

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis selalu memegang peranan penting di dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang masa. Hal ini pun masih berlaku di era kehidupan kita. Karena kekuatan ekonomi mempunyai kesamaan makna dengan kekuatan politik, sehingga urgensi bisnis mempengaruhi semua tingkat individu, sosial, regional, nasional dan internasional. Tidaklah mengherankan apabila jutaan manusia dewasa ini terlibat dalam berbagai kegiatan bisnis¹.

Dalam kacamata ekonomi islam jual beli merupakan interaksi sosial antar manusia yang berdasarkan rukun dan syarat yang telah di tentukan. Jual beli diartikan “*al-bai’*, *al-Tijarah* dan *alMubadalah*”. Pada intinya jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar barang atau benda yang mempunyai manfaat untuk penggunaanya, kedua belah pihak sudah menyepakati perjanjian yang telah dibuat.².

Pada umumnya setiap penjual yang menjual produknya memiliki tujuan tingkat penjualan yang semakin berkembang setiap waktunya. Volume penjualan dapat dijabarkan sebagai umpan balik dari kegiatan pemasaran yang dilaksanakan oleh perusahaan. Penjualan mempunyai pengertian yang bermacam-macam tergantung pada lingkup permasalahan yang sedang dibahas. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut serta dapat tumbuh dan berkembang, setiap perusahaan harus merumuskan langkah dan keputusan yang tepat dalam berbagai bidang tak

¹ Muhammad Farid Amilatuz Zahroh, “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Sapi Di Pasar Hewan Pasiria, Iqtishoduna*”, Vol. 6, 2015 No. 2.

² Shobirin, “*Jual Beli Dalam Pandangan Islam*”, Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam Vol. 3 No.2, 2015, hlm. 240

terkecuali bidang pemasaran demi mencapai tujuan serta keberlangsungan hidup perusahaan.

Salah satu jenis perdagangan adalah perdagangan sapi. Para pelakunya sebagian besar terdiri dari masyarakat pedesaan, baik itu pedagang maupun pembeli. Hal ini disebabkan, masyarakat pedesaan menjadikan hewan ternak khususnya sapi sebagai bentuk penyimpanan kekayaan atau investasi terutama bagi masyarakat desa yang berprofesi sebagai petani. Namun tidak dapat dipungkiri ada juga pengusaha yang merambah bisnis ini, melihat peluang untuk mendapatkan keuntungan sangat bagus. Karena, selain dijadikan sebagai investasi, daging sapi juga dapat dikonsumsi dan sangat berguna bagi kesehatan tubuh manusia.³

Dengan semakin banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan tentunya tingkat persaingan akan semakin meningkat. Perusahaan akan menghadapi berbagai kendala dalam mencapai tujuannya masing masing. Setiap perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif guna meningkatkan volume penjualan tetapi pada kejadiannya para penjual sapi masih terfokus di *infarm* dengan kata lain mereka hanya memperhatikan bagaimana proses di dalam kandang dan kurang memperhatikan bagaimana strategi pemasarannya.

CV Sugih Mukti Garut adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam sektor perdagangan sapi. Perusahaan ini berlokasi di Desa Suci, Kecamatan Karangpawitan, kabupaten Garut, Jawa Barat. CV Sugih Mukti adalah salah satu perusahaan sapi yang jangkauan penjualannya cukup besar di daerah Jawa Barat

³ Muhammad Farid Amilatuz Zahroh, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Sapi Di Pasar Hewan Pasiria", *Iqtishoduna* Vol. 6 No. 2, 2015, hlm. 19

terutama Priangan Timur dengan berfokus pada perdagangan sapi potong maupun sapi kurban. Disamping itu CV Sugih Mukti mendirikan peternakan sapi sendiri. Tingkat penjualan sapi di CV Sugih Mukti Garut selama lima tahun terakhir (2017-2021).

