



## **Strategi Pemasaran Syariah Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Kerajinan Rotan Di Cv. Karyabakti Desa Babadan Kecamatan Gunungjati Kabupaten Cirebon**

**Agus Karjuni<sup>1✉</sup> Faisal<sup>2</sup>**

IAI Bunga Bangsa Cirebon<sup>12</sup>

Email: [muhzeta123@gmail.com](mailto:muhzeta123@gmail.com)<sup>1</sup>

---

Received: 2021-01-14; Accepted: 2020-02-26; Published: 2021-02-28

---

### **Abstrak**

Strategi pemasaran syariah dalam upaya peningkatan penjualan kerajinan rotan di CV. Karya Bakti Desa Babadan Kecamatan Gunungjati Kabupaten Cirebon. Kajiannya dilatar belakangi oleh masih banyaknya para pengusaha yang belum menerapkan pemasaran syariah dalam usahanya. Padahal dengan menerapkan pemasaran syariah dalam usahanya maka yang didapat bukan hanya keuntungan semata melainkan ridha Allah dan nama perusahaan dimasyarakat pun akan terlihat baik. Tidak sedikit pengusaha yang menyimpang dalam menjalankan bisnisnya, mereka hanya memikirkan keuntungan untuk dirinya semata tanpa memikirkan konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemasaran syariah dalam upaya peningkatan penjualan kerajinan rotan di CV, Karya Bakti Desa Babadan Kecamatan Gunungjati Kabupaten Cirebon sudah sesuai dengan kosep pemasaran syariah atau belum. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Teknik Pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data penelitian didapat dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer diambil dari hasil wawancara dengan pemilik, karyawan CV. Karya bakti dan beberap pembeli. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari hasil dokumentasi seperti: surat-surat, artikel, jurnal, dokumen-dokumen dan lain-lain yang berhubungan dengan data penelitian. Teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa cara berbisnis yang dilakukan pemilik CV. Karya Bakti dalam kegiatan pemasarannya telah mengimplementasikan pemasaran syariah di setiap langkah-langkah proses pemasaran sehingga penjualan semakin meningkat.

**Kata kunci :** *Pemasaran syariah, CV. Karya Bakti, Peningkatan Penjualan.*

### **Abstract**

Islamic marketing strategy in an effort to increase sales of rattan handicrafts at CV. Karya Bakti, Babadan Village, Gunungjati District, Cirebon Regency. The background of his study is that there are still many entrepreneurs who have not implemented sharia marketing in their business. In fact, by

implementing sharia marketing in its business, what is obtained is not only profit, but the pleasure of Allah and the company's name in the community will look good. Not a few entrepreneurs who deviate from running their business, they only think about profit for themselves without thinking about their customers. This study aims to determine how sharia marketing in an effort to increase sales of rattan handicrafts in CV, Karya Bakti, Babadan Village, Gunungjati District, Cirebon Regency, is in accordance with the Islamic marketing concept or not. This research is a descriptive qualitative research. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. Sources of research data obtained from primary data sources and secondary data sources. Primary data sources were taken from interviews with owners, employees of CV. Community service and several buyers. Meanwhile, secondary data sources were obtained from documentation such as: letters, articles, journals, documents and others related to research data. Data processing and analysis techniques are carried out in three stages, namely: data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results of this study indicate that the way of doing business by the owner of CV. Karya Bakti in its marketing activities has implemented sharia marketing in every step of the marketing process so that sales are increasing.

**Keywords:** *Islamic marketing, CV. Karya Bakti, Sales Increase.*

---

Copyright © 2021 Ecopreneur : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

## PENDAHULUAN

Setiap perusahaan atau bisnis yang didirikan memiliki suatu tujuan yang salah satunya adalah mencari keuntungan atau laba. Dengan perkembangan ekonomi yang cepat menghancurkan perusahaan bersaing dengan perusahaan lain dalam hal memasarkan produknya sehingga dapat dengan cepat sampai kepada konsumen, perusahaan biasanya tidak hanya memasarkan produk hanya di dalam negeri melainkan juga keluar negeri atau yang biasa disebut dengan ekspor.

