

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Manajemen Pemasaran Produk Tong Tjie Tea untuk meningkatkan Penjualan Pada PT. Senang Jaya Mitra Sukses

Pada PT. Senang Jaya Mitra Sukses dalam meningkatkan penjualan Produk Tong Tji Tea juga diterapkan Manajemen Pemasaran. Hal ini sesuai dengan penjelasan oleh Muhammad Faisal selaku Manager PT. Senang Jaya Mitra Sukses sebagai berikut:

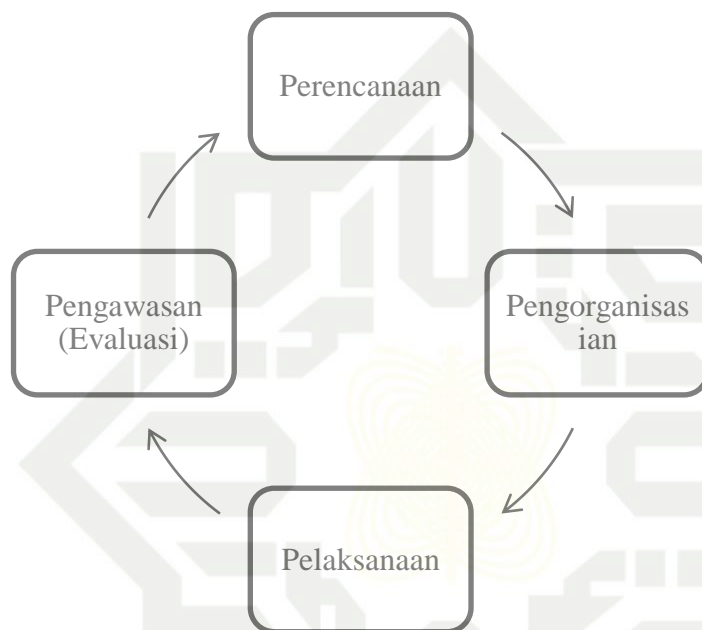
“Manajemen Pemasaran pada PT. Senang Jaya Mitra Sukses memiliki peran sebagai langkah dalam meningkatkan penjualan. Adanya Manajemen Pemasaran membantu aktifitas penjualan tim sales menjadi lebih efektif dan efisien serta terukur.”³⁸

Manajemen Pemasaran di PT. Senang Jaya Mitra Sukses memiliki alur Manajemen pemasaran yakni terdiri dari Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan, dan Evaluasi yang dilakukan secara kontinyu. Alur Manajemen Pemasaran PT. Senang Jaya Mitra Sukses dapat dilihat pada Gambar berikut ini

³⁸ Muhammad Faisal (Manager PT Senang Mitra Jaya Sukses), *Wawancara Penelitian*, 05 Desember 2020

Gambar 4.1

Alur Manajemen Pemasaran PT. Senang Jaya Mitra Sukses



Sumber: Hasil Olahan Data 2021

Adapun tahapan dari Manajemen Pemasaran dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Perencanaan Pemasaran

a. Jenis Perencanaan

Dalam pelaksanaan perencanaan di PT. Senang Jaya Mitra Sukses terdiri dari 2 perencanaan sebagai berikut:

1) Perencanaan Jangka Panjang

Perencanaan jangka panjang adalah perencanaan yang dilaksanakan pada Rapat Kerja Tahunan Perusahaan. Hal-hal yang direncanakan pada perencanaan jangka panjang umumnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah hal yang bersifat kebijakan jangka panjang dan harus disetujui secara bersama oleh seluruh divisi di PT. Senang Jaya Mitra Sukses. Sehingga hasil output dari Perencanaan Jangka Panjang ini menjadi Rencana Pemasarana Tahunan yang disepakati oleh Stakeholder dan Shareholders di PT. Senang Jaya Mitra Sukses.

Perencanaan jangka panjang terdapat pada Rapat Kerja Tahunan yang meliputi 3 hal penting:

- a) Target Penjualan
 - b) Biaya Operasional Penjualan
 - c) Strategi Pemasaran (*Product, Price, Promotion, dan Place*)
- 2) Perencanaan Jangka Pendek

Perencanaan ini adalah perencanaan yang memiliki kapasitas kebijakan yang hanya berada di Divisi Penjualan saja. Selain itu perencanaan dari jangka pendek ini memiliki jangka waktu pelaksanaan hanya sekitar kurang dari 1 bulan. Contoh dari perencanaan jangka pendek ini adalah Rencana Pembukaan Stand Bazar Tong Tji di bulan Ramadhan. Rencana ini hanya dibahas di tim sales saja serta jangka waktunya hanya masa ramadhan sehingga perencanaan ini digolongkan sebagai perencanaan jangka pendek.

