

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Lokasi Penelitian

1. Sejarah Didirikannya Rabbani

Perusahaan Rabbani terbesar cabang Sumatra Selatan berada di jalan Basuki Rahmat Palembang. Rabbani sendiri ketika didirikan ingin mengubah pola pikir sebagian besar masyarakat yang memandang wanita berpakaian busana muslim masih terlihat kampungan dan tidak kekinian. Maka dari itu Rabbani hadir dengan memberikan terobosan terbaru dalam hal berpakaian yang modern dan trendy tapi tidak serta pula melupakan kehormatan Muslimah dan menjunjung nilai keislaman yang syar'i.

Namun di sisi lain Rabbani juga menghadapi tantangan besar. Yakni harus bisa bersaing dengan brand yang tidak berlandaskan syariah Islam atau bahkan brand Islam itu sendiri, dengan demikian menggunakan strategi dalam penjualan produk sangatlah penting agar perusahaan Rabbani masih tetap bertahan untuk lebih dikenal oleh masyarakat kota Palembang.¹

Asal kata rabbani terilham dari salah satu surat di kitab suci al qur'an yaitu surat al imran ayat 79.

مَا كَانَ لِنَبِيٍّ أَنْ يُوْتِيَهُ اللَّهُ الْكِتَابَ وَالْحُكْمَ وَالنُّبُوَّةَ ثُمَّ يَقُولَ لِلنَّاسِ كُونُوا عِبَادًا لِي مِنْ دُونِ اللَّهِ وَلَكِنْ كُونُوا رَبَّانِيِّنَ بِمَا كُنْتُمْ تُعَلِّمُونَ الْكِتَابَ وَبِمَا كُنْتُمْ تَدْرُسُونَ^١

¹ Selvia Melinasari, *supervisor Rabbani cab. Palembang Kota*, Wawancara tanggal 26 Desember 2020.

Tidak mungkin bagi seseorang yang telah diberi kitab oleh Allah, serta hikmah dan kenabian, kemudian dia berkata kepada manusia, Jadilah kamu penyembahku, bukan penyembah Allah, tetapi (dia berkata), Jadilah kamu pengabdikan-pengabdikan Allah, karena kamu mengajarkan kitab dan karena kamu mempelajarinya. (Q.S Al-Imran: 79).²

Kewirausahaan Rabbani bermula sebagai toko buku bernama Rabbani Pustaka, toko tersebut berada di Sekola Bandung yang dimiliki oleh H. Amry Gunawan dan istrinya Hj. Niakurnia pada tahun 1990. Dengan niat dan misi yang mulia yakni ingin berdakwah melalui berdagang kedua pasangan ini selalu berusaha dan memperjuangkan perintah Allah. Pada tahun 1999 kedua pasangan ini memutuskan untuk beralih ke bisnis Fashion dengan memiliki toko baru dan karyawan di jalan Pati Ukur Bandung, perancang fashion Rabbani adalah Hj. Nia Kurnia sendiri, seiring dengan berjalanya waktu Rabbani terus berkembang pesat melalui berbagai rintangan dan perjuangan sampai akhirnya bisa memiliki cabang hampir di seluruh kawasan nusantara. perusahaan garment yang bergerak di bidang retail busana Muslim dengan tagline profesor kerudung Indonesia. Rabbani merupakan salah satu perusahaan kerudung yang mengeluarkan produk andalan berupa kerudung instant dan varian produk lain yang juga telah di kembangkan yaitu busana Muslim termasuk di dalamnya baju koko, tunik, gamis, kaos tunik, serta perlengkapan seperti ciput dan manset.³

²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tajwid*, (Jakarta: Magfiroh Pustaka 2006), hlm. 60

³*Ibid.*

Pada tahun 2008 dan seiring dengan eksistensinya serta berkat do'a, dedikasi, kerja keras, sumbangsih konsumen dan ridho-Nya Rabbani telah berkembang. “cabang Rabbani yang terbesar yang ada di wilayah Sumatra Selatan itu adanya di Basuki Rahmat dan ada sembilan di provinsi ini”.⁴

Seperti yang di katakan oleh mba Selvi diatas, Rabbani melebarkan sayap perusahaan mereka ke seluruh wilayah Nusantara salah satunya berada di Sumatra Selatan. Terdapat sembilan cabang yang didirikan Rabbani di provinsi Sumatra Selatan dan di bangun secara berkala, dalam penelitian ini penulis meneliti yang ada di kota Palembang karena Rabbani yang ada di kota Palembang merupakan cabang terbesar yang ada di Sumatra Selatan.

