

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis memiliki kaitan erat dengan pemasaran. Pemasaran berperan penting dalam kemajuan suatu usaha bisnis. Maju atau mundurnya suatu bisnis sangat ditentukan oleh kegiatan pemasaran tersebut. Hal ini terjadi karena kegiatan pemasaran berkaitan erat dengan interaksi langsung kepada masyarakat umum, khususnya pelanggan. Hal ini menggarisbawahi betapa esensialnya pemasaran dalam konteks bisnis. Namun, perlu dicatat bahwa pentingnya pemasaran tidak mengesampingkan pentingnya peran departemen atau fungsi lain dalam bisnis, karena semua bagian tersebut merupakan komponen yang saling terkait dalam keseluruhan bisnis. Kegiatan pemasaran selalu ada dalam berbagai jenis usaha, baik yang bertujuan mencari profit maupun yang memiliki misi sosial. Meskipun beberapa pelaku usaha mungkin tidak memiliki pemahaman formal tentang ilmu pemasaran, mereka tetap terlibat dalam berbagai aktivitas pemasaran.

Pemasaran *syariah* merupakan pemasaran yang menggunakan prinsip-prinsip syariah. Sebagaimana Nabi Muhammad SAW memberikan contoh yang sangat baik dalam setiap transaksi bisnisnya, yaitu dengan bertindak secara jujur, adil, dan tidak pernah membuat pelanggan atau konsumen mengeluh.¹

¹ Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula.(2018).*Syariah Marketing*.Bandung: PT Mizan Pustaka. hal. 44.

Nanas *decoration* merupakan usaha bisnis dalam bidang pemasaran jasa berupa bisnis sewa menyewa dekorasi. Lokasi Nanas *Decoration* berada di Dukuh Sewukan, Desa Tegal, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang. Berdasarkan hasil pra-observasi yang peneliti lakukan diketahui bahwa perkembangan usaha pada Nanas *Decoration* mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini dibuktikan dengan wawancara, dll. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan nanas decoration berpengaruh terhadap perkembangan brand tersebut.

Beberapa indicator yang menyebabkan tidak berkembangnya brand nanas decoration salah satunya dalam bidang pemasaran. Hal ini disebabkan karena pemasaran menjadi salah satu faktor guna mendapatkan keuntungan dalam sebuah Perusahaan, dalam hal ini pada nanas decoration. Usaha *Brand Nanas Decoration* merupakan salah satu usaha yang bergerak pada bidang jasa dekorasi dengan konsep modern sesuai perkembangan zaman. Selama ini yang diketahui dari strategi pemasaran yaitu belum sepenuhnya menggunakan prinsip-prinsip syariah atau strategi pemasaran yang diterapkan dalam Islam. Bauran pemasaran meliputi 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Environment, Process*), bauran pemasaran tersebut dalam pemasaran syariah dilakukan dengan sifat yang jujur, amanah, *fathanah*, dan *tabligh* (komunikatif) sebagaimana pemasaran itu dikaitkan dengan sifat Nabi Muhammad SAW.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Nanas *Decoration* menggunakan strategi pemasaran dengan prinsip syariah. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi tentang strategi jasa dekorasi menggunakan prinsip syariah dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan bagaimana cara mengembangkan ekonomi atau usaha menggunakan prinsip syariah

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka peneliti perlu melakukan penelitian dengan mengambil judul: “STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA *BRAND* NANAS *DECORATION* DITINJAU DARI PRINSIP SYARIAH”

B. Pembatasan Masalah

Mengingat luasnya cakupan pembahasan dan terbatasnya waktu, maka penelitian ini difokuskan pada strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Brand* Nanas *Decoration* di Dukuh Sewukan, Desa Tegal, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang melalui strategi bauran pemasaran dan ditinjau dari prinsip syariah.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah di atas, maka peneliti mengajukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan pada usaha Nanas *decoration* di Dukuh Sewukan, Desa Tegal, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang ?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan pada usaha Nanas *decoration* di Dukuh Sewukan, Desa Tegal, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang jika ditinjau dari prinsip *syariah* ?

D. Penegasan Istilah

Judul penelitian ini adalah “STRATEGI PEMASARAN PADA *BRAND* NANAS *DECORATION* DITINJAU DARI PRINSIP SYARIAH”. Untuk memaknai agar tidak terjadi kesalahpahaman, maka perlu peneliti menegaskan arti dari masing-masing judul tersebut. Bagian-bagian yang perlu ditegaskan antara lain :

1. Strategi

Strategi merupakan sebuah desain yang mendasar dari tujuan yang berjalan dan direncanakan, melalui penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing dan factor-faktor lingkungan.²

2. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu bentuk kegiatan perencanaan konsep, harga, promosi, dan pendistribusian ide-ide barang atau jasa untuk

² Syarifuddin, dkk.(2022).*Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran*.Yogyakarta: CV ISTANA AGENCY. hal. 56

menciptakan pertukaran yang memenuhi kepuasan individu dan mencapai tujuan organisasi.³

3. Prinsip Syariah

Pemasaran syariah adalah suatu proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari pemilik atau pemrakarsa kepada mitranya, di mana keseluruhan proses berdasarkan akad dan prinsip-prinsip *muamalah* dalam Islam.⁴

Pemasaran syariah (*marketing syariah*) merupakan suatu proses dari awal penciptaan hingga proses perubahan nilai pada produk dilandasi dengan prinsip-prinsip syariah.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan adalah sasaran yang hendak dicapai dan merupakan pedoman bagi segala aktivitas yang dilakukan. Tujuan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan pada usaha Nanas *decoration* di Dukuh Sewukan, Desa Tegal, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan pada usaha Nanas *decoration* di Dukuh Sewukan, Desa Tegal, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang ditinjau dari prinsip *syariah*

³ Buchari Alma, dkk.(2016).*Manajemen Bisnis Syariah*.Bandung: IKAPI. hal. 341.

⁴ Isri Handayani.(2020).*Tinjauan Strategi Pemasaran Syariah pada Penjualan Produk Inez di Mini Market Khatulistiwa Bengkulu*, Skripsi Bengkulu: IAIN Bengkulu. hal. 1.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memiliki beberapa manfaat baik bagi dari segi teoritis maupun segi praktis:

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan berwirausaha khususnya dalam aspek strategi pemasaran.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Peneliti menjadi memiliki wawasan bagaimana strategi pemasaran menggunakan prinsip syariah. Selain itu dapat digunakan sebagai sarana pengaplikasian teori yang diperoleh dari bangku kuliah.

b. Bagi Nanas *Decoration*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terkait strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah sehingga dapat membantu proses pemasaran yang dilakukan oleh nanas decoration.

c. Bagi Akademik

Dapat memberikan pemahaman bagi mahasiswa mengenai strategi pemasaran menggunakan prinsip syariah serta menjadi bahan ilmu pengetahuan tentang strategi pemasaran.