

## **BAB IV**

### **HASIL PEMBAHASAN PENELITIAN**

#### **4.1 Deskripsi Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat Business Center Medan 8**

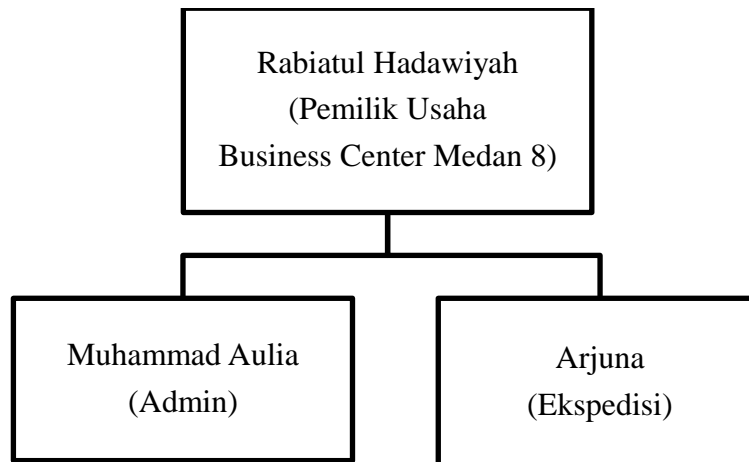
Business Center (BC) 8 HNI Kota Medan berdiri pada tanggal 20 Februari 2019 oleh Ibu Rabiatul Hadawiyah sebagai pemilik/owner dari BC Medan 8. Yang beralamat lengkap di Jl. Megawati 26A, Jl. Halat No.26 A, Ps. Merah Bar., Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara 20216.

Ibu Rabiatul awalnya hanya membeli dan mengonsumsi produk HNI berupa pasta gigi saja. Setelah menggunakan produk HNI dan dirasa sangat bagus untuk kesehatan. Ibu Rabiatul bergabung menjadi member pada tahun 2017. Usaha ibu Rabiatul mengalami peningkatan, kemudian Ibu Rabiatul mendirikan Business Center.

Alasan bisnis ini didirikan atas dasar keyakinan bahwa HNI adalah perusahaan yang telah terbukti memiliki kualitas yang tinggi. Tambahan lagi, pemiliknya adalah seorang muslim dan produk-produknya mematuhi standar kehalalan dengan harga yang bersaing. Saat ini, perusahaan juga didukung oleh sistem syariah yang lengkap dan teknologi mutakhir. Selain itu, manajemen HNI sangat berintegritas karena dikelola oleh para ahli dalam bidangnya.

## 4.1.2 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas

### 4.1.2.1 Struktur Organisasi



**Gambar 4.1 Stuktur Organisasi Business Center Medan 8**

*Sumber: Business Center medan 8*

### 4.1.2.2 Pembagian Tugas

Pemilik Business Center Medan 8

1. Pemilik bertanggung jawab untuk merencanakan, mengorganisasi, dan mengawasi operasi keseluruhan bisnis HNI HPAI.
2. Memberikan pelatihan kepada anggota jaringan atau tim penjualan untuk meningkatkan pengetahuan mereka tentang produk dan bisnis.
3. Membangun dan mengelola jaringan distributor atau anggota jaringan bisnis HNI HPAI.

### Admin

1. Admin menjalankan operasi sehari-hari toko atau outlet penjualan produk-produk HNI HPAI.
2. Bertanggung jawab atas pengelolaan stok produk-produk HNI HPAI
3. Melakukan transaksi penjualan dan mengelola sistem kasir atau pembayaran.

### Ekspedisi

Mengantarkan produk atau pesanan secara langsung dan keekspedisi, memeriksa pesanan sebelum pengiriman dan mengemas pesanan dengan baik agar produk tetap aman selama pengiriman.

