

ANALISIS ISLAMIC MARKETING MIX TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PERUMAHAN SYARIAH HAMFARA PURWOKERTO

Aisyah¹, Neng Cahya Komala², Shodiq Kholidi³

Sekolah Tinggi Ekonomi Manajemen Bisnis Islam Bandung^{1,2},
Universitas Amikom Purwokerto³

Email: aisyah@student.stembi.ac.id¹, nengcahyakomala@stembi.ac.id²,
shodiq.kholidi@amikompurwokerto.ac.id³

Abstrak

Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto menerapkan Islamic Marketing Mix dalam strategi pemasarannya, namun menghadapi kendala. Produk sering terlambat, harga ditujukan untuk kelas menengah ke atas, dan strategi promosi terbatas. Penelitian ini menganalisis strategi mereka menggunakan pendekatan kualitatif dan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan lebih fokus pada nilai-nilai dalam memilih pembeli, harga ditentukan berdasarkan banyak pertimbangan, dan promosi ditargetkan pada generasi milenial. Lokasi perusahaan berada di tempat yang strategis. Namun, penelitian ini merekomendasikan peningkatan dalam penyerahan produk, pengembangan ide promosi yang inovatif, dan konsistensi dalam strategi lokasi.

Kata Kunci: Islamic Marketing Mix, Strategi Pemasaran.

Abstract

Hamfara Syariah Housing in Purwokerto applies the Islamic Marketing Mix in its marketing strategy, but faces challenges. The product often arrives late, the price is aimed at the middle to upper class, and the promotion strategy is limited. This research analyzes their strategy using a qualitative approach and data collection techniques such as interviews, observations, and documentation. The research results show that the company focuses more on values when selecting buyers, the price is determined based on many considerations, and promotions are targeted at the millennial generation. The company's location is in a strategic place. However, this research recommends improvements in product delivery, the development of innovative promotion ideas, and consistency in location strategy.

Keywords: Islamic Marketing Mix, Marketing Strategy.

A. Pendahuluan

Sebagai makhluk hidup kebutuhan papan atau rumah sebagai tempat tinggal merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi, namun di negara kita cukup banyak keluarga yang sulit untuk memenuhi kebutuhan tersebut dikarenakan lahan yang sangat terbatas. Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat didominasi masyarakat muslim maka sudah saatnya untuk mengembangkan bisnis properti

dengan konsep syariah¹ untuk memudahkan masyarakat muslim khususnya dalam memberi rumah tanpa perantara lembaga yang berkemungkinan mengandung riba, tentunya masyarakat muslim tahu bahwa riba itu diharamkan dalam Islam. Maka jualan pengelolaan segala hal dalam mengembangkan semuanya berdasarkan pada hukum syariah². Perumahan berkonsep Syariah ini diharapkan dapat menjadi solusi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat umum khusus yang muslim dalam membeli rumah sebagai tempat tinggal atau aset investasi.

Perumahan Syariah hampara Purwokerto merupakan proyek kawasan bersama dari member *Developer Property Syariah* menerapkan prinsip syariah yang sangat memudahkan masyarakat, Oleh karena itu diperlukannya strategi pemasaran yang tepat agar dapat menarik konsumen serta meningkatkan penjualannya.³

Usaha properti syariah termasuk bisnis baru sehingga diperlukan pengkajian secara detail pada aspek pemasaran utama 4P yaitu produk harga promosi dan tempat yang ada di perusahaan tersebut melalui metode *Islamic Marketing Mix*.⁴

Strategi pemasaran yang berupa produk harga promosi dan lokasi yang telah diterapkan Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto masih memiliki beberapa kekurangan, padahal umum maupun khusus dari kalangan muslim tentunya akan jauh mendapatkan kemudahan serta terhindar dari resiko kerugian berupa denda, sita, dan lain sebagainya. Prinsip 7T yang islami digunakan perusahaan tersebut menjadi solusi yang baiknya dikenakan pada masyarakat luas. Oleh karena itu peneliti melakukan dengan judul “Analisis *Islamic marketing mix* Terhadap Strategi Pemasaran Perumahan Syariah Hamfara”.

B. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (Field Research) yaitu dengan mengutamakan komunikasi mendalam antara peneliti dan objek penelitian⁵. Peneliti terjun di lapangan untuk mendapatkan data strategi pemasaran di Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Penerapan Strategi Pemasaran Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto

¹ Putra, P., & Hasbiyah, W. (2018). Teori dan Praktik Pemasaran Syariah. Raja Grafindo Persada.

² Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi. Kencana.

³ Fidyana, A. (2021). Analisis Islamic marketing mix Terhadap Strategi Pemasaran Perumahan Griya As-Sakinah PT. Sabab Podho Moro Madiun (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

⁴ Hashim, N., & Hamzah, M. I. (2014). 7P's: A literature Review of Islamic marketing and Contemporary Marketing Mix. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 155-159

⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2014.