2. Visi dan Misi

Visi

a. *Global vision*

- 1) *Global term vision*: berjumpa dengan Allah di surga firdaus
- 2) *Middle term vision*: membangun peradaban kerudung dunia 2020
- 3) *Short term vision*: menjadi mujahid profesional

- b. *Spesific vision*: menjadi perusahaan kerudung terbaik dan terbesar di dunia tahun 2020

Misi

“Menshibgoh fashion dunia dengan syariah”

Tentu saja hal di atas bukan sesuatu yang mudah, tapi bukan suatu hal yang mustahil. Dengan kegiatan dakwah yang di lakukan

⁴Selvia Melinasari, *supervisor Rabbani cab. Palembang Kota*, Wawancara tanggal 26 Desember 2020.

oleh rabbani dalam setiap aktivitas marketnya, hal itu terakan terasa mudah untuk di lakukan.⁵

3. Comforet Culture

a. Fokus konsumen

Memiliki tujuan untuk menjadi retailer yang di percaya oleh konsumen dimanapun dan memberikan produk, jasa, serta sikap yang pastinya mempunyai nilai standar yang tinggi.

b. Fokus kualitas

Pengembangan dan pemeliharaan kualitas produk yang selalu dijadikan budaya, sangat didukung oleh seluruh karyawan Rabbani agar bisa terus meningkatkan nilai kualitas produk dan menekan kegagalan dalam proses produksi. Titik berat dalam proses sebuah produksi adalah dengan menjaga kualitas produk dari awal sampai kepada tangan konsumen agar selalu mendapatkan peningkatan dalam setiap nilainya.

c. Fokus karyawan

Karyawan Rabbani yang memiliki jabatannya masing-masing sangat berperan penting untuk bisa melancarkan putaran roda perusahaan agar bisa tetap bersaing dengan brand lain. Dengan demikian Rabbani selalu berusaha untuk mengembangkan kualitas karyawan dengan ditingkatkannya nilai kompetisi baik keterampilan, pengetahuan, dan perilaku yang dilakukan secara terus menerus. Karena Rabbani yakin karyawan adalah aset yang sangat berharga untuk bisa terus mengembangkan suatu perusahaan, sehingga kedepanya karyawan Rabbani akan memiliki kekuatan aqidah, ruhiyah dan jasadiyah.⁶

⁵*Ibid.*

⁶Selvia Melinasari, *supervisor Rabbani cab. Palembang Kota*, Wawancara tanggal 26 Desember 2020.

4. **Value Rabbani**

- a. Selalu bersyukur
 - 1) Totalitas dalam pekerjaan
 - 2) Berpikir positif
 - 3) Mencintai pekerjaan
 - 4) Memberikan pelayanan terbaik
 - 5) Bersikap ihsan dalam bekerja
- b. Semangat pantang menyerah
 - 1) Selalu memiliki jalan keluar dari setiap masalah Dalam pekerjaan
 - 2) Berani menghadapi masalah dan tidak menghindari masalah
 - 3) Memiliki semangat berkompetisi dalam pekerjaan
 - 4) Tidak ada masalah yang tidak yang bisa di selesaikan
 - 5) Berpihak pada perusahaan
- c. Perbaikan berkesinambungan
 - 1) Selalu berfikir kreatif dan inovatif
 - 2) Berorientasi zero effect
 - 3) Selalu ada terobosan baru
 - 4) Menjalankan standar oprasional prosedur perusahaan dengan sepenuh hati
 - 5) Semua pekerjaan yang di lakukan harus dengan design barometer yang jelas.⁷
- d. Peduli dalam setiap keadaan
 - 1) Menjaga aset perusahaan
 - 2) Peduli dengan tempat bekerja dan lingkungan
 - 3) Selalu berusaha mencegah kerugian perusahaan

⁷*Ibid.*

- e. Memiliki tanggung jawab yang tinggi
- 1) Bertanggung jawab untuk menyelesaikan pekerjaan sampai tuntas
 - 2) Berani mengambil resiko baik material maupun non material
 - 3) Memberikan kemampuan terbaik untuk perusahaan
 - 4) Membela perusahaan dalam kondisi apapun selama tidak bermaksiat kepada Allah subhanahu wata'ala.

