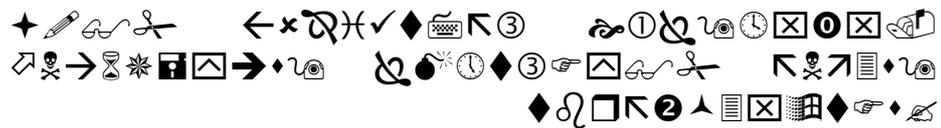


## BAB IV

### ANALISA HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Kreativitas Pengusaha Muslim dalam Mendapatkan Ide, Desain dan Peluang Pemasaran Produk Barang Pada Sepatu Lukis “Choose”.

Kreativitas merupakan proses alamiah dari manusia untuk menghasilkan suatu hal yang baru menggunakan akal fikirannya. Agama Islam mendorong manusia berfikir dan bertindak kreatif. Allah SWT selalu mendorong manusia untuk berfikir. Seperti apa yang di firmankan dalam surat Al-Baqarah ayat 219,



*“Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir.”*(Q.S Al-Baqarah : 219)<sup>1</sup>

Kreativitas manusia didukung dan didorong oleh agama agar kehidupan manusia menjadi lebih baik. Agama memberikan kelapangan pada manusia untuk berkreasi dengan akal pikirannya dan dengan hati nuraninya dalam menyelesaikan persoalan-persoalan hidup yang dialaminya. Dalam agama Islam dikatakan bahwa Tuhan hanya akan mengubah nasib manusia, jika manusia melakukan usaha untuk memperbaikinya<sup>2</sup>. Allah berfirman dalam surat Ar Ra'd ayat 11 :

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Semarang : Toha Putra, 1989, hlm. 53.

<sup>2</sup> Fuad Nasori dan Rachmi Diana Mucharram, *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam*, Jogjakarta : Menara Kudus Jogjakarta, 2002, hlm. 27.



“*Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri*”. (Q.S Ar-Ra’d : 11)<sup>3</sup>.

Begitu juga yang dilakukan oleh usaha sepatu lukis “Choose” yang berusaha berkreaitivitas didalam usahanya, namun tanpa meninggalkan nilai-nilai keislaman yang tetap dipegang teguh oleh pemilik usaha sepatu lukis ini. Dalam berkreaitivitas pemilik memakai beberapa proses, sehingga diharapkan mendapat sebuah hasil yang maksimal. Proses tersebut antara lain sebagai berikut :

#### 1. Ide.

Untuk menghasilkan dan mengembangkan produk dari usahanya agar dapat meningkatkan omset penjualan dan kepuasan pelanggan (konsumen), dimana pemilik usaha menyadari sebagai seorang wirausahawan agar berhasil, maka harus kerja keras, dan selalu mengembangkan ide atau gagasan baru bagi kelangsungan perusahaan. Ia mempersepsikan pengembangan ide atau gagasan bagi perusahaan merupakan kunci utama yang sangat penting dan perlu mendapat perhatian secara tepat. Menurutnya, pengembangan ide atau gagasan itu harus dilakukan secara cepat dan tepat, alasannya karena perkembangan dunia usaha (bisnis) di bidang sepatu sudah lumayan cepat atau lumayan tinggi, sehingga tingkat persaingan produk di pasar sudah cukup tajam baik dari segi kualitas, selera, maupun harga. Artinya, kualitas barang (produk), selera atau model-model produk, dan

<sup>3</sup> Departemen Agama RI, *op, cit*, hlm. 370.

harga harus mencerminkan kebutuhan dan keinginan pelanggan (konsumen). Sehingga pengusaha (wirausahawan) selalu mencari dan memerlukan ide-ide atau gagasan yang baru dan kuat, dalam hal ini imajinasi juga ikut menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan usaha dari perusahaannya. Oleh karena itu, ia selalu membangkitkan ide atau gagasan baru dalam mengembangkan usahanya baik pada aspek desain model-model produk, proses produksi dan pemasaran.