Peta bisnis kini telah memasuki era baru yang ditandai dengan perubahan dalam sistem perekonomian dunia. Dalam hal ini fenomena globalisasi telah menimbulkan meningkatnya dinamika bisnis. Persaingan telah menjadi semakin kompleks dengan efektifnya liberalisasi perdagangan pada beberapa kawasan yang telah menghapuskan batas-batas negara. Persaingan bisnis tidak lagi antar sesama perusahaan nasional tetapi juga telah melibatkan perusahaan multi nasional. Dalam hal ini persaingan menjadi semakin ketat, karena setiap perusahaan harus mampu menembus pangsa pasar dunia.

Pemasaran merupakan salah satu faktor dalam hal penjualan, permenjadi faktor penentu bagi keuntungan yang didapatkan oleh sebuah perusahaan. CV. Karya Bakti merupakan salah satu perusahaan kerajinan rotan yang ada di kabupaten Cirebon yang mendapatkan banyak saingan dengan produk yang serupa tetapi dengan konsep yang modern yang dipertanyakan kesyariahnya. Melihat keadaan tersebut maka strategi yang harus diterapkan untuk menghadapi persaingan tersebut adalah strategi pemasaran syariah atau strategi marketing yang di terapkan dalam islam.

Sejak zaman Rasulullah SAW ajaran Islam sudah meberikan prinsip-prinsip dan dasar yang harus di jadikan pedoman dalam aktivitas perekonomian. oleh karena itu, dalam menghadapi persoalan muamalah kontemporer yang harus dilakukan adalah mengidentifikasi prinsip-prinsi dasar ajaran islam dalam bidang ekonomi, dan mengidentifikasi semua hal yang di larang dalam syariah. Cirebon merupakan salah satu daerah Jawa Barat yang memilki segudang potensi usaha yang terkenal. Potensi usaha masyarakat yang dari Cirebon salah satunya potensi kerajinannya, khususnya kerajinan yang berbahan dasar rotan. Kerajinan rotan yang dikelola oleh masyarakat ini sudah dikenal sampai ke mancanegara, karena produk yang dihasilkannya memang produk terbaik.

Kerajinan dan mebeul rotan merupakan salah satu produk unggulan kabupaten Cirebon. Produk tersebut sebagian besar di ekspor ke Negara amerika serikat, eropa, asia dan Australia. Sekitar 80% kerajinan dan mebeul rotan di dunia ini berasal dari kabupaten.(Yayat Nurhayati. H. Acep Komara, 2013)

Kabupaten Coriebon merupakan salah satu kota yang banyak produksi kerajinan rotan. Dari jumlah perusahaan dan *home industry*, produksi dan ekspor maupun tenaga kerja sub sektor industri pengolahan rotan saat ini mengalami

peningkatan. Jumlah produksi yang meningkat untuk memenuhi permintaan pasar. Peluang usaha yang berbahan baku rotan ini dapat dilihat dari peningkatan volume produksi kerajinan rotan. Produksi dan ekspor kerajinan ini sangat mengimbangi untuk tetap mendorong produksi kerajinan rotan (Yayat Nurhayati. H. Acep Komara, 2013).

Produksi kerajinan rotan merupakan berbahan baku rotan, ketersediaan bahan baku didalam negeri dengan pemasok yang sangat terbatas. Dikarenakan jumlah bahan baku rotan yang semakin menurun menyebabkan harga bahan baku rotan semakin tinggi, sehingga mengakibatkan banyak industri pengolahan rotan yang tutup karena biaya produksi yang tinggi. ketersediaan bahan baku akan mempengaruhi proses kelancaran produksi yang diharapkan dapat menghasilkan jumlah produk yang dibutuhkan. tapi apabila produksi terhambat produk yang dihasilkan pun akan terganggu. Akibatnya produk jadi yang siap dijual menjadi tidak tersedia, pesanan-pesanan buyer menjadi tidak terpenuhi dan akibatnya tingkat penjualan menurun.