5. Struktur Organisasi Rabbani:

| Jobdesk | Nama |
|------------------|---|
| Panglima Wilayah | Renold |
| Store Manager | Rendi Guntara |
| SPV Bunker | Selvia Melinasari |
| SPV Gudang | Idha Yanita Sari |
| PJ Biro | Reni / Aldo |
| Kasir | Alda / Nisa / Aisyah |
| SCM | Claudio / Ewaldo / Aji / Wawan / Ellya / Sella Zestia / Rizky / Sulaini |

Sumber : Rabbani Palembang.

6. Wilayah Kerja Rabbani

Tempat penelitian yang dilakukan oleh penulis secara umum berada di kota Palembang, sehubungan dengan minimnya informasi titik letak geografis dengan yang pihak yang ingin diteliti. Maka dari penulis sendiri akan memberikan data wilayah secara umum mengenai tempat penelitian tersebut. Bertepatan di kota Palembang.

Kota yang mempunyai luas wilayah sebesar 400,61 km², sebagai ibukota provinsi Sumatra Selatan kota Palembang tercatat memiliki 18 kecamatan dan 107 kelurahan yang secara administrasi terbagi atas 16 kecamatan dan 10 kelurahan. Dan berbatasan dengan kabupaten Banyuasin dari sebelah utara, timur dan barat dan untuk di bagian selatan berbatasan kabupaten Muara Enim.⁸

Keadaan alam kota Palembang merupakan daerah tropis lembah, dengan suhu rata-rata sebagian besar kota Palembang 21°-32° celcius, cerah hujan 22 – 428 mml pertahun berdasarkan data dari stasiun meterologi. pada tahun 2007 suhu udara berkisar antara 21,2° – 35,5° celcius. Di kota Palembang sendiri terdapat 2 jenis kawasan lindung yakni hutan (5,68%) dan rawa (3,83%) adapun hutan dibagikan terdiri dari bermacam jenis lahan, diantaranya adalah cagar alam (46,91 Ha) dan wilayah cagar budaya (21,75 Ha).⁹

Kota Palembang menurut kondisi dalam bentuk geologi, terdapat relief yang beraneka ragam. Terdapat berupa lapisan alufal dan lempung pasir di bagian selatan kota, batuan berupa pasir lempung yang tembus air, sebelah utara berupa batuan lempung kerikil, pasir lempung yang tembus air hingga kedap air.¹⁰

B. Pembahasan

Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan narasumber pihak dari Rabbani Palembang, penulis menggunakan metode penelitian berupa observasi dan wawancara. Adapun hasil dari wawancara peneliti yang di lakukan sebagai berikut:

⁸Pemerintah kota Palembang, *Geografis Kota Palembang*, (diakses dari <https://www.palembang.go.id/new/beranda/geografis>), pada tanggal 20 Februari 2021.

⁹*Ibid.*

¹⁰*Ibid.*

1. Strategi *advertising* Rabbani dalam mempromosikan produk mereka

Perusahaan agar bisa bersaing dalam mempromosikan produk mereka harus melakukan strategi periklanan yang tepat, guna menyebarluaskan produk yang mereka jual. Maka masyarakat akan mendapatkan informasi agar lebih mudah dan produk perusahaan bisa dikenal lebih luas.

a. Strategi *advertising* yang sering dilakukan Rabbani dalam memasarkan produknya memiliki berbagai macam yaitu:

1) Brosur

Dalam mengiklankan produk yang dimiliki Rabbani terbiasa menggunakan brosur terlebih pada saat pandemi covid-19 belum sampai di Indonesia. Rabbani sering memberikan brosur kepada konsumen yang ada di kota Palembang dalam memasarkan produk mereka. Akan tetapi dengan adanya pandemi saat ini yang semakin menyebar, maka Rabbani menurunkan strategi tersebut dengan catatan melihat konsumen yang sudah tidak mudah lagi beraktivitas di luar rumah. Selain itu agar meminimalisir terjadinya penyebaran covid-19, Rabbani sekarang cenderung menggunakan strategi lewat media online. Hal ini akan memudahkan para konsumen untuk berbelanja dan mengecilkan pengeluaran biaya periklanan.¹¹