Sebuah perusahaan tentu memiliki strategi pemasaran dalam mencapai tujuan bersama dan untuk memperluas *market share* yang mana dapat meningkatkan pengaruh penjualan produk. Hasil tersebut menjadi hal yang sangat penting karena dengan itulah perusahaan harus memutuskan dan mengambil kebijakan yang tepat dalam menghadapi persaingan yang ada di pasar. Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto menerapkan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari strategi produk, harga, lokasi, dan promosi.

A. Strategi Produk

Dalam wawancara dengan Bapak Insan, manajer pemasaran Hamfara, ia mengungkapkan bahwa mereka melakukan seleksi atau verifikasi sebelum menjual unit atau produk. Mereka bahkan tidak segan menolak calon pelanggan yang penghasilannya terindikasi dengan riba. Produk Hamfara menekankan nilai-nilai dalam produk dan menggunakan bahan bangunan berkualitas tinggi. Mereka menerapkan konsep Islamic ecoliving melalui prinsip 4R (*reuse, reduce, recycle, replant*) dan nilai 7T (*tanpa riba, asuransi, denda, BI checking, sita, akad batil, KPR, dan Bank*). Mereka juga menyediakan berbagai fasilitas umum dan tambahan.⁶

Hamfara menawarkan berbagai tipe perumahan dengan fasilitas yang berbeda. Ada lima tipe area dengan total 102 unit. Dalam hal kontrol kualitas, jika ada kecacatan atau kerusakan pada unit perumahan, itu akan ditanggung oleh pengelola. Namun, jika pembatalan terjadi mendadak dari pelanggan, itu akan menjadi tanggungan pelanggan. Kendala bagi Perumahan Syariah yang menerapkan sistem tanpa bank adalah pengembalian serah terima bangunan yang cukup lama karena pembayarannya murni tanpa backup dari bank. Ini karena mereka berpegang teguh pada syariah dan konsep Islam yang menghindari riba.

Tabel 1 Tipe Produk perumahan Syariah Hamfara Purwokerto

Tipe Perumahan	Fasilitas
Tipe 30/60	2 Kamar Tidur, 1 Kamar Mandi, 1 Ruang Keluarga, 1 Carport Mobil, 1 Taman Depan, Teras.
Tipe 36/72	2 Kamar Tidur, 1 Kamar Mandi, 1 Ruang Keluarga, 1 Carport Mobil, 1 Taman Depan, Teras.
Tipe 50/105	3 Kamar Tidur, 1 Kamar Mandi, 1 Ruang Keluarga, 1 Carport Mobil, 1 Taman Depan, Teras.

⁶ Wawancara dengan Bapak Insan, (Manajer pemasaran Hamfara), pada 20 September 2023 pukul 16.00 WIB.

Tipe 60/105	3 Kamar Tidur, 2 Kamar Mandi, 1 Ruang Keluarga, 1 Carport Mobil, 1 Taman Depan, Teras (2 tingkat)
-------------	---

Tipe Perumahan	Fasilitas
Tipe 75/60	3 Kamar Tidur, 2 Kamar Mandi, 1 Ruang Keluarga, 1 Carport Mobil, 1 Taman Depan, Teras (2 tingkat), Folding gate, Pintu Kaca

Tabel 2 Tipe Area Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto

Tipe Area	Jumlah Tipe	Jumlah Unit
Tipe Ruko	1 tipe	17 Unit
Tipe Exclusive	4 tipe	85 Unit
Total :	5 tipe	102 Unit

B. Strategi Harga

Strategi penetapan harga Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto, seperti yang dijelaskan oleh Bapak Ihsan, mencakup berbagai pertimbangan mulai dari kualitas bangunan hingga lokasi strategis dengan nilai syariah. Dengan dua tipe utama—ruko dan eksklusif—harga bervariasi dari Rp. 200 juta hingga Rp. 1 miliar, termasuk biaya pematangan lahan, legalitas, overhead, dan maintenance. Pembeli yang membayar tunai mendapat diskon 20%-30%. Daftar harga menunjukkan variasi dari Rp. 214 juta untuk tipe 30/60 hingga Rp. 1 miliar untuk tipe 75/60, menargetkan segmen menengah ke atas.