Setiap perusahaan industri, peranan pemasaran menduduki posisi yang strategis karena bagaimana pun keberhasilan suatu perusahaan atau pun industri dalam mewujudkan tujuannya sangat tergantung pada kemampuan sumber daya manusia yang dimilikinya untuk memasarkan produknya. Suatu perusahaan atau industri membutuhkan faktor-faktor produksi salah satunya faktor penting adalah pemasaran dibandingkan faktor yang lainnya.

Pemasaran merupakan faktor penting dalam setia perusahaan karena apapun aktifitas dan tujuan ingin yang tercapai suatu perusahaan, itu semua tidak dapat dilepaskan dengan pemasaran. Apa bila pemasaran telah memiliki kinerja sesuai dengan yang dibutuhkan perusahaan. Maka dapat dikatakan bahwa suatu syarat untuk keberhasilan perusahaan terpenuhi. Tantangan dimasa depan adalah menciptakan organisasi yang semakin beraneka ragam yang menuntut pengelolaan yang semakin efisien dan efektif.

Berdasarkan uraian di atas, maka pembahasan ini layak dikaji melalui penelitian dengan topik strategi pemasaran dan menuangkannya dalam bentuk proposal skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Syariah Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Kerajinan Rotan Di Cv. Karyabakti Desa Babadan Kecamatan Gunungjati Kabupaten Cirebon”

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang di gunakan adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat di capai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara kuantitatif.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada quality atau hal terpenting suatu barang atau jasa. Hal terpenting suatu barang atau jasa berupa kejadian, fenomena, dan gejala sosial adalah makna dibalik kejadian tersebut yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi pengembangan konsep teori.

Menurut Jane Richie, penelitian kualitatif adalah upaya menyajikan dunia sosial dan perspektifnya didalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan manusia dengan teliti. Secara garis besar pengertian penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan memahami fenomena yang dialami oleh subyek penelitian. Misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya, secara holistik dengan cara deskriptif dalam suatu konteks khusus yang alami tanpa ada campur tangan manusia dan dengan memanfaatkan secara optimal sebagai metode ilmiah yang lazim digunakan. (Dr. Umar sidiq M, 2019)

Proses analisis data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif adalah menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai Pemasaran syariah di CV. Karya Bakti sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Data hasil analisis dideskripsikan berdasarkan data hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang diyakini kevalidannya. Setelah itu data yang diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi dirangkum, memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan untuk merencanakan kerja selanjutnya. Langkah selanjutnya data dianalisis dan ditarik kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh CV. Karya Bakti berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Hanto selaku pemilik CV. Karya Bakti pada hari Kamis, 16 Juli 2020, di kantor menyatakan :

*“Pemasaran syariah yang dilakukan CV Karya Bakti menggunakan media sosial (instagram, whatsApp, dan facebook) memungkinkan pelanggan dari luar kota untuk bisa memesan maka pemesanan melalui Media sosial penulis menyamakan dengan transaksi tersebut dengan menggunakan akad salam, akad salam dimaksud akad jual beli barang pesanan diantara pembeli jual beli salam adalah akad jual beli barang pesanan diantara pembeli dengan penjual. Spesifikasi dan harga barang pesanan harus sudah disepakati di awal akad, sedangkan pembayaran dilakukan di muka secara penuh.(Saprida, 2016) dan selain itu di CV Karya Bakti menerima order dengan bentuk jasa yakni pekerjaan pesanan dari pabrik yang lebih besar untuk kebutuhan ekspor..”*

Sedangkan menurut karyawan bapak Ari selaku karyawan CV. Karya Bakti pada hari Selasa 28, Juli 2020 di kantor, menyatakan : *“Pemasaran yang dilakukan CV Karya Bakti beragam baik langsung maupun menggunakan sosial media, pelanggan*

*dari luar kota untuk bisa memesan, dan selain itu di CV Karya Bakti menerima pekerjaan pesanan dari pabrik yang lebih besar untuk kebutuhan ekspor”.*

Sedangkan menurut karyawan bapak Rusdi selaku karyawan CV. Karya Bakti pada hari Selasa 28, Juli 2020, menyatakan “Pemasaran yang dilakukan menggunakan sosial media yang menjadikan orang dari luar kota untuk bisa memesan, dan selain itu di CV Karya Bakti menerima pekerjaan pesanan dari pabrik yang lebih besar untuk kebutuhan ekspor”

