

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan masyarakat terhadap sarana transportasi menjadi salah satu kebutuhan yang sangat penting. Pilihan penggunaan sarana transportasi juga beragam jenisnya. Mulai dari sarana transportasi darat ada motor, mobil, dan angkutan umum lainnya yang banyak digunakan di masyarakat, transportasi di laut ada kapal laut, dan transportasi udara pesawat terbang, salah satu transportasi darat yang mempermudah untuk bepergian dengan tanpa takut panas dan kehujanan adalah mobil.

Pada saat ini mobil menjadi alat transportasi yang di minati oleh masyarakat, semakin berkembangnya zaman semakin banyak pula pilihan mobil yang ditawarkan produsen, hampir setiap tahun mobil mengeluarkan produk terbarunya, dengan di tambahnya performa penampilan, interior, ekstrior dan keiritan bahan bakar serta harga yang bervariasi, mulai dari kalangan kelas atas-menengah dan menengah-kebawah.

Dalam kesempatan ini tak sedikit masyarakat ingin menjadikan sebuah peluang bisnis sebagai bisnis otomotif jual beli mobil, sehingga dari peluang tersebut banyak bermunculan orang-orang pembisnis otomotif.

Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan masyarakat.¹

Sudah tak asing lagi bisnis otomotif sekarang, banyak macam-macam bisnis, bisnis pembangunan, bisnis jasa, bisnis angkutan, yang dibahas dalam penelitian ini yakni bisnis otomotif showroom, showroom juga ada beberapa macam yakni showroom mobil, truk serta sepeda motor. Salah satunya di kabupaten Mojokerto, showroom di Mojokerto kurang lebih 20 showroom, hal tersebut dilihat dari ukuran kabupaten sebesar Mojokerto 20 showroom menandakan ada persaingan yang signifikan.

Anfa Mobil adalah salah satu showroom di kabupaten Mojokerto, yang beralamatkan di Jl. Raya Gayaman 09 Mojoanyar Mojokerto sebagai obyek penelitian. Lokasi Anfa Mobil cukup strategis di sebelah jalan raya yang menghubungkan kota Mojokerto dengan Sidoarjo.

Agar produk yang ditawarkan oleh showroom Anfa Mobil dapat terjual dengan baik kepada masyarakat, maka harus ada manajemen penjualan. Manajemen penjualan adalah proses mengatur yang dilakukan untuk mencapai hasil perkembangan yang telah direncanakan, dengan memotivasi anggota tim penjualan untuk kemampuan terbaik mereka.² Prinsip penjualan adalah memperoleh keuntungan dari selisih antara harga

¹ Sutarno, *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012)

² Grant Stewart, *Sukses Manajemen Penjualan terj. Bob Sabran*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 1

jual dan harga peroleh.³ Untuk memperoleh keuntungan yang tinggi, maka manajer penjualan harus mampu mengatur tim penjualan.

Disamping itu showroom Anfa Mobil menggunakan strategi differensiasi dakwah sebagai strategi untuk menarik pembeli. Dakwah tidak hanya bisa dilakukan melalui tulisan dan lisan saja, akan tetapi dakwah bisa dilakukan oleh siapa saja bagi seorang pendakwah atau muballigh, karena sasaran dakwah bahkan bisa membuat orang menjadi simpatik, juga lebih efektif jika berdakwah dilakukan sambil berbisnis, terlebih melalui dunia bisnis otomotif. Sebagaimana yang dilakukan oleh owner showroom Anfa Mobil H. Imron Rosyadi, beliau alumni Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya tahun 1993.

Beliau menggunakan media dakwah dengan cara dan metode bisnis otomotif, seperti yang sudah beliau tekuni dalam berbisnis mobil selama kurang lebih 20 (dua puluh) tahun, beliau menekuni sambil menyebarluaskan agama islam, dikalangan semua elemen masyarakat dengan berbagai status sosial, baik kalangan pedagang itu sendiri maupun kalangan birokrat, tehnokrat, muballigh, ustadz dan kyai, serta para lapisan masyarakat islam yang lainnya.

Untuk itu media dakwah dengan perdagangan dan bisnis sangat efektif dan efisien dan banyak menarik simpatik dengan dakwah yang sesuai dengan tataran sosial dan ekonomi yang berbeda-beda diantara para pelanggan. Dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk meneliti

³ Mohammad Kansunnudin, "Konsep Penjualan versus Konsep Pemasaran", Vol.4, (Semarang: Jurnal, Fokus Ekonomi STIEPARI, 2009), hlm. 3

Bagaimana bentuk manajemen komunikasi dakwah sebagai differensiasi penjualan otomotif di showroom Anfa Mobil Mojokerto.

