

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

1. Gambaran Umum dan Objek Penelitian

1. Profil PT Pinus Merah abadi

PT Pinus Merah Abadi atau PMA adalah sebuah perusahaan bagian dari nabati Group yang berfokus pada bidang distribusi makanan ringan secara grosir dan eceran. PT. Pinus Merah Abadi memiliki banyak cabang untuk melayani secara langsung outlet yang terdaftar di seluruh Indonesia. PMA membangun kemitraan dengan beberapa distributor lokal untuk menyebarkan produk dari Sabang sampai Merauke. Perusahaan ini juga secara terus menerus mengembangkan pasar dengan membuka banyak cabang agar lebih dekat pada pelanggan. Dalam periode singkat PT Pinus mendapatkan beberapa penghargaan yang memuaskan dalam penjualan dan penyebaran distribusiss. Transportasi menjadi ujung tombak utama bagi perusahaan distribusi, termasuk PT Pinus Merah Abadi. Kemampuan dalam menghantarkan setiap produk berkualitas dan bernutrisi sesuai permintaan ke setiap outlet di masing-masing area secara cepat dan merata merupakan komitmen yang selalu PMA pegang. Seluruh armada transportasi PMA memiliki kapasitas daya hantar dan daya jangkau yang disesuaikan dengan karakteristik dan kondisi daerah tujuan masing-masing. Mulai dari angkutan dengan daya muat besar sampai data muat kecil.

Untuk meningkatkan pemasaran lebih luas dengan cepat, PMA mendirikan cabang-cabang dan kemitran baru. Setiap sektor distribusi yang telah memiliki jaringan pemasaran di kelola oleh PMA dan Sub Distributor PMA itu sendiri.

B. Visi dan Misi PT Pinus Merah Abadi

Adapun visi dan misi PT Pinus Merah Abadi sebagai berikut:

Visi: Menjadi Perusahaan distribusi makanan dan minuman yang berkualitas melalui jaringan distribusi yang luas dan kokoh dipasar domestik, serta mendapatkan respek dari seluruh pelanggan.

Misi: Berinovasi secara konsisten dan berkesinambungan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta mewujudkan tata kelola perusahaan yang professional, efektif dan efisien melalui pengembangan sumber daya manusia yang kompeten.

C. Letak Geografis PT Pinus Merah Abadi

PT Pinus Merah Abadi berlokasi di Jalan Raya Torjun Kecamatan torjun Kabupaten Sampang. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau. Dan juga bertetapan depan Pasar Torjun dan Dekat dengan Bank BRI Torjun.

D. Logo PT Pinus Merah Abadi

Gambar 4.1

Logo PT Pinus Merah Abadi



Pohon pinus yaitu pohon yang ujungnya menjulang tinggi menggambarkan bahwa perusahaan distribusi ini ingin menguasai pasar dari segi snack dan bagian bawah pohon pinus yang melebar dan luas menggambarkan bahwa perusahaan distribusi yang dapat mensejahterakan para pekerja serta membudidayakan SDM yang ada dan menggambarkan bahwa PT Pinus Merah Abadi ingin menjadi perusahaan distribusi yang mempunyai jaringan yang luas.

B. Paparan Data Hasil Penelitian

Mengenai pembahasan pada bab ini akan dipaparkan mengenai hasil yang berhubungan dengan penelitian di lapangan, yaitu temuan-temuan yang berupa hasil wawancara, observasi serta dilakukan dengan dokumentas. Namun sebelum peneliti memaparkan data atau informasi yang berhubungan dengan strategi pemasaran jual beli grosir snack di PT Pinus Merah Abadi dalam perspektif Ekonomi Islam. Maka peneliti akan memaparkan data yang akan disampaikan sebagai berikut.