Sedangkan menurut karyawan bapak Anwar selaku karyawan CV. Karya Bakti pada hari Selasa 28, Juli 2020, menyatakan: *“Pemasaran yang dilakukan menggunakan sosial media yang menjadikan orang dari luar kota untuk bisa memesan, dan selain itu di CV Karya Bakti menerima pekerjaan pesanan dari pabrik yang lebih besar untuk kebutuhan ekspor.”*

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berbagai pihak di CV. Karya Bakti bahwa pemasaran yang dilakukan selama ini yaitu baik langsung menggunakan sosial media (instagram, whatsApp, dan facebook) sehingga pelanggan dari luar kota bisa memesanya model yang seperti ini peneliti menganggap sama dengan akad salam , selain itu CV karya bakti juga menerima order jasa pesanan dari pabrik yang lebih besar untuk kebutuhan ekspor.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Hanto selaku pemilik CV. Karya Bakti pada hari Kamis, 16 Juli 2020, menyatakan. *“Guna memenuhi barang yang dibutuhkan pelanggan maka pemilik selalu menggunakan bahan baku yang bagus dan berkualitas untuk pembuatan produknya. Kejujuran selalu diutamakan dalam upaya meyakinkan pelanggan. Menjelaskan berbagai macam bahan baku kepada calon pelanggan mulai kualitas dari kualitas yang standar sampai kepada kualitas yang paling bagus. menjaga kualitas, demi memenuhi kebutuhan pasar. kualitas yang terus perbaiki karena barang yang di produksi berkualitas ekspor dan menjaga kualitas bahan baku maupun hasilhasilja karyawan. Memberikan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik kepada siapapun pemesanya tanpa membeda-bedakan suku dan ras dengan upaya yang di lakukan meneurut pemilik perusahaan dapat meningkatkan penjualan.”*

Sedangkan menurut karyawan bapak Ari selaku karyawan CV. Karya Bakti pada hari Selasa 28, Juli 2020, menyatakan: *“Dari Pak hanto sebagai pemilik perusahaan selalu memerintahkan untuk menggunakan bahan baku yang berkualitas untuk pembuatan produknya. Kejujuran selalu diutamakan dalam upaya meyakinkan pelanggan. Menjelaskan dari berbagai macam bahan baku kepada calon pelanggan mulai kualitas dari kualitas yang standar sampai kepada kualitas yang paling bagus dan Menjaga strandar kualitas dari produk, demi memenuhi kebutuhan pasar. kualitas yang terus perbaiki karena barang yang di produksi berkualitas ekspor dan menjaga kualitas bahan baku maupun kinerja karyawan. Memberikan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik kepada siapapun pemesanya tanpa membeda-bedakan dari mana pembelinya”*

Sedangkan menurut karyawan bapak Rusdi selaku karyawan CV. Karya Bakti pada hari Selasa 28, Juli 2020, menyatakan: *“Perusahaan selalu*

*menggunakan bahan baku yang berkualitas untuk pembuatan produknya. Tidak di perkenankan untuk bahan yang tidak bagus tetap di pakai untuk produksi dan Menjelaskan dari berbagai macam bahan baku kepada calon pelanggan mulai kualitas dari kualitas yang standar sampai kepada kualitas yang paling bagus. Menjaga standar kualitas dari produk, demi memenuhi kebutuhan pasar. kualitas yang terus perbaiki karena barang yang di produksi berkualitas ekspor dan menjaga kualitas bahan baku maupun kinerja karyawan. Memberikan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik kepada siapapun pemesanya tanpa membeda-bedakan siapa dan dari mana pembelinya dengan upaya yang di lakukan meneurut pemilik perusahaan dapat meningkatkan penjualanya.”*