Dalam mengembangkan ide, dibutuhkan banyak inspirasi dari berbagai hal yang kita temui dimanapun. Hal inilah yang menjadikan kreativitas itu lebih hidup. Dalam dunia usaha, untuk mendapatkan sebuah ide bukan hanya pemilik usaha saja yang berusaha keras mencari ide tersebut, namun hal itu akan lebih efektif dan efisien jika seluruh karyawan di berdayakan untuk menemukan ide kreatif mereka masing-masing, karena setiap orang memiliki gagasan sendiri-sendiri. Karena berdasarkan fungsinya, kapasitas mental manusia dapat di kelompokkan menjadi empat bagian yaitu *absorptif, retentive, reasoning, creative*. Imajinasi yang kreatif merupakan kekuatan yang tidak terbatas, misalnya meskipun seseorang yang hampir tidak pernah keluar rumah tetapi dengan menggunakan imajinasinya ia dapat melanglang buana ke dunia sekitar. Imajinasi jauh lebih penting dari pada ilmu pengetahuan dan kekuatan murni dari pikiran manusia<sup>4</sup>. Dari situlah akan didapatkan berbagai ide kreatif yang unik yang jumlahnya dapat terus bertambah, sehingga produk yang di hasilkan tidak monoton.

---

<sup>4</sup> Sahlan Sulaiman dan Miswan, *Multi Dimensi Berkratifitas Manusia*, Bandung : Sinar Baru 1988, hlm. 5.

Namun demikian kreativitas yang dihasilkan oleh sepatu lukis “Choose” tetap berpegang teguh pada ajaran agama Islam yang tidak melanggar norma. Sisi keislaman tersebut tidak akan nampak terlihat jelas dalam produk sepatu lukis, karena bukan berarti menggunakan sistem usaha yang islami harus menonjolkan dan terlihat jelas dalam produk yang dibuat, namun sepatu lukis “Choose” membuat desain-desain yang menggambarkan karakter yang tidak bertentangan dengan ajaran agama Islam. Jika dilihat produk sejenis yang tidak berdasarkan asas Islam maka banyak desain-desain yang menggambarkan karakter yang tidak bermoral. Inilah yang menjadi daya tarik bagi konsumen yang mengharapkan produk-produk yang unik dan terkini.

## 2. Mengumpulkan imajinasi.

Imajinasi dilakukan oleh pemilik usaha dari mencari hal yang sederhana, semua imajinasi kita pikirkan dan harus diingat guna meningkatkan kreatif dan inovasi wirausaha dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Semua ide ditampung menjadi satu, memikirkan sesuatu yang tidak mungkin menjadi mungkin terjadi.

Setiap orang dalam keseharian hidupnya pasti berimajinasi, memikirkan hal yang mereka inginkan namun seolah-olah hal tersebut mustahil mereka capai. Seringkali khayalan atau imajinasi ini dibuang sia-sia karena dianggap tidak mungkin diwujudkan. Sebenarnya hal inilah yang dapat dijadikan dasar berkreasi sehingga dapat membuat produk dengan berbagai macam jenis dan mode. Namun, dalam berimajinasi juga harus

memperhatikan sisi keislaman yang telah diajarkan, karena bagaimanapun juga jiwa muslim atau muslimah harus selalu dibawa dalam segala aktivitas. Ini juga dilakukan oleh sepatu lukis “Choose” yang tidak sembarangan dalam mengumpulkan imajinasi dengan tidak melihat atau memikirkan hal-hal yang dilarang oleh agama. Hal ini kurang banyak disadari oleh pelaku usaha yang sering kali hanya meniru produk-produk dari usaha yang lain. Dan tidak menerapkan sendiri sistem usaha yang islami. Walaupun usaha semacam itu memang dapat berjalan hasilnya akan sangat berbeda jika dibandingkan dengan produk karya sendiri. Inilah yang akan menjadi ciri khas produk suatu perusahaan yang akan diingat dan dicari oleh konsumen karena pesaing lain tidak memiliki produk tersebut.

Dalam hal ini pemilik usaha seharusnya juga memikirkan sesuatu yang didapat dari pendapat orang lain agar membantu kelancaran dalam usahanya. Misalkan tidak hanya berimajinasi menggambar desain produk dari karakter kartun saja, namun juga menggambarkan desain produk daripada logo nama group band. Contohnya logo dari nama group band terkenal saat ini yaitu Noah, Coboy Junior, JKT 48 dan lain sebagainya.