Paparan data diperoleh dari sumber informasi yang dilakukan melalui observasi atau pengamatan, wawancara serta dokumentasi tentang Strategi Pemasaran Jual Beli Grosir Snack di PT Pinus Merah Abadi dalam Perspektif Ekonomi Islam, yang dalam hal ini terbagi menjadi dua fokus penelitian, yaitu: Pertama, Bagaimana Strategi Pemasaran Jual Beli Grosir Snack di PT Pinus Merah Abadi dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Berkenaan dengan Strategi Pemasaran Jual Beli Grosir Snack di PT Pinus Merah Abadi dalam Perspektif Ekonomi Islam, peneliti akan mendeskripsikan berdasarkan catatan lapangan yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan para narasumber.

1. Data Lapangan Hasil Wawancara

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan di lapangan, baik dengan cara observasi, wawancara maupun dokumentasi, maka peneliti akan memparkan data-data sebagai berikut:

Strategi pemasaran merupakan rencana dari suatu organisasi baik itu instansi ataupun perusahaan lainnya untuk bias memperkenalkan dan juga meningkatkan produk guna untuk mencapai target pelanggan dan juga pelanggan. Dalam dunia bisnis strategi pemasaran merupakan hal penting yang harus dilakukan demi tercapinya suatu tujuan yaitu peningkatkan target dari penjualan. Penerapan strategi pemasaran di perusahaan yang menjalankan bisnis usaha tentunya berbeda-beda, hal ini yang dijadikan sebagai kompetisi bagi para pesaing untuk bisa unggul dalam memenangkan suatu bisnis tertentu.

Wawancara pertama dilakukan dengan bapak Gilar Singgih Sutandi sebagai AOS di PT Pinus Merah Abadi. Berikut pemaparan beliau:

“PT ini berdiri sejak tahun 2018. PT ini berjalan sekitar 5-6 tahun yang awalnya memiliki karyawan 13 orang sekarang sudah 26 karyawan. Dan pada awalnya PT ini masih menjadi Cp dan pada tahun sekarang naik menjadi Depo. PT Pinus Merah Abadi memiliki sejumlah depo yang melayani ratusan ribu outlet pelanggan di seluruh Indonesia, salah satunya di samping madura dengan rata – rata omset perbulan mencapai 1.2 Milyar. Dengan rincian pendapatan dari toko grosir 75% dan dari toko retail 25%. kami mempekerjakan Sales taking order bertugas untuk mencatat pesanan secara rinci, serta harus melaporkan pesanan dan menyerahkan daftarnya pada perusahaan dan akan dikirimkan pada hari berikutnya. Jadi strategi pemasaran PT ini menggunakan sistem retail dan grosir”¹

Menurut penjelasan bapak Gilar Singgih Sutandi selaku Area Operasional Supervisor beliau memaparkan bahwa PT Pinus Merah Abadi dengan berjalannya waktu bahwa pada waktu awal buka sampai setelah berjalan sekian lama, Yang awalnya Cp menjadi Depo dengan omset 1.2 Milyar perbulan. PT ini berfokus pada makanan dan minuman yang menggunakan sistem retail dan grosir.

Wawancara kedua dengan sales (Sahrul) PT Pinus Merah Abadi di Desa Torjun Kabupaten Sampang. Berikut pemaparan beliau:

“Saya mulai bekerja di PT Pinus merah Abadi ini dari tanggal 26 Mei 2021, dan saya melayani konsumen ketika ramai, menunggu waktu lenggang konsumen biar tidak mengganggu waktunya dan ketika sepi langsung kita mulai melayani dan percakapannya lebih detail soal produk, promo dan reward yang ada. Di gudang yang saya kerja ini menggunakan system retail dan grosir. Proses promosi yang saya pakai dengan cara layani dengan baik, sopan santun, dan jelaskan lebih detail adanya promo dan reward dan kasih harga yang terbaik sesuai dengan promo yang ada”²

Jadi menurut penjelasan sahrul dengan adanya strategi pemasaran yang ada di PT Pinus Merah Abadi ini menggunakan system retail dan grosir yang mana toko-toko banyak membeli produk yang saya jual karena pastinya dengan adanya sistem tersebut toko-toko bisa mendapatkan reward seperti emas asal sesuai target dan juga cara mempromosikannya dengan cara melayani dengan baik dan sopan.