2) Promo seasion

Rabbani selaku brand busana muslim terbesar di Indonesia, dalam menarik minat konsumennya selalu

¹¹Selvia melinasari, *supervisor Rabbani cab. Palembang Kota*, Wawancara tanggal 26 Desember 2020

memberikan kemudahan dan keringanan dalam berbelanja. Terbilang dalam bentuk promo yang dilakukan, menjadikan strategi tersendiri yang dilakukan Rabbani agar mendapatkan perhatian lebih. Salah satunya ialah terbiasa melakukan promo dalam bentuk hari kebesaran nasional, hari besar Islam dan ada juga tiap bulanya. Dengan hal ini saja Rabbani mendapatkan keuntungan yang lebih ketika hari besar tiba ketimbang di hari-hari biasa.

3) Penyeragaman

Hal yang unik ketika ada di Rabbani dan berbeda dari Brand lain, ialah adanya suatu strategi yang mana adanya penawaran kepada suatu instansi-instansi untuk membeli produk mereka dalam jumlah yang begitu banyak. Dan strategi ini disebut dengan penyeragaman. Jadi nanti pihak Rabbani dan sebuah instansi sudah melakukan kesepakatan untuk membeli produk Rabbani baik itu kerudung, gamis, koko dan lain-lain. Dan Rabbani akan memberikan potongan harga kepada instansi dan ini bisa saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.¹²

4) Member

Jika kalian tidak ingin menunggu waktu promo seasion yang terlalu lama, karena pada saat hari besar saja. Maka Rabbani menawarkan sebuah member bagi konsumen yang ingin mendapatkan berbagai macam bentuk yang ditawarkan Rabbani. hal ini Rabbani lakukan untuk meningkatkan rasa emosional konsumen agar terlihat lebih

¹²Selvia melinasari, *supervisor Rabbani cab. Palembang Kota*, Wawancara tanggal 26 Desember 2020

dikhususkan yang telah menjadi member ketimbang konsumen biasa. Dengan adanya konsumen yang menjadi member Rabbani, pihak Rabbani seolah-olah menjadikan konsumen tersebut sebagai bagian bagi Rabbani dalam meningkatkan minat beli mereka dan produk yang di jual Rabbani.

5) Duta Pelajar Rabbani

Salah satu strategi yang meningkatkan perhatian dari konsumen ialah ajang pencarian duta pelajar Rabbani dan strategi ini tidak dilakukan oleh brand busana Muslim manapun, mengingat konsumen Rabbani sering didominasi oleh para pelajar serta ibu rumah tangga. Dan hal ini sangat memudahkan Rabbani dalam memasarkan produk mereka, khususnya untuk produk pelajar. Rabbani akan mengunjungi beberapa sekolah dan mencari finalis untuk di tes kemampuan mereka dan yang berhasil melewati tes tersebut nantinya dijadikan duta pelajar Rabbani. selain ini menjadikan strategi peningkatan penjualan mereka, juga memberikan wawasan terhadap kepentingan pendidikan dan tata cara berbusana muslim yang baik di sekolah yang nantinya akan menimbulkan perhatian dari pihak-pihak sekolah.¹³

¹³*ibid.*

b. Berkenaan dengan strategi *advertising* Rabbani, jika di tinjau dari teori bauran pemasaran 4P yang di kemukakan oleh Jerome McCarthy pada tahun 1968.¹⁴:

1) Produk (*Product*)

Pengemasan produk dalam sebuah iklan akan sangat membantu dalam penyampaian pesan yang di bawa jika dalam pengemasan tersebut tertata rapi dan jelas. Melalui media, produk yang ditawarkan pun harus terlihat sesuai dengan apa yang di tampilkan pada iklan dengan demikian pembeli bisa menimbulkan ketertarikan dan minat untuk membeli kembali. Strategi yang dilakukan Rabbani dalam pengemasan produk.

a) Ragam

Dalam penjualanya, Rabbani memiliki beraneka ragam dalam memasarkan produk mereka yakni kerudung, gamis, ciput, manset, mukena, celana pria, peci, baju koko, kemeja koko, tas dan juga berbagai jenis aksesoris lainnya.

b) Kualitas

Tidak perlu diragukan lagi dalam hal kualitas pada produk Rabbani. Brand yang berdiri sudah lebih dari 20 tahun ini dengan slogan mereka sebagai “profesor kerudung Indonesia” pastinya produk yang mereka hasilkan memiliki kualitas terbaik di pangsa pasar busana muslim.

