

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi merupakan hal penting bagi kelangsungan hidup dari suatu perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan yang efektif dan efisien, perusahaan harus bisa menghadapi setiap masalah-masalah atau hambatan yang datang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Pemasaran merupakan “suatu seni menjual produk”, sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran merupakan proses penjualan yang dimulai dari perancangan produk sampai setelah produk tersebut terjual. Dalam ekonomi Islam, dikenal dengan adanya pemasaran syariah dimana pemasaran ini merupakan tingkatan paling tinggi dalam pemasaran, yaitu spiritual marketing, dimana etika, nilai-nilai, dan norma dijunjung tinggi.¹ Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha. Oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana usaha. Hal ini dapat dilakukan jika ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan yang mereka produksi.

Strategi Pemasaran Islami memiliki posisi yang strategis, karena pemasaran Islami merupakan salah satu strategi yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadits. Pemasaran Islami merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values (nilai) dari satu inisiator (pemrakarsa) kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Islam dan muamalah dalam Islam.

¹Arthur A. Thompson, *Strategy Core Concepts, Analytical Tools, Reading, United States of America*: McGraw-Hill/Irwin, hal. 2

Dengan Bertambahnya penduduk di Indonesia meningkatkan kebutuhan perumahan yang besar pula. Luasnya lahan yang tersedia di Indonesia membuat pembukaan perumahan baru semakin banyak dan sangat bervariasi. Kebutuhan akan perumahan ini disesuaikan dengan penghasilan penduduk Indonesia dari ekonomi lemah hingga ekonomi atas.

Pada masa sekarang ini, pertumbuhan sektor perumahan terbilang sangat pesat pertumbuhannya didorong oleh meningkatnya permintaan masyarakat akan perumahan yang sesuai dengan tingkat kebutuhannya. Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk setiap tahunnya maka pengembangan dari sektor properti akan semakin pesat dan sangat beragam.

Perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan sarana dan prasarana lingkungan. yang berfungsi sebagai tempat tinggal yang layak dihuni, sarana pembinaan keluarga, cerminan harkat dan martabat penghuninya, serta asset bagi pemiliknya.

Pertambahan penduduk menyebabkan meningkatnya kebutuhan perumahan. Disisi lain, semakin lama ketersediaan lahan untuk ditinggal semakin sempit, mengakibatkan harga tanah dan rumah semakin mahal. Pada akhirnya banyak orang yang tidak mampu membeli rumah, hanya mampu menyewa atau mengontak rumah

Strategi merupakan suatu pendekatan yang semua berkaitan dengan pelaksanaan, perencanaan serta eksekusi dalam aktivitas yang memiliki waktu tertentu. Strategi yang baik ada pada koordinasi dalam tim kerja, serta melakukan identifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip pelaksanaan gagasan yang rasional, efisien dalam melakukan pendanaan, serta mempunyai cara untuk mencapai sebuah tujuan secara efektif dan efisien. Dan perusahaan harus bisa menghadapi setiap masalah-masalah atau hambatan yang datang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan.

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha. Oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana usaha. Hal ini dapat dilakukan. Jika ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan yang mereka produksi.

Tabel 1.1

Perbandingan perumahan dari segi harga, luas rumah, lokasi pada perumahan Bahari Residence, de tanjung raya Residence (D'tar), Sakinah Residence

Nama Perumahan	Lokasi Rumah	Harga	Luas Rumah
Bahari Residence	Lokasinya strategis perumahan berada di daeran pedalaman yang jauh dari akses umum	kurang lokasi berada di 36/77(Subsidi) 150.500.000	Luas bangunan: 36m ² Luas lahan: 77m ²

De Tanjung Raya Residence	Lokasinya sangat strategis berada di jalan pantura, tepatnya di jalan raya panglima Sudirman No,1 Dusun Tanjung kidul, Karanganyar paiton	Tipe 30/66(Subsidi) 150.500.000 Tipe 32/64(Sibsidi) 150.500.000	Tipe 30/66m ² Luas Bangunan: 30m ² Luas Lahan: 66m ² Tipe 32/64m ² Luas Bangunan: 32m ² Luas lahan: 64m ²
Sakinah Residence	Lokasinya sangat strategis berada di utara jalan pintura. Tepatnya di jalan raya paiton, Desa Sumberanyar, kecamatan paiton	Tipe 32/72(Subsidi) 150.000.000	Luas Bangunan: 32m ² Luas Lahan: 72m ²

Berdasarkan dari perbandingan perumahan-perumahan diatas disimpulkan dari segi lokasi Bahari residen kurang strategis dari perumahan diatas tetapi banyak orang peminat karena dilihat dari tipe lebih luas bangunan dan lahan dari perumahan yang lain.