## **4.2 Hasil Penelitian**

### **4.2.1 Strategi Marketing Mix HNI-HPAI Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Business Center Medan 8**

Dalam menjalankan sebuah usaha tidak lepas dari sebuah strategi yang diterapkan pemilik agar usaha dapat bertahan dan berkembang. Dengan strategi yang sudah direncanakan dengan baik dan sudah siap untuk diterapkan diimplementasikan sesuai dengan yang sudah direncanakan maka usaha tersebut dapat mengalami perkembangan yang begitu pesat.

Strategi pemasaran merupakan panduan pokok untuk berbagai kegiatan dalam ranah pemasaran. Pemasaran memiliki dampak penting pada masa

depan bisnis dan bertujuan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan cara yang efektif dan efisien dengan harapan dapat meningkatkan volume penjualan. Dalam pengembangan strategi pemasaran, berbagai metode analisis digunakan, dan salah satu yang paling umum adalah pendekatan bauran pemasaran (*marketing mix*).

Bauran pemasaran adalah kombinasi aktivitas yang menjadi inti dari sistem pemasaran, mencakup variabel yang dapat diatur oleh perusahaan untuk memengaruhi respons dari pembeli atau konsumen. Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan yang diterapkan di Business Center Medan 8 terdapat empat elemen dalam bauran pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan, yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), serta tempat atau saluran distribusi (*place*).

#### 1. Produk (*Product*)

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh produsen untuk diminta, dibeli dikonsumsi, dan digunakan yang memiliki nilai suatu pasar sasaran sehingga bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan konsumen.

Dalam islam produk yang ditawarkan harus halal dan tidak menyebabkan kerusakan pikiran dalam bentuk apapun dan produk harus berkualitas, kualitas menjadi perhatian utama di mana barang yang dijual harus jelas dan baik kualitasnya, agar pembeli dapat menilai dengan mudah terhadap produk.

Business Center Medan 8 merupakan kantor cabang yang menyediakan segala jenis produk halal HNI. Berbagai produk yang ditawarkan oleh Business Center Medan 8 yang tercantum dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4.1**  
**Produk Herbal (*Herbs Product*)**

<b>PRODUK HERBAL (<i>HERBS PRODUCT</i>)</b>	
ANDROGRAPHIS CENTELLA	MENGKUDU KAPSUL
BILLBERRY	MINYAK HERBA SINERGI
BIOSIR	MAHKOTA DARA
CARNOCAP	MINYAK KAYU PUTIH
DEEP SQUA ISI 50	MINYAK TELON PLUS
DIABEXTRAC	ZAITUN SOFTGEL
GAMAT KAPSUL	N-GREEN
GINEXTRAC	PEGAGAN HS
HABBASSAUDA	PROCUMIN HABBATUSSAUDA RICH VIT E
HARUMI	PROCUMIN PROPOLIS
KELOSIN	REDANGIN
LANGSINGIN	ROSELLA HS
LAURIK	SIENA (JATI CINA)
MAGAFIT	SPIRULINA
MANJAWANGI	TRUSON

*Sumber: Business Center Medan 8 Tahun 2023*

**Tabel 4.2**  
**Health Food & Beverage**

<b>HEALTH FOOD &amp; BEVERAGE</b>	
AL 'ARD	JANNATEA COOL
CENTELLA TEA SINERGI	JANNATEA HOT
DATES SYRUP	KOPI 7 ELEMEN
DEEP OLIVE	MADU MULTIFLORA
ETTA GOAT MILK	MADU HABBAT
ETTA GOAT MILK AREN	MADU PAHIT
ETTA GOAT MILK COKELAT	MADU S JAGAT
EXTRA FOOD	SARI KURMA
SINAI EXTRA VIRGIN	STIMFIBRE
GLUTA JUICY DRINK	MEE & ME AYAM BAWANG KARTON
JUICY FIBDRINK	MEE & ME AYAM BAWANG

