

BAB IV

ANALISIS DATA

Setelah penulis mengumpulkan data dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, dapat diketahui praktek strategi bisnis yang diterapkan di PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan sebagai berikut :

A. Analisis Strategi Bisnis Terhadap Keunggulan Bersaing pada PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan

Dengan pertumbuhan otomotif mobil yang cukup pesat di Indonesia, secara tidak langsung juga meningkatkan pengetahuan warga Indonesia akan otomotif. Banyak tipe dari berbagai merek mobil yang dapat kita ketahui Sehingga konsumen tentu akan mempertimbangkan tipe mobil terlebih dahulu sesuai kebutuhan. Semakin pintarnya konsumen dalam memilih jenis kendaraan mobil tentu membuat sejumlah perusahaan harus mampu bersaing dalam menarik minat konsumen untuk membeli produknya.

Munculnya persaingan di dalam dunia industri otomotif merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Untuk dapat bertahan dan mampu bersaing dengan para kompetitor yang lain maka setiap usaha harus memiliki keunggulan bersaing agar dapat meningkatkan jumlah konsumennya. Keunggulan bersaing kini menjadi ujung tombak suatu usaha. Keunggulan bersaing dapat dimiliki perusahaan apabila perusahaan mau dan sadar akan lingkungan perusahaan sekitar dan terus melakukan adaptasi dan inovasi mengenai peluang dan kekuatan yang ada.

Dengan adanya persaingan, maka perusahaan akan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam perusahaan yang akan memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Untuk menjaga kelangsungan suatu perusahaan, perusahaan dituntut harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi bisnis di tengah persaingan antar perusahaan, yang membedakan sebuah perusahaan dengan perusahaan lainnya adalah strategi bisnis yang dilakukan.

Strategi bisnis menekankan pada peningkatan laba dalam produksi dan penjualan produk dan jasa yang dihasilkan. Dalam menjalankan sebuah perusahaan, menentukan atau menyusun sebuah strategi adalah hal utama yang harus dilakukan. Karena strategi bisnis akan mempengaruhi sukses atau tidaknya suatu perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lain.

Strategi bisnis juga dilakukan untuk meningkatkan penjualan, agar perusahaan dapat terus tumbuh dan bersaing dengan perusahaan lain. Begitu juga dengan PT Budi Berlian Motor Natar tentunya harus memiliki strategi bisnis yang efektif guna meningkatkan penjualan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Hal ini dapat dicapai jika perusahaan dapat meningkatkan penjualan melalui peningkatan pangsa pasar dengan menerapkan strategi bisnis yang tepat. Peningkatan-peningkatan penjualan yang terjadi pada PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan tentunya dengan usaha yang keras dalam kaitannya dengan strategi yang dilakukan

oleh PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan. Dalam kaitannya dengan pembahasan ini, terdapat 4 (empat) strategi yang diterapkan oleh perusahaan, yaitu: iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi (*personal selling*), dan publisitas.

Setelah penulis mengumpulkan dan mengolah data, didapatkan analisis terkait strategi bisnis yang diterapkan pada PT Budi Berlian Motor Natar terhadap keunggulan bersaing, yaitu melalui strategi promosi seperti:

1. Periklanan

Berbagai macam kegiatan dilakukan oleh PT Budi Berlian Motor untuk memasarkan produknya. Kegiatan periklanan tersebut dilakukan melalui radio, surat kabar dan televisi. Selain itu periklanan dilakukan dengan cara menyebarkan brosur produk PT Budi Berlian Motor kepada masyarakat. Pemasangan poster, spanduk, baliho, dan *billboard* di tempat yang strategis juga dilakukan untuk megiklankan produk tersebut.

2. Promosi Penjualan

PT Budi Berlian Motor melakukan promosi penjualan dengan cara memberikan potongan uang muka, potongan angsuran kepada konsumen setiap pembelian produk PT Budi Berlian Motor.

3. Penjualan pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi dilakukan oleh *Counter sells (CS)* dengan cara memberikan informasi secara langsung kepada konsumen mengenai produk yang dimiliki PT Budi Berlian Motor serta menjelaskan keunggulan yang dimiliki.

4. Publisitas

Kegiatan promosi dengan publisitas dilakukan dengan melakukan kegiatan amal, kemudian dengan menjadi sponsorship dalam kegiatan pameran, gathering dan lain sebagainya. Sehingga dapat selalu dekat dengan konsumen dan dapat memberikan kesan yang baik kepada konsumen.

Berdasarkan data yang sudah disajikan dan dipaparkan pada bab sebelumnya maka dapat diketahui bahwa penjualan pada PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan mengalami peningkatan penjualan pada 2 tahun terakhir periode 2014-2015 yaitu sebesar 20%.

Setelah menganalisis teori dan penerapan strategi promosi serta data penjualan pada PT Budi Berlian Motor Natar dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang diterapkan berjalan dengan efektif dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Dimana keempat variabel strategi promosi ini saling mendukung dan saling melengkapi, serta memiliki peran yang

berbeda dalam mempromosikan produk dari PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan. Sehingga keempat variabel strategi promosi ini dibutuhkan seluruhnya dalam proses meningkatkan keunggulan bersaing pada PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan.

B. Analisis Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Bisnis Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan

Pada dasarnya setiap perusahaan baik yang berlatar belakang syari'ah maupun non syari'ah bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan perusahaan yang dijalankan. Salah satu usaha yang harus dilakukan oleh perusahaan agar mendapat keuntungan dan tercapainya target penjualan ialah dengan menjalankan strategi yang efektif.