¹⁴Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), Hlm. 189

c) Desain

Rabbani dalam hal desain selalu memberikan model yang trendy, nyaman dan juga tidak meninggalkan syariat agama. sebagai contoh satu produk saja yakni kerudung sekolah sebagai best seller di Rabbani. Kerudung sekolah ini memiliki 8 buah desain yakni : great innova, great new innova, great navara, great karimun, great escudo, great ellyson, great altis dan yang terakhir great livina.

d) Fitur

Soal fitur Rabbani cabang Palembang belum ada yang di perbaharui karena mengingat masih dalam percobaan yang ada di pusat yang letaknya ada di Bandung. Fitur di Rabbani ini ialah website belanja online yang dibuat khusus oleh Rabbani.

e) Nama Merk

Rabbani sendiri sebagai brand Muslim ternama di Indonesia sudah melekat hampir lebih dari 20 tahun. Seperti yang sudah dijelaskan di awal bab, bahwa nama Rabbani itu diambil dari potongan ayat Alqur'an yakni surat Al-Imran ayat 79. Yang memiliki makna positif yakni pengabdian Allah, selain karena memiliki makna islam yang mendalam, juga nama ini mudah diingat dan memiliki perhatian yang kuat bagi masyarakat

f) Kemasan

Rabbani dalam mengemas produknya selalu dengan wadah yang khusus agar terlihat mewah, dengan dilapisi plastik pada produk yang dijual dan paperbag

sebagai wadah untuk merapikan ketika dibawa, membuat siapapun yang berbelanja di Rabbani terlihat berkharisma.

g) **Layanan**

Merupakan unsur penting dalam pemasaran Rabbani Palembang sendiri memiliki layanan yang sesuai dengan syariat agama dan terbilang ramah dan cepat tanggap dalam melayani dan memberikan saran kepada calon konsumen dan ini membuat Rabbani selalu bisa bersaing dalam hal sumber daya manusianya.

Rabbani dalam produk pada teori bauran pemasaran sudah hampir semua dilaksanakan dan memiliki nilai di bagianya masing-masing. Bisa dilihat pada bagian ragam, mereka jual tidak hanya kerudung saja, melainkan banyak jenis produk yang di jualnya busana muslim itu pun tidak hanya satu model saja, berbagai macam model telah dilahirkan. Dan yang menjadi kekurangan pada bagian produk ini hanya pada bagian fitur saja yang mana Rabbani Palembang belum ada dan masih dilaksanakan di Bandung.¹⁵

2) Harga (*Price*)

Nominal dalam penentuan suatu produk memang sangat bergantung pada kualitasnya, semakin baik kualitas semakin tinggi juga harga akan ditentukan. Mengingat bahan yang dipakai adalah bahan yang berkualitas terbaik, guna memberikan kenyamanan bagi sang pembeli. Perusahaan tidak akan segan-segan memberikan kualitas produk yang

¹⁵Selvia melinasari, *supervisor Rabbani cab. Palembang Kota*, Wawancara tanggal 26 Desember 2020

terbaik demi kenyamanan pembeli dan pastinya perusahaan juga ingin memberikan harga yang ekonomis agar bisa memberikan daya tarik untuk membeli produk yang di pasarkan.¹⁶

a) Daftar Harga

Harga sebagai salah satu unsur dari proses penjualan karena dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan pemasukan. Rabbani sendiri dalam daftar harga yang mereka jual tergantung dari jenis bahan, ukuran, dan model produk yang mereka pasarkan yang pasti ada harga ada rupa.

b) Diskon

Sebagai penarik konsumen dengan berbagai macam bentuk diskon. Rabbani selalu memberikan diskon untuk para konsumen dengan memenuhi syarat-syarat tertentu semisal untuk member dan reseller atau bisa juga pada hari-hari besar.

c) Potongan Harga

Sama halnya seperti diskon, Rabbani juga memberikan potongan harga kepada konsumen baik itu member, reseller dan di hari-hari besar, jika konsumen melakukan pembayaran maka, konsumen akan mendapatkan uang virtual.

d) Pembayaran

Bentuk suatu cara dalam melakukan transaksi jual beli suatu produk. Rabbani menyediakan pembayaran tunai,