Tabel 1.1 Perkembangan Penjualan Sapi CV Sugih Mukti Garut 2017-2021

Tahun	Target penjualan (ekor)	Realisasi penjualan (ekor)	%
2017	95	70	
2018	98	72	3%
2019	100	74	3%
2020	103	77	4%
2021	105	78	1%

Sumber : Data Penjualan Sapi CV sugih Mukti Garut 2017-2021⁴

Berdasarkan tabel di atas dapat kita lihat bahwa penjualan sapi di CV Sugih Mukti Garut mengalami penjualan yang cenderung naik walaupun jumlahnya sedikit. Apabila dilihat dari presentase yang ada pada tahun 2018 dan 2019 mengalami peningkatan sebesar 3% per tahunnya, pada tahun 2020 tingkat penjualan CV Sugih Mukti Garut naik menjadi 4%, pada tahun terakhir perusahaan hanya dapat meningkatkan penjualan 1% saja. Dari studi pendahuluan yang telah penulis lakukan strategi atau upaya yang sudah dilakukan selama beberapa tahun oleh CV. Sugih Mukti adalah perbaikan pelayanan, peningkatan kualitas produk

⁴ Data Penjualan Sapi CV Sugih Mukti Garut 2017-2021

dengan peningkatan kualitas pakan, akan tetapi tidak berfokus terhadap promosi bahkan tidak ada gebrakan besar dalam hal ini.⁵

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen tidak mengetahui dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Promosi berfungsi untuk merangsang konsumen agar melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan penjualan. Kegiatan pemasaran memang sangat kompleks dan saling berkaitan antara yang satu dengan yang lainnya, seperti promosi dan penjualan hendaknya dikelola dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu laba atau keuntungan yang semaksimal mungkin. Promosi memang sangat erat hubungannya dengan penjualan, semakin baik promosi yang dilakukan maka peningkatan penjualan juga semakin besar. Salah satu tujuan dari diadakannya promosi adalah untuk meningkatkan penjualan sehingga sudah tentu keduanya ada hubungan.⁶

Menurut Elisabet Togodly, dkk⁷ menyatakan dalam penelitiannya terdapat hubungan yang signifikan positif sangat kuat antara variabel promosi terhadap peningkatan penjualan, sehingga apabila perusahaan tidak melakukan promosi dengan baik dan tepat, maka hal tersebut akan mempengaruhi pada peningkatan

⁵ Hasil wawancara dengan Owner CV. Sugih Mukti Garut tanggal 18 september 2022.

⁶ Togodly, E., Tarore, HS, & Tumbel, TM (2018). Pengaruh Promosi terhadap Peningkatan Penjualan pada Koperasi Serba USAha Baliem Arabica di Kabupaten Jayawijaya. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)*, 6 (001).

⁷ *Ibid.*

penjualan. Begitu pula menurut Azmiani Batubara dan Rahmat Hidayat⁸ dalam penelitiannya menemukan bahwa variabel penetapan harga dan promosi secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan

Dengan demikian, Elisabeth Togodly, azmiani Batubara dan Rahmat Hidayat promosi mengambil peranan penting dan berpengaruh positif dalam mempengaruhi tingkat penjualan karena semakin buruk promosi yang dilakukan maka akan semakin menurun pula tingkat penjualan. Secara umum perusahaan akan mengambil tindakan khusus, sistematis dalam melakukan promosi untuk meningkatkan volume penjualan. Sementara pada CV Sugih Mukti Garut tidak fokus pada upaya upaya promosi yang dapat meningkatkan penjualan setiap tahunnya.

Berdasarkan permasalahan di atas penulis tertarik untuk melakukan kajian penelitian di CV Sugih Mukti Garut tentang “**Analisis Marketing Mix Syariah Pada Penjualan Sapi Di CV. Sugih Mukti Garut**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana *marketing mix* syariah yang dilakukan CV. Sugih Mukti Garut?

⁸ Batubara, A., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(1).

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui *marketing mix* yang dilakukan CV. Sugih Mukti Garut.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan menjadi sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan serta menjawab pertanyaan pertanyaan dari permasalahan yang ada.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, Menambah wawasan intelektual penulis mengenai bisnis dan juga sebagai wahana penulis untuk mengkaji secara ilmiah factor factor yang mempengaruhi volume penjualan
- b. Bagi Perusahaan, menambah informasi, bahan masukan dan saran mengenai faktor faktor yang mempengaruhi volume penjualan dan kegiatan jual beli menurut prespektif islam
- c. Bagi Masyarakat, hasil penelitian diharapkan dapat dipergunakan oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan, baik sebagai referensi maupun sebagai bahan pustaka bagi para peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan kasus yang sama.