Tabel 3 Daftar Harga Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto

Tipe Perumahan	Harga
Tipe 30/60	Rp. 214.000.000

Tipe 36/72	Rp. 250.000.000
Tipe 50/105	Rp. 350.000.000
Tipe 60/105	Rp. 400.000.000
Tipe 75/60	Rp. 600.000.000 - Rp. 1.000.000.000

Bapak Ihsan mengungkapkan bahwa awalnya tipe 30/60 laris terjual, namun evaluasi menunjukkan banyak unit dijual kembali, sehingga fokus beralih ke produk eksklusif untuk segmen yang sama. Kesimpulan dari wawancara ini adalah bahwa harga ditentukan berdasarkan biaya pembangunan dan pengelolaan, serta penjualan ditujukan untuk dua segmen pasar, dengan harga yang kompetitif dibandingkan pesaing.⁷

C. Strategi Promosi

Promosi Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto menjadi kunci untuk memperkenalkan konsep perumahan syariah kepada masyarakat. Bapak Ihsan menekankan tantangan dalam meyakinkan calon pembeli yang belum paham nilai-nilai syariah, terutama di tengah isu penipuan. Strategi promosi dibagi menjadi dua, yaitu internal dan eksternal, dengan tim online yang fokus pada konten media sosial untuk menarik generasi milenial, dan tim offline yang mengadakan event dan seminar syariah. Bapak Ihsan menyatakan, "Kami lebih memfokuskan bagaimana menemukan target yang sesuai... sebagai passive income... dan meningkatkan terus produk maupun strategi kami."⁸

Strategi promosi yang dilakukan melalui dua tim ini bertujuan untuk membangun kepercayaan dan memahami masyarakat tentang perumahan syariah. Dengan pendekatan yang tepat dan fokus pada target pasar, Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto berupaya meningkatkan produk dan strategi tanpa terburu-buru, menunjukkan komitmen jangka panjang dalam mempromosikan konsep syariah di industri perumahan.

D. Strategi Lokasi

Lokasi Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto menjadi faktor utama yang menarik bagi calon pembeli, menurut Bapak Ihsan. Konsep villa dan akses mudah ke fasilitas penting seperti tol, rumah sakit, terminal, alun-alun, stasiun, mall, dan universitas, perumahan ini menawarkan

⁷ Wawancara dengan Bapak Insan, (Manajer pemasaran Hamfara), pada 12 Oktober 2023 pukul 13.00 WIB.

⁸ Wawancara dengan Bapak Insan, (Manajer pemasaran Hamfara), pada 21 November 2023 pukul 15.00 WIB.

kenyamanan dan efisiensi untuk aktivitas sehari-hari. Keterjangkauan ini, yang berkisar antara 8 hingga 27 menit ke lokasi-lokasi vital, menjadikan perumahan ini pilihan yang strategis, yang tercermin dalam harga yang kompetitif.⁹

Dari wawancara dengan Bapak Ihsan, jelas bahwa Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto telah memilih lokasi yang strategis, dekat dengan lembaga pendidikan, pusat perbelanjaan, dan fasilitas kesehatan, yang semakin menambah nilai dengan konsep villa yang terintegrasi dengan lingkungan pedesaan. Kombinasi lokasi strategis dan konsep desain yang unik ini menegaskan komitmen perumahan untuk menyediakan hunian yang tidak hanya nyaman tetapi juga efektif untuk kehidupan sehari-hari.

2. Analisis *Islamic Marketing Mix* terhadap Strategi Pemasaran Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto

Berdasarkan paparan data tentang strategi pemasaran pada Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto di pembahasan sebelumnya, berikut ialah analisis strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi lokasi dengan perspektif *Islamic Marketing Mix*.

A. Analisis Produk

Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto menawarkan produk dengan kualitas tinggi, dijamin oleh kontrol kualitas yang ketat dari tim teknis. Setiap unit rumah dibangun sesuai spesifikasi yang dijanjikan, tanpa penipuan atau pemalsuan, dan selalu mengikuti prinsip syariah. Konsep villa yang diterapkan mencerminkan nilai-nilai syariah, dengan fasilitas yang mendukung kegiatan syariat seperti area panahan dan masjid. Selain itu, desain rumah mempertimbangkan arah kiblat dan privasi antarjenis kelamin sesuai dengan ajaran Islam.

Analisis strategi produk menunjukkan bahwa Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto telah mematuhi standar syariah dalam pembangunan rumah, termasuk penggunaan bahan berkualitas dan proses pembuatan yang transparan, tanpa unsur maysir (spekulasi) atau gharar (ketidakpastian). Meskipun demikian, terdapat kekurangan dalam peninjauan serah terima bangunan yang sering kali tidak tepat waktu, menunjukkan area yang perlu diperbaiki dalam manajemen waktu dan efisiensi.