	POUCH
HANIA REALCO CAPPUCCINO	MEE & ME AYAM JAMUR KARTON
HANIA REALCO LATTE	HANIA MADU KENTAL
HANIA GOAT MILK FULL CREAM	KOPI 7 ELEMEN PREMIUM
HANIA SUSU BUBUK FULL CREAM	HANIA GOAT MILK SKIM
HNI HEALTH	HNI COFFEE

Sumber: Business Center Medan 8 Tahun 2023

**Tabel 4.3**  
**Cosmetic & Home Care**

COSMETIC & HOME CARE	
HNI BODY LOTION	PGH CENGKEH
BEAUTY DAY CREAM	PGH PROPOLIS
BEAUTY NIGHT CREAM	PGH SENSITIF
DEEP BEAUTY	PGH ANAK (ANGGUR)
FACIAL WASH NON PERFUMED	PGH ANAK (STRAWBERRY)
FACIAL WAS PERFUMED	PROMOL12 (3 Kg)
GREEN WASH DETERJEN	PROMOL12 (1 Kg)
HAYYA HAIR MIST	PROMOL ECO
HAYYA SHAMPOO JASMINE	PROMAX 5 (MOTOR)
HAYYA SHAMPOO PEAR & FRESIA	PROMAX 5 (MOBIL)
HIBIS HEAVY USE	SABUN KOLAGEN
HIBIS MIX	SABUN MADU
HIBIS PANTYLINER	SABUN PROPOLIS
HIBIS REGULAR USE	STERILYN DISINFECTANT
HNI DIAPERS SIZE L	STERILYN SANITIZER 100ML
HNI DIAPERS SIZE M	STERILYN SANITIZER 500ML
HNI DIAPERS SIZE S	ZAREEN BRIGHT GLOW SERUM
HNI SHAMPOO	ZAREEN CREAMY FACIAL FOAM
HNI MOISTURIZING GEL	ZAREEN ESSENCE TONER MIST
MY SHIELDS	ZAREEN GENTLE FACIAL SCRUB
MYSHIELDS DUCKBILL PEPPERMINT	ZAREEN PROTECTING SUNSCREEN
PASTA GIGI HERBAL (PGH)	

Sumber: Business Center Medan 8 Tahun 202

**Tabel 4.4**  
**Fashion & Lifestyle**

<b>FASHION &amp; LIFESTYLE</b>	
QUR'AN ASY SYIFAA'	HIJAB PASTAN XL
MUSHAF TULIS	EZRA KHIMAR CERUTY MODEL PET M
HIJAB SCRARF EDISI KEJAYAAN HNI	EZRA KHIMAR CERUTY MODEL PET L
DAILY HIJAB CREPE SIZE M	EZRA KHIMAR CERUTY MODEL PET XL
DAILY HIJAB CREPE SIZE L	EZRA KHIMAR CERUTY MODEL ANTEM M
DAILY HIJAB CREPE SIZE XL	EZRA KHIMAR CERUTY MODEL ANTEM L
HIJAB PASTAN M	EZRA KHIMAR CERUTY MODEL ANTEM XL
HIJAB PASTAN L	

*Sumber: Business Center Medan 8*

Berdasarkan wawancara terhadap pemilik Business Center Medan 8 yang menjelaskan bahwa:

*“Produk yang dijual di Business Center lengkap mulai dari herbal produk, health food dan beverage, cosmetics & home care, fashion & lifestyle serta tools marketing. Karena kami Business Center kantor cabang HNI, semua member, agency center dan distributor membeli produk disini jadi kami harus menyediakan semua produk HNI. Untuk produk HNI ini lagi banyak melakukan inovasi, sekarang di HNI udah ada mie halal tanpa bahan kimia terus ada kopi robusta.” (Wawancara dengan Ibu Rabiatul Hadawiyah pada tanggal 5 September 2023)*

Dalam hal ini agar mengetahui bagaimana produk yang ditetapkan oleh Business Center Medan 8 ke konsumen, maka penulis mewawancarai 5 konsumen yang berbeda.