Pada perencanaan jangka pendek, terdapat hal-hal seperti persiapan promosi ramadhan dan tahun baru. Selain itu juga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



penyesuaian strategi pemasaran yang disebabkan perubahan harga produk, serta rapat keluhan konsumen. Dari contoh di atas dapat diketahui bahwa perencanaan jangka pendek umumnya membahas hal-hal yang bersifat insidental saja. Sehingga dalam hal pembahasannya hanya melibatkan bagian tim sales saja.

b. Rapat Kerja Tahunan PT. Senang Jaya Mitra Sukses

Dalam aktifitas perencanaan Jangka Panjang adalah perencanaan yang menjadi Garis Besar Pemasaran di tahun tersebut. Maka segala hal yang memiliki kedudukan strategis untuk dibahas, akan dirumuskan pada Rapat Kerja Tahunan PT. Senang Jaya Mitra Sukses ini. Adapun komponen yang direncanakan pada Rapat Kerja Tahunan PT. Senang Jaya Mitra Sukses adalah sebagai berikut:

1) Target Penjualan

Pada Rapat Kerja Tahunan PT. Senang Jaya Mitra Sukses maka salah satu komponen yang penting untuk dibahas adalah Target Penjualan yang akan ditetapkan pada tahun tersebut. Target Penjualan tidak bisa hanya disepakati oleh bagian penjualan saja. Namun harus disepakati oleh seluruh Divisi dan Bidang di PT. Senang Jaya Mitra Sukses. Hal ini disebabkan secara makna, Target Penjualan akan menjadi dasar penjualan yang dilaksanakan pada tahun tersebut. Jika perencanaan penjualan tidak jelas atau bahkan tidak ditentukan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

secara realistis maka akan dapat merusak keseimbangan dari aktifitas operasional. Hal ini disebabkan dalam sebuah perusahaan *Consumer Good*, penjualan merupakan ujung tombak perusahaan. Maka perlu ditetapkan Target Penjualan yang akan menjadi tujuan bersama seluruh instrumen di PT. Senang Jaya Mitra Sukses.

Adapun dalam penetapan Target Penjualan harus memperhatikan dari kondisi-kondisi sebagai berikut:

a) Target Harus Meningkatkan dari tahun sebelumnya.

Maknanya bahwa menentukan target, PT. Senang Jaya Mitra Sukses harus menetapkan target yang berada di atas dari target tahun sebelumnya. Karena target akan mempengaruhi pencapaian. Jika target rendah, maka pencapaian juga ikut rendah.

b) Target Harus Realistis

Target harus realistis dimana PT. Senang Jaya Mitra Sukses menetapkan target sesuai dengan kemampuan sales dan potensi pasar yang ada. Menetapkan target yang terlalu tinggi malah akan hanya menjadikan terget tersebut angan-angan belaka.

c) Target Penjualan harus 3 kali lipat dari Biaya Operasional perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Maksudnya adalah, Target penjualan harus bisa mencapai 3 kali lipat biaya operasional tahunan. Sehingga memperkecil kemungkinan rugi perusahaan karena target telah 3 kali lipat.

Berdasarkan hal di atas, maka dalam perencanaan target penjualan dari 2015 sampai dengan 2020 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Target Penjualan

Tahun	Target	Pencapaian	Persentase
2015	Rp. 120.000.000	Rp. 40.058.736	33,33%
2016	Rp. 900.000.000	Rp. 795.142.732	88,35%
2017	Rp. 1.500.000.000	Rp. 1.218.033.789	81,20%
2018	Rp. 1.650.000.000	Rp. 1.080.258.003	65,48%
2019	Rp. 2.000.000.000	Rp. 1.420.520.356	71%
2020	Rp. 2.150.000.000	-	-

Sumber: Hasil Wawancara Penelitian

Dapat diketahui bahwa dari tahun ke tahun target penjualan mengalami peningkatan. Hal ini juga didasari dari pencapaian penjualan yang juga meningkatkan bahkan berada pada angka 60% pencapaian dari setiap tahunnya.

Pada 2015, PT. Senang Jaya Mitra Sukses menetapkan target 120.000.000 dan tercapainya 33,33% nya yakni 40.058.736. di tahun 2016, taget penjualan mengalami peningkatan menjadi 900.000.000, dan pesentase pencapaian juga meningkat drastis menjadi 88,35% yakni 795.142.73. ini

merupakan pemasaran yang dilaksanakan mampu meningkatkan penjualan. Di 2017 target yang ditetapkan adalah 1.500.000.000, dengan pencapaian 1.218.033.789 atau setara 81,20% dari target yang telah ditentukan. Di 2018 target yang ditetapkan adalah 1.650.000.000, dengan pencapaian 1.080.258.789 atau setara 65,48% pencapaian dari target penjualan. Jumlah ini menurun dari tahun sebelumnya. Di 2019 target meningkat lagi menjadi 2.000.000.000 dengan pencapaian 1.420.530.006 atau setara 71% pencapaian dari target penjualan, pada tahun ini kembali meningkat pencapaiannya. Di 2020, target kembali ditingkatkan, namun dengan jumlah yang tidak terlalu signifikan yakni 2.150.000.000, untuk pencapaiannya belum diketahui. Namun diperkirakan karena akibat pandemi, terjadi penurunan pada persentase pencapaian.

2) Anggaran Biaya Operasional Penjualan

Dalam melaksanakan aktifitas pemasaran selalu membutuhkan biaya yang disebut dengan Biaya Operasional Penjualan. Maka dalam hal perumusan biaya operasional dibutuhkan perencanaan alokasi biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan nominal biaya yang akan dikeluarkan pada tahun tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan hasil wawancara Manager PT. Senang Jaya Mitra Sukses menyampaikan bahwa Anggaran Biaya Operasional Penjualan meliputi;

- a) Biaya Gaji Tim Sales
 - b) Biaya Bonus
 - c) Biaya Transportasi Produk
 - d) Biaya Promosi (Iklan, Spanduk, dan Poster)
 - e) Biaya *Up Grading*/Pengembangan Tim Sales.
- 3) Strategi Pemasaran

Selain itu hal yang juga merupakan penting untuk direncanakan dalam sebuah perusahaan adalah Strategi Pemasaran. Strategi Pemasaran adalah langkah yang akan dilaksanakan oleh Tim Sales untuk mencapai target penjualan. Dalam perumusan Strategi Pemasaran harus mengikuti dari Dimensi yang terdapat pada Marketing Mix, yaitu Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi.

Adapun Strategi Pemasaran yang direncanakan oleh PT. Senang Jaya Mitra Sukses adalah sebagai berikut:

- a) Perencanaan Produk

Dalam perencanaan produk tidak direncanakan hal-hal terkait dengan kualitas produk. Hal ini disebabkan PT. Senang Jaya Mitra Sukses bukanlah produsen, namun

distributor produk yang memasarkan produk kepada konsumen tingkat akhir.

Adapun perencanaan produk adalah:

- 1) Memastikan produk yang diterima konsumen merupakan produk yang masih *Fresh/Belum Expired*.
- 2) Memastikan produk dalam kondisi baik
- 3) Kemasan produk dipastikan tidak rusak
- 4) Memastikan permintaan sesuai dengan produk yang diantar.

b) Perencanaan Harga

Berdasarkan hasil wawancara, terkait perencanaan harga adalah sebagai berikut:

- 1) Memastikan harga jual tidak melebihi harga yang ditawarkan kompetitor
- 2) Menjaga harga agar dapat bersaing dengan distributor lainnya
- 3) Memberikan diskon pada konsumen dengan kuantitas pemesanan tertentu
- 4) Memberikan fasilitas penjualan kredit bagi mitra usaha yang sudah terpercaya.

c) Perencanaan Promosi

Berdasarkan hasil wawancara, terkait perencanaan promosi adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Bekerjasama dengan Pihak Hotel, Cafe dan Restoran
- 2) Memberikan Sampling Produk yang bisa dicoba secara langsung
- 3) Memasang spanduk pada beberapa mitra Toko
- d) Perencanaan Distribusi

Berdasarkan hasil wawancara terkait Distribusi adalah sebagai berikut:

- 1) Pengantaran Tepat waktu
- 2) *Mapping* Konsumen
- 3) Membagi Sales menjadi kelompok wilayah
- 4) Memperhatikan lalu lintas produk di Gudang dalam rangka menjaga kualitas produk.

2. Pengorganisasian Pemasaran

Setelah rencana pemasaran dirumuskan, maka tahap selanjutnya adalah pemberian tugas pada masing-masing penanggung jawab dari pelaksana pemasaran. Pembagian tugas ini bertujuan agar masing-masing karyawan akan memiliki tanggung jawab pribadi sehingga mampu memaksimalkan aktifitas kerjanya dan target yang ditentukan akan lebih mudah tercapai.

Jika pada tahap perencanaan segala bentuk hasil pada Rencana Kerja Tahunan masih berbentuk rencana mentah yang masih terlalu umum. Maka pada tahap pengorganisasian, segala bentuk rencana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut didistribusikan kepada seluruh tim sales dalam rangka pengorganisasian pemasaran.

Berdasarkan hasil wawancara, maka didapatkanlah bahwa dalam pengorganisasian pemasaran terbagi pada beberapa tim dengan rincian sebagai berikut:

a. Pembagian Tim Sales

Pembagian tim sales berdasarkan 2 indikator yakni sebagai berikut:

1) Pembagian Berdasarkan Area Cover.

Pembagian Berdasarkan Area Cover ini bermakna bahwa sales dibagi berdasarkan wilayah kerja masing-masing. PT. Senang Jaya Mitra Sukses adalah Perusahaan distributor dengan wilayah kerja di Provinsi Riau. Maka agar produk Tong Tji Tea ini bisa sampai pada seluruh lapisan masyarakat dan daerah maka perlu ada pembagian Cover kerja. Penerapannya, Tim Sales yang berjumlah 6 orang bertanggung jawab mengcover 12 Kabupaten. Sehingga masing-masing sales akan memiliki tanggung jawab menawarkan produk pada 2 Kabupaten setiap bulannya.

2) Pembagian Tim berdasarkan Target Konsumen.

Diketahui bahwa berdasarkan target konsumen, Tim Sales PT. Senang Jaya Mitra Sukses terbagi sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a) Tim Sales GT (*General Trade*)

Sales GT adalah tim yang memfokuskan penjualan Teh Tong Tji pada konsumen umum atau tradisional seperti Grosiran, Warung, Ritel, dan sebagainya.

b) Tim Sales MT (*Modern Trade*)

Sales MT adalah tim yang memfokuskan penjualan Teh Tong Tji pada konsumen modern seperti Supermarket, Minimarket, Swalayan yang secara pencatatan dan lobby pemasaran cenderung profesional dari pada GT.

c) Tim Sales Horecca

Horecca adalah istilah yang dipakai di negara-negara Skandinavia, Beneluks, dan Prancis untuk menyebut sektor pada industri makanan yang terdiri atas tempat-tempat yang menyiapkan dan melayani makanan dan minuman. Istilah ini merupakan akronim dari hotel, restoran, dan kafe. Sehingga dapat disimpulkan Tim Sales Horecca adalah tim yang memasarkan produk pada Hotel, Restoran, dan Kafe.

b. Sistem Kordinasi Tim Sales

Pada PT. Senang Jaya Mitra Sukses setelah tim dibagi sesuai dengan tanggung jawabnya masing-masing. Maka selanjutnya yang harus diperhatikan adalah alur kordinasi antar tim agar dalam pelaksanaan tugas yang telah diberikan kepada masing-masing dapat dilaksanakan secara maksimal. Pada PT. Senang Jaya

Mitra Sukses, kordinasi dilakukan bukan hanya pada sesama tim sales. Namun kordinasi juga meliputi seluruh satuan dan divisi di perusahaan. Maka kordinasi juga dibangun antara sales dengan pihak admin, gudang, keuangan, dan driver.