B. Analisis Harga

Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto menetapkan harga jual dari Rp. 200 juta hingga Rp. 1 miliar, tergantung pada tipe unit. Harga ini mencakup biaya pematangan lahan, akuisisi tanah, kontrol kualitas, overhead, dan pemeliharaan. Penetapan harga mempertimbangkan biaya persaingan dan permintaan pasar, menjadikannya kompetitif—tidak terlalu tinggi atau rendah dibandingkan dengan pesaing. Strategi diskon untuk pembayaran tunai juga diimplementasikan. Analisis menunjukkan bahwa strategi harga ini sesuai dengan prinsip syariah, menekankan transparansi

⁹ Wawancara dengan Bapak Ihsan, (Manajer pemasaran Hamfara), pada 8 Desember 2023 pukul 17.00 WIB.

dan keadilan tanpa spekulasi atau ketidakpastian, sejalan dengan kualitas dan kuantitas produk yang ditawarkan.

C. Analisis Promosi

Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto menerapkan strategi promosi yang inovatif dan Islami, dengan fokus pada penjualan internal dan eksternal. Promosi ini menargetkan generasi milenial melalui media sosial seperti Facebook, tanpa menggunakan taktik penipuan atau menjatuhkan, sejalan dengan nilai-nilai syariah. Strategi ini membutuhkan evaluasi untuk mengedukasi masyarakat lebih luas tentang konsep syariah, dengan tujuan membangun kepercayaan dan memastikan transaksi bebas dari riba, mencerminkan komitmen perusahaan sebagai pengembang properti yang amanah dan sesuai dengan syariat Islam.

D. Analisis Lokasi

Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto menawarkan lokasi yang strategis, dekat dengan pusat pemerintahan, fasilitas kesehatan, pusat perbelanjaan, institusi pendidikan, dan transportasi umum, memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen. Strategi lokasi ini sesuai dengan prinsip Islamic marketing, yang menekankan pada kenyamanan tanpa penundaan, keamanan, bebas pemaksaan, tidak membebani pelanggan, menghormati waktu salat Jumat, dan menghindari lokasi yang mencurigakan, menunjukkan kesesuaian dengan nilai-nilai Islam dalam penentuan lokasi.

D. Penutup

1. Kesimpulan

Dari pembahasan sebelumnya peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai bahwa dalam menerapkan strategi pemasarannya, Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto dalam strategi produk, harga, promosi dan lokasi yaitu sebagaimana penjelasan dibawah ini.

- a. Strategi produk Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto sudah sesuai syariah. Produk yang dijual murni bersih dari riba.
- b. Strategi harga Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto sudah sesuai syariah. Dalam penetapan harganya termasuk cukup tinggi karena menargetkan masyarakat menengah ke atas dan menawarkan diskon yang cukup tinggi kepada *customer* yang memenuhi ketentuan.
- c. Strategi promosi Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto sudah sesuai syariah. Strategi Promosi dilakukan dengan baik karena aku memegang prinsip syariah dan tidak menjadikan wanita sebagai objek iklan serta cara yang tepat untuk menargetkan pasar yang sesuai.
- d. Strategi lokasi Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto sudah sesuai syariah. Menjadikan lokasi yang strategis sebagai dalam memulai pengelolaan perumahan.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

- a. Bagi Perumahan Syariah Hamfara Purwokerto untuk strategi produk, selalu menjaga kualitas dan kuantitas terus berinovasi agar produk dapat bersaing waktu dan zaman. Strategi harga, buatlah produk dengan harga menengah ke bawah tidak terlalu tinggi sehingga dapat menjangkau rata-rata masyarakat. Dalam strategi promosi, lebih banyak mengeluarkan ide yang tepat agar ditemukannya pintasan terbaik yang kau target market yang lebih luas. Terakhir strategi lokasi, pertahankan prinsip pengelolaan pembangunan di tempat yang strategis.
- b. Bagi para pembaca maupun peneliti selanjutnya dapat dikembangkan agar semakin bermanfaat bagi masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran syariah: teori, filosofi & isu-isu kontemporer*. Depok: Rajawali Pers
- Sugiyono, (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Putra, P., & Hasbiyah, W. (2018). *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah*. Raja Grafindo Persada.
- Ir H Idris Parakkasi, M. M. (2020). *Pemasaran Syariah Era Digital*. Penerbit Lindan Bestari.

Jurnal

- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi*. Kencana.
- Damirchi, G. V., & Shafai, J. (2011). A guideline to Islamic marketing mix. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(3), 1339-1347.
- Hashim, N., & Hamzah, M. I. (2014). 7P's: A literature Review of Islamic marketing and Contemporary Marketing Mix. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 155-159.
- Firdaus, R., & Faizasari, A. (2022). *Analisis Marketing Mix Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Pada Masyarakat Pelaku UMKM Kue Kering Di Kabupaten Tanah Datar*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(5), 2879-2897.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15-26.

Skripsi/Tesis/Disertasi

- Fidyana, A. (2021). *Analisis Islamic marketing mix Terhadap Strategi Pemasaran Perumahan Griya As-Sakinah PT. Sabab Podho Moro Madiun* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Nugroho, M. A. (2022). *Analisis Islamic marketing mix Pada Elbina* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS)