

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Profil Percetakan Citra Pamekasan

Pemilik percetakan citra pamekasan Ach Syafi`ul, Percetakan citra pamekasan berdiri pada tahun 2010 hingga sekarang, dengan jumlah karyawan 15 karyawan. Percetakan citra terletak di Desa Laden Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan.

Terdapat beberapa produk yang ada di percetakan citra pamekasan yaitu sebagai berikut:

1. Kertas A3, A4
2. Undangan
3. Brosur
4. Penjilidan.

1. Pemasaran Dan Pelanggan Percetakan Citra Pamekasan

Pemasaran percetakan citra pamekasan yaitu terhadap masyarakat pada umumnya, adapun tempat-tempat yang menjadi pemasaran percetakan citra yaitu sekolah, kantor, dan juga datang kerumah konsumen dengan cara menyebarkan brosur.¹

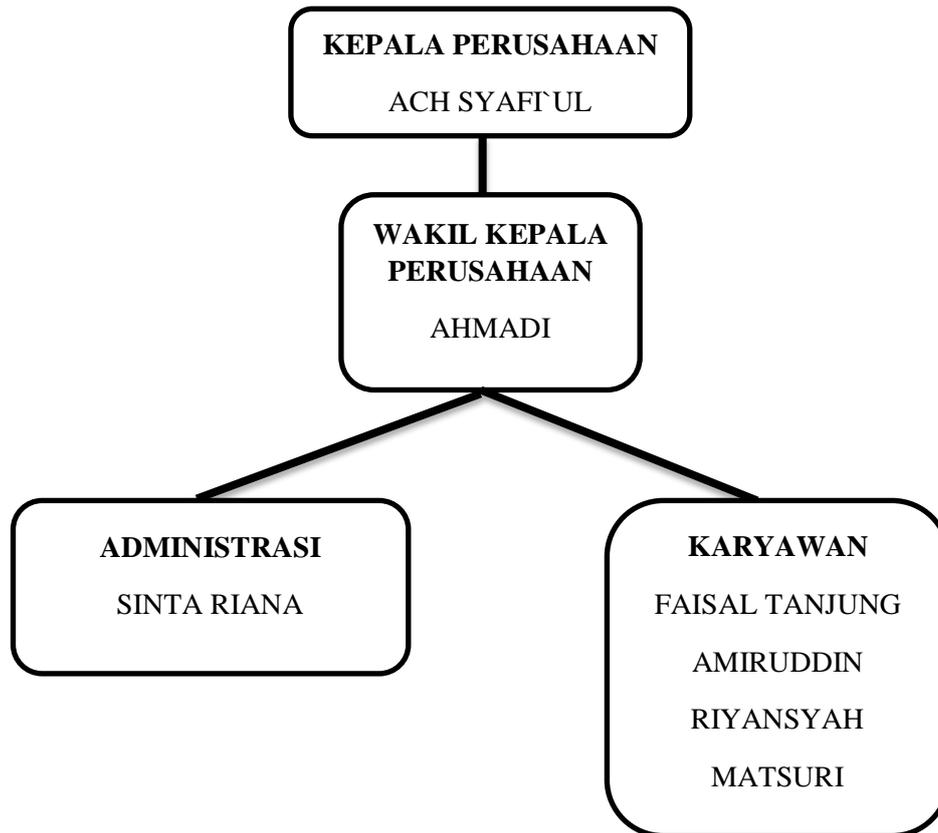
Pelanggan percetakan citra pamekasan sekitar 200 orang lebih yang tiap hari melakukan jasa dan membeli produk di percetakan citra pamekasan, produk di percetakan citra dibutuhkan anak-anak sekolah dan kantor dikarenakan percetakan citra lebih banyak produk kertas

¹ Dokumen Percetakan Citra Pamekasan

dan yang lain. Adapun omset perbulan dari percetakan citra pamekasan yaitu 6.000.000 perbulan kadang bisa lebih.

2. Struktur Organisasi Percetakan Citra Pamekasan

STRUKTUR PERCETAKAN CITRA PAMEKASAN



B. Paparan Data

Paparan data dalam penelitian ini di dapat melalui wawancara dengan pemilik percetakan Citra Pamekasan, karyawan dan juga konsumen percetakan Citra Pamekasan. Selain wawancara peneliti juga melakukan pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi di percetakan Citra Pamekasan, maka didapat hasil paparan data sebagai berikut:

1. Strategi *Marketing* Yang Diterapkan Oleh Percetakan Citra Pamekasan

Sebelum membahas terkait strategi *Marketing* atau pemasaran, peneliti perlu tau terkait dengan tujuan dan manfaat produk percetakan Citra Pamekasan, hal ini disampaikan oleh pemilik percetakan Citra Pamekasan yaitu ACH Syafi`ul, yang mana dia menyampaikan bahwa:

“Tujuan dan manfaat dari produk percetakan citra disini untuk digunakan sebagai bahan-bahan cetak untuk semua orang, produk kami ada yang berupa buku, berupa cetakan kertas, penyampulan, penjilidan dan banyak lainnya termasuk pembuatan MAP rapot, seperti juga cetakan kerta A3 dan yang berkaitan dengan kertas”.²