Dalam hal kordinasi, ada beberapa hal penting yang harus diterapkan:

- 1) Kordinasi tidak dibenarkan dilakukan secara membabi buta. Harus sesuai ketentuan. Tim Gudang tidak boleh menggunakan tenaga Driver sebelum berkordinasi dengan Sales. Hal ini disebabkan karena aktifitas utama perusahaan adalah penjualan. Maka segala bentuk selain itu, dapat dikesampingkan.
- 2) Adanya gesekan Tim Sales di lapangan harus diselesaikan secara diskusi. Tidak dibenarkan melakukan kekacauan saat aktifitas distribusi dan penjualan sedang berlangsung
- 3) Tim Gudang, Admin, Owner dan bidang lainnya berkewajiban menjaga nama baik perusahaan.

c. Kemampuan utama yang harus dimiliki Tim Sales.

Dalam membentuk Tim Sales yang kuat dan berkualitas, maka perlu dibentuk kemampuan yang dapat menunjang pada diri Tim Sales. Adapun kemampuan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1) Kemampuan Negosiasi

PT. Senang Jaya Mitra Sukses sangat menekankan kepada seluruh tim sales agar dapat meningkatkan kemampuan negoiasinya dalam meningkatkan penjualan. Negosiasi adalah sebuah bentuk interaksi sosial saat pihak-pihak yang terlibat berusaha untuk saling menyelesaikan tujuan yang berbeda dan bertentangan.

2) Ketekunan

Disampaikan oleh Manager PT. Senang Jaya Mitra Sukses bahwa ketekunan sales akan sangat berpengaruh pada kualitas kerja. Seahli apapun sales jika tidak memiliki jiwa tekun, maka akan kalah dengan sales yang keterbatasan ilmu namun tekun.

3) Kreatif

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Senang Jaya Mitra Sukses saat ini adalah strategi yang sudah biasa diterapkan oleh distributor-distributor yang ada. Maka perlu adanya kreatifitas dari Tim Sales dalam meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran yang tidak biasa dilaksanakan.

d. Marketing Tools

Marketing tools adalah peralatan dan perlengkapan utama yang digunakan oleh Tim Sales dalam melaksanakan aktifitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemasarannya. Berdasarkan hasil wawancara, adapun marketing tools pada PT. Senang Jaya Mitra Sukses adalah sebagai berikut:

1) Tanda Pengenal (ID Card)

Menjadi hal utama bagi seorang sales untuk senantiasa membawa ID Card saat melaksanakan kegiatan pemasaran. ID Card menjadi bukti bahwa sales yang datang memasarkan produk adalah benar dan menjaga dari penipuan.

2) Proposal/List Harga

Saat melaksanakan kegiatan pemasaran, sales membutuhkan Proposal/List Harga yang tertinggal pada konsumen.

3) Sampling Produk

Pada PT. Senang Jaya Mitra Sukses menerapkan sampling produk yang bisa digunakan konsumen yang ingin mengetahui secara langsung kualitas produk.

4) Gadget

Di zaman modern seperti saat ini menjadi kewajiban bagi sales harus memiliki Gadget yang dapat membantu komunikasi dengan mitra dan merambah promosi di Media Sosial.

3. Pelaksanaan Pemasaran

Pelaksanaan adalah tahap merealisasikan dari rencana yang sudah ditetapkan. Setelah masing-masing sales mendapatkan

tugasnya, maka selanjutnya adalah tahap bagi sales untuk merealisasikan rencana dan tugasnya tersebut.

a. Waktu Pelaksanaan Pemasaran

Dalam hal pelaksanaan pemasaran, tim sales diberikan kebebasan dalam melaksanakan aktifitas pemasaran sesuai dengan kesanggupan dan strategi masing-masing. Namun secara aturan yang ditetapkan oleh Perusahaan, maka waktu kerja yang disediakan adalah Setiap Hari Kerja (Senin sampai dengan Sabtu) Pukul 09.00 Pagi sampai dengan 04.00 Sore.

Waktu yang telah disediakan ini bertujuan agar dapat memaksimalkan aktifitas pemasaran. Diluar jam tersebut, maka sales diberikan waktu untuk brifing, diskusi, dan isitirahat.

b. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda.

Pada PT. Senang Jaya Mitra Sukses memiliki segmentasi pasar sebagai berikut:

1) Retail

Eceran atau disebut pula ritel adalah salah satu cara pemasaran produk meliputi semua aktivitas yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis. Organisasi ataupun seseorang yang menjalankan bisnis ini disebut pula sebagai pengecer. Contoh retail adalah Grosiran, Warung, Toko, dan sebagainya.