Sedangkan menurut karyawan bapak Anwar selaku karyawan CV. Karya Bakti pada hari Selasa 28, Juli 2020, menyatakan: *“perusahaan selalu memerintahakan untuk menggunakan bahan baku yang berkualitas untuk pembuatan produknya. Tidak di perkenankan untuk bahan yang tidak bagus tetap di pakai untuk produksi. Menjelaskan dari berbagai macam bahan baku kepada calon pelanggan mulai kualitas dari kualitas yang standar sampai kepada kualitas yang paling bagus dan. Menjaga standar kualitas dari produk, demi memenuhi kebutuhan pasar. kualitas yang terus perbaiki karena barang yang di produksi berkualitas ekspor dan menjaga kualitas bahan baku maupun kinerja karyawan. Memberikan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik kepada siapapun pemesanya tanpa membeda-bedakan siapa dan dari mana pembelinya.”*

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berbagai pihak di CV. Karya Bakti guna memenuhi barang yang dibutuhkan pelanggan maka pemilik selalu menggunakan bahan baku yang bagus dan berkualitas untuk pembuatan produknya. Kejujuran selalu diutamakan dalam upaya meyakinkan pelanggan. Kualitas yang terus perbaiki karena barang yang di produksi ekspor, dan menjaga kualitas bahan baku maupun hasil karyawan. Memberikan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik kepada siapapun pemesanya tanpa membeda-bedakan suku dan ras dengan upaya yang di lakukan tersebut meneurut pemilik perusahaan dapat meningkatkan penjualan.

### **1. Hal-hal apa saja yang menjadi hambatan dan bagaimana solusinya.**

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Hanto selaku pemilik CV. Karya Bakti pada hari Kamis, 16 Juli 2020, menyatakan: *“Kendala yang biasanya terjadi apabila keadaan bahan baku yang langka bersamaan dengan adanya pesanan, untuk itu CV. Karya Bakti mencari suplier bahan baku dari tempat yang lain untuk memenuhi kebutuhan produksi agar tetap berjalan. Sesuai dengan perjanjian tertulis ketika akan memesan kerajinan rotan di CV. Karya Bakti apabila pemesan batal memesan sedangkan produksi sudah berjalan ataupun belum maka Dont payment (DP) akan di kembalikan 50% ”*

Sedangkan menurut karyawan bapak Ari selaku karyawan CV. Karya Bakti pada hari Selasa 28, Juli 2020, menyatakan: *“Kendala yang biasanya terjadi apabila keadaan bahan baku susah di dapatkan bersamaan dengan adanya pesanan. Untuk itu CV. Karya Bakti mencari pemasok bahan baku dari*

---

*tempat yang lain untuk memenuhi kebutuhan produksi agar tetap berjalan. Sesuai dengan perjanjian tertulis ketika akan memesan kerajinan rotan di CV. Karya Bakti apabila pemesan batal memesan sedangkan produksi sudah berjalan ataupun belum maka Dont payment (DP) akan di kembalikan 50%*

Sedangkan menurut karyawan bapak Rusdi selaku Pembeli CV. Karya Bakti pada hari Selasa 28, Juli 2020, menyatakan: “Kendala yang biasanya terjadi apabila keadaan bahan baku yang susah di dapatkan. Untuk itu CV. Karya Bakti mencari pemasok bahan baku dari tempat yang lain untuk memenuhi kebutuhan produksi agar tetap berjalan. Sesuai dengan perjanjian tertulis ketika akan memesan kerajinan rotan di CV. Karya Bakti apabila pemesan batal memesan sedangkan produksi sudah berjalan ataupun belum maka Dont payment (DP) akan di kembalikan 50%”

Sedangkan menurut karyawan bapak Anwar selaku pembeli CV. Karya Bakti pada hari Selasa 28, Juli 2020, menyatakan: “Kendala yang biasanya terjadi apabila keadaan bahan baku yang susah di dapatkan. Untuk itu CV. Karya Bakti mencari pemasok bahan baku dari tempat yang lain untuk memenuhi kebutuhan produksi agar tetap berjalan. Sesuai dengan perjanjian tertulis ketika akan memesan kerajinan rotan di CV. Karya Bakti apabila pemesan batal memesan sedangkan produksi sudah berjalan ataupun belum maka Dont payment (DP) akan di kembalikan 50%”

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berbagai pihak di CV. Karya Bakti Kendala yang biasanya terjadi apabila keadaan bahan baku yang langka bersamaan dengan adanya pesanan, untuk itu CV. Karya Bakti mencari suplier bahan baku dari tempat yang lain untuk memenuhi kebutuhan produksi agar tetap berjalan. Sesuai dengan perjanjian tertulis ketika akan memesan kerajinan rotan di CV. Karya Bakti apabila pemesan batal memesan sedangkan produksi sudah berjalan ataupun belum maka *Dont payment (DP)* akan di kembalikan 50%.