### 3. Berlatih kreatif.

Hal ini dilakukan dengan cara menggambar apa yang telah difikirkan yang ada di fikiran dengan melakukan gambaran sesuai dengan mode yang terpopuler saat ini, dan bersikap terbuka kepada orang lain, serta meminta ide bagaimana gambaran yang baik dan yang bisa dipopulerkan saat-saat itu.

Berlatih kreatif sama dengan mengasah otak dan rasa, hal ini dilakukan oleh pemilik usaha tidak hanya dengan hal-hal yang bersifat formal dan mengikat seperti membaca buku atau belajar di sekolah, namun hal ini justru lebih efektif jika dilakukan dengan santai. Mengasah kreativitas dapat dilakukan dengan cara yang menyenangkan, semisal bermain game, menonton televisi, atau dengan mendengarkan radio. Justru dari kegiatan-kegiatan tersebut akan banyak sekali mendapatkan inspirasi kreatif untuk memperkaya jenis produk yang dihasilkan bagi para pelaku usaha. Zimmerman menuturkan bahwasanya ada tujuh langkah kreatif dalam berwirausaha, yaitu *preparation* (persiapan), *investigation* (penyelidikan), *transformation* (transformasi), *incubation* (penetasan), *illumination* (penerangan), *verification* (pengujian), *implementation* (implementasi)<sup>5</sup>. Sebenarnya banyak sekali cara yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha agar mendapat inspirasi selain hal di atas. Misalkan berlibur ke tempat wisata, ataupun ketika tidur. Karena cara ini dapat *refresh* pikiran dan melihat pemandangan yang indah, sehingga akan dapat memberi banyak inspirasi.

Islam telah mengatur tata cara pada semua aspek kehidupan termasuk dalam hal melatih kreativitas seseorang. Pemilik usaha juga menyadari mengenai hal tersebut, maka kemudian pemilik pun menganjurkan kepada seluruh karyawannya untuk tidak bekerja tanpa memperhatikan nilai ajaran islam, dimana ia menerapkannya mulai dari cara berpakaian pegawai, cara

---

<sup>5</sup> Suryana, *Kewirausahaan*, Bandung : Salemba empat, Edisi 3, 2006, hlm. 44.

berkomunikasi, sampai dengan bagaimana para karyawan dapat membuat bentuk produk dengan kreativitas alamiahnya. Karena bagaimanapun juga konsep usaha ini tidak hanya terpaku kepada pemilik tapi juga kepada seluruh karyawan.

#### 4. Desain dan model-model produk sepatu lukis.

Dalam memutuskan desain dan model-model produk sepatu lukis yang akan diproduksi, dimana menurut informan (pemilik usaha) ada beberapa hal yang harus dilakukan yaitu :

- a. Untuk mengetahui kesenangan (selera) pelanggan atau konsumen terhadap produk sepatu lukis, dilakukan dengan cara meminta informasi kepada pelanggan, misalnya kesenangan apa yang mereka inginkan terkait dengan produk yang mereka harapkan dari pelayanan yang perlu dilakukan perusahaan. Pada buku Philip Kotler mengenai bauran produk pada level ke tiga yaitu pemasar menyiapkan produk yang di harapkan yaitu serangkaian atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan oleh para pembeli ketika mereka membeli produk itu<sup>6</sup>. Cara ini sebenarnya efektif untuk memberi masukan pelaku usaha dalam mempertimbangkan produk apa yang akan di produksi dan di lempar di pasaran, namun seringkali tanggapan atau komentar dari konsumen kurang dapat direalisasikan oleh produsen karena biasanya permintaan konsumen tidak wajar, misalnya mengenai harga yang sangat murah, model yang terlalu nyentrik atau bahkan desain-desain yang hanya dapat diterima oleh kalangan tertentu.

---

<sup>6</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Prenhalindo, 2002, hlm. 449.

Maka pemilik usaha dapat melakukan hal ini juga dengan cara melihat daripada *style* konsumen. Selain itu juga dapat menggunakan pengembangan ide atau gagasan sendiri berdasarkan pengalaman dan intuisi tentang desain sepatu lukis yang kemungkinan sesuai dengan kebutuhan, kesenangan (selera), dan kemampuan daya beli pelanggan (konsumen). Hal ini dapat dilakukan dengan menyamakan dan memperhatikan keinginan konsumen jika kita di posisikan sebagai pembeli sepatu lukis.

- b. Mengikuti perkembangan mode sepatu, dilakukan dengan cara membaca berbagai majalah dan koran (surat kabar) ataupun *browsing* di internet berkaitan dengan dunia mode sepatu lukis. Pada bauran produk menurut Philip Kotler di level ke empat menyebutkan bahwa pemasar menyiapkan produk yang di kembangkan yang melampaui harapan pelanggan<sup>7</sup>. Hal ini sangat penting dilakukan untuk mengikuti arus perkembangan trend mode sepatu yang sedang diminati oleh masyarakat. Produsen tidak boleh sampai ketinggalan kabar mengenai produk yang dijual di pasaran, karena ini dapat membahayakan omset penjualan yang sewaktu-waktu dapat turun yang di sebabkan oleh pesaing lain yang dapat memproduksi barang yang lebih menarik. Maka, produsen harus jeli melihat peluang. Selain cara di atas pemilik usaha juga harus meng-*update* produk terkini dengan cara melihat-lihat sepatu lukis yang dipasarkan di toko-toko atau

---

<sup>7</sup> *Ibid.*

outlet yang ada di wilayah Kendal dan kota Semarang. Cara ini juga dapat berfungsi sebagai perbandingan dengan kompetitor.

#### 5. Peluang pasar.

Kreativitas yang di lakukan oleh pemilik usaha sepatu lukis “Choose” agar produk sepatu lukis dari usahanya dapat masuk dan memiliki keunggulan bersaing di pasar, sehingga dapat mencapai target (tujuan) bagi perusahaannya adalah melakukan analisis pasar.

Adapun analisis pasar yang dilakukannya yaitu mempelajari potensi pelanggan (konsumen) terhadap produk sepatu lukis, mempelajari produk-produk sepatu lukis dan tingkat harga jual di pasar, mempelajari kelemahan dan kekuatan produk-produk sepatu lukis yang sekiranya menjadi pesaing bagi perusahaannya. Dengan kata lain ia dituntut untuk berpikir keras dalam mengembangkan ide atau gagasan terkait dengan usahanya dibidang usaha sepatu lukis, agar dapat masuk dan mendapat peluang pasar yang ada.

Pemilik usaha ternyata juga mencontoh Nabi Muhammad dalam berbisnis, beliau dikenal sebagai pedagang muda yang cerdas, jujur, dan setia memenuhi janji kepada para konsumen. Ketiga karakter inilah dasar-dasar etika berwirausaha yang sangat modern. Selain itu pemilik usaha juga menerapkan konsep kemitraan dalam memasarkan produknya, seperti yang dilakukan oleh Nabi Muhammad dan Siti Khadijah ketika mereka pertama

kali bertemu. Saat itu Khadijah adalah saudagar yang kaya dan mengizinkan Nabi Muhammad untuk menjual dagangannya<sup>8</sup>.

Dalam beberapa kondisi perusahaan-perusahaan yang beroperasi di satu atau beberapa pasar harus memutuskan sampai sejauh mana akan mengadaptasi bauran strategi pemasaran mereka terhadap kondisi lokal. Merupakan suatu hal yang ekstrim dimana perusahaan menggunakan standarisasi bauran pemasaran yang meliputi seluruh dunia. Standarisasi produk, promosi, dan saluran distribusi menjanjikan biaya terendah. Hal ekstrim yang lain adalah adaptasi bauran pemasaran, dimana produsen menyesuaikan elemen-elemen bauran pemasaran untuk tiap pasar sasaran<sup>9</sup>. Namun juga melihat dari kemampuan daya beli konsumen dalam menganalisis pasar.

#### **B. Inovasi Pengusaha Muslim dalam Meningkatkan Produk dan Profesionalisme Karyawan pada Perusahaan Sepatu Lukis “Choose”.**

Dalam kaitannya dengan inovasi wirausaha dari hasil wawancara, dimana informan (pemilik usaha) menjelaskan bahwa pembenahan dan peningkatan produktivitas kerja karyawan maupun industrinya telah dilakukan secara maksimal, dengan melakukan terobosan-terobosan inovatif. Karena ia menyadari bahwa melalui inovasi merupakan kunci keberhasilan bagi usahanya. Perubahan pasar terhadap produk-produk sepatu lukis yang sangat cepat dan persaingan yang kompleks tentu menuntut diperlukannya inovasi secara terus menerus atau berkelanjutan. Inovasi ini dipersepsikan oleh

---

<sup>8</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, Jakarta : Gema Insani Press, 2003, hlm. 51-52.

<sup>9</sup> Philip Kotler, *op, cit*, hlm. 431.

informan sebagai suatu kekuatan bagi dirinya selaku pemilik usaha (wirausaha) dalam meraih sukses atau keberhasilan usahanya. Beberapa hal yang dilakukan pemilik usaha sepatu lukis ini dalam berinovasi, antara lain :

1. Inovasi terhadap produk.

Inovasi dilakukan dengan membuat produk-produk yang sudah ada tampil menjadi lebih baru, yang dihasilkan dari sebuah industri, karena untuk menambah nilai bagi pelanggan adalah melalui rancangan produk yang dapat membedakannya. Banyak perusahaan yang kurang mempunyai sentuhan desain, fungsi rancangan produknya amat jelek atau tumpul atau terlihat biasa. Rancangan dapat menjadi salah satu senjata bersaing yang amat ampuh dalam senjata pemasaran perusahaan<sup>10</sup>. Maka dari itu sepatu lukis “Choose” berusaha memproduksi sepatu lukis dengan rancangan desain yang berbeda dari perusahaan yang lainnya, desain-desain yang dibuat disepadankan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Selain itu dengan perkembangan pasar dan kemajuannya di bidang industri fashion sepatu, maka pemilik usaha sepatu lukis ini mengembangkan produknya menjadi beberapa segmentasi yang menyesuaikan selera pasar, dimana jenis produk sepatu lukis yang diproduksinya berkembang menyesuaikan kebutuhan mulai dari segmen anak-anak, anak muda sampai orang dewasa baik pria maupun wanita. Begitu juga dilakukan inovasi terhadap desain model sepatu lukis yang mengikuti perkembangan mode industri sepatu, karena *supplier* bahan mentah (sepatu polos) juga ikut andil dalam membuat

---

<sup>10</sup> Thamrin Abullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Rajawali Press, 2013, hlm. 159.

inovasi didalam usaha ini semakin berkembang, dimana *suplier* membuat desain-desain model sepatu yang berkualitas dan modis. Setelah itu giliran sepatu lukis “Choose” mendesain gambar-gambar yang atraktif dan disukai oleh para konsumen, namun pemilik usaha sepatu lukis ini juga memberi batasan pada produk pesanan konsumen karena tidak jarang konsumen yang memesan produk sepatu lukis menggunakan desain-desain yang melanggar norma. Disinilah pemilik dengan tegas menerapkan sistem islam dalam berekonomi yang tidak hanya berorientasi pada uang semata tanpa memperhatikan ajaran agamanya.

Inovasi yang dilakukan informan selaku pemilik perusahaan (wirausaha) berkaitan dengan produk-produk sepatu lukis dari industrinya adalah :

- a. Melakukan pengembangan segmentasi jenis-jenis produk.
- b. Peningkatan kualitas produk.
- c. Model dan desainnya bermacam-macam dan dibedakan sesuai dengan kebutuhan selera (kesenangan) dan kemampuan daya beli pelanggan (konsumen),
- d. Perbaikan pada warna sehingga lebih awet dan tidak mudah luntur, bentuk lebih atraktif dan segala bentuk sepatu bisa di lukis, ukuran lebih lengkap mulai dari anak-anak sampai orang dewasa tersedia, dan merek

sepatu yang berkualitas, yang dibuat sedemikian rupa sehingga lebih menarik<sup>11</sup>.