Rumah dalam Pandangan Islam Betapa besar kedudukan rumah dalam kehidupan manusia menurut pandangan Islam. Rumah yang bisa ditempati seseorang adalah salah satu nikmat yang Allah anugraahkan kepada kita. Allah berfirman:

إِقَامَتِكُمْ وَيَوْمَ ظَعْنِكُمْ يَوْمَ تَسْتَخَفُوهَا يُبَيِّنُهَا لَكُمُ الْآيَاتُ الْكُرْبَىٰ وَالْحَمَلُ الْكُنَىٰ ۚ وَجَعَلْنَا بَنِي إِسْرَائِيلَ كُفَّارًا كَذِبًا ۖ وَجَعَلْنَا لَهُمْ رِجَالًا مِّنْ دُونِ آلِهَتِهِمْ لِيُقَرَّبُوا إِلَيْهِمْ ۚ وَاللَّهُ يَبْدَأُ مَا يَشَاءُ ۚ وَاللَّهُ عَلِيمٌ ذَكِيمٌ ۚ وَإِن يَرَوْا كِسْفًا مِّنَ النُّجُومِ سَاقِطًا فَلْيَحْسَبْهُ إِحْسَابًا أَجْمَعًا ۚ وَجَعَلْنَا لِكُلِّ قَوْمٍ نُّجُومًا يَتَّبِعُونَ بِهَا أَشْجَارًا وَأَعْنَاقَ الْبُكَارِ وَأَصْوَارًا يَتَكَبَّرُونَ فِيهَا ۚ وَإِن يَرَوْا كِسْفًا مِّنَ النُّجُومِ سَاقِطًا فَلْيَحْسَبْهُ إِحْسَابًا أَجْمَعًا ۚ وَجَعَلْنَا لِكُلِّ قَوْمٍ نُّجُومًا يَتَّبِعُونَ بِهَا أَشْجَارًا وَأَعْنَاقَ الْبُكَارِ وَأَصْوَارًا يَتَكَبَّرُونَ فِيهَا ۚ وَإِن يَرَوْا كِسْفًا مِّنَ النُّجُومِ سَاقِطًا فَلْيَحْسَبْهُ إِحْسَابًا أَجْمَعًا ۚ

Artinya: Dan Allah menjadikan bagimu rumah-rumahmu sebagai tempat tinggal dan dia menjadikan bagi kamu rumah-rumah (kemah-kemah) dari kulit binatang ternak yang kamu merasa ringan (membawanya) di waktu kamu berjalan dan waktu kamu bermukim dan (dijadikan-Nya pula) dari bulu domba, bulu onta dan bulu kambing, alat-alat rumah tangga dan perhiasan (yang kamu pakai) sampai waktu (tertentu). (Q.S. An-Nahl:80)².

Salah satu contoh strategi diferensiasi adalah strategi pemasaran berbasis syariah. Strategi pemasaran berbasis syariah adalah strategi yang di dalamnya menggunakan unsur-unsur :

1. Menciptakan kebahagiaan bagi diri sendiri dan orang lain
2. Menolong masyarakat yang tidak beruntung
3. Peduli terhadap lingkungan
4. Menjamin keamanan konsumen
5. Terbuka, integritas dan jujur, tanggung jawab, rendah hati, kreatif dan bisa di percaya.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran ada beberapa tujuan yang akan di capai baik tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. Dalam jangka pendek biasanya untuk

² Al-Qur'an Terjemah, (Jakarta, almahira, 2015), 276

menarik konsumen. Sedangkan jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada³.

Di lihat dari situasi para pelaku bisnis property berlomba-lomba dalam memenuhi permintaan pasar. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antara perusahaan, baik karena pesaing yang semakin bertambah, volume produk yang semakin meningkat, maupun bertambahnya penduduk dari daerah lain. Hal ini memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar perusahaan mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus di terapkan dalam

Bisnis perumahan ini adalah salah satu bisnis property yang berada di desa Sumberanyar kecamatan Paiton kabupaten probolinggo, usaha ini cukup banyak peminat dari daerah lain. Selain kualitasnya yang bagus harga juga lebih murah. Pelayanan di perusahaan ini baik, ramah, dan sopan. PT. Bahari Residence menjadi menarik di teliti karna strategi yang digunakan melalui 5 P marketing mix (bauran pemasaran) yang terdiri dari produk (product), harga (price), tempat (place) dan promosi (promotion), pelayanan.

Namun hal ini Perumahan Bahari Residence mengalami perkembangan yang cukup baik dan kadang mengalami penurunan. Melihat kondisi ini maka bisnis ini memerlukan adanya perancang strategi pemasaran usaha yang tepat, agar mampu bersaing dengan bisnis property lain.

³ Kasmir, *Manajemen perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 168

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik memilih judul skripsi “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Perumahan Dalam Perspektif Islam” Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha. Oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana usaha.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas maka dapat ditarik beberapa masalah yang berkaitan dengan Strategi pemasaran, maka penulis memaparkan sebagai berikut:

1. Perlu penelitian lebih mendalam mengenai Strategi pemasaran dengan adanya lokasi yang kurang strategis karena berada di lokasi yang jauh dari jalan pantura

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis paparkan di atas, maka inti permasalahannya yaitu :

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam?
2. Apa saja kelebihan dan kekurangan pelaksanaan strategi penjualan perumahan?