2) Kolektif

Kolektif adalah sekumpulan pribadi yang bekerja sama untuk tujuan tertentu tanpa adanya hierarki di dalamnya. Sebuah kolektif bisa merupakan kelompok yang besar ataupun kecil, berjalan dalam waktu yang singkat ataupun lama, dengan keanggotaannya yang bersifat sukarela. Contoh dari kolektif adalah Swalayan, MiniMarket, Hotel, Kafe, dan sebagainya.

c. Metode Pemasaran.

Agar telaksananya kegiatan pemasaran yang maksimal, maka PT. Senang Jaya Mitra Sukses menerapkan beberapa metode yang dapat digunakan oleh para Sales diantaranya sebagai berikut;

1) *Canvassing*

Canvassing merupakan merupakan salah satu aktivitas sales untuk melakukan contact dengan pelanggan atau calon pelanggan. Canvassing ini lebih mengutamakan kemampuan berkomunikasi dan negoisasi secara langsung.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Maka PT. Senang Jaya Mitra Sukses menamakan kegiatan Canvassing dengan kegiatan tatap muka. Metode Canvassing ini biasa dilakukan oleh Tim Sales GT dan MT.

2) *Telemarketing*

Telemarketing adalah metode pemasaran langsung di mana tenaga penjualan meminta calon pelanggan untuk membeli produk atau layanan, baik melalui telepon atau melalui pertemuan tatap muka atau web conferencing berikutnya yang dijadwalkan selama panggilan berlangsung. Metode Telemarketing ini biasa dilakukan oleh Tim Sales Horecca.

3) *Stand Bazar*

Stand Bazaar adalah metode marketing dengan cara membuka outlet pameran yang berisi produk-produk Teh Tong Tji. Stand Bazar ini dilakukan di lokasi pameran, expo, Mall, dan pusat keramaian.

4. Evaluasi dan Monitoring Pemasaran

Monitoring adalah pemantauan yang dapat dijelaskan sebagai kesadaran tentang apa yang ingin diketahui, pemantauan berkadar tingkat tinggi dilakukan agar dapat membuat pengukuran melalui waktu yang menunjukkan pergerakan ke arah tujuan atau menjauh dari itu.

Dalam manajemen pemasaran, Manager akan mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan dari pemasaran oleh Tim Sales.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Monitoring dilakukan secara berkala, sehingga jika ditemukan kekurangan dalam pelaksanaan pemasaran akan dapat dicari solusinya sesegera mungkin.

a. Jenis Monitoring

Dalam memantau aktifitas tim sales maka Manager akan melakukan monitoring secara bertingkat.

1) Monitoring Mingguan.

Pada monitoring mingguan adalah evaluasi dari aktifitas yang dilakukan oleh masing-masing sales dalam 1 pekan. Monitoring ini dilakukan tiap senin. Adapun yang dimonitoring pada pertemuan ini adalah penyampaian rencana kerja dalam 1 pekan mendatang dan evaluasi dari aktifitas 1 pekan yang lalu. Selain itu pada pertemuan ini, Manager dan Supervisor akan memotivasi sales agar semakin giat dalam melaksanakan pemasaran.

2) Montoring Bulanan

Pada awal bulan, Manager akan meminta data penjualan dari masing-masing sales lalu akan mengevaluasi pada kinerja penjualan yang dicapai. Pada pertemuan bulanan ini, juga akan diberikan penghargaan kepada sales yang memiliki penjualan tertinggi. Sedangkan bagi sales yang belum mencapai target akan diberikan waktu untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyampaikan alasan turunnya kinerja penjualan dan akan dicari solusinya bersama-sama.

3) Rapat Kerja Tahunan

Selain sebagai media perumusan rencana tahunan, Rapat kerja juga berperan sebagai media evaluasi bagi pencapaian penjualan. Namun Evaluasi tidak dilakukan oleh Manager kepada Tim Sales. Sebaliknya evaluasi dilakukan oleh Dewan Komisaris kepada seluruh satuan PT. Senang Jaya Mitra Sukses. Evaluasi dilakukan secara menyeluruh dan dicari solusi dari masalah yang ditemukan secara bersama-sama.

b. *Reward and Punishment*

Dalam rangka mengembangkan sebuah perusahaan maka harus diterapkan sistem yang kooperatif dan kompetitif. Walaupun pada hakikatnya setiap karyawan adalah bagian penting dalam perusahaan, namun menumbuhkan jiwa persaingan yang sehat perlu dilakukan demi mencapai tujuan bersama. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah menerapkan reward dan punishment.

Reward adalah suatu bentuk penghargaan atau imbalan balas jasa yang diberikan kepada seseorang atau kelompok karena telah menunjukkan kinerja yang diharapkan. Pada PT. Senang Jaya Mitra Sukses memiliki indikator pada reward dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



punishmen dari Target Penjualan. Target Penjualan yang ditentukan oleh PT. Senang Jaya Mitra Sukses kepada para sales adalah 65 Juta/sales/bulan.

Ketentuan reward diberikan berdasarkan pada hal sebagai berikut:

- 1) Jika penjualan bulanan melebihi target, maka terdapat Bonus 0.5% dari total penjualan pada bulan tersebut. Maka jika penjualan makin tinggi, semakin besar bonus yang didapatkan.
- 2) Sales dengan penjualan tertinggi selama setahun akan mendapatkan reward jalan-jalan ke luar kota dibiayai oleh PT. Senang Jaya Mitra Sukses.

