat dilakukan adalah dengan cara promosi yang tepat dan saluran distribusi yang sesuai.

Adapun kegiatan saluran distribusi yang dilakukan oleh industri Kecil Mia Lestari , yaitu :

1. Dengan menjual produk Amplang langsung ke konsumen, kegiatan ini biasanya terjadi dengan cara konsumen langsung datang ke tempat industri Kecil Mia Lestari.
2. Dengan menjual produk Amplang ke toko-toko atau *hypermart*, kegiatan ini dilakukan dengan menjual produk Ampalng ke toko-toko atau *hypermart* yang ada di Banjarmasin dan juga toko-toko yang ada diluar daerah Banjarmasin, seperti Marabahan, Kapuas, Martapura, Binuang, Rantau, Kandangan dan Amuntai.
3. Dengan menjual produk Amplang ke Pengecer, kegiatan ini dilakukan dengan menjual produk Amplang ke Pengecer yang kemudian memasarkan produk Amplang ke kota-kota besar seperti Jakarta dan Surabaya.

Dengan ini Industri Kecil Mia Lestari dalam saluran distribusi memiliki cara yang bermacam-macam yang dilakukan agar mampu meningkatkan volume penjualan produknya. Baik secara langsung ke konsumen, ke toko-toko dan melalui pengecer.

Adapun kegiatan yang dilakukan Industri Kecil Mia Lestari dalam promosi, yaitu:

1. Dengan kegiatan seminar, Industri Kecil Mia Lestari dalam promosi dilakukan dengan kegiatan seminar yang dilaksanakan oleh lembaga-lembaga pemerintah maupun non pemerintah, dimana pimpinan industri Kecil Mia Lestari bisa sebagai Pameteri atau peserta.
2. Dengan kegiatan pameran, Industri Kecil Mia Lestari dalam promosi dilakukan dengan mengikuti kegiatan pameran-pameran, baik dalam kota maupun luar kota.
3. Dengan media televisi, industri Kecil Mia Lestari dalam promosi dilakukan dengan media televisi baik lokal maupun nasional.

Dari kegiatan promosi di atas, Industri Kecil Mia Lestari tidak perlu mengeluarkan biaya apapun, bahkan Industri Kecil Mia Lestari bisa mendapatkan fee dari kegiatan di atas, misalnya kegiatan promosi yang bisa mendapatkan fee adalah kegiatan seminar, selain juga dapat meningkatkan volume penjualan. Begitu juga dengan pameran yang semua dibiaya oleh pemerintah, karena industri Kecil Mia Lestari mempunyai kerjasama yang dapat mendukung Industri Kecil ini dapat terus berkembang. Selain promosi melalui kegiatan pameran dan seminar industri Kecil Mia Lestari juga melakukan promosi melalui Media televisi dimana kegiatan ini terjadi

dengan adanya para media yang datang langsung ketempat produksi Industri Kecil Mia Lestari.

Adapun kendala yang dihadapi Industri Kecil Mia Lestari dalam kegiatan saluran distribusi, yaitu:

1. Belum adanya uang bagi toko yang sudah berlangganan membeli produk Amplang pada waktu penjualan produk dilakukan Kecil Mia Lestari.
2. Banyaknya produk yang sejenis, sehingga banyak produk Amplang yang dijual dalam satu toko.
3. Adanya sifat pemilik toko yang diskriminasi terhadap produk Amplang Industri Kecil Mia Lestari, bahkan menjelekan produk industri Kecil Mia Lestari.
4. Jumlah produk yang diproduksi Kecil Mia Lestari yang terbatas.

Tetapi untuk meminimalisasi kendala dalam rangka peningkatan volume penjualan Industri Kecil Mia Lestari dalam mengantisipasinya sebagai berikut:

1. Untuk toko yang sudah berlangganan Industri Kecil Mia Lestari memberikan waktu tempo dalam pembayaran harga penjualan produk Amplang tersebut.
2. Untuk banyaknya produk sejenis ada dalam satu toko industri Kecil Mia Lestari dalam mengatasinya dengan cara memberikan harga yang lebih murah dibandingkan harga produk sejenis tersebut.
3. Untuk mengatasi adanya pemilik toko yang melakukan diskriminasi dan menjelekan produk Industri Kecil Mia Lestari, akan mencari toko-toko yang baru.

Sedangkan kendala yang dihadapi oleh Industri Kecil Mia Lestari dalam promosi tidak ada, karena Industri Kecil Mia Lestari dalam promosi banyak dibantu oleh lembaga pemerintah dan non pemerintah serta media-media televisi tanpa dipungut biaya bahkan bisa sebaliknya.

B. Analisis Data

Penulis berusaha menganalisis berdasarkan aspek bisnis bukan aspek hukum yang ditimbulkannya, tentang saluran distribusi dan promosi Amplang pada Industri Kecil Mia Lestari Banjarmasin dalam meningkatkan volume penjualan dengan mengacu kepada tinjauan aspek manajemen pemasaran syariah.

Pemasaran adalah sebuah kegiatan sosial atau hubungan antar manusia dalam menciptakan informasi, penawaran dan pertukaran barang atau suatu produk. Manajemen Pemasaran merupakan bentuk muamalah yang diperbolehkan dalam Islam, selama tidak ada dalil yang mengharamkan kegiatan-kegiatan dalam pemasaran tersebut. Di mana manajemen pemasaran tersebut merupakan strategi bisnis yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai dari seorang produsen atau satu perusahaan atau perorangan yang sesuai dengan ajaran Islam

1. Saluran Distribusi dan Promosi Amplang pada Industri Kecil Mia Lestari Banjarmasin dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Dalam dunia bisnis pada saat ini, menjual suatu produk baik barang atau jasa yang bersifat konsumtif maupun produktif, sebuah perusahaan harus mempunyai cara-cara bisnis yang mampu menjaga kelangsungan hidup dan perkembangan bisnis tersebut

bahkan juga harus bisa selalu meningkatkan volume penjualan suatu produk yang perusahaan produksi. Dalam hal ini, perusahaan yang harus mempunyai cara saluran distribusi dan promosi yang efektif dan efisien.

Dengan saluran distribusi dan promosi sebuah perusahaan dapat menyebarkan dan memperkenalkan produk yang ditawarkannya secara lebih luas kepada masyarakat. Begitu juga yang dilakukan oleh Industri Kecil Mia Lestari Banjarmasin dalam pemasaran produk Amplang. Yang semakin tahun semakin banyak perusahaan atau industri yang sejenis.

Adapun kegiatan saluran distribusi yang dilakukan oleh Industri Kecil Mia Lestari, yaitu :

1. Dengan menjual produk Amplang langsung ke konsumen, kegiatan ini biasanya terjadi dengan cara konsumen langsung datang ke tempat Industri Kecil Mia Lestari Banjarmasin. Dalam hal ini Industri Mia Lestari dalam saluran distribusinya lebih kepada penggunaan saluran distribusi yang paling pendek atau langsung kepada konsumen.
2. Dengan menjual produk Amplang ke toko-toko atau *hypermart*, kegiatan ini dilakukan dengan menjual produk Ampalng ke toko-toko atau *hypermart* yang ada di Banjarmasin dan juga toko-toko yang ada diluar daerah Banjarmasin, seperti Marabahan, Kapuas, Martapura, Binuang, Rantau, Kandangan dan Amuntai. Dalam hal ini Industri Kecil Mia Lestari dalam saluran distribusinya menggunakan orang lain dalam menyampaikan produknya kekonsumen atau lebih disebut dengan pengecer yang mana kemudian pengecer menjual produk

Industri Kecil Mia Lestari tersebut langsung kekonsumenakan tetapi dalam saluran ini Industri Kecil Mia Lestari selaku produsen langsung membagi atau mengantarnya produknya ke pengecer.

3. Dengan menjual produk Amplang ke Pengecer, kegiatan ini dilakukan dengan menjual produk Amplang ke Pengecer yang kemudian memasarkan produk Amplang ke kota-kota besar seperti Jakarta dan Surabaya. Dalam hal ini Industri Kecil Mia Lestari melakukan saluran distribusi melalui pengecer yang mana dalam kegiatan ini Industri Kecil Mia Lestari selaku produsen tidak mengantarkan produknya tersebut ke pengecer.

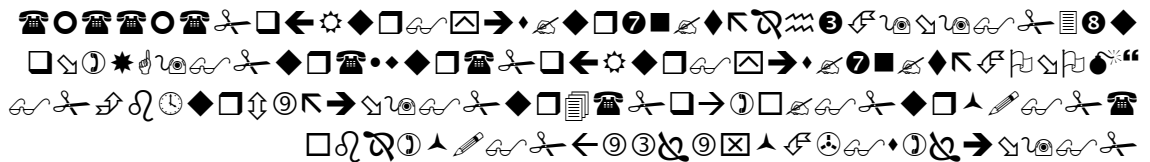
Dilihat dari ketiga uraian di atas, Saluran distribusi yang dilakukan Industri Kecil Mia Lestari dalam pemasaran produk Amplang adalah lebih kepada saluran yang cepat sampai kepada konsumen, yakni hanya menggunakan tahapan-tahapan yang tidak terlalu panjang. Seperti langsung kepada konsumen dan melalui pedagang eceran atau disebut dengan pengecer.

Jadi menurut peneliti, adapun yang juga menjadi alasan industri Kecil Mia Lestari dalam memilih saluran distribusi yang pendek ini, yakni dari produsen langsung kekonsumen dan dari produsen ke pengecer baru kekonsumen adalah :

1. Dari segi biaya, karena semakin panjang saluran distribusi yang digunakan tentu biaya semakin tinggi.
2. Dari segi produk, karena produk yang diproduksi industri Kecil Mia Lestari adalah produk Amplang yang tidak tahan terlalu lama, maka sangat bagus menggunakan saluran distribusi yang pendek.

3. Dari segi pemantauan penjualan, lebih mudah dilakukan karena saluran distribusi yang pendek.

Dalam konsep aspek manajemen pemasaran syariah hal seperti ini dibolehkan asal tidak bertentangan dengan ketentuan-ketentuan syariah. Serta saluran distribusi yang dilakukan Industri Kecil Mia Lestari merupakan sifat tolong menolong yang saling menguntungkan seperti adanya pedagang eceran yang mau membantu penjualan produk Amplang. Karena sifat tolong-menolong sangat dianjurkan dalam Islam. Firman Allah SWT yang berbunyi,



Artinya : *“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan*

takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.” (QS. Al-Maidah: 2).²

Kandungan ayat di atas memberikan suatu tuntunan, bahwa dibolehkan untuk saling tolong-menolong dalam hal apa pun, selama hal itu tidak mengandung unsur dosa dan tidak bertentangan dengan syariah. Termasuk dalam hal saluran distribusi yang dilakukan merupakan suatu sifat kebajikan.

Adapun kegiatan yang dilakukan Industri Kecil Mia Lestari dalam promosi, yaitu:

² Depertemen Agama Repulik Indonesia, *Op. Cit.*, h. 157

1. Dengan kegiatan seminar, Industri Kecil Mia Lestari dalam promosi dilakukan dengan kegiatan seminar yang dilaksanakan oleh lembaga-lembaga pemerintah maupun tidak, dimana pimpinan Industri Kecil Mia Lestari sebagai Pameteri. Dalam hal ini Industri Kecil Mia Lestari dalam promosi mengandalkan undangan-undangan yang diterima oleh Industri ini, yang mana pimpinan Industri Kecil Mia Lestari langsung datang dalam undangan tersebut. Kegiatan promosi ini masuk dalam promosi penjualan.
2. Dengan kegiatan pameran, Industri Kecil Mia Lestari dalam promosi dilakukan dengan mengikuti kegiatan-kegiatan pameran-pameran, baik yang diadakan dalam kota maupun luar kota. Dalam hal ini Industri Kecil Mia Lestari dalam promosi mengandalkan kegiatan pameran yang diikuti Industri ini. Kegiatan promosi ini masuk dalam promosi penjualan.
3. Dengan media televisi, Industri Kecil Mia Lestari dalam promosi dilakukan dengan media televisi baik lokal maupun nasional. Dalam hal ini Industri Kecil Mia Lestari dalam kegiatan promosinya melakukan kegiatan publisitas.

Dilihat dari uraian di atas Industri Kecil Mia Lestari Banjarmasin dalam promosi produk Amplang hanya menggunakan sistem promosi yang hanya sementara, artinya promosi yang dilakukan tidak secara terus-menerus akan tetapi pada waktu-waktu tertentu saja serta tidak menggunakan biaya khusus. Sedangkan kegiatan promosi yang dilakukan seperti pameran, seminar dan melalui media, dari aspek manajemen

pemasaran syariah diperbolehkan karena tidak bertentangan dengan ketentuan-ketentuan syariah.

Islam sangat menganjurkan promosi yang jelas dalam setiap produk, sehingga tidak ada yang tertutupi dalam suatu produk, sehingga tidak ada hal-hal yang dianggap sebagai penipuan akibat ketidakjelasan. Nabi SAW bersabda

حديث ابن عباس رضي الله عنهما قال : نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم : عن بيع الحصة و عن بيع الغرر .
Artinya: *“Diriwayatkan dari pada Ibnu Abbas ra. Katanya: Rasulullah Saw. Melarang jual beli dengan cara melempar batu dan jual beli yang mengandung unsur tipu daya”*, (HR. Muslim).³

2. Kendala yang dihadapi dalam melaksanakan saluran distribusi dan promosi Amplang

Dalam menjalankan kegiatan bisnis tentu tidak terlepas dengan kendala yang dihasilkan dari bisnis itu sendiri. Hal seperti itu merupakan sesuatu yang wajar dalam dunia bisnis, karena dari permasalahan itulah diharapkan pelaku bisnis dapat belajar untuk pengembangan bisnisnya, baik itu untuk bisnis skala besar maupun kecil dan menengah. Begitulah pula pada Industri Kecil Mia Lestari Banjarmasin dalam memasarkan produk Amplang. Semakin sukses suatu perusahaan maka semakin banyak kendala yang harus dihadapinya, walaupun sudah bisa dibilang sukses Industri Kecil Mia Lestari dalam hal keberlangsungan usaha yang cukup lama. Akan tetapi dilapangan Industri ini masih menghadapi kendala dalam saluran distribusi dan promosi dalam meningkatkan volume penjualan.

³ Imam Abu Al Naisaburi, *Op. Cit.*, h. 4.

Adapun yang menjadi kendala yang dihadapi Industri Kecil Mia Lestari Banjarmasin dalam menjalankan saluran distribusi Produk Amplang, yaitu:

1. Belum tersedianya uang bagi toko atau pengecer yang sudah berlangganan membeli produk Amplang pada waktu penjualan produk dilakukan industri Kecil Mia Lestari. Dalam hal ini Industri Kecil Mia Lestari mengalami kendala pada hal keuangan yang tertahan pada para pengecer.
2. Banyaknya produk yang sejenis, sehingga banyak banyak produk Amplang yang dijual dalam satu toko atau pengecer. Dalam hal ini Industri Kecil Mia Lestari mengalami kendala pada masalah persaingan produk sejenis.
3. Adanya sifat pemilik toko yang diskriminasi terhadap produk Amplang Industri Kecil Mia Lestari, bahkan menjelekan produk industri Kecil Mia Lestari. Dalam hal ini Industri Kecil Mia Lestari mengalami kendala pada sifat para pengecer yang tidak terpuji atau tidak beretika.
4. Jumlah produk yang diproduksi Industri Kecil Mia Lestari yang terbatas. Dalam hal ini Industri Kecil Mia Lestari mengalami kendala pada masalah tidak terpenuhinya permintaan atas produk Amplang Industri Kecil Mia Lestari.

Adapun kendala yang dihadapi Industri Kecil Mia Lestari dalam promosi produk Amplang tidak ada, karena Industri Kecil Mia Lestari dalam promosi banyak dibantu oleh lembaga pemerintah dan non pemerintah serta media-media televisi tanpa dipungut biaya bahkan bisa sebaliknya.

Dilihat dari uraian di atas, penulis berkesimpulan bahwa yang menjadi kendala dalam bisnis Industri Kecil Mia Lestari dalam melaksanakan kegiatan saluran distribusi dan promosi hanya terfokus pada kendala di saluran distribusi. Selain hal saluran distribusi yang menjadi kendala dalam meningkatkan penjualan, kendala dari jumlah produk juga menjadi kendala yang terjadi akibat kurangnya biaya produksi dan karyawan yang dimiliki industri Kecil Mia Lestari. Jadi antara saluran distribusi dan jumlah produk yang diproduksi saling berkaitan. Selain itu juga, menurut peneliti industri Kecil Mia Lestari dalam promosi masih mempunyai kendala yang harus di atasi dalam peningkatan volume penjualan, yakni penggunaan promosi seharusnya menggunakan dana khusus dalam peningkatan volume penjualan. Karena dalam promosi banyak kegiatan atau bentuk promosi yang bisa dilakukan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

Ada 6 prosuder yang bisa dijadikan acuan dalam melaksanakan aktivitas saluran distribusi

1. Menganalisis Produk, Analisis produk diperlukan untuk menentukan apakah suatu produk termasuk golongan barang industrial atau barang konsumsi.
2. Menentukan Sifat dan Luasnya Pasar, dalam hal ini beberapa pertanyaan yang perlu dijawab. Siapakah pembeli potensial produk tersebut? Berapakah jumlah mereka? Di mana mereka berada? Apa yang mereka sukai mengenai produk tersebut? Bagaimana kebiasaan-kebiasaan mereka membeli, dan sebagainya. Dari jawaban-jawaban pertanyaan-pertanyaan tersebut ditetapkan luasnya pasar dan aparat distribusinya.

3. Meninjau Penyalur yang Ada, Perlu dilakukan peninjauan terhadap para penyalur yang ada dan yang digunakan oleh para pesaing. Apakah kita dapat meniru, turut menggunakan saluran mereka, atau harus dengan cara lain.
4. Analisis Biaya dan Laba, Didalam memilih saluran distribusi perlu diperhatikan saluran manakah yang mampu melakukan penjualan dalam volume yang besar dengan biaya relatif murah hingga laba dapat diperoleh lebih layak. Penilaian ini tidak hanya diberikan kepada lembaga penyalur yang terdekat dengan produsen tetapi juga kepada rangkaian penyalur sampai kepada pengecer. Jadi pengecer mana, pedagang besar mana, serta agen mana yang mampu melakukan penjualan dalam volume yang besar tetapi biayanya relatif murah sehingga dapat memberikan laba yang relatif besar.
5. Kerjasama dan Memotivasi Penyalur, Kerja sama yang sebaik-baiknya harus ada antara produsen dengan para penyalur. Pabrikan harus membantu kesulitan-kesulitan para penyalurnya dalam batas-batas tertentu. Sebaliknya para penyalur harus melaksanakan penyaluran dengan sebaik-baiknya dan jika gagal dalam usahanya maka akan dipikul sendiri.

Secara terus-menerus para penyalur harus dimotivasi agar mereka bekerja sebaik mungkin. Syarat-syarat yang menuntut mereka menjadi anggota sudah merupakan motivasi tersendiri. Untuk itu produsen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan masing-masing penyalur dengan motivasi positif, seperti margin laba yang ringgi, tunjangan iklan, sokongan pemesan dan sebagainya.

6. Mengevaluasi Penyalur, Secara berkala produsen harus mengevaluasi prestasi penyalur berdasarkan tolok ukur tertentu seperti pencapaian target penjualan, tingkat persediaan

rata-rata, waktu penyerahan pada langganan, penanganan barang-barang yang rusak dan hilang, kerja sama dalam bidang promosi, pendidikan dan pelatihan serta pelayanan yang harus diberikan pada langganan. Pada setiap akhir periode daftar prestasi diedarkan pada para penyalur. Dengan demikian akan mendorong penyalur bertindak yang lebih baik. Penyalur yang unggul akan berusaha mempertahankan prestasi.⁴

Adapun cara untuk menghadapi kendala Industri Kecil Mia Lestari seperti diuraikan di atas sebagai berikut:

1. Untuk toko yang sudah berlangganan Industri Kecil Mia Lestari memberikan waktu tempo dalam pembayaran harga penjualan produk Amplang tersebut. Pemberian tempo pembayaran ini biasanya terjadi kepada pelanggan yang dianggap jujur dan mempunyai kemampuan dalam membayar pada jatuh tempo yang dijanjikan. Dan biasanya juga pelanggan ini termasuk toko yang sudah lama sebagai pelanggan.
2. Untuk banyaknya produk sejenis ada dalam satu toko industri Kecil Mia Lestari dalam mengatasinya dengan cara memberikan harga yang lebih murah dibandingkan harga produk sejenis tersebut. Sehingga produk Amplang Industri Kecil Mia Lestari dapat bersaing dengan produk sejenis tersebut.
3. Untuk mengatasi adanya pemilik toko yang melakukan diskriminasi dan menjelekkan produk Industri Kecil Mia Lestari, Industrikan mencari toko-toko yang baru. Jadi dalam hal ini yang dilakukan adalah mencari toko yang baru, yakni mencari pelanggan baru.

⁴Irawan, dkk, *Op. Cit.*, h. 142-144.

Dengan adanya kendala dalam hal saluran distribusi tersebut, maka disinilah kemampuan, kreativitas dan keuletan dalam berbisnis dituntut, guna dapat bertahannya bisnis tersebut dalam persaingan umum dan khusus ketepatan dalam pelaksanaan saluran distribusi dan promosi. Yang mana konsep manajemen pemasaran syariah dituntut dalam mempertahankan suatu bisnis sebaik mungkin. Dalam manajemen pemasaran syariah cara pemasaran yang digunakan tidak boleh keluar dari kaidah-kaidah Islam.

Dalam pemasaran syariah tanggung jawab seseorang pemasar, tidak berakhir hanya kepada perusahaan tetapi juga mempertanggung jawabkan segenap produk dan proses pemasaran, khususnya dalam kegiatan saluran distribusi dan promosi dihadapan Allah SWT. Karena pemasaran merupakan salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah.

Dan dalam konsep pemasaran syariah, unsur spiritual harus dimunculkan, sebab pemasaran spiritual muncul karena adanya “bisikan nurani” dan “panggilan hati”. Sehingga memunculkan aspek kejujuran, empati, cinta dan kepedulian terhadap sesama di mana konsep pemasaran spiritual merupakan “inti” dari konsep pemasaran syariah.

Dalam pemasaran khususnya kegiatan saluran distribusi dan promosi yang dilakukan perusahaan baik oleh pemilik, pemasar dan pesaing hendaklah menerapkan prinsip-prinsip yang diajarkan Islam. Seperti prinsip keadilan, kejujuran, transparansi,

etika dan moralitas yang merupakan napas dalam setiap bentuk transaksi bisnis. Firman Allah SWT yang berbunyi,



Artinya : *“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”*. (QS. An-Nahl: 90).⁵

3. Tinjauan Aspek Manajemen Pemasaran Syariah

Dalam menjalankan suatu bisnis tidak lepas dengan kegiatan pemasaran, karena dengan adanya pemasaran inilah suatu bisnis tersebut bisa berjalan, akan tetapi dalam pemasaran syariah ada beberapa prinsip yang harus dilakukan dalam kegiatan bisnis.

Ada 4 (empat) prinsip yang harus dimiliki oleh setiap pelaku bisnis dalam berbisnis yaitu:

1. Prinsip kerelaan/suka sama suka, yakni salah satu dasar yang sangat penting dalam proses terjadinya suatu transaksi dalam bisnis yang merupakan kegiatan manusia yang bersumber dari keinginan hati dari berbagai pihak yang terlibat

⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, *Op. Cit.*, h. 415.

dalam transaksi bisnis tersebut, tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Sehingga pada akhirnya tidak adanya terjadi penyesalan, kekecewaan dan gugutan di akhirnya nanti. Dalam hal ini Industri Kecil Mia Lestari dalam bertransaksi tidak menggunakan cara-cara pakasaan atau tipuan, baik kepada konsumen maupun kepada pengecer, bahkan sebaliknya sangat menjaga akan prinsip bertransaksi secara suka sama suka tanpa ada unsur paksaan atau pun tipuan.

2. Prinsip kejujuran, yakni merupakan prinsip dasar yang juga harus dimiliki oleh setiap pelaku bisnis, dalam kegiatan transaksi bisnisnya harus dilandasi pada kejujuran dari semua yang pihak yang terkait dalam transaksi tersebut. Dengan kejujuran dapat menimbulkan kepercayaan dari berbagai pihak, sehingga suatu bisnis dapat berjalan dalam waktu yang panjang. Begitu juga dalam kegiatan saluran distribusi dan promosi harus dilandasi dengan prinsip kejujuran. Dalam hal ini Industri Kecil Mia Lestari dalam saluran distribusi dan promosi sangat menjaga prinsip kejujuran ini, baik dalam informasi yang disampaikan maupun produk yang ditawarkan sesuai dengan kebenarannya.
3. Prinsip keadilan dan halal, yakni dalam bisnis sikap adil dan halal juga harus dimiliki oleh setiap pelaku bisnis, karena bisnis yang didasari dengan sikap adil dan halal akan menimbulkan kepuasan baik bagi pelaku bisnis itu sendiri maupun para konsumen yang terlibat dalam bisnis tersebut. Bisnis yang tidak diiringi dengan keadilan dan kehalalan akan menimbulkan tidak terwujudnya penyimpangan bisnis dengan konsep syariah. Dengan penerapan prinsip keadilan

dan kehalalan adalah bagian dari cara memperoleh kerihdaan Allah SWT. yang merupakan tujuan dari adanya pemasaran syariah. Dalam hal ini Industri Kecil Mia Lestari dalam memproduksi produknya tidak menggunakan suatu yang bahan yang tidak halal, selain itu juga dalam kegiatan bisnisnya juga menjalankan prinsip keadilan kepada karyawan yakni dengan pemberian upah yang sesuai dengan hasil yang diperoleh para karyawan tersebut.

4. Prinsip Kehati-hatian, hal yang juga tak kalah pentingnya untuk dimiliki oleh setiap pelaku bisnis adalah prinsip kehati-hatian karena berfungsi untuk menghindari unsur penipuan dan hal-hal yang tidak diinginkan yang tidak dibenarkan oleh syariah dan juga berfungsi untuk menjaga niat baik pihak-pihak yang termasuk dalam transaksi, agar tidak ada kesalah pahaman atau gugatan di waktu yang akan datang. Dalam hal ini Industri Kecil Mia Lestari juga melaksanakan prinsip kehati-hatian, yakni dengan selalu mencatat transaksi yang terjadi.

Adapun seperti yang dijelaskan dalam bab dua dalam pemasaran, ada empat karakteristik pemasaran syariah yang dapat menjadi panduan bagi pemasaran, yaitu:

1. Theistis (*rabbaniyyah*) artinya berdasarkan ketuhanan, yakni satu keyakinan yang bulat bahwa semua gerak-gerik manusia selalu berada dibawah pengawasan ilahi, yang maha kuasa, maha pencipta, maha pengawas. Industri Kecil Mia Lestari dalam menjalankan bisnisnya selalu menyadari bahwa ada tuhan yang melihat kegiatan bisnisnya, sehingga menimbulkan sifat untuk selalu berbuat yang terbaik dalam bisnisnya.

2. Etis (*akhlaqiah*) artinya semua perilaku berjalan diatas normal etika yang berlaku umum. Etika adalah kata hati dan kata hati adalah kata yang sebenarnya. Industri Kecil Mia Lestari dalam melaksanakan bisnis juga menjaga etika baik kepada karyawan maupun konsumen.
3. Realistis (*al-waqi'iyah*) artinya sesuai dengan kenyataan. Semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita, tidak membeda-bedakan orang, suku, warna kulit, semua tindakan penuh dengan kejujuran. Industri Kecil Mia Lestari dalam bisnis juga tidak membeda-bedakan konsomen serta memberikan informasi tentang produknya sehingga tidak ada kebohongan.
4. Humanistis (*al-insaniyah*) artinya berperilaku kemanusiaan, hormat menghormati sesama, pemasaran berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik. Jangan sampai kegiatan pemasaran malah sebaliknya merusak dan mengganggu masyarakat. Industri Kecil Mia Lestari dalam melaksanakan bisnis melaksanakan yang namanya humanitas.

Dengan melihat uraian dan penjelasan di atas kegiatan bisnis yang dilakukan Industri Kecil Mia Lestari dalam produk Amplang baik dari segi saluran distribusi maupun promosi, cara menghadapi kendala saluran distribusi dalam pemasaran produknya guna meningkatkan volume penjualan dengan menganalisis mengacu kepada konsep aspek manajemen pemasaran syariah, tidak ditemukan adanya unsur penyimpangan dalam kegiatan saluran distribusi maupun promosi yang dilakukannya dari konsep yang diajarkan oleh aspek manajemen pemasaran syariah tersebut.