Hal ini senada dengan yang disampaikan konsumen percetakan Citra yaitu Amir, dia menyampaikan bahwasanya:

“Tujuan dan manfaat dari produk percetakan Citra ini banyak sekali mbk, misalnya seperti penjilidan buku, terus ketika butuh prinan kita bisa beli kertas A4 dan A3 disini”.³

Karyawan percetakan citra juga menyampaikan terkait dengan tujuan dan manfaat dari produk percetakan Citra Pamekasan, bahwasanya:

“Tujuannya ya mempermudah pekerjaan orang lain, misal orang butuh ini ya kita kasih ini, manfaatnya banyak misal seperti penjilidan dan lain sebagainya”.⁴

Dari wawancara di atas dapat peneliti jelaskan bahwasanya, tujuan dari produk percetakan Citra Pamekasan yaitu untuk membantu

² Ach. Syafiul, Wawancara Langsung Terhadap Pemilik Citra Pamekasan (11 Februari 2022).

³ Amir, Wawancara Langsung Terhadap Konsumen Citra Pamekasan (11 Februari 2022).

⁴ Faisal, Wawancara Langsung Terhadap Karyawan Citra Pamekasan (11 Februari 2022).

beberapa masyarakat ataupun orang yang membutuhkan kertas dan bahan percetakan yang lain. Adapun manfaat dari produk percetakan Citra Pamekasan yaitu menerima jasa penjilidan buku, pencetakan buku seperti kertas A4 dan A3 dan yang lain sebagainya.

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan bahwasanya tujuan dan manfaat dari produk percetakan citra pamekasan ini memang salah satunya untuk membantu kantor-kantor dan sekolah-sekolah ketika membutuhkan buku, ataupun melakukan penjilidan kertas maupun buku.⁵

Untuk menentukan segmentasi pasar percetakan citra pamekasan mempunyai cara tersendiri, hal ini disampaikan oleh Bpk. Ach. Syafiul, dimana dia menjelaskan:

“Sekarang memang pemasaran yang kami lakukan secara online, dan juga *door to door*, ke sekolah, ke kantor, kami melakukan sistem pemasaran seperti itu supaya kita sambil lalu memperkenalkan diri bahwa kami mempunyai media cetak milik kami sendiri”⁶

Dari wawancara di atas dapat peneliti jelaskan bahwasanya untuk segmentasi pasar percetakan citra pamekasan melakukan pemasaran secara online, ataupun melalui *door to door*, dengan kata lain mendatangi langsung ke kantor-kantor ataupun ke sekolah agar mereka tau bahwasanya di percetakan citra ini tersedia jasa percetakan.

⁵ Observasi Langsung Percetakan Citra Pamekasan (14 Februari 2022).

⁶ Ach. Syafiul, Wawancara Langsung Terhadap Pemilik Citra Pamekasan (11 Februari 2022).

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan bahwasanya memang benar percetakan citra pemekasan melakukan segmentasi pasar melalui media sosial dan juga datang langsung ke tempat-tempat yang sekiranya membutuhkan jasa dari percetakan citra seperti kantor dan juga sekolah.

Selain menentukan segmentasi pasar, percetakan citra juga menentukan pasar sasaran yang nantinya konsumen dari percetakan citra terus melakukan jasa terhadap percetakan citra, hal ini disampaikan oleh Bapak Ach. Syafiul, dia menjelaskan bahwasanya:

“Dalam penetapan pasar sasaran kita itu yaitu pertama memang kepada sekolah-sekolah, karena mereka yang banyak membutuhkan kita, dan juga kantoran yang berkaitan dengan kertas itu kantor termasuk sekolah juga dan juga masyarakat pada umumnya, masyarakat seperti kebutuhan undangan mantan, brosur-brosur, kalender, namun pada umumnya percetakan kami ini dibutuhkan oleh sekolah-sekolah dan juga kantor-kantor”⁷

Hal ini disampaikan juga oleh salah satu karyawan percetakan citra yaitu Noval, dia menjelaskan bahwasanya:

“Dalam proses pemasaran ini, kami di sini tidak membedakan calon konsumen pada kelompok-kelompok tertentu atau keinginan terhadap satu produk yang berbeda, dalam artian kami di sini untuk sementara menganggap bahwa semua calon konsumen itu memiliki keinginan yang sama terhadap produk kami, meskipun nantinya setelah kami pasarkan ada salah satu dari calon konsumen itu tidak membutuhkan pruduk tersebut, target kami disini adalah pertama anak-anak sekolah, pekerja kantoran, dan masyarakat lain pada umumnya”⁸

⁷ Ach. Syafiul, Wawancara Langsung Terhadap Pemilik Citra Pamekasan (11 Februari 2022).

⁸ Noval, Wawancara Langsung Terhadap Karyawan Citra Pamekasan (11 Februari 2022).