¹⁶Selvia melinasari, *supervisor Rabbani cab. Palembang Kota*, Wawancara tanggal 26 Desember 2020

bisa melakukan transfer uang antar bank dan juga dengan menggunakan pembayaran virtual seperti OVO, Dana dan lain-lain.

e) Periode

Untuk pembayaran jangka waktu atau bisa dibilang dengan cicilan di Rabbani Palembang belum tersedia untuk saat ini. Dan hanya pembayaran cash salah satunya yang berlaku.

f) Kredit

Pembayaran dengan kartu kredit bisa dilakukan di Rabbani cabang Palembang dan terkadang ada kerja sama antara Rabbani dan bank yang menghasilkan promo tertentu.

Kita melihat produk yang dipasarkan oleh brand Muslim Rabbani selalu berusaha untuk bisa memuaskan pelanggan dengan berbagai macam varian harga, dan tidak hanya tunai saja cara pembayaran yang diterapkan di Rabbani Palembang akan tetapi banyak yang memudahkan misalnya pembayaran dengan OVO Dana dan masih banyak lagi. Sesuai dengan harga yang sudah ditetapkan tidak menutup kemungkinan produk tersebut sudah dipastikan menggunakan bahan yang membuat siapapun yang memakainya menjadi nyaman. Meskipun ada beberapa barang yang merogoh kocek lebih dalam tapi seperti yang di katakan narasumber ada harga ada rupa.

3) Promosi (*Promotion*)

Untuk bisa menjaga hubungan antara penjual dan pembeli strategi promosi sangatlah bisa diandalkan, karena promosi

sendiri adalah cara berkomunikasi perusahaan dalam memberikan informasi produk mereka kepada pembeli agar bisa mendapatkan tingkat keuntungan.

Strategi ini sering dilakukan oleh Rabbani agar bisa mempromosikan produk mereka kepada masyarakat kota Palembang dalam hal berbelanja busana muslim dan aksesoris lainnya. Dengan berbagai macam bentuk promosi yang dilakukan, Rabbani bisa memperkenalkan produk mereka dan berharap komunikasi yang dilakukan kepada pembeli bisa meningkatkan nilai jual bagi Rabbani sendiri.¹⁷

a) Iklan

Rabbani melakukan strategi periklannya dengan berbagai macam bentuk guna memudahkan pembeli, dalam artian banyak yang dilakukan Rabbani untuk bisa menguasai pangsa pasar yang ada di kota Palembang. Perlu diketahui bahwa iklan merupakan komunikasi yang handal guna mudah memberikan informasi suatu produk perusahaan kepada khalayak publik, jika iklan ini tidak digunakan untuk memperkenalkan suatu produk maka sangat sulit perusahaan tersebut akan dikenal. Rabbani sendiri dalam mengiklankan suatu produknya tidak hanya pada satu tempat atau satu media saja, kita tahu bahwa Brand Rabbani sendiri sudah di kenal masyarakat luas khususnya di kota Palembang. Dalam hal ini data yang telah didapat dengan wawancara:

¹⁷Selvia melinasari, *supervisor Rabbani cab. Palembang Kota*, Wawancara tanggal 26 Desember 2020

1. Media Offline yang Rabbani pakai untuk memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat yakni berupa brosur dan spanduk yang disebar di titik-titik tertentu atau ditampilkan di depan store Rabbani.
2. Media Online disini banyak seperti Instagram, Facebook, Youtube, Whatsapp, Lazada, Shoope, dan Tokopedia. Media ini membantu Rabbani dalam menyebarkan dengan sangat mudah karena tinggal menggunakan istilah *share*¹⁸ maka otomatis produk yang di upload ke media tersebut akan tersebar.¹⁹

b) Penjualan Pribadi

Strategi yang dilakukan Rabbani dalam konteks penjualan pribadi ialah dengan adanya penyebaran brosur ke publik dan ada juga yang namanya penyeragaman dengan memperkenalkan produk dan mengajak konsumen untuk membeli paket tersebut maka konsumen akan mendapatkan potongan harga dari pembelian paket tersebut. selain itu Rabbani juga selalu menjadi bagian dari sponsorship acara yang diadakan di instansi, sekolah maupun event islami.

c) Promosi Penjualan

Rabbani dalam mempromosikan penjualan mereka selalu mengadakan undian berhadiah dalam pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Hal ini dilakukan Rabbani agar

¹⁸Lektur, *arti share*,(diakses dari <https://lektur.id/arti-share/>), pada tanggal 25 februari 2021.