¹ Gilar Singgih Sutandi, AOS PT Pinus Merah Abadi, *Wawancara langsung* (13 Maret, 2023)

² Sahrul, Sales PT Pinus Merah Abadi, *Wawancara langsung* (13 Maret, 2023)

Wawancara ketiga dengan sales (Rofek) PT Pinus Merah Abadi di Desa Torjun Kabupaten Sampang. Berikut Pemaparan beliau:

“Saya bekerja pada 1 Januari 2020, dan ketika saya melayani konsumen itu harus nunggu sampai suasana tidak ramai baru kita order, dengan baik, ramah karena pembeli ini adalah raja bagi kami, dan kalau ada toko grosir dapat discaunt lebih tinggi dan ada program buat grosir, sedangkan ritel dan discaunt lebih kecil dan tidak ada program bagi toko ritel. Target toko berbeda-beda yang target 100 juta ada yang 50 juta ada yang 35 juta paling tinggi ada yang yang 200 juta tiap bulannya. Kalau target itu bisa dapat program emas. Untuk strategi pemasarannya ini menggunakan 2 strategi yaitu dengan cara retail dan grosir untuk itu bisa memperkenalkan produk yang saya jual seluas mungkin.³

Jadi menurut penjelasan Rofek dengan adanya strategi pemasaran yang ada di PT Pinus Merah Abadi ini sama dengan sales sebelumnya yaitu menggunakan sistem retail dan grosir dan menurutnya juga ada toko grosir dapat discaunt lebih tinggi dan ada program buat grosir, sedangkan ritel dan discaunt lebih kecil dan tidak ada program bagi toko ritel. Karena sistem grosir ini merupakan pembelian dengan jumlah besar dari toko sehingga bisa mendapatkan reward seperti emas.

Wawancara keempat dengan SBH (Bagus Permana) PT Pinus Merah Abadi di Desa Torjun Kabupaten Sampang. Berikut Pemaparan beliau:

“saya, mulai kerja pada bulan Juli 2022. Di Perusahaan ini menggunakan sistem retail dan grosir dimana sistem retail ini untuk toko-toko pembelian ecer dan grosir ini untuk toko-toko dengan pembelian banyak sehingga bisa dikatakan grosir dan target ada 2 macam meliputi target depo, dan target sales. Target depo meliputi all semua target yang telah ditentukan pusat tiap area berbeda targetnya dan itu harus tercapai demi omset harian sales. Saya mengatur dengan cara pendekatan personal maupun persuasive kepada sales maupun karyawan dan tidak lupa juga monitoring harian untuk sales agar sales mengetahui kekurangan targetnya. Di PT Pinus Merah Abadi stok kosong belum ada bongkaran, tiap area bisa mengajukan intra/pengajuan barang kosong kepada area lain atau depo lainnya”⁴

³ Rofek, sales PT Pinus Merah Abadi, *Wawancara langsung* (13 Maret, 2023)

⁴ Bagus Permana, SBH PT Pinus Merah Abadi, *Wawancara langsung* (13 Maret, 2023)

Jadi menurut penjelasan SBH bahwa PT yang sudah berjalan 5 tahun ini masih tetap menggunakan sistem retail dan grosir untuk toko-toko pembelian ecer itu termasuk pembelian menggunakan sistem retail dan untuk pembelian banyak itu menggunakan sistem grosir dan juga beliau menjelaskan bahwa di PT Pinus Merah Abadi ini mempunyai target depo dan target sales. Dimana target depo ini merupakan target yang harus dicapai oleh semua sales untuk itu SBH sendiri harus melakukan monitoring setiap hari kepada semua sales agar bisa mengetahui kekurangan targetnya.