Sesuai dengan teori yang penulis masukkan ke dalam telaah kajian pustaka di Bab II tentang bagaimana pemasaran syariah dapat meningkatkan penjualan kerajinan rotan. Karena di dalam islam pemasaran tidaklah hanya memasarkan produk saja tetapi juga di dasari dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadits. Prinsip-prinsip kegiatan pemasaran berfungsi mengupayakan sumber daya insani kearah yang lebih maksimal dimana setiap orang yang bekerja dan menghasilkan suatu karya kecuali orang yang sakit atau lumpuh. Selanjutnya dalam hal memproduksi kebutuhan primer, kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier secara seimbang. Dalam produksinya, sesuai antara harga barang yang ditawarkan dengan kualitas barang yang diberikan. Tentu saja dalam Islam memastikan hanya memasarkan sesuatu yang halal dan bermanfaat saja untuk masyarakat.

Dari setiap kaidah-kaidah pemasaran dalam Islam tersebut tergantung lagi kepada setiap insan yang melakukannya . Sesuai dengan data penelitian yang



peneliti kumpulkan di lapangan mulai dari membeli bahan baku, cara menghadapi komplain konsumen dan langkah-langkah dalam memproduksi produknya menunjukkan kesesuaian kaidah-kaidah dalam memproduksi secara Islami. Dalam setiap langkah-langkah memproduksi produknya disertai dengan etika moral yang sesuai dalam Islam.

Dalam penerapan pemasaran yang diterapkan oleh pak Hanto pada kegiatan pemasaran terlihat dari setiap langkah-langkah pemasaran kerajinan rotan. Bahan yang digunakan untuk membuat kerajinan rotan adalah bahan yang berkualitas dan rotan asli. Dan jika pelanggan menerima barang dalam keadaan rusak atau cacat yang disebabkan kesalahan perusahaan maka barang tersebut bisa diretur dan diganti dengan yang baru. Pak Hanto mengharuskan karyawan untuk memperhatikan kualitas bahan baku yang akan digunakan untuk memproduksi kerajinan rotan, selain untuk menjaga kualitas produksi yang di hasilkan tetapi juga meminimalisir banyaknya barang yang akan diretur nantinya.

Dalam penelitian ini, data didapatkan dengan cara peneliti terjun langsung ke lapangan yaitu ke CV. Karyabakti, meneliti proses pemasaran kerajinan rotan dengan melakukan wawancara terhadap pemilik, karyawan dan pembeli.

## **KESIMPULAN**

Dari beberapa pembahasan peneliti dapat simpulkan bahwa Strategi Pemasaran Syariah dalam upaya meningkatkan penjualan kerajinan Rottan di CV.Karya Bakhti. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berbagai pihak di CV. Karya Bakti bahwa pemasaran yang dilakukan selama ini yaitu baik langsung menggunakan soasial media (instagram, WhatsApp, dan facbook) sehingga pelanggan dari luar kota bisa memesanya model yang seperti ini peneliti menggap sama dengan akad salam , selain itu CV karya bakti juga menerima order jasa pesanan dari pabrik yang lebih besar untuk kebutuhan ekspor.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berbagai pihak di CV. Karya Bakti guna memenuhi barang yang dibutuhkan pelanggan maka pemilik selalu menggunakan bahan baku yang bagus dan berkualitas untuk pembuatan produknya. Kejujuran selalu diutamakan dalam upaya meyakinkan pelanggan. Kualitas yang terus perbaiki karena barang yang di produksi ekspor, dan menjaga kualitas bahan baku maupun hasil karyawan. Memberikan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik kepada siapapun pemesanya tanpa membeda-bedakan suku dan ras dengan upaya yang di lakukan tersebut meneurut pemilik perusahaan dapat meningkatkan penjualan.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berbagai pihak di CV. Karya Bakti Kendala yang biasanya terjadi apabila keadaan bahan baku yang langka bersamaan dengan adanya pesanan, untuk itu CV. Karya Bakti mencari suplier bahan baku dari tempat yang lain untuk memenuhi kebutuhan produksi agar tetap berjalan. Sesuai