Strategi promosi adalah salah satu strategi yang tepat untuk mengenalkan produk-produk perusahaan kepada konsumen. Seperti halnya pada PT Budi Berlian Motor yang juga menerapkan strategi promosi dalam memasarkan produknya. Namun seorang pemasar syari'ah memiliki orientasi masalah, sehingga tidak hanya mencari keuntungan namun diimbangi dengan keberkahan didalamnya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat An-Nahl ayat 91 sebagai berikut :

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ٩١

Artinya : “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”¹

Dalam perjalanan 2 (dua) tahun terakhir pada PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan mengalami peningkatan penjualan yang cukup signifikan. Penjualan yang efektif dilatarbelakangi oleh strategi promosi yang efektif, seperti promosi yang telah diterapkan pada PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan ternyata berperan penting dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

Dalam rangka untuk meningkatkan penjualan, PT Budi Berlian Motor Natar menggunakan beberapa strategi promosi diantaranya, iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan publisitas.

Didalam Islam dilarang keras melakukan penipuan, kebohongan dan mengingkari janji. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan promosi pebisnis muslim harus menghindari tindakan kebohongan, janji palsu, iklan porno, serta publikasi produk yang menghalalkan segala cara. Seperti firman Allah berikut ini:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ۝ ۳۵

¹ Departemen Agama RI, *AL-Hikmah, Al-Qur'an dan Terjemahny*, CV. Penerbit Diponegoro, Bandung, 2013, hlm. 277

Artinya : “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya” (QS. Al-Isra : 35)²

Sedangkan orang yang suka mengurangi takaran dan timbangan akan mendapat siksa neraka. Untuk itu seorang pedagang harus berhati-hati, jangan sekali-kali dia berdusta, karena dusta itu merupakan bahaya bagi pedagang. Selain itu hindari pula banyak sumpah, khususnya sumpah dusta, sebab Nabi Muhammad saw pernah bersabda:

“Tiga golongan manusia yang tidak akan dilihat Allah nanti di hari kiamat dan tidak akan dibersihkan, serta baginya adalah siksaan yang pedih, yaitu orang yang sombong, orang yang suka mengungkit-ungkit kembali pemberiannya, dan orang yang menyerahkan barang dagangannya (kepada pembeli) dengan sumpah palsu“

Dalam situasi dunia bisnis membutuhkan etika, islam telah menyeruhkan urgensi etika bagi aktivitas bisnis. Islam merupakan sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk kegiatan bisnis. Aktivitas bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi. Sistem ekonomi islam berangkat dari kesadaran tentang etika, sedangkan ekonomi lain seperti kapitalisme dan sosialisme, cenderung mengabaikan etika sehingga aspek nilai tidak begitu tampak dalam bangunan kedua sistem ekonomi tersebut. Keringnya kedua sistem itu dari wacana moralitas, karena keduanya memang tidak berangkat dari etika, tetapi kepentingan (*interest*).

² Departemen Agama RI, *Ibid*, hlm. 285

Mengenai etika bisnis dalam islam pada praktek promosi PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan ini telah dibahas pada bab sebelumnya, namun pada bab ini akan disajikan lagi mengingat uraiannya akan menjadi dasar dalam menganalisis apakah etika tersebut dalam tinjauan etika bisnis islam relevan atau tidak.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada PT Budi Berlian Motor Natar, penulis mendapati bahwa dalam proses promosi yang dilakukan oleh PT Budi Berlian Motor telah sesuai dengan etika bisnis islam. Nilai-nilai Islam yang telah diterapkan dalam PT Budi Berlian Motor Natar antara lain:

1. Etika dalam media iklan

Prinsip etika bisnis yang dipakai yaitu kebenaran dan kejujuran. Dalam etika mempromosikan suatu produk melalui iklan, perusahaan harus berlaku jujur, benar dan lurus. Tidak boleh berlaku curang ataupun mengumbar janji palsu.

2. Etika dalam promosi penjualan

Prinsip etika bisnis Islam yang dipakai yaitu kepercayaan dan suka sama suka, seperti yang diterapkan pada PT Budi Berlian Motor yang tidak pernah memaksa konsumennya dan atas dasar suka sama suka

3. Etika dalam penjualan pribadi

Prinsip etika bisnis islam yang dipakai yaitu keikhlasan. Keikhlasan pelaku bisnis diharapkan tidak berlaku curang ataupun melanggar kepentingan orang lain. PT Budi Berlian Motor dalam melayani

konsumen penuh dengan senyum, ramah tamah dan penuh dengan keikhlasan.

4. Etika dalam publisitas

Prinsip etika bisnis islam yang dipakai yaitu persaudaraan. Islam menyatakan bahwa semua manusia adalah bersaudara dengan yang lainnya. Semua manusia sama, terlepas dari perbedaan ras, kasta, keyakinan atau pun kekuasaan. Hal ini yang membawa dampak yang positif terhadap sikap perusahaan kepada masyarakat umum. PT Budi Berlian Motor Natar menjalankan kegiatan publisitas atau hubungan masyarakat sesuai dengan etika, dimana perusahaan mampu menanamkan sikap persaudaraan kepada orang-orang yang ada disekitar.

Setelah menganalisis teori tentang etika bisnis islam dan penerapan strategi bisnis terhadap keunggulan bersaing pada PT Budi Berlian Motor Natar, dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada PT Budi Berlian Motor sudah sesuai dengan etika bisnis islam.