Wawancara kelima dengan Kepala Gudang PT Pinus Merah Abadi di Desa Torjun Kabupaten Sampang. Berikut Pemaparan beliau:

“saya, mulai bekerja Sejak awal buka depo (anak cabang) di sampang sept 2018. Stiap awal bulan dan tanggal 15 kita tim gudang melaporkan jumlah barang ditambah expaer per item barang jadi kalau barang sudah kurang dri 2 bulan masa exp nya dr Pusat kita biasanya ad promo beli 1krt bonus 1krt atau beli 2 krt bonus 1krt untuk barang yg mendekati exp untuk mendongkrak tim sales untuk menjual brang tersebut. Jika kalau sdh mncai exp kita mengajukan alih status barang ke pusat untuk mnjadi barang BS dan masuk ke pemusnahan barang dan barang yang di pinjam di pagi harinya ke gudang wajib di fakturkan di sore hari atau uang dari barang penjualan barang yang di pinjam oleh sales harus di titipkan ke kepala gudang atau ke kasir biar meminimalisir penyelewengan barang. Sehingga barang yang sampai kepada konsumen masa exp masih lama dan tidak mengecewakan konsumen.”⁵

Jadi menurut kepala Gudang atau bisa dikatakan checker Gudang ini semua item dan stok yang ada di Gudang harus aman dan harus bisa menjaga exp stok yang ada di Gudang sehingga tidak mengecewakan para konsumen dan juga dengan barang yang hamper exp perusahaan ini akan mengadakan promo besar-besaran.

⁵ Moh Raul, Warehouse Administration Staff PT Pinus Merah Abadi, *Wawancara langsung* (13 Maret, 2023)

Dari hasil penelitian yang saya lakukan secara langsung ke objek yang saya teliti di PT Pinus Merah Abadi, Strategi pemasaran yang sudah diterapkan berjalan dengan baik seperti yang dikatakan oleh karyawan PT Pinus Merah Abadi.

C. Temuan Penelitian

Berdasarkan data yang di peroleh peneliti dari hasil observasi, dokumentasi dan wawancara dapat di peroleh beberapa temuan. Hasil temuan yang di dapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Jual Beli Grosir Snack di PT Pinus Merah Abadi dalam Perspektif Ekonomi Islam ?

Pada awal tahun 2022 PT Pinus Merah Abadi mengalami perkembangan yang awalnya dari CP sekarang sudah menjadi Depo dengan target 1.2 M perbulan. Dalam strategi pemasaran yang sudah PT Pinus Merah Abadi terapkan dengan menggunakan sistem retail dan grosir. Peneliti juga menemukan strategi yang di lakukan oleh PT Pinus Merah Abadi ini yaitu pemasarannya yang melalui *online* dan *offline*. Dengan cara mempromosikan produk melalui media sosial dan juga setiap bulannya PT Pinus Merah Abadi dengan omset tersebut tidak lepas dengan adanya promo secara besar-besaran sehingga bisa membantu para toko-toko agar mendapatkan reward dan juga mendapatkan discount dari PT Pinus Merah Abadi.

Pemasaran *online* maupun *offline* ini membantu meningkatkan penjualan dan juga memperkenalkan kepada para konsumen guna mempermudah konsumen tersebut dalam membeli produk yang kami jual.

2. Faktor Apa Saja Kekuatan Strategi Pemasaran di PT Pinus Merah Abadi dalam Perspektif Ekonomi Islam?

Factor yang merupakan kelebihan dari PT Pinus Merah Abadi yaitu strategi pemasaran yang di lakukan secara *online* maupun *offline* sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi. PMA juga menyediakan pembelian secara grosir sehingga harga yang ditawarkan lebih murah dari pada pembelian secara eceran, setiap pembelian yang melebihi standart perusahaan akan diberikan bonus sehingga konsumen merasa tertarik untuk melakukan pembelian dengan jumlah besar. Kualitas produk PMA selalu terjaga dari segi kebersihan dan tanggal exp suatu prodak sehingga tidak mengecewakan pelanggan, yaitu dengan cara dilakukan pengecekan 3 kali setiap minggu untuk mengecek barang yang memiliki rentang waktu exp hanya beberapa hari sehingga di pisahkan untuk di musnahkan.

D. Pembahasan

Menjelaskan lebih detail tetang ketrkaitan teori dan strategi yang mencakup ekonomi islam sesuai yang dipaparkan pada temuan penelitian.