Senada dengan yang disampaikan salah satu karyawan percetakan citra yaitu Faisal, dia menjelaskan bahwasanya:

“Sebelum kami menemui calon konsumen, kami menganggap bahwa keinginan calon konsumen itu masih ambigu, jadi kami masih belum bisa mengelompokkan berdasarkan keinginannya. Kami memasarkan produk ini diberbagai tempat yang kami anggap strategis seperti sekolah-sekolah, kantor, dan lain sebagainya”⁹

Dari wawancara di atas dapat peneliti jelaskan bahwasanya dalam menentukan pasar sasaran percetakan citra mendatangi tempat-tempat yang sekiranya tempat tersebut benar-benar butuh terhadap percetakan citra seperti sekola, kantor, dan masyarakat umum. Untuk kebutuhan masyarakat umum mereka membutuhkan seperti undangan, brosur dan lain sebagainya.

Berdasarkan observasi peneliti dilapangan bahwasanya memang benar dalam menentukan posar sasaran percetakan citra lebih memilih perkantoran dan juga sekolah-sekolah.¹⁰

Percetakan citra pamekasan juga melakukan strategi promosi yang mana hal ini dijelaskan oleh pemilik percetakan citra pamekasan yakni Bapak Ach. Syafiul, dia menjelaskan bahwasanya:

“Strategi promosi yang kami lakukan yaitu pertama kita harus memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan, santun, yang kedua adalah tepat waktu dalam perjanjian dengan konsumen, yang ketiga dari hasil karya kita sehingga masyarakat itu bisa puas”¹¹

⁹ Faisal, Wawancara Langsung Terhadap Karyawan Citra Pamekasan (11 Februari 2022).

¹⁰ Observasi Langsung Percetakan Citra Pamekasan (14 Februari 2022).

¹¹ Ach. Syafiul, Wawancara Langsung Terhadap Pemilik Citra Pamekasan (11 Februari 2022).

Hal ini disampaikan juga oleh salah satu karyawan percetakan citra pamekasan yaitu Fadil, dia menjelaskan bahwasanya:

“Jadi untuk mempromosikan produk ini agar bisa sampai ke konsumen yaitu dengan menyampaikannya langsung, baik kepada konsumen itu sendiri atau melalui tokoh yang kami anggap berpengaruh. Untuk iklan memang tidak melakukannya seperti menaruh iklan di radio, televisi lokal atau apa tidak, karena buat kami hal seperti itu pemborosan bagi kami, jadi kami hanya cukup menggunakan brosur saja, bisa dari mulut ke mulut, atau bisa kepada tetangga kami sendiri dirumah, mengenalkan bahwa di percetakan citra Pamekasan ada produk ini dan lain sebagainya. Dan untuk pendistribusiannya selain kantor, kami disini melakukannya dengan cara penjemputan”.¹²

Dari wawancara di atas dapat peneliti jelaskan bahwasanya percetakan citra melakukan strategi pemasaran melalui pelayanan yang maksimal, yang kedua melalui brosur, menyampaikan langsung dari mulut ke mulut, dan juga antar jemput.

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan bahwasanya, memang benar percetakan citra melakukan strategi promosi melalui menyampaikan langsung, melalui brosur, dan juga melalui pelayanan terhadap konsumen secara maksimal.¹³

Percetakan citra juga melakukan strategi distribusi untuk meningkatkan jumlah konsumen, hal ini disampaikan oleh pemilik percetakan Citra Pamekasan. Bapak Ach. Syafiul dia menjelaskan bahwasanya;

“Strategi distribusinya memang ada sebagian melalui antar jemput. Dan sekarang kita memanfaatkan teknologi

¹² Ayu, Wawancara Langsung Terhadap Karyawan Citra Pamekasan (11 Februari 2022).

¹³ Observasi Langsung Percetakan Citra Pamekasan (14 Februari 2022).

melalui media sosial dengan kata lain melalui online, jadi pemesanannya bisa melalui sosial media lalu kita antar, sehingga memang sangat membantu kelancaran konsumen, misal seperti konsumen yang tempatnya jauh. Bisa antar jemput melalui gojek.”¹⁴

Dari wawancara di atas dapat peneliti jelaskan bahwasanya, strategi distribusi yang dilakukan percetakan citra pamekasan yaitu melalui antar jemput bagi orang yang membutuhkan produk percetakan citra, dan juga melalui media sosial yang pemesanannya bisa melalui online.

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan bahwasanya, memang benar strategi distribusi yang diterapkan percetakan citra pamekasan, yaitu melalui antar jemput agar konsumen mendapatkan pelayanan yang maksimal, dan juga melalui media sosial.¹⁵

Berdasarkan paparan data di atas maka temuan penelitian dalam penelitian ini yaitu, strategi marketing yang diterapkan oleh percetakan citra pamekasan yaitu sebagai berikut:

- a. Melalui media sosial
- b. Melalui brosur
- c. Melalui *Door to door*
- d. Datang langsung ke tempat seperti kantor dan juga sekolah.

¹⁴ Ach. Syafiul, Wawancara Langsung Terhadap Pemilik Citra Pamekasan (11 Februari 2022).

¹⁵ Observasi Langsung Percetakan Citra Pamekasan (14 Februari 2022).

2. Strategi *Marketing* Pada Percetakan Citra Pamekasan Sudah Sesuai Dengan Prinsip Syariah

Pemasaran yang dilakukan percetakan citra pamekasan juga menerapkan prinsip Syariah yang mana hal ini disampaikan oleh pemilik percetakan citra pamekasan Bapak Ach. Syafiul, dia menjelaskan bahwasanya:

“Kita juga berusaha menerapkan strategi pemasaran syariah, jadi sebagaimana penghasilan kami gunakan sebagai amal jariyah kita. Dan kami juga menyediakan kotak amal sebagai tanda syariah dan juga memberikan harga diskon untuk tempat-tempat ibadah”.¹⁶

Hal ini juga disampaikan oleh karyawan percetakan citra bahwasanya:

“Segala apa yang telah kami lakukan selama proses pemasaran Insya Allah telah sesuai dengan syariat Islam, karena selain usaha kami juga niatkan ibadah semata-mata untuk keridho-an Allah swt, selain itu melakukannya dengan sangat hati-hati.”¹⁷

Dari wawancara di atas dapat peneliti jelaskan bahwasanya, pemasaran percetakan citra pamekasan juga berdasarkan prinsip syariah yang mana bisa dilihat dari sebagian hasilnya mereka letakkan terhadap tempat-tempat ibadah, ketika melakukan transaksi dilakukan dengan hati-hati.

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan bahwasanya, memang benar bahwasanya sebagian penghasilan dari percetakan citra

¹⁶ Ach. Syafiul, Wawancara Langsung Terhadap Pemilik Citra Pamekasan (11 Februari 2022).

¹⁷ Arif, Wawancara Langsung Terhadap Karyawan Citra Pamekasan (11 Februari 2022).

diletakkan di tempat-tempat ibadah, dan ketika melakukan transaksi mereka sangat berhati-hati.¹⁸

Percetakan citra menerapkan juga menerapkan prinsip *Ar-Ridha* atau kerelaan pada setiap transaksinya seperti yang disampaikan oleh pemilik percetakan citra di pamekasan, dia menjelaskan bahwasanya:

“Kerelaannya yaitu memberikan pelayanan maksimal dan terbaik buat konsumen agar mereka nyaman jadi konsumen kami, dan kerelaan kita kami kasi bonus setiap tahunnya dari percetakan kami”¹⁹.

Dari wawancara di atas dapat peneliti jelaskan bahwasanya percetakan citra melakukan prinsip kerelaannya dengan cara memberikan pelayanan yang maksimal terhadap konsumen, dan memberikan bonus pada tiap tahunnya yang suka rela.

Percetakan citra juga menerapkan prinsip etika dan kejujuran pada setiap transaksinya, seperti yang disampaikan oleh pemilik percetakan citra, dimana dia menjelaskan bahwasanya:

“Kita harus jujur jika ada kesalahan, misalnya ada kerusakan dari percetakan maka kita tanggung jawab, agar tidak ada konsumen yang dirugikan.”

Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh salah satu karyawan percetakan citra. Dia menjelaskan bahwasanya:

“Dalam suatu pekerjaan yang dilandasi ibadah karena Allah, disitu sudah tertera etika, dimana kita harus sopan, memberi salam, memahami apa yang nasabah butuhkan, jujur

¹⁸ Observasi Langsung Percetakan Citra Pamekasan (14 Februari 2022).

¹⁹ Ach. Syafiul, Wawancara Langsung Terhadap Pemilik Citra Pamekasan (11 Februari 2022).

menjelaskan tentang seperti apa produk yang sedang kita pasarkan tanpa melebih lebihkan, dijelaskan semuanya tanpa ada yang di tutup-tutupi kepada konsumen.²⁰

Dari wawancara di atas dapat peneliti jelaksana bahwasanya, percetakan citra menerapkan prinsip etika dan kejujuran pada setiap transaksinya, seperti sopan dalam melayani orang, jujur ketika menjelaskan produknya dan lain sebagainya.

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan memang benar dalam melakukan transaksi di percetakan citra prinsip etika dna kejujuran selalu diterapkan oleh pemilik ataupun karyawan percetakan citra.²¹

Percetakan citra selain menerapkan prinsip kejujuran dan etika juga menerapkan prinsip keterbukaan dimana hal ini disampaikan oleh pemilik percetakan citra bahwasanya:

“Prinsip keterbukaan memang jika seperti konsumen kita terbuka, maksudnya kami memberikan peluang kepada konsumen kami, kami siap mencetak jika mereka membawa bahan sendiri, ataupun bahan dari kita, sehingga mereka puas atas pelayanan dari kita”.

Dari wawancara di atas dapat peneliti jelaksana bahwasanya para staf oercetakan citra pamekasan selalu terbuka dalam segala hal baik ketika konsumen membawa bahan percetakan sendiri ataupun tidak dan harga yang harus dibayar mereka selalu terbuka.

²⁰ Arif, Wawancara Langsung Terhadap Karyawan Citra Pamekasan (11 Februari 2022).

²¹ Observasi Langsung Percetakan Citra Pamekasan (14 Februari 2022).

Berdasarkan observasi peneliti dilapangan bahwasanya memang benar percetakan citra pamekasan juga menerapkan sebuah prinsip keterbukaan dalam setiap transaksinya misal terbuka dalam segala harga produk yang ada di percetakan citra pamekasan.²²

Berdasarkan paparan data diatas maka temuan penelitian dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Pemasaran percetakan citra sudah menerapkan prinsip Syariah
- b. Percetakan citra menerapkan prinsip etika dan kejujuran
- c. Adanya prinsip keterbukaan dan kerelaan pada setiap traksaksinya.

3. Pembahasan

1. Strategi *Marketing* Yang Diterapkan Oleh Percetakan Citra

Strategi pemasaran (*marketing strategy*) adalah suatu cara yang digunakan untuk membantu perusahaan membuat dan menjual barang dan jasa yang sesuai dengan kondisi perusahaan dan pasar target atau selera konsumen yang dituju.²³ Strategi pemasaran sebagai analisis strategi pengembangan dan pelaksanaan kegiatan dalam strategi penentuan pasar sasaran bagi produk pada tiap unit bisnis, penetapan tujuan pemasaran, dan pengembangan, pelaksanaan, serta pengelolaan strategi program pemasaran, penentuan posisi pasar yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen pasar sasaran.

²² Observasi Langsung Percetakan Citra Pamekasan (14 Februari 2022).

²³ Suharyadi, dkk, Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda (Jakarta: Salemba Empat, 2007), 121

Hasil data di lapangan bahwasanya strategi pemasaran ataupun *Marketing* percetakan Citra Pamekasan, melalui beberapa cara yaitu sebagai berikut:

- a. Melalui media sosial, Strategi pemasaran percetakan citra yaitu melalui sosial media (*online*), melalui sosial media ini banyak sosial media yang digunakan seperti FB, IG, dan Whatsap. Dari pemesanan produk ataupun jasa semua konsumen bisa melalui sosial media yang sudah di sediakan oleh percetakan citra pamekasan.
- b. Melalui brosur, selain sosial media strategi pemasaran yang diterapkan oleh percetakan citra pamekasan melalui brosur, yakni dengan cara menyebarkan brosur-brosur terhadap masyarakat dan juga tempat-tempat yang nantinya bisa membuat konsumen percetakan citra pamekasan semakin meningkat.
- c. Melalui *Door to door*, strategi pemasaran percetakan citra pamekasan melalui dengan datang langsung ke tempat-tempat seperti kantor dan sekolah, dengan cara menjelaskan satu persatu produk percetakan citra pamekasan dan juga jasa apa saja yang ada di percetakan citra pamekasan.

Hasil data dilapangan sudah sesuai dengan teori yang sudah peneliti jelaskan diatas dalam kajian bahwa jenis-jenis strategi pemasaran yaitu sebagai berikut:

Dalam hubungan strategi pemasaran, menurut Sofyan Assauri bahwa strategi pemasaran secara umum ini, dapat dibedakan menjadi tiga jenis strategi pemasaran yang dapat ditempuh perusahaan, yaitu:²⁴

- a. Strategi pemasaran yang tidak membeda-bedakan pasar (*Undifferentiated Marketing*)

Dengan strategi ini, perusahaan menganggap pasar sebagai suatu keseluruhan, sehingga perusahaan hanya memperhatikan kebutuhan konsumen secara umum. Oleh karena itu, perusahaan hanya menghasilkan dan memasarkan satu macam produk saja dan berusaha menarik semua pembeli dan calon pembeli dengan suatu rencana pemasaran saja. Tujuan strategi ini yaitu untuk melakukan penjualan secara massal, sehingga menurunkan biaya. Perusahaan memusatkan perhatiannya pada seluruh konsumen dan kebutuhannya, serta merancang produk yang dapat menarik sebanyak mungkin para konsumen tersebut. Perusahaan yang menggunakan strategi ini, tidak menghiraukan adanya kelompok pembeli yang berbeda-beda. Pasar dianggap sebagai suatu keseluruhan dengan ciri kesamaan dalam kebutuhannya.

Hasil data dilapangan bahwasanya percetakan citra memang memusatkan perhatian konsumen terhadap produk-produk yang dibutuhkan oleh semua orang, jika memasarkan

²⁴ Saipul Al Sukri, *Basic Marketing Strategy* (Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja, 2020), 25.

produk terhadap sekolah maka percetakan citra hanya menawarkan produk seperti kertas dan jasa percetakan buku.

b. Strategi pemasaran yang membeda-bedakan pasar
(*Differentiated Marketing*)

Dengan strategi ini, perusahaan hanya melayani kebutuhan beberapa kelompok konsumen tertentu dengan jenis produk tertentu pula. Jadi, perusahaan atau produsen menghasilkan dan memasarkan produk yang berbeda-beda untuk tiap segmen pasar. Dengan perkataan lain, perusahaan atau produsen menawarkan berbagai variasi produk dan *product mix*, yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan kelompok konsumen atau pembeli yang berbeda-beda, dengan program pemasaran yang tersendiri diharapkan dapat dicapai tingkat penjualan yang tertinggi dalam masing-masing segmen pasar tersebut. Perusahaan yang menggunakan strategi ini bertujuan untuk mempertebal kepercayaan kelompok konsumen tertentu terhadap produk yang dihasilkan dan dipasarkan, sehingga pembeliannya akan dilakukan berulang kali. Dengan demikian, diharapkan penjualan perusahaan akan lebih tinggi dan kedudukan produk perusahaan akan lebih kuat atau mantap di segmen pasar.

Pada jenis strategi pemasaran ini percetakan citra sudah menerapkan strategi seperti yang sudah dijelaskan diatas, melalui media sosial, brosur, dan juga *Door To Door*, yang

mana percetakan citra memasarkan perkelompok konsumen seperti sekolah, kantor, dan juga masyarakat umum. Jika di sekolah dan kantor produk yang ditawarkan seperti jasa percetakan buku, kertas, dan juga jasa-jasa yang lain. Jika terhadap konsumen secara umum maka produk yang ditawarkan berupa undangan, kertas, dan jasa lainnya, yang sudah tersedia di percetakan citra.

c. Strategi pemasaran yang terkonsentrasi (*Concentrated Marketing*)

Dengan strategi ini, perusahaan mengkhususkan pemasaran produknya dalam beberapa segmen pasar, dengan pertimbangan keterbatasan sumber daya perusahaan. Dalam hal ini perusahaan produsen memilih segmen pasar tertentu dan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan kelompok konsumen yang ada pada segmen pasar itu, yang tentunya lebih spesifik. Strategi pemasaran ini mengutamakan seluruh usaha pemasaran pada satu atau beberapa segmen pasar tertentu saja. Jadi, perusahaan memusatkan segala kegiatan akan memberikan keuntungan yang terbesar. Keuntungan penggunaan strategi ini, perusahaan dapat diharapkan akan memperoleh kedudukan atau posisi yang kuat di dalam segmen pasar tertentu yang dipilih. Hal ini karena perusahaan akan mempunyai pengetahuan dan pengalaman yang lebih baik dalam melakukan pendekatan bagi pemenuhan

kebutuhan dan keinginan konsumen dari segmen pasar yang dilayaninya.

Hasil penelitian dilapangan bahwasanya percetakan citra menggunakan tiga strategi pemasaran yaitu sosial media, brosur, dan *Door To Door*, yang mana jika percetakan citra hanya memasarkan di sekolah maka fokus produk yang dipasarkan hanya seperti kertas, dan jasa percetakan.

2. Stratei *Marketing* Pada Percetakan Citra Pamekasan Sudah Sesuai Dengan Prinsip Syariah

Pemasaran menurut perspektif syariah adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam. Hermawan Kartajaya mendefinisikan Pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan values dari suatu inisiator kepada stakeholdersnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip muamalah dalam Islam.²⁵

²⁵ Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah* (Jakarta: PT Grasindo, 2007), 1.

Hasil data lapangan bahwasanya strategi pemasaran yang diterapkan percetakan citra pamekasan sudah sesuai dengan prinsip Syari`ah yaitu sebagai berikut:

- a. Pemasaran percetakan citra sudah menerapkan prinsip Syari`ah

Startegi pemasaran percetakan citra pamekasan sudah menerapkan prinsip syari`ah yang mana percetakan citra pamekasan membagi sebagian keuntungan yang didapat terhadap tempat-tempat ibadah.

- b. Percetakan citra menerapkan prinsip etika dan kejujuran

Yang kedua percetakan citra menerapkan prinsip etika dan kejujuran, yang mana ketika melayani konsumen sellau sopan dan ramah. Adapun prinsip kejujuran percetakan citra selalu jujur akan produk yang di jual, tidak ada yang dilebih-lebihkan.

- c. Adanya prinsip keterbukaan dan kerelaan pada setiap traksaksinya

Dalam melakukan traksaksi percetakan citra juga menerapkan prinsip keterbukaan dan kerelaan, dimana percetakan citra selalu terbuka akan harga yang di letakkan terhadap suatu produk tidak ada yang ditutup-tutupi. Dan setiap tahunnya percetakan citra juga memberikan bonus dan diskon dengan rela dan senang hati terhadap konsumennya.