Dalam konteks dakwah dakwah istilah ‘*amar ma’ruf nahy-munkar* secara lengkap dan populer dipakai adalah yang terekam dalam Al-Qur’ān, surah Ali ‘Imran, Ayat 104:

وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَا عَنِ الْمُنْكَرِ ٢٧ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ٢٨

*“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru pada kebaikan, menyeru pada yang ma’ruf dan mencegah yang munkar, mereka itulah orang-orang yang beruntung”(Q.S Ali Imran : 104).*⁴

Dari ayat di atas menjelaskan bahwa umat muslim melakukan kebijakan serta menjalankan kebaikan dan menjauhi kemungkaran atau kerusakan. Begitu pula dengan dunia bisnis, tak sedikit pelaku bisnis demi mendapatkan untung banyak melakukan hal-hal yang kurang baik, sehingga muncul kerugian di salah satu pihak. Maka dari itu pentingnya dakwah dalam dunia berbisnis, sehingga bisa merubah pelaku-pelaku bisnis lebih bijak dan *amar ma'ruf nahi mungkar* yang sudah dijelaskan ayat diatas. Dan dalam surah An-Nahl, ayat 125:

إِذْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِلِحْكَمَةٍ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهَنَّدِينَ

”Serulah (manusia) kepada jalan tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu. Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat di jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”(Q.S An-Nahl : 125)⁵

⁴ Ilaihi Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 14-15

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Surabaya:karya utama,2005)

1. Buat Anfa Mobil sebagai refleksi untuk lebih memahami proses bisnisnya dan hubungan konsumen.
 2. Buat pembisnis penjualan otomotif untuk *alternative* strategi pemasaran kepada konsumen.
 3. Buat peneliti untuk menambah wawasan dan pengalaman tersendiri yang mengenai dengan bentuk diferensiasi penjualan otomotif melalui pesan dakwah di showroom Anfa Mobil Mojokerto.
 4. Buat dunia pendidikan untuk pembelajaran tersendiri disamping berbisnis juga menyiarkan agama islam secara tidak langsung.

E. Definisi Konsep

Untuk menghindari salah pengertian dalam memahami judul “Diferensiasi Penjualan Otomotif Melalui Pesan Dakwah di Showroom Anfa Mobil Mojokerto”. Maka kiranya perlu dijelaskan istilah-istilah atau kata-kata terdapat dalam judul tersebut.

1. Strategi Diferensiasi

Differensiasi merupakan sesuatu strategi yang digunakan suatu perusahaan atau pembisnis untuk tampil beda dari pada yang lain dalam produk yang dihasilkan.⁶

⁶ Michael A. Hitt, R. Robbert E. *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001) hlm. 168

2. Penjualan

Penjualan adalah kegiatan yang mengembangkan rencana-rencana strategis untuk produk yang dihasilkan yang dilakukan perusahaan untuk tujuan memuaskan konsumen.⁷

3. Bisnis otomotif

Bisnis otomotif adalah suatu usaha dimana usaha tersebut berkaitan dengan kendaraan bermotor, misal jual-beli mobil dan motor, jasa servis mobil dan motor.

4. Pesan Dakwah

Adalah isi pesan yang disampaikan da'I kepada mad'u. Pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajaran islam itu sendiri

5. Showroom mobil

Showroom mobil adalah tempat berparkirnya mobil yang dijual, dan ditata secara rapi. Keadaan mobil yang bersih, suasana tempat yang nyaman untuk daya tarik pembeli.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan urutan sekaligus kerangka berpikir dalam penulisan skripsi. Untuk lebih mudah memahami penulisan skripsi ini, maka disusunlah sistematika pembahasan, antara lain:

⁷ Hermawan Kertajaya, *Hermawan Kertajaya On Selling*, (Bandung: Mizan, 2006), hlm. 15

Bab pertama adalah pendahuluan. Bab ini berisi tentang gambaran umum penelitian yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah kajian teoritik. Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka teori yang sudah dipadu dengan pendekatan Islam.

Bab ketiga adalah metode penelitian. Bab ini berisi tentang metode penelitian yang menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas data dan teknik analisis data.

Bab keempat adalah pembahasan. Bab ini berisi pembahasan yang memaparkan tentang Diferensiasi Penjualan Otomotif Melalui Pesan Dakwah di Showroom Anfa Mobil Mojokerto. Bab ini terbagi menjadi tiga sub pembahasan, yaitu gambaran umum obyek penelitian, penyajian data dan pembahasan hasil penelitian (analisis data).

Bab kelima adalah penutup. Bab ini berisi penutup yang memaparkan tentang kesimpulan serta rekomendasi. Terdapat tiga subbab didalamnya, yaitu kesimpulan, saran dan rekomendasi dan keterbatasan penelitian.