¹⁹*Ibid.*

konsumen tertarik untuk membeli produk mereka, dan pihak Rabbani akan memberikan kupon yang nantinya kupon tersebut akan diundi dan bagi yang beruntung akan mendapatkan hadiah dari pihak Rabbani. terlebih untuk konsumen yang sudah mendaftarkan diri mereka untuk menjadi member Rabbani store Palembang, pastinya akan mendapatkan keuntungan yang lebih juga.

d) Hubungan Masyarakat

Dalam mempromosikan produk dan juga menjaga nama baik brand, Rabbani mengadakan program duta pelajar Rabbani karena melihat produk bestseller mereka adalah kerudung anak sekolah. Dengan demikian Rabbani menunjuk siswa berprestasi dan memiliki keunggulan untuk dijadikan duta Rabbani supaya bisa memperkenalkan produk mereka dan menjaga nama baik mereka.

Bisa dilihat dalam bentuk strategi promosi yang dilakukan Rabbani bisa sangat menguntungkan bagi konsumen, karena dengan menerapkan kesempatan seperti ini untuk memasarkan atau memperkenalkan suatu produk ke publik akan menjadi keuntungan bagi pihak Rabbani sendiri. Pastinya konsumen akan tergiur dengan berbagai jenis promo suatu produk yang dipasarkan dan diadakan setiap bulanya oleh pihak Rabbani dan bukan itu saja Rabbani juga akan memberikan promo salah satunya dengan potongan harga jika salah satu diantara konsumen mereka ada yang mendaftarkan diri untuk menjadi member mereka dan untuk duta pelajar Rabbani lebih mudah berbelanja dan

memperkenalkan produk Rabbani kepada konsumen, hal ini akan sangat mudah bagi suatu perusahaan dengan mudah untuk bisa menarik minat pembeli tersebut.

4) Tempat (*Place*)

Adapun lokasi sangat penting untuk suatu perusahaan yang bisa diartikan sebagai tempat untuk melayani konsumen dan juga bisa dimaknai dengan arti pemanjangan barang-barang dagangannya. Dengan demikian kemudahan konsumen untuk bisa melihat produk yang akan di perkenalkan dan di pasarkan akan lebih mudah, dan konsumen sendiri akan mengetahui berbagai macam informasi umum seperti proses pembuatan dan harga produk.

Sangat penting bagi perusahaan untuk bisa memilih posisi yang tepat dalam penata letakan suatu tempat untuk mendistribusikan stok produk mereka, jika ini saja bisa menempatkan posisi yang pas dan strategis kemungkinan perusahaan ini bisa mengalami masalah keterlambatan penyaluran barang atau bahkan berhentinya penyaluran tersebut dari perusahaan ke konsumen.²⁰

a) Saluran

Rabbani Palembang dalam melakukan bentuk saluran distributor yang dilakukan ialah dengan konsep saluran satu level, karena Rabbani Palembang sendiri sebagai cabang regional Sumatra selatan. Jadi Rabbani Palembang sebagai tempat distributor bagi reseller yang ada di kota Palembang.

²⁰Selvia melinasari, *supervisor Rabbani cab. Palembang Kota*, Wawancara tanggal 26 Desember 2020

b) Pemilahan

Pemilahan tempat Rabbani Palembang yang menjadi cabang Rabbani terbesar di wilayah Sumatra selatan. Tidak ada alasan tertentu dalam pemilahan posisi tersebut cabang Rabbani yang ada di kota Palembang ini sudah ditentukan dari pusat yang bertepatan di Bandung.

c) Lokasi

Rabbani Palembang bertempat di kota Palembang yang bertepatan di jalan Basuki Rachmat dan saling berhadapan dengan fave hotel. Posisi tepatnya persis di pinggir jalan dan berjajar ruko-ruko besar disana.

d) Persediaan

Rabbani Palembang sebagai cabang yang ada di Bandung, untuk menyediakan stok produk yang ada di store mereka langsung minta mengirimkan dari pusatnya. Dan tidak ada perbedaan harga produk Rabbani yang di Bandung maupun di Palembang semua harga sama.

e) Transportasi

Rabbani yang di Palembang untuk bisa memudahkan dalam memobilisasi dan mengirimkan produk-produk mereka kepada reseller contohnya, dengan menggunakan mobil yang di miliki Rabbani Palembang dan itu hanya ada satu buah.