1. Strategi Pemasaran Jual Beli Grosir Snack di PT Pinus Merah Abadi dalam Perspetif Ekonomi Islam

Salah satu fungsi penting yang harus ada dalam sebuah organisasi atau perusahaan, mulai dari organisasi kecil, menengah sampai kepada organisasi besar adalah pemasaran. Pemasaran merupakan satu-satunya fungsi dalam organisasi yang mampu mendatangkan pemasukan bagi organisasi melalui penawaran produk

baik berupa barang maupun jasa kepada konsumen ataupun pelanggan.⁶ Setiap organisasi pastinya mempunyai tujuan untuk meningkatkan pendapatan ataupun penjualan, hal yang penting dari pemasaran itu adalah menciptakan strategi yang mempunyai nilai dan bermanfaat bagi pelanggan sesuai sifat Nabi Muhammad SAW yaitu Fathonah (Bijaksana dan Cerdas).

Hasil pengamatan yang dilakukan di PT Pinus Merah Abadi yaitu mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan untuk menarik konsumen menurut perspektif syari'at Islam, di mana harga, pemasaran dan produk sesuai prinsip ekonomi islam dan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan minat konsumen yaitu strategi penjualan, strategi produk, dan strategi harga merupakan strategi yang paling menguntungkan dalam proses jual beli di PT Pinus Merah Abadi. Strategi pemasaran yang diteliti oleh penulis yaitu:

a. Produk

Dari segi produk PT Pinus Merah Abadi sudah sesuai standart syariah yaitu snack yang di perjual belikan halal, tidak ada indicator snack berasal dari hal yang haram seperti daging babi dan alkohol sehingga produk terjamin halal untuk di konsumsi oleh konsumen dan sesuai strategi pemasaran menurut syariah islam dalam aspek produk.

b. Harga

Harga adalah nilai barang atau nilai produk yang di terapkan oleh PT Pinus Merah Abadi. Harga yang diterapkan oleh PMA yaitu harga yang sedikit

⁶ Sisca Sisca, Mariana Simanjuntak, Andriasan sudarso, dkk, *Pemasaran Dasar dan Konsep* (Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis, 2021). 1.

lebih rendah dari harga para pesaing, sehingga dapat menarik minat konsumen. Penentuan harga ini sudah sesuai syariah islam yaitu harga yang sesuai dengan harga pasar dan tidak mengambil keuntungan yang berlebihan, sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW sebagai pelopor bisnis yang bernilai syari'ah yaitu harga yang ditawarkan dan pengambilan laba tidak boleh melebihi batas wajar.

c. Penjualan

Dalam pandangan islam, mengikuti perkembangan zaman itu relatif dilakukan oleh seluruh manusia sesuai ittiba' dalam islam. Sesuai sifat Nabi Muhammad SAW yaitu Fathonah (cerdas dan bijaksana) PT Pinus Merah Abadi melakukan inovasi penjualan yang lebih efisien mengikuti zaman sehingga mempermudah konsumen melakukan pembelian atau transaksi secara mudah yaitu melalui pemasaran secara *online* maupun *offline* yang sesuai syari'at Islam secara jujur dan amanah.

Dalam melakukan penjualan secara *online* PT Pinus Merah Abadi lebih mengutamakan kepuasan konsumen, produk yang halal, jujur dan ketepatan waktu dalam pengiriman kepada konsumen sehingga konsumen puas dan sesuai dengan prinsip syari'at Islam.

2. Faktor Apa Saja Kekuatan Strategi Pemasaran di PT Pinus Merah Abadi dalam Perspektif Ekonomi Islam

Sesuai penjelasan diatas kelebihan PT Pinus Merah Abadi dalam Perspektif Ekonomi Islam yaitu pertama harga relative murah sehingga konsumen lebih banyak melakukan pembelian di PT tersebut dari pada tempat yang lain dan

juga selain itu kelebihan di PT ini adanya sistem grosir yang nantinya akan mendapatkan reward seperti emas untuk toko-toko yang pembeliannya banyak sehingga meningkatkan optimis konsumen dalam meningkatkan pembelian. Kedua dalam proses transaksi bisa melakukan secara online sehingga mempermudah konsumen melakukan pembelian dengan optimasi pengiriman tepat waktu.