dengan perjanjian tertulis ketika akan memesan kerajinan rotan di CV. Karya Bakti apabila pemesan batal memesan sedangkan produksi sudah berjalan ataupun belum maka *Dont payment* (DP) akan di kembalikan 50%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Tanzeh. (2011). *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Ardi, M. (2016). Asas-Asas Perjanjian (Akad), Hukum Kontrak Syariah dalam Penerapan Salam dan Istisna. *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Asih Widiyanti. (2018). *Strategi Pemasaran Syariah Bank Wakaf Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah*. institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon.
- Asmai Ishak. (2005). Pentingnya kepuasan konsumen dan implementasi strategi pemasarannya \*). *Jurnal Siasat Bisnis*, 3
- Bachri, B. S., Pendidikan, T., & Pendidikan, F. I. (2010). *MEYAKINKAN VALIDITAS DATA MELALUI TRIANGULASI PADA PENELITIAN KUALITATIF*.
- Dr. Umar sidiq M, A. (2019). *Metode kualitatif di bidang pendidikan*. (M. A. Dr. Anwar Mujahidin, Ed.).
- Fandi Ahmad Munadi. (2010). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor pada CV Turangga Mas Motor. *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Fitriyanto, D. (2009). Tugas akhir. *Jurnal Economic*.
- Ibnu Katsir. (2015). Tafsir Ibnu Katsir.
- Imam Gunawan. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Lexy. J Moleong. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya.
- Luqman Nurhisam, E. M. (2017). Iqtishadia. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2).
- M.Toriquddin. (2015). ETIKA PEMASARAN PERSPEKTIFAL-QUR ' AN DAN RELEVANSINYA DALAM PERBANKAN SYARI ' AH. *Jurnal Syariah Dan Hukum*, 7.
- Muhamad Sahwan. (2017). *No Title*.
- Nila Asmita. (2013). *TESIS*.
- Nurul Mubarak. (2017). Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada butik calista. *Jurnal Economic*, 3(1).

Pupu Saeful rahmat. (2009). Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf.

Rogi Gusrizaldi dan Eka Komalasari. (2016). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi tingkat penjualan di indrakom swalayan teluk kuantan, 2

Rosyad, U. N. (2011). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Perluasan. *Jurnal Economic*, XXVII(2).

Saprida. (2016). Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli. *Jurnal Ilmu Syariah*, 4(1).

sugiono. (2009). Memahami Penelitian Kualitatif (pp. 1–19). Bandung.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi Arikunto. (2011). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka halim, Abdul.

Syaodih, S. N. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.

Umi Rohmah. (2017). *No Title*.

Pratama, G. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Barang Dan Jasa Secara Online Sebagai Alternatif Membeli Dikalangan Mahasiswa. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(1), 46-54.

Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(2), 21-34.

Pratama, G. (2020). Upaya Modernisasi dan Inovasi Pengelolaan Sampah Berbasis Masyarakat di Desa Leuwimunding Majalengka. *Etos*, 2(1), 328009.

Yayan fauzi. (2015). Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(3).

Yayat Nurhayati. H. Acep Komara. (2013). PENGARUH PASOKAN BAHAN BAKU TERHADAP PROSES PRODUKSI DAN TINGKAT PENJUALAN PADA INDUSTRI ROTAN KABUPATEN CIREBON Yayat Nurhayati H. Acep Komara. *Jurnal Economic*, 1.

Zainal Abidin. (2006). Pendekatan Kualitatif Pada Skripsi Mahasiswa Psikologi Undip Tahun 2016. *Jurnal Psikologi*, 3(2).