Rabbani yang ada di kota Palembang bisa di jumpai dengan mudah karena bertempat yang tidak jauh dari kota, Store Rabbani berdiri di pinggir jalan berhadapan langsung dengan lintas jalan basuki rahmat yang menjadi salah satu arus lalu lintas yang sering dilewati oleh warga kota

Palembang. Dengan tampilan store yang besar dan visual yang khas ditambah baleho yang berukuran besar akan membuat daya tarik tersendiri bagi siapapun yang melintas di depannya. Dengan kata lain usaha untuk menarik minat beli terhadap masyarakat kota Palembang semakin terbuka lebar.

2. Strategi Rabbani untuk menarik minat beli masyarakat kota Palembang

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen dari Rabbani Palembang diantaranya:

Pertama atas nama Mahmud bahwa dia mengungkapkan alasan dia berbelanja produk Rabbani ialah karena adanya rasa penasaran terhadap promo yang diadakan oleh pihak Rabbani ketika bulan Ramadhan. Memang bagi Rabbani sendiri sudah menjadi alasan untuk mereka agar bisa menarik produk dengan cara promo seasion di waktu-waktu tertentu.²¹

Mahmud sendiri mengetahui adanya brand Rabbani di Palembang ketika dia pesantren, yang mana mayoritas teman-temannya membeli produk Rabbani dan ini dijadikan trend di lingkungan pesantren saat itu. Dengan menggunakan strategi menyebarkan brosur serta adanya penyeragaman, Rabbani sendiri bisa bersaing di pangsa pasar dalam hal brand busana Muslim dan ini menjadikan Rabbani bisa dikenal dikalangan masyarakat kota Palembang.

Untuk soal produk yang dibeli biasanya Mahmud membeli kemeja koko karena memiliki bahan yang bagus dan model yang bersifat formal serta agamis. Untuk soal bahan Rabbani mengedepankan kenyamanan bagi konsumen setia Rabbani dengan pastinya menggunakan bahan yang kualitasnya sangat baik dan untuk

²¹Mahmud, *Mahasiswa UIN Palembang*, Wawancara tanggal 10 Maret 2021

soal desain produk Rabbani tidak luput dari model yang kekinian dan juga tak lupa dengan syariat agama.

Kedua wawancara dari Qibtiyah, dia tertarik untuk berbelanja di Rabbani Palembang karena adanya hukum syar'i dalam berpakaian bagi kaum wanita dan juga produk yang dijual tidak luput dari segi kenyamanan untuk konsumen. Karena Rabbani sendiri sudah menjamin bahan yang digunakan adalah bahan yang berkualitas baik. Rabbani dalam memanjakan konsumen dan agar bisa menarik minat dari konsumen tidak segan-segan dalam pemilihan bahan yang baik untuk bisa menghadirkan kepercayaan konsumen terhadap brand Muslim ini.²²

Dia menyukai brand ini karena adanya promo yang dia tahu dan bisa saling menguntungkan untuk konsumen itu sendiri. Promo yang dia ketahui dari spanduk dan sebaran brosur yang ia dapat dan lihat di Rabbani store dan untuk promo yang online Qibti jarang untuk melihat di media sosial akan tetapi juga ada teman yang memberi tahunya ketika ada promo. Untuk bisa menarik minat konsumen Rabbani selalu memberikan pengenalan produk mereka dengan cara dua media online maupun offline. Dan saat ini narasumber yang di wawancarai biasa mendapatkan informasi promo melalui media offline dan untuk media online promosinya kurang sampai kepada narasumber.

Qibti biasa membeli produk jilbab dan baju karena harga yang terjangkau dan bahan yang bagus membuat produk ini sering ia beli dan juga tidak tertinggal dengan fashion yang modern dan juga kekinian dan tak lupa dikemas dengan balutan syar'i. Untuk soal

²²Qibtiyah, *staff yayasan rumah tahfidz yatim dan dhuafa Kenten*, Wawancara tanggal 10 Maret 2021

harga Rabbani sesuai dengan model yang dijual lewat dengan promosi yang menarik dan adanya potongan harga membuat narasumber yakin untuk membeli produk Rabbani.