D. Tujuan Penelitian

Agar peneliti ini dapat terselesaikan maka peneliti perlu tau tujuannya sehingga dalam penelitian nanti sesuai dengan yang direncanakan.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, sehingga penulis dapat memaparkan di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan dalam perspektif ekonomi islam.
2. Mendeskripsikan hambatan pelaksanaan strategi penjualan perumahan.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Sebagai sarana belajar untuk memperluas pengetahuan dan keterampilan.

Dengan terjun langsung dalam bidang manajemen pemasaran dalam dunia berwirausaha.

2. Bagi kampus

Peneliti di harapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam untuk penelitian dimasa yang akan datang.

3. Bagi instansi

Bagaimana perusahaan diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk menentukan langkah yang sebaiknya diambil dalam mengatur strategi-strategi pemasaran dimasa yang akan datang dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam hal strategi pemasaran.

F. Penelitian Terdahulu

Penyusun menemukan beberapa penelitian yang mempunyai kemiripan dengan judul yang diangkat dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan perumahan dalam perspektif islam.

1. Kamaruddin, 2017, Strategi pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan Gas Elpiji perspektif ekonomi islam pada distributor Gas Elpiji UD. Kamus Jaya Kabupaten Jeneponto. Penelitian ini berfokus pada tinjauan strategi pemasaran terhadap volume penjualan Gas Elpiji perspektif islam. penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif, dengan menggunakan informan untuk melakukan wawancara dan observasi menggunakan pendekatan studi kasus. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. data primer yaitu informasi yang bersumber dari pengamatan langsung dari lokasi penelitian setelah melakukan observasi dan wawancara. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumentasi atau studi kepustakaan untuk melengkapi data-data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan penelitian lapangan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Strategi pemasarannya sudah sesuai dengan aturan islam. Karena pemilik agen gas elpiji selalu memperhatikan kualitas produk yang dijual kepada masyarakat. Ketika adanya kesalahan dalam bongkar muat menyebabkan berkurangnya jumlah takaran yang dibeli konsumen, maka pihak agen tidak menjual tabung tersebut⁴.
2. Klarisa Deo Saputri 2018, Analisis Strategi pemasaran perumahan Syariah ditinjau dari segi marketingmix 7P

⁴ Kamaruddin, *Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam pada Distributor Gas Elpiji UD*. Kamus Jaya Kabupaten Jeneponto, Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2017

strategi pemasaran yang dilakukan Kirai Park Residence untuk memasarkan produknya sudah sesuai dengan Marketing Mix 7P's dalam upaya meningkatkan market share perumahan syariah Kirai Park Residence. Pihak pemasaran melakukan strategi Marketing Mix 7P yang meliputi product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence. Semua aspek marketing mix 7P yang berperan penting dalam meningkatkan market share di Kirai Park Residence ada pada aspek promosi melalui pameran perumahan syariah, membuka booth di Islamic book fair, komunitas pengajian, media social, website dan lain-lain.⁵

3. Irfan Zevi, 2018, Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk pada PT. Proderma sukses mandiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi strategi pemasaran pada PT. Proderma sukses mandiri khususnya bauran pemasaran (marketing mix) yang diterapkan perusahaan. Untuk mengetahui hasil analisa kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan serta gambaran strateginya sehingga dapat diaplikasikan untuk peningkatan penjualan produk. Dengan menggunakan teknik penelitian SWOT, matriks, EFAS, dan IFAS serta diagram cartecius. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu studi kasus yang menghasilkan data-data deskriptif yang dituangkan dalam kata-kata. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini penulis melakukan kunjungan langsung ke PT. Proderma sukses mandiri untuk melakukan wawancara pribadi dengan Direktur utama bapak

⁵ Klarisa Deo Saputri, *Analisi Strategi Pemasaran Perumahan Syariah di Tinjau dari Segi Marketing Mix 7P.* (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018)

Sumarwoto dan dilengkapi dengan data-data penjualan beberapa tahun kebelakang. Kesimpulan dari analisis yang dilakukan pada strategi pemasaran PT. Proderma adalah perusahaan telah menjalankan strategi pemasaran dengan benar dan tepat dan pada perhitungan analisis SWOT yang dituangkan pada diagram cartesius proderma berada diposisi kuadran 1 yaitu Growth. Yang mana perusahaan dapat mengembangkan, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar masyarakat terus percaya pada produk proderma. Perusahaan telah memenuhi karakter dan paradigma pemasaran syariah dengan memenangkan mind share, market share dan heart share. Meskipun dari sisi variabel produk pada marketing mix, produk PT. Proderma sedang dalam pengurusan sertifikat halal dari MUI. Tetapi dalam sisi kegiatan proses pemasarannya perusahaan ini jujur dengan apa yang ditawarkan dan tidak berlebihan.