Adapun hasil data di lapangan sudah sesuai dengan teori yang sudah peneliti jelaskan diatas dimana dalam kajian teori yang dijelaskan bahwasanya: Nilai-nilai Pemasaran Syariah, yaitu sebagai berikut:²⁶

a. Benar (*Siddiq*)

Nilai dasarnya ialah integritas, nilai-nilai dalam bisnisnya berupa jujur, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional. *Siddiq* artinya memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada satu ucapan pun yang tidak sesuai dengan perbuatan yang dilakukan. Allah SWT senantiasa memerintahkan kepada setiap orang yang beriman untuk berlaku jujur dan menciptakan lingkungan yang penuh dengan kejujuran. Seperti dalam QS. Al-Maidah ayat 119 berikut :

قَالَ اللَّهُ هَذَا يَوْمُ يَنْفَعُ الصَّادِقِينَ صِدْقُهُمْ، لَهُمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا

الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا، رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ، ذَلِكَ الْغَفُورُ

الْعَظِيمُ

Artinya: “Allah berfirman: "Ini adalah suatu hari yang bermanfaat bagi orang-orang yang benar kebenaran mereka. Bagi mereka surga yang dibawahnya mengalir sungai-sungai; mereka kekal di

²⁶ Maisarah Leli, “ Strategi Pemasaran Dalam Prespektif Islam”, *Jurnal At-Tasyri'iy* Vol 2, No.1, 2019, 36-42.

dalamnya selama-lamanya; Allah ridha terhadapNya. Itulah keberuntungan yang paling besar".(QS. Al-Maidah: 119)

Maksud dari ayat tersebut yaitu bahwa Allah akan meridhai perbuatan-perbuatan yang benar atau *siddiq* sehingga akan dibalas dengan kebaikan yang sangat besar di akhirat kelak. Sebagai umat muslim hendaknya berlaku jujur karena kejujuran dapat mendekatkan diri pada kebaikan dan kebaikan itu merupakan jalan menuju ke Surga. Semua hal yang dilakukan akan terasa lebih nyaman jika didasari dengan kejujuran.

Percetakan citra sudah prinsip etika dan kejujuran, yang mana ketika melayani konsumen selalu sopan dan ramah. Adapun prinsip kejujuran percetakan citra selalu jujur akan produk yang di jual, tidak ada yang dilebih-lebihkan.

b. Terpercaya (*Amanah*)

Nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnisnya ialah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan, dan tepat waktu. Amanah memiliki makna tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Sifat amanah harus dimiliki oleh seorang pebisnis muslim, apalagi bisnis yang berhubungan dengan pelayanan langsung kepada masyarakat.

Seorang pebisnis muslim yang amanah akan melaksanakan tugas dengan penuh tanggung jawab yang tinggi, karena dalam benak pebisnis muslim tersebut setiap perbuatan yang dilakukan

selalu diawasi oleh Allah. Seperti dalam Q.S. An-Nisa' ayat 58 berikut :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا لَأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ, إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ, إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat*”. (Q.S. An-Nisa’: 58)

Dengan menerapkan sifat amanah dalam berbisnis menjadikan perusahaan dapat dipercaya oleh pelanggannya. Pelanggan akan merasa nyaman dengan perusahaan karena apa yang diinginkannya dipenuhi dengan penuh tanggung jawab. Seperti dalam sebuah perusahaan yang bergerak pada jasa pengiriman barang. Perusahaan tersebut setiap hari mendapat kepercayaan oleh pelanggannya untuk mengirimkan barang sampai tujuan pengirimannya. Karena mengedepankan sifat amanah perusahaan tersebut menganjurkan kepada karyawannya untuk selalu bekerja sesuai dengan tanggung jawab yang telah diberikan. Barang yang dikirimkan dapat sampai ke penerimanya dalam waktu yang telah ditentukan oleh pengirimnya yang sudah membuat kesepakatan dengan pihak perusahaan yaitu dalam waktu satu hari.

Setelah barang sampai ke penerimanya, pihak perusahaan akan memberi kabar kepada pengirim bahwa barang yang dikirim sudah sampai. Hal ini dilakukan agar kedua belah pihak merasa nyaman dengan pelayanan serta tanggung jawab yang diberikan oleh perusahaan. Dengan sifat amanah ini, dapat mempertahankan pelanggan untuk datang kembali ke perusahaan di waktu yang akan datang.²⁷

Percetakan citra dalam juga menerapkan prinsip keterbukaan dan kerelaan, dengan begitu percetakan citra sudah bisa dikatakan amanah, karena sudah terbuka dalam hal apapun. Percetakan citra selalu terbuka akan harga yang di letakkan terhadap suatu produk tidak ada yang ditutup-tutupi. Dan setiap tahunnya percetakan citra juga memberikan bonus dan diskon dengan rela dan senang hati terhadap konsumennya. Dan jika terdapat hal yang perlu disampaikan terhadap konsumen maka benar-benar disampaikan.

c. Komunikasi (*Tabligh*)

Nilai dasarnya ialah komunikasi, dan nilai bisnisnya ialah supel, penjual yang cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, koordinasi, mempunyai kendali dan supervisi. *Tabligh* juga dapat diartikan mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam setiap gerak aktivitas ekonomi yang dilakukan sehari-

²⁷ Maisarah Leli, “ Strategi Pemasaran Dalam Prespektif Islam”, *Jurnal At-Tasyri'iy* Vol 2, No.1, 2019, 36-42.

hari. *Tabligh* yang disampaikan dengan hikmah, sabar, argumentatif dan persuasif akan menumbuhkan hubungan kemanusiaan yang semakin solid dan kuat.