Sedangkan Punishmen diberikan berdasarkan hal sebagai berikut:

- 1) Sales yang tidak mencapai target bulanan maka akan mendapatkan teguran.
- 2) Jika dalam waktu 3 bulan berturut tidak juga mencapai target, maka akan dievaluasi penyebab tidak tercapainya. Selain itu diberikan peringatan dengan masa percobaan 3 bulan.
- 3) Jika dalam 3 bulan belum juga mencapai target dan terbukti lalai dalam melaksanakan aktifitas pemasaran, maka akan langsung diberhentikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Faktor Pendukung dan Penghambat Manajemen Pemasaran Tong Tji Tea di PT. Senang Jaya Mitra Sukses Pekanbaru

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada Manager PT. Senang Jaya Mitra Sukses maka dapat ditemukan faktor-faktor yang menjadi Pendukung serta penghambat dari Manajemen Pemasaran yakni sebagai berikut:

1. Faktor Pendukung

Adapun faktor pendukung manajemen pemasaran di PT. Senang Jaya Mitra Sukses adalah sebagai berikut:

a. Kemajuan Teknologi

Adanya kemajuan teknologi sangat dirasakan manfaatnya oleh Tim Sales PT. Senang Jaya Mitra Sukses. Hal ini disebabkan dalam hal komunikasi kepada konsumen dapat dilakukan lebih cepat dan mudah. Tidak hanya di komunikasi, juga terkait transaksi penjualan juga mengalami perubahan, jika sebelumnya transaksi dilakukan secara manual dengan uang Cash, namun pada saat ini pembayaran oleh konsumen bisa dilakukan secara transfer. Sehingga tidak mengharuskan sales mengorbankan waktu dan tenaga untuk menjumpai konsumen.

b. Citra Perusahaan

Salah satu faktor yang mendukung manajemen pemasaran di PT. Senang Jaya Mitra Sukses adalah adanya nama baik dari PT. Senang Jaya Mitra Sukses itu sendiri. Perusahaan ini dikenal memiliki

integritas dalam memberikan kepuasan kepada konsumen. Pengalaman terdahulu telah membentuk persepsi mitra bahwa PT. Senang Jaya Mitra Sukses memiliki pelayanan yang memuaskan.

c. Maraknya *Coffeshop*

Pada zaman saat ini ada kebiasaan baru masyarakat yakni berkumpul di sebuah Cofeeshop dan berdiskusi tentang apa saja. Perilaku ini memberikan keuntungan tersendiri pada Penjualan Teh Tong Tji. Hal ini disebabkan masyarakat yang berkumpul juga akan memesan teh sebagai minumannya. Disampaikan oleh Tim Horecca, bahwa pada 2018 dan 2019 adanya peningkatan penjualan secara signifikan terhadap produk Teh Tong Tji.

d. Keahlian Sales

Salah satu strategi yang diterapkan manajemen dalam rangka meningkatkan kualitas sales adalah dengan rutin melakukan pelatihan. Pelatihan yang dilakukan meliputi Semangat Kerja, Profesionalitas, dan *Public Speaking*. Ternyata sejak dilaksanakan pelatihan tersebut, maka keahlian dari Sales mengalami peningkatan dan bahkan berimplikasi pada peningkatan penjualan.

2. Faktor Penghambat

Adapun faktor Penghambat manajemen pemasaran di PT. Senang Jaya Mitra Sukses adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Banyaknya Kompetitor.

Di Provinsi Riau terdapat banyak sekali distributor teh kemasan yang menjadi pesaing dari PT. Senang Jaya Mitra Sukses. Walaupun persaingan dalam sebuah usaha adalah hal yang wajar, namun jika perusahaan tidak bisa mengatasinya maka akan berdampak pada penurunan penjualan.

b. Kondisi Ekonomi Mitra

Kondisi pandemi yang menyebabkan penurunan daya beli masyarakat berdampak juga pada penjualan Teh Tong Tji di PT. Senang Jaya Mitra Sukses. Hal ini dibuktikan dengan beberapa grosiran yang meminta pengurangan orderan karena takut tidak bisa menjual produknya dalam kondisi masyarakat Lockdown/ selain itu mitra hotel, restoran, dan kafe harus tutup karena kebijakan PSBB. Sehingga permintaan dari mitra Horecca tersebut terhenti sementara.

c. Strategi Pemasaran Masih Tradisional

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya bahwa tim sales melakukan strategi pemasaran tidak jauh berbeda dengan strategi pemasaran pada umumnya. Sehingga tidak ada kreatifitas yang dapat dihasilkan. Maka perlu adanya gebrakan baru dari Tim Sales agar dapat melakukan strategi pemasaran yang berbeda dengan perusahaan lain.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Produk Tong Tjie untuk meningkatkan penjualan pada PT. Senang Jaya Mitra Sukses

Manajemen pemasaran menurut tinjauan ekonomi Islam harus mengikuti karakteristik yang terdapat pada Manajemen Islam. Maka untuk mengetahui hal tersebut, perlu dilakukan pengumpulan data terkait penerapan manajemen pemasaran islam. Dari hasil wawancara yang dilakukan dapat diketahui data terkait manajemen pemasaran islam adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Tinjauan Manajemen Pemasaran Menurut Ekonomi Islam