Dari beberapa konsep inovasi di atas, sebaiknya pemilik usaha juga menerapkan inovasi terhadap merek sepatu polos yang di pakai untuk dijadikan sepatu lukis, karena semakin terkenal merek tersebut maka akan semakin terangkat pamor sepatu lukis “Choose”, misalkan melukis dari sepatu yang bermerek.

## 2. Inovasi profesionalisme karyawan.

Untuk meningkatkan produktivitas atau kinerja karyawan pada perusahaan, menurut penjelasan informan (pemilik usaha), melakukan inovasi terhadap para karyawannya dalam bentuk penambahan pengetahuan berkaitan dengan usaha sepatu lukis dan pemasarannya. Inovasi ini dilakukan dengan melatih para karyawan dengan kegiatan-kegiatan pendidikan dan pelatihan yang dilakukan oleh pemilik usaha “ibu Chustina”. Selain itu, juga dilakukannya perbaikan bagi karyawan, yakni mereka di didik bersikap lebih inovatif dalam melakukan segala hal, termasuk dalam melukis sepatu. Orang yang sudah professional digunakan untuk model melukis sepatu yang sifatnya sulit. Akan tetapi, para karyawan yang baru melukis sepatu dengan mode yang tidak begitu rumit.

Teknik pengembangan profesionalisme karyawan tidak hanya dilakukan oleh pemilik usaha itu sendiri, akan tetapi alangkah baiknya teknik pengembangan dilakukan dengan mengikutsertakan karyawan dalam

---

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan pemilik usaha, pada hari kamis 20 Maret 2014, pukul 19.35 WIB, di rumah ibu Chustina.

acara seminar kewirausahaan dimana saja, baik didalam kota Kendal maupun diluar kota Kndal.

Jika dilihat dari konsep keislaman yang di terapkan pada karyawannya, pemilik usaha ini terbilang cukup telaten dalam mengatur karyawannya mulai dari cara berpakaian yang sopan, menyediakan waktu disaat menunaikan ibadah diluar jam istirahat, sampai dengan mengajarkan kepada karyawannya untuk selalu bersedekah dan menyatuni anak yatim.

### 3. Kondisi proses produksi.

Mengenai gambaran proses produksi sepatu lukis pada usaha sepatu lukis “Choose” di Kebondalem Kendal dikemukakan, yaitu bahan baku utama yang digunakan adalah sepatu yang berbahan kain kanvas, cat warna (sablon), dan kuas. komputer untuk mendukung desain-desain gambar yang akan di lukiskan ke sepatu, sehingga kelancaran produksi maupun aktivitas usaha dapat berjalan dengan baik.

Dari pengamatan di lapangan bahwa proses produksi sepatu lukis pada usaha sepatu lukis “Choose” adalah melalui lima alur aktivitas kerja, yaitu:

- a. Pengeblokan warna putih.
- b. Pengeringan.
- c. Membuat sketsa gambar dengan menggunakan pensil.
- d. Mewarnai sketsa dengan menggunakan kuas dan cat sablon warna.
- e. Pengeringan.

Dalam usaha sepatu lukis ini melakukan pengeringan secara manual dengan menggunakan panas matahari. Alangkah baiknya menggunakan

teknologi mesin pengering, supaya tidak memperlambat laju produksi walaupun dalam musim penghujan.

### **C. Kinerja Pemasaran Setelah Diterapkannya Kreativitas dan Inovasi Pengusaha Muslim pada Sepatu Lukis “Choose”.**

Setelah di terapkanya kreativitas dan inovasi usaha sepatu lukis “Choose” ternyata mengalami peningkatan, bahkan pelanggan pun juga merasa puas karena model-model yang baru, harga terjangkau, tepat waktu, pelayanan yang jujur dan ramah. Jika dianalisis sebagai berikut :

#### **1. Pangsa pasar.**

Pemilik usaha selalu mendorong dan memotivasi para tenaga atau karyawan bagian penjualannya/pemasaran untuk memiliki orientasi terhadap pelanggan dengan cara memberikan pencitraan yang positif terhadap produk-produk perusahaan, sehingga dapat memberikan kepuasan lebih kepada pelanggan (konsumen). Ia menyadari bahwa tenaga penjualan (pemasaran) merupakan ujung tombak keberhasilan perusahaan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan (konsumen), serta dalam memenuhi kepuasan dari pelanggan. Oleh karena itu, semua hubungan dengan pelanggan menuntut perilaku tenaga penjualan (pemasaran) yang sopan dan efektif. Manfaatnya adalah menyalurkan barang ke pasar potensial yang paling menguntungkan, membuat produk yang memenuhi permintaan pasar,

menentukan promosi yang paling efektif dan mengukur waktu yang sebaik-baiknya dalam promosi<sup>12</sup>.

Proses pemasaran terdiri dari analisis pasar, meneliti dan memilih pasar sasaran, merancang strategi pemasaran, merancang program pemasaran dan mengorganisasi, melaksanakan serta mengawasi usaha pemasaran. Untuk mengevaluasi peluangnya, perlu memiliki sistem informasi pemasaran yang handal. Penelitian pemasaran adalah alat pemasaran yang penting, karena perusahaan hanya dapat melayani pasar pelanggannya dengan baik dengan meneliti kebutuhan dan keinginan mereka, lokasi mereka, praktik pembelian mereka, dan seterusnya<sup>13</sup>. lokasi pangsa pasar yang telah dituju adalah daerah Kendal dan sekitarnya. Termasuk didalamnya daerah Kaliwungu, Weleri, Sukorejo dan juga daerah di luar kota Kendal seperti di Semarang, Demak, pekalongan, Jepara dan lain-lain. Pangsa pasar dengan penjualan terbesar berada di daerah semarang, karena sebagian besar orang semarang suka dengan barang yang unik, suka dengan barang yang lain dari pada yang lain.

Pangsa pasar sepatu lukis "Choose" juga telah merambah ke berbagai daerah di luar jawa, seperti di Bandar Lampung, Aceh, Medan, dan Kalimantan. Ini dikarenakan adanya teknologi canggih yaitu internet yang membantu kelancaran kegiatan mempromosikan produknya. Seperti memasang iklan di jejaring sosial yaitu *Facebook*, *Toko Bagus* dan *Blackberry Massanger*. Pemasaran via *Facebook* dengan membuat akun

---

<sup>12</sup> Aziz Hakim Muhammad, *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*, Jakarta : Renaican, 2005. Hlm. 48.

<sup>13</sup> Thamrin Abullah dan Francis Tantri, *op, cit*, hlm. 49-50.

*SepatuLukis ChooseShop II*, selain *Facebook* usaha sepatu lukis ini juga membuat akun di *Toko Bagus (online)*, disinilah usaha sepatu lukis “Choose” melakukan transaksi jual-beli produknya dan menerima pesanan dari berbagai kota di seluruh Indonesia dengan mencantumkan nomor *handphone* dan kontak Pin *Blacckberry Massanger* milik ibu Chustina<sup>14</sup>.

## 2. Pemasaran produk.

Keberadaan usaha sepatu lukis “Choose” tersebut dimana aktivitas usahanya diawali dari memproduksi sepatu lukis sampai dengan menjual produknya.

Sepatu lukis “Choose” ini memproduksi berbagai model sepatu lukis dengan jenis model slop karet, model slop pria, dan model tali, dengan harga yang bervariasi. Kebanyakan konsumen lebih cenderung memilih slop karet dan model tali, dengan kisaran harga mulai dari Rp 100.000. Hal ini dikarenakan segmen yang pas untuk kalangan pelajar dan harganya dianggap terjangkau bagi para konsumen ini. Model sepatu yang diusung juga sangat disukai, selain itu gambar yang dilukis pada sepatu cukup menarik, sehingga mereka sangat berminat dengan sepatu lukis merek “Choose” ini. Selain sepatu dengan gambar yang telah disediakan, konsumen juga dapat memesan sendiri gambar yang sesuai dengan keinginan konsumen. Misalkan konsumen ingin memesan sepatu dengan gambar yang didesain sendiri, konsumen hanya perlu memberikan *print out* gambar tersebut kepada sepatu lukis “Choose” ini, sehingga dapat diproses

---

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan pemilik usaha, *loc, cit.*

sesuai keinginan konsumen. Dengan pelayanan ini konsumen lebih tertarik karena barang bisa didapat sesuai dengan keinginan konsumen. Konsep pemasaran tersebut sejalan dengan konsep berwawasan produk berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang menawarkan mutu, kinerja terbaik, atau hal-hal inovatif lainnya. Manajer dalam organisasi berwawasan produk memusatkan perhatian untuk membuat produk yang lebih baik dan terus menyempurnakannya<sup>15</sup>.

Konsep pemasaran di atas tidak terlepas dari konsep pemasaran islam yang juga di terapkan oleh pemilik usaha sepatu lukis ini. Konsep tersebut antara lain<sup>16</sup> :

a. Jujur .

Jujur dalam artian menjelaskan apa yang sesuai dengan produk yang akan di pasarkan kepada konsumen, supaya tidak ada asas penipuan dalam jual-beli. Misalkan menjelaskan tentang spesifikasi produk yang akan dijual.

b. Amanah (tanggung jawab).

Dalam artian jika ada kerusakan atau kesalahan dalam produk yang di hasilkan, maka perusahaan yang akan bertanggung jawab atas hal tersebut. Misalkan ada sepatu yang mengelupas dari sebagian sisi sepatu, maka perusahaan bertanggung jawab mengganti sepatu yang normal, asalkan sepatu itu belum pernah dipakai dan belum lama waktu pembeliannya.

---

<sup>15</sup> Thamrin Abullah dan Francis Tantri, *op, cit*, hlm. 26.

<sup>16</sup> Johan arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang : Walisongo Press, 2009, hlm. 153.

c. Menepati janji.

Dalam artian jika ada pesanan dari dalam atau luar daerah, maka perusahaan haruslah menepati janjinya atas permintaan konsumen, antara lain waktu pengiriman, desain pesanan, harga, ukuran dan lain-lain.

d. Tidak menipu.

Dalam hal ini, usaha sepatu lukis mengedepankan sistem kepercayaan, sebab dalam pemasaran sepatu lukis ini menggunakan media internet (*online*) dan konsumen hanya bisa melihat gambarnya dan membaca keterangan dari produknya saja. Maka dari itu, pemilik usaha harus menyampaikan apa yang menjadi selera konsumen.

e. Murah hati.

Untuk menyenangkan para konsumen agar tidak kecewa dengan pelayanan, maka pemilik usaha menggunakan sikap yang murah hati. Misalnya tidak marah ketika ada konsumen yang *complain* atas produknya.

f. Tidak melupakan akhirat.

Jika sebuah usaha ingin maju dan berkah, maka dalam berwirausaha tidak hanya mengedepankan kepentingan dunia semata, melainkan kepentingan akhirat juga di perhatikan. Misalnya menunaikan shalat, membayar zakat, bersedekah, menyantuni anak yatim dan lain sebagainya.

Teknik pemasaran tersebut ternyata membuahkan hasil yang cemerlang, ini dapat di lihat dari omset penjualan yang terus naik tiap tahunnya. Pada

tahun 2010 saja omset mencapai 92 pasang sepatu lukis. Angka ini lebih tinggi di bandingkan tahun sebelumnya. Kemudian di tahun 2011 mencapai 124 pasang sepatu lukis. Kemudian di tahun berikutnya (tahun 2012) mengalami penurunan omset penjualan, yaitu hanya mencapai 101 pasang sepatu lukis, penurunan ini wajar karena pada tahun tersebut terjadi goncangan ekonomi global yang menyebabkan penurunan daya beli. Namun pada tahun berikutnya (tahun 2013) naik mencapai 480 pasang sepatu lukis, ini dikarenakan pangsa pasar yang telah di perluas sampai luar Jawa<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> Hasil wawancara dengan pemilik usaha, *loc, cit.*