Tabligh senantiasa memberikan contoh yang baik kepada sesama manusia sehingga orang yang melihatnya akan meniru perbuatan baiknya tersebut. Seorang pemasar syariah harus memosisikan dirinya tidak hanya sebagai representasi dari perusahaan namun turut pula sebagai juru dakwah dalam pengembangan ekonomi syariah. Masih banyak masyarakat yang belum mengerti tentang ekonomi syariah, dan itulah yang menjadi tugas pemasar syariah untuk memberi contoh yang baik kepada sesama pelaku bisnis dan kepada konsumen. Suatu industri rumahan berusaha melakukan persaingan secara sehat dengan mengandalkan mutu produk dan layanan. Produk yang dijual yaitu lontong, ketupat, dan lepet. Penjual ini memakai bahan baku berupa beras dengan kualitas yang bagus, sehingga hasil produknya baik dan disukai oleh pembelinya. Selain produk yang baik, penjual juga melakukan pelayanan sampai ke pembelinya langsung dengan mengantarkan produk yang dibeli. Dengan melakukan hal tersebut penjual lontong secara tidak langsung memberikan contoh yang baik kepada penjual yang lainnya bahwa dalam menyajikan produk harus dari bahan baku yang baik juga.

perencanaan citra juga pintar dalam berkomunikasi dengan konsumen dalam melakukan strategi pemasarannya, tidak hanya itu

banyak hal yang dapat di contoh dari strategi pemasaran percetakan citra misalnya seperti percetakan citra membagikan hasil usahanya terhadap amal-amal yang nantinya semuanya bisa merasakan manfaatnya.

d. Cerdas (*Fathonah*)

Nilai dasarnya ialah memiliki pengetahuan luas, nilai bisnisnya ialah memiliki visi, pemimpin yang cerdas, sadar produk dan jasa, serta belajar berkelanjutan. *Fathonah* berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala hal yang terjadi dalam tugas dan kewajiban. Dengan sifat *fathonah* ini seorang pebisnis Islam harus benar-benar mengetahui apa yang telah direncanakan dan dilakukan kedepannya. Harus bisa menghadapi segala tantangan yang ada dalam dunia bisnis.

Sifat cerdas ini akan menumbuhkan kreativitas dan kemampuan untuk melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. Kreativitas dan inovasi dapat diwujudkan dengan cara terus belajar dan meningkatkan keilmuan melalui pelatihan dan pendidikan. Sifat *fathonah* juga mengantarkan Nabi Muhammad SAW mendapatkan keberhasilan dalam perniagaan yang dilakukannya. Keterampilan dan keahlian yang dimiliki oleh Rasulullah SAW dalam berdagang menjadikannya seorang manajer pemasaran yang handal dari industri perdagangan Siti Khadijah. Satu contoh sifat *fathonah* pada lembaga perbankan syariah, pemasarnya harus benar-benar mengetahui produk apa saja yang

ditawarkan oleh perbankan tersebut termasuk akad-akad yang ditawarkan. Dengan mengetahui klasifikasi produk yang ditawarkan dengan detail, nasabah akan merasa mantap memilih Bank Syariah tersebut sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah.

Percetakan citra tidak melakukan strategi pemasarannya dengan cara cerdas juga misalnya percetakan citra mempunyai tujuan tertentu yakni bisa bermanfaat buat orang banyak, khususnya di sekolah, kantor, dan juga masyarakat umum.

e. Berani (*Syaja'ah*)

Nilai bisnisnya yaitu mau dan mampu mengambil keputusan, menganalisis data, keputusan yang tepat, dan cepat tanggap. Dalam pemasaran syariah, seorang pemasar harus merasakan bahwasanya dalam setiap aktivitas pemasarannya ia selalu diawasi oleh Allah SWT, sehingga ia akan sangat berhati-hati dalam memasarkan produk yang dijualnya. Seorang pemasar syariah harus berani mengambil keputusan dalam pemilihan produk yang akan dijual dengan segala risiko yang ada. Dengan sifat berani tersebut, pemasar syariah akan selalu berusaha mempertahankan bisnisnya dengan cara-cara yang diridhoi oleh Allah SWT. Sifat berani ini didasari juga dengan sifat cerdas, tanggung jawab, dan kejujuran sehingga dapat menjadi tauladan bagi para pelaku bisnis yang lain.

Percetakan citra dalam melakukan strategi pemasarannya memang sangat berhati-hati dalam menjual produknya terhadap konsumen, misalnya jika produk tersebut tidak ada manfaatnya maka tidak akan dijual oleh percetakan citra.

Pemasaran menurut perspektif syariah adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam. Strategi pemasaran percetakan citra sudah sesuai dengan prinsip syaria`h, yakni sudah menetapkan prinsip etika, keterbukaan, dan kejujuran yang mana hal tersebut sudah tertera dalam strategi pemasaran berdasarkan prinsip syaria`h. Sehingga dengan begitu konsumen dapat bertambah dan jumlah pesanan juga dapat bertambah.