Manajemen Pemasaran	Indikator	Hasil
Perencanaan Pemasaran Islam	Penetapan Target Penjualan	Target Penjualan di tetapkan secara realistis dan melalui proses rapat antar sesama instrumen perusahaan (musyawarah)
	Penetapan Biaya Penjualan	Biaya Penjualan di musyawarahkan dengan merumuskan rencana strategi yang membutuhkan biaya-biaya. Biaya penjualan meliputi biaya bonus penjualan, biaya iklan, biaya pembuatan even, dan lain-lain
	Rapat Perencanaan	Perencanaan dilaksanakan pada Rapat Kerja Tahunan dan Rapat internal tim sales. Hal ini membuktikan bahwa segala bentuk strategi yang dilaksanakan melalui proses musyawarah
	Kehalalan Produk	Produk Teh Tong Tjie memiliki label halal pada kemasaran dan telah bersertifikat halal MUI
	Kemasan Produk	Gambar pada kemasan produk Teh Tong Tjie tidak mengandungf gambar yang vulgar dan memiliki unsur maksiat
	Harga	Produk dijual dengan harga yang tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah. Pada penjualan kredit tidak terdapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		riba atau denda.
	Izin Produk	Produk sudah memiliki izin BPOM
	Pembagian Tugas sesuai kemampuan	Tugas diberikan sesuai dengan kemampuan sales
Pengorganisasian Pemasaran Islam	Tugas sesuai dengan Hak yang didapatkan	Gaji sales sesuai standar UMR Provinsi Riau
	Iklan Produk	Produk diiklankan melalui Televisi, Media Spanduk, dan Stiker Meja Rumah makan
Pelaksanaan Pemasaran Islam	Tekhnik Penjualan	Sales menyampaikan kualitas produk secara jujur dan tidak ada yang dilebih-lebihkan
	Distribusi	Produk diantar melalui transportasi perusahaan (Mobil I300)
	Kesungguhan bekerja karyawan	Karyawan di evaluasi setiap minggu agar diketahui kesungguhan dalam bekerja
Evaluasi Pemasaran Islam	Menjalin Komunikasi dengan pelanggan	Perusahaan mewajibkan sales menjalin komunikasi dengan pelanggan
	Adil Reward dan Punishment	Reward yang diberikan tidak berlebihan. Punishment yang diberikan juga tidak menzolimi

Sumber: hasil Wawancara Penelitian

Data di atas adalah informasi yang didapatkan terkait tinjauan ekonomi islam terhadap manajemen pemasaran Teh Tong Tji di PT. Senang Jaya Mitra Sukses.

1. Perencanaan Pemasaran Islam

Perencanaan ini meliputi:

a. Penetapan Target Penjualan

Penetapan target penjualan telah melalui proses musyawarah dengan pertimbangan-pertimbangan. Ini membuktikan bahwa Target

Penjualan ini sesuai dengan tuntunan ekonomi islam yakni menetapkan sesuatu harus sesuai dengan kesanggupan masing-masing.

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَاعْفِرْ لَنَا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ ٢٨٦

Artinya: 286. Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (Mereka berdoa): "Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami tersalah. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tak sanggup kami memikulnya. Beri maaflah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah Penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir".

b. Penetapan Biaya Penjualan

Dari hasil data penelitian, diketahui bahwa biaya yang ditetapkan sebagai biaya operasional penjualan adalah biaya-biaya yang meliputi dari aktifitas penjualan itu sendiri. Konsep penganggaran ini sesuai dengan hadis nabi sebagai berikut:

"Tidak akan ada kecemburuan kecuali dalam dua hal: Orang yang diberi oleh Allah kekayaan (modal) dan kekuasaan untuk menjalankannya dalam menegakkan kebenaran, dan orang yang di jamin oleh Allah dengan ilmu pengetahuan yang banyak untuk menilai dan mengajarkannya pada orang lain" (Bukhari).

Hadis di atas mengaskan pentingnya menganggarkan sesuatu dalam rangka menjalankan strategi yang akan dilaksanakan. Mekanisme PT. Senang jaya Mitra Sukses ini telah sesuai dengan prinsip menjalankan ekonomi islam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Rapat Perencanaan

Dalam menentukan rencana yang akan dilaksanakan pada pemasaran, PT. Senang Jaya Mitra Sukses memberikan kesempatan kepada seluruh instrumen pada perusahaan untuk memberikan saran. Hal ini telah sesuai dengan prinsip ekonomi islam yakni menyelesaikan masalah dengan musyawarah. Hal ini terdapat pada Surah Asy-syuara ayat 38 sebagai berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya: 159. Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

d. Produk Halal dan Bermanfaat

Dalam ekonomi islam, produk yang dijual harus memiliki kehalalan dan bermanfaat bagi yang mengkonsumsinya. Hal ini tegaskan dalam Quran Surah Al-Baqarah 168 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ١٦٨

Artinya: 168. Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Pada firman Allah di atas menegaskan bahwa segala bentuk produk yang dikonsumsi oleh umat Islam harus mencakupi syarat Halal dan Baik bagi kesehatan. Pada Teh Tong Tji, produk ini adalah produk yang telah mendapatkan labelisasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Hal ini dapat dilihat pada kemasan produk (Lihat lampiran) yang terdapat label halal. Selain itu pada komposisi produk yang berasal dari bahan alam dan terjamin kehalalannya.

Sedangkan terkait khasiat, Teh Tong Tji yang merupakan produk teh hijau memiliki khasiat yang sangat banyak bagi kesehatan. Diantaranya adalah Produk memiliki khasiat diantaranya: Menurunkan Risiko Kanker, Meningkatkan Fungsi Otak, Meningkatkan Kesehatan Oral, Dapat Menurunkan Risiko Diabetes, Mengurangi Penyakit Kardiovaskular, Membantu Memobilisasi Lemak dari Sel Lemak, dan Meningkatkan Pembakaran Lemak.

Maka berdasarkan hal ini dapat disimpulkan bahwa dari segi produk, Teh Tong Tji telah sesuai dengan Ekonomi Islam.

e. Harga

Sebaik-baik harga menurut ekonomi syariah adalah harga yang tidak menzholimi satu sama lainnya. Hal ini sesuai dengan hadis Nabi sebagai berikut:

“Barangsiapa yang memberi kemudharatan kepada seorang muslim, maka Allah akan memberi kemudharatan kepadanya,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

barangsiapa yang merepotkan (menyusahkan) seorang muslim maka Allah akan menyusahkan dia.” (Hadits riwayat Abu Dawud)

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan menyatakan bahwa harga jual dari Teh Tong Tji ini sudah sesuai dengan kemampuan masyarakat. Selain itu, dalam hal penjualan kredit beberapa mitra bekerjasama PT. Senang Jaya Mitra Sukses tidak terdapat Denda atau penambahan pembayaran. Sehingga harga juga tidak mengandung Riba.

2. Pengorganisasi Pemasaran Islam

Pengorganisasian Pemasaran Islam pada PT. Senang Jaya Mitra Sukses diketahui sebagai berikut:

- a. Pembagian Tugas sesuai kemampuan Tugas diberikan sesuai dengan kemampuan sales
- b. Tugas sesuai dengan Hak yang didapatkan Gaji sales sesuai standar UMR Provinsi Riau.

Maka dari hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam mekanisme pengorganisasian telah memenuhi standar ekonomi syariah yakni adil dan tidak menzholimi

3. Pelaksanaan Pemasaran Islam

a. Penjualan Produk

Pada penjualan produk sangat ditekankan bagaimana cara dalam pelaksanaannya tidak melanggar dari syariat islam. Hal ini

sesuai dengan Firman Allah SWT yang mengingatkan tentang larangan menyampaikan berita bohong:

إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُمْ مَا أَكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ ١١

Artinya: 11. *Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah dari golongan kamu juga. Janganlah kamu kira bahwa berita bohong itu buruk bagi kamu bahkan ia adalah baik bagi kamu. Tiap-tiap seseorang dari mereka mendapat balasan dari dosa yang dikerjakannya. Dan siapa di antara mereka yang mengambil bahagian yang terbesar dalam penyiaran berita bohong itu baginya azab yang besar.*

Dari ayat di atas dapat diketahui bahwa melakukan kebohongan untuk meningkatkan penjualan produk merupakan salah satu perbuatan yang salah. Berdasarkan hasil dari wawancara disampaikan bahwa baik secara tampilan produk, teknik penjualan, dan isi iklan di TV seluruhnya sesuai dengan kondisi sebenarnya. Tidak terdapat kebohongan dalam penyampaiannya.

b. Distribusi

Pada distribusi produk menurut ketentuan syariat islam harus taat pada hukum yang berlaku. Sehingga produk tersebut dapat digolongkan produk yang legal secara hukum. Berdasarkan hasil wawancara terkait distribusi produk bahwa produk telah menaati ketentuan bea cukai dan pajak barang. Sehingga distribusi telah sesuai dengan ketentuan ekonomi syariah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Evaluasi Pemasaran Islam

Evaluasi Pemasaran Islam meliputi indikator berikut ini:

a. Evaluasi Kerja

Untuk memastikan aktifitas karyawan telah dilaksanakan dengan baik, maka monitoring dilaksanakan dengan kontinyu setiap seminggu sekali. Pelaksanaan monitoring dilaksanakan secara terbuka. Sehingga sales bisa menyampaikan progressnya secara nyata.

b. Menjalin komunikasi baik dengan pelanggan.

Salah satu indikator evaluasi yang baik adalah menjaga komunikasi baik dengan pelanggan. Komunikasi yang baik ini akan memberikan dampak kepuasan pelanggan. Pada PT. Senang Jaya Mitra Sukses diperlihatkan bahwa sales sangat ditekankan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Diantara hubungan baik itu dengan memberikan spanduk dan poster yang bisa memberikan keindahan pada tempat usaha pelanggan sekaligus promosi produk.

c. Adil pada Reward dan Punishment

Dalam pemberian reward dan punishment diberikan secara adil. Dimana di dalam pemberian reward diberikan secara tidak berlebihan, dengan cara memberikan bonus dan tiket berlibur kepada karyawan yg memiliki penjualan tertinggi di setiap tahunnya, tujuan agar karyawan memiliki semangat dalam menjalankan aktifitas pemasarannya.

Sedangkan punishment yang diterapkan tidak menzolimi. Dimana punishment yang diterapkan, apabila karyawan tidak mencapai target penjualan yang telah ditentukan selama tiga bulan berturut-turut maka akan diberikan sanksi dan apabila pada bulan berikutnya masih tidak memenuhi targetnya maka akan diberikan tindakan dengan memberhentikan karyawan tersebut.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.