Adapun wawancara kepada konsumen Business Center Medan 8 yang menyatakan: *“Produk yang dijual di Business Center Medan 8 semua kebutuhan sehari-hari ada dan produknya halal.”* (Wawancara dengan Bang Hamid pada tanggal 6 September 2023)

Wawancara bersama Bu Santi selaku konsumen Business Center Medan 8:

*“Biasanya saya membeli produk HNI itu minyak jaitun karena kualitas bagus jadi saya membelinya dan banyak beragam produk HNI di Business Center Medan 8.”* (Wawancara dengan Bu Santi pada tanggal 6 September 2023)

Wawancara bersama Kak Dewi selaku konsumen Business Center Medan 8:

*“Produk di BC 8 semua produknya halal dan beragam jenisnya mau cari produk HNI apa aja ada jadi saya sering kesini kalau madu dirumah habis.”* (Wawancara dengan Kak Dewi Pada tanggal 20 September 2023)

Selanjutnya wawancara bersama Bu Ani selaku konsumen Business Center Medan 8:



*“Disini produknya lengkap banyak yang ditawarkan produk kecantikan ada, produk kesehatan pun ada jadi kalau mau stok produk HNI biasanya saya ke BC 8 ini.”* (Wawancara dengan Bu Ani pada tanggal 20 September 2023)

Kemudian wawancara bersama Bu Yuni selaku konsumen Business Center Medan 8:

*“Karena saya jual produk HNI juga jadi kalau nyari stok HNI disini karena kalau pesanan orang itu kan macam-macam. Untuk memenuhi permintaan pelanggan biasanya saya belanja di BC 8 karena produknya lengkap.”* (Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 20 September 2023)

Menurut hasil wawancara di atas bahwa strategi produk yang dilakukan Business Center adalah menawarkan semua varian produk HNI mulai produk herbal, kosmetik dan fashion serta lifestyle islami juga tersedia di Business Center Medan 8.

## 2. Harga (*Price*)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Dalam islam seorang pedagang muslim tidak diperbolehkan seenaknya dalam membuat atau menetapkan harga di pasar.

Harga yang ditawarkan oleh Business Center Medan 8 adalah dengan sistem dua harga yaitu harga member/agen dan harga konsumen biasa. Berikut daftar harga yang ditawarkan Business Center Medan 8

**Tabel 4.5**  
**Daftar Harga Produk HNI 2023**  
**Business Center Medan 8**

<b>PRODUK</b>	<b>HARGA KONSUMEN</b>	<b>HARGA AGEN/ MEMBER</b>
<b>HERBS PRODUCT</b>		
ANDROGRAPHIS CENTELLA	Rp 85,000	Rp 65,000
BILLBERRY	Rp 150,000	Rp 110,000
BIOSIR	Rp 90,000	Rp 75,000
CARNOCAP	Rp 120,000	Rp 100,000
DEEP SQUA ISI 50	Rp 225,000	Rp 180,000
DIABEXTRAC	Rp 130,000	Rp 110,000
GAMAT KAPSUL	Rp 130,000	Rp 100,000
GINEXTRAC	Rp 90,000	Rp 75,000
HABBASSAUDA	Rp 60,000	Rp 50,000
HARUMI	Rp 70,000	Rp 55,000
KELOSIN	Rp 90,000	Rp 75,000
LANGSINGIN	Rp 120,000	Rp 100,000
LAURIK	Rp 65,000	Rp 55,000
MAGAFIT	Rp 90,000	Rp 75,000
MANJAWANGI	Rp 110,000	Rp 100,000
MENGKUDU KAPSUL	Rp 80,000	Rp 60,000
MINYAK HERBA SINERGI	Rp 45,000	Rp 30,000
MAHKOTA DARA	Rp 200,000	Rp 170,000
MINYAK KAYU PUTIH	Rp 43,000	Rp 40,000
MINYAK TELON PLUS	Rp 48,000	Rp 45,000
ZAITUN SOFTGEL	Rp 90,000	Rp 80,000
N-GREEN	Rp 130,000	Rp 110,000
PEGAGAN HS	Rp 90,000	Rp 75,000
PROCUMIN HABBATUSSAUDA RICH VIT E	Rp 160,000	Rp 130,000

PROCUMIN PROPOLIS	Rp 175,000	Rp 140,000
REDANGIN	Rp 43,000	Rp 40,000
ROSELLA HS	Rp 90,000	Rp 75,000
SIENA (JATI CINA)	Rp 75,000	Rp 60,000
SPIRULINA	Rp 90,000	Rp 70,000
TRUSON	Rp 110,000	Rp 95,000
<b>HEALTH FOOD &amp; BEVERAGE</b>		
AL 'ARD	Rp 200,000	Rp 180,000
CENTELLA TEA SINERGI	Rp 70,000	Rp 55,000
DATES SYRUP	Rp 45,000	Rp 35,000
DEEP OLIVE	Rp 150,000	Rp 120,000
ETTA GOAT MILK	Rp 75,000	Rp 60,000
ETTA GOAT MILK AREN	Rp 80,000	Rp 65,000
ETTA GOAT MILK COKELAT	Rp 85,000	Rp 70,000
EXTRA FOOD	Rp 80,000	Rp 60,000
SINAI EXTRA VIRGIN	Rp 35,000	Rp 30,000
GLUTA JUICY DRINK	Rp 185,000	Rp 160,000
JUICY FIBDRINK	Rp 85,000	Rp 75,000
HANIA REALCO CAPPUCINO	Rp 130,000	Rp 110,000
HANIA REALCO LATTE	Rp 130,000	Rp 110,000
HANIA GOAT MILK FULL CREAM	Rp 75,000	Rp 65,000
HANIA GOAT MILK SKIM	Rp 100,000	Rp 85,000
HNI COFFEE	Rp 125,000	Rp 105,000
JANNATEA COOL	Rp 85,000	Rp 70,000
JANNATEA HOT	Rp 85,000	Rp 70,000
KOPI 7 ELEMEN	Rp 110,000	Rp 90,000
HNI HEALTH	Rp 80000	Rp 60,000
KOPI 7 ELEMEN PREMIUM	Rp 75,000	Rp 60,000
HANIA MADU KENTAL	Rp 25,000	Rp 22,000
MADU MULTIFLORA	Rp 100,000	Rp 80,000
MADU HABBAT	Rp 130,000	Rp 100,000
MADU PAHIT	Rp 120,000	Rp 100,000
MADU S JAGAT	Rp 120,000	Rp 100,000
SARI KURMA	Rp 50,000	Rp 45,000
STIMFIBRE	Rp 350,000	Rp 250,000
MEE & ME AYAM BAWANG	Rp 210,000	Rp 200,000

KARTON		
MEE & ME AYAM BAWANG POUCH	Rp 60,000	Rp 50,000
MEE & ME AYAM JAMUR KARTON	Rp 230,000	Rp 220,000
MEE & ME AYAM JAMUR POUCH	Rp 65,000	Rp 55,000
REALCO BLACK COFFEE FINE ROBUSTA	Rp 45,000	Rp 35,000
REALCO GINSENG COFFEE	Rp 65,000	Rp 55,000
ZIDAVIT	Rp 80,000	Rp 60,000
<b>COSMETIC &amp; HOME CARE</b>		
HNI BODY LOTION	Rp 42,000	Rp 35,000
BEAUTY DAY CREAM	Rp 75,000	Rp 60,000
BEAUTY NIGHT CREAM	Rp 85,000	Rp 70,000
DEEP BEAUTY	Rp 360,000	Rp 260,000
FACIAL WASH NON PERFUMED	Rp 30,000	Rp 25,000
FACIAL WAS PERFUMED	Rp 30,000	Rp 25,000
GREEN WASH DETERJEN	Rp 46,000	Rp 40,000
HAYYA HAIR MIST	Rp 50,000	Rp 40,000
HAYYA SHAMPOO JASMINE	Rp 38,000	Rp 35,000
HAYYA SHAMPOO PEAR & FRESIA	Rp 38,000	Rp 35,000
HIBIS HEAVY USE	Rp 230,000	Rp 185,000
HIBIS MIX	Rp 20,000	Rp 19,000
HIBIS PANTYLINER	Rp 225,000	Rp 180,000
HIBIS REGULAR USE	Rp 225,000	Rp 180,000
HNI DIAPERS SIZE L	Rp 35,000	Rp 33,000
HNI DIAPERS SIZE M	Rp 33,000	Rp 30,000
HNI DIAPERS SIZE S	Rp 26,000	Rp 24,000
HNI SHAMPOO	Rp 35,000	Rp 30,000
HNI MOISTURIZING GEL	Rp 48,000	Rp 40,000
MY SHIELDS	Rp 110,000	Rp 95,000
MYSHIELDS DUCKBILL PEPPERMINT	Rp 25,000	Rp 22,000
PASTA GIGI HERBAL (PGH)	Rp 20,000	Rp 17,000
PGH CENGKEH	Rp 20,000	Rp 17,000
PGH PROPOLIS	Rp 20,000	Rp 17,000
PGH SENSITIF	Rp 23,000	Rp 20,000
PGH ANAK (ANGGUR)	Rp 13,000	Rp 10,000
PGH ANAK (STRAWBERRY)	Rp 13,000	Rp 10,000
PROMOL12 (3 Kg)	Rp 690,000	Rp 590,000
PROMOL12 (1 Kg)	Rp 250,000	Rp 210,000

PROMOL ECO	Rp 60,000	Rp 50,000
PROMAX 5 (MOTOR)	Rp 55,000	Rp 45,000
PROMAX 5 (MOBIL)	Rp 85,000	Rp 75,000
SABUN KOLAGEN	Rp 25,000	Rp 20,000
SABUN MADU	Rp 20,000	Rp 17,000
SABUN PROPOLIS	Rp 20,000	Rp 17,000
STERILYN DISINFECTANT	Rp 120,000	Rp 90,000
STERILYN SANITIZER 100ML	Rp 80,000	Rp 60,000
STERILYN SANITIZER 500ML	Rp 120,000	Rp 90,000
ZAREEN BRIGHT GLOW SERUM	Rp 70,000	Rp 60,000
ZAREEN CREAMY FACIAL FOAM	Rp 35,000	Rp 30,000
ZAREEN ESSENCE TONER MIST	Rp 40,000	Rp 35,000
ZAREEN GENTLE FACIAL SCRUB	Rp 35,000	Rp 30,000
ZAREEN PROTECTING SUNSCREEN	Rp 65,000	Rp 60,000
<b>FASHION &amp; LIFESTYLE</b>		
QUR'AN ASY SYIFAA'	Rp 90,000	Rp 75,000
MUSHAF TULIS	Rp 75,000	Rp 65,000
HIJAB SCRARF EDISI KEJAYAAN HNI	Rp 230,000	Rp 185,000
DAILY HIJAB CREPE SIZE M	Rp 155,000	Rp 125,000
DAILY HIJAB CREPE SIZE L	Rp 160,000	Rp 130,000
DAILY HIJAB CREPE SIZE XL	Rp 165,000	Rp 135,000
HIJAB PASTAN M	Rp 155,000	Rp 125,000
HIJAB PASTAN L	Rp 160,000	Rp 130,000
HIJAB PASTAN XL	Rp 165,000	Rp 135,000
EZRA KHIMAR CERUTY MODEL PET M	Rp 235,000	Rp 185,000
EZRA KHIMAR CERUTY MODEL PET L	Rp 245,000	Rp 195,000
EZRA KHIMAR CERUTY MODEL PET XL	Rp 255,000	Rp 210,000
EZRA KHIMAR CERUTY MODEL ANTEM M	Rp 235,000	Rp 185,000
EZRA KHIMAR CERUTY MODEL ANTEM L	Rp 245,000	Rp 195,000
EZRA KHIMAR CERUTY MODEL ANTEM XL	Rp 255,000	Rp 210,000

Sumber: Business Center Medan 8 Tahun 2023

Berdasarkan wawancara terhadap pemilik Business Center Medan 8 yang menjelaskan bahwa:

*“Kami menawarkan dua harga, harga member dan harga konsumen. Kalau yang belanja disini belum ada member, akan kami bantu untuk membuat member dan kami akan menjelaskan ada potongan harga 10ribu sampai 50ribu jika menjadi member. Harga yang kami tawarkan konsisten sesuai ketentuan HNI tidak menambahkan harga, semua harga sama agar pembeli bisa menggunakan ID member walaupun tidak mendaftar disini. Untuk keuntungan kita dapatkan dari komisi dari poin produk karena ini usahanya udah Business Center jadi dapat 35% dari penjualan produk, jadi keuntungannya dapat dari poin komisi.”* (Wawancara dengan Ibu Rabiatul Hadawiyah pada tanggal 5 September 2023)

Dalam hal ini agar mengetahui bagaimana harga yang ditetapkan oleh Business Center Medan 8 ke konsumen, maka penulis mewawancarai 5 konsumen yang berbeda.

Adapun wawancara dengan konsumen produk HNI Business Center Medan 8:

*“Saya suka belanja kopi elemen dan harga yang ditawarkan tidak terlalu mahal sama saja seperti kopi yang dijual dipasaran, sesuaiilah dengan kualitas produknya juga.”* (Wawancara dengan Bang Hamid pada tanggal 6 September 2023)

Kemudian wawancara bersama Bu Santi selaku konsumen Business Center Medan 8:

*“Harga di Business Center Medan 8 ada yang mahal ada yang murah tergantung produknya, tapi masih terjangkau.”* (Wawancara dengan Bu Santi pada tanggal 6 September 2023)

Selanjutnya wawancara bersama Bu Ani selaku konsumen Business Center:

*“Saya daftar jadi agen, jadi harga yang saya dapatkan beda sama yang harga konsumen, ditambah ada bonus poin jadi tiap bulannya saya nukar poin nya lumayan buat tambah-tambahan pemasukkan ibu rumah tangga”*  
(Wawancara dengan Bu Ani pada tanggal 20 September 2023)

Wawancara bersama Kak Dewi selaku konsumen Business Center Medan 8:

*“Harga cukup mahal tapi sesuailah sama kualitasnya dan BC ada nawarin member jadi kalau belanja disini tinggal kasih nomor ID udah dapat harga member tanpa harus jualin produknya.”* (Wawancara dengan Kak Dewi pada tanggal 20 September 2023)

Wawancara bersama Bu Yuni selaku konsumen Business Center Medan 8:

*“Untuk harga yang saya dapatkan itu kan harga member jadi jauh lebih murah dan kalau saya jual ulang keuntungan dan poinnya lumayan.”*  
(Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 20 September 2023)

Menurut hasil wawancara diatas bahwa penetapan harga yang ditawarkan dengan sistem dua harga yaitu harga agen/member dan harga konsumen, bagi yang memiliki ID HNI tidak ada pembeda harga antara distributor, agency, stokis dan agen/member kecuali konsumen biasa. Jika tidak ada ID maka akan dibantu untuk di daftarkan agar mendapatkan harga member. Harga yang ditawarkan HNI masih dapat terjangkau dan sesuai dengan kualitasnya.

### 3. Tempat/Saluran Distribusi (*Place*)

Pemilihan lokasi harus menghindari sebanyak mungkin seluruh segi-segi negatif bisnis dan mendapatkan lokasi dengan paling banyak faktor-faktor positif. Penjual muslim diharuskan memilih saluran distribusi yang dapat dipercaya demi untuk menjaga keamanan suatu produk yang dikirim, serta menjamin produk datang tepat waktu sesuai yang telah dijanjika dan saluran distribusi yang jelas sangat penting untuk menghindari black market.

Saluran distribusi yang digunakan Business Center cukup membantu dalam menyalurkan produk ke konsumen dengan cepat karena lokasi sangat strategis dimana terletak di pusat belanja dan di depan jalan raya sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat.

Berdasarkan wawancara terhadap pemilik Business Center Medan 8 yang menjelaskan bahwa:

*“Dalam pemilihan tempat Business Center Medan 8 memilih tempat dipinggir jalan dan berada di tempat pusat belanja untuk memudahkan konsumen menemukan tempat. Untuk mendistribusikan produk kami mempunyai ekspedisi antar sendiri dengan minimal belanja 1 juta dan gratis, tapi kalau konsumen belanja kurang dari 1 juta biasanya kami menyarankan untuk menggunakan gosend someday dan ongkir ditanggung konsumen. Kalau konsumen jauh kami menggunakan ekspedisi kereta api, simpati dan jnt. Untuk memastikan ketersediaan produk setiap hari kami belanja di supplier house HNI medan, jadi saat hari ini di pesan hari ini juga datang jadi setiap hari stok di Business Center Medan 8 selalu tersedia.”* (Wawancara dengan Ibu Rabiatal Hadawiyah pada tanggal 5 September 2023)



Dalam hal ini agar mengetahui bagaimana tempat yang disediakan oleh Business Center Medan 8 ke konsumen, maka penulis mewawancarai 5 konsumen yang berbeda.

Adapun wawancara dengan konsumen Business Center Medan 8 yang mengatakan:

*“Tempatnya cukup bagus ada tempat duduknya didepan tokonya, parkirannya juga luas kalau mau parkir sepeda motor gak takut hilang ada kamera CCTV juga.”* (Wawancara dengan bu Santi pada tanggal 6 September 2023)

Wawancara bersama Bang Hamid selaku konsumen Business Center Medan 8:

*“Tempatnya tidak jauh dan masih dijangkau saya, tapi kalau boleh saya kasih saran ditambah buat nongkrong di depan toko sekalian nawarin produknya, seperti kopi elemen.”* (Wawancara dengan Bang Hamid pada tanggal 6 September 2023)

Wawancara bersama Kak Dewi selaku konsumen Business Center Medan 8:

*“Kalau tempatnya tidak terlalu besar tapi tidak sempit juga kalau mau belanja masih nyaman aja dan jarak tempat dekat rumah kalau mau ke BC tinggal naik sepeda motor.”* (Wawancara dengan Kak Dewi Pada tanggal 20 September 2023)

Kemudian wawancara bersama bu Ani selaku konsumen Business Center Medan 8:

*“Saya sering datang kesini karena dekat dari rumah saya jadi kalau produk HNI habis saya langsung kesini kadang kalau sibuk saya minta digosendin”* (Wawancara dengan bu Ani pada tanggal 20 September 2023)

Wawancara bersama Bu Yuni selaku konsumen Business Center Medan 8:

*“Tempat kalau dari rumah saya masih dekat sekitar 15 menit kalau mau ke BC 8, tempat parkirannya luas kalau dalamnya kecil karena campur jualan baju juga.”* (Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 20 September 2023)

Menurut hasil wawancara diatas saluran distribusi pada Business Center Medan 8 sangat mudah untuk dijumpai supplier house dan konsumen, pemilihan lokasi di tempat strategis diarea keramaian tepatnya dekat dengan pajak, persediaan Business Center selalu memesan setiap hari di supplier house dan transportasi yang digunakan Business Center Medan 8 ialah Ekspedisi sendiri dan untuk cakupan logistik yaitu penyimpanan di Business Center Medan 8 ini disediakan tempat yang tidak terlalu besar tetapi muat untuk menyimpan barang.

#### 4. Promosi

Promosi merupakan hal yang penting dalam sebuah pemasaran, promosi menjadi salah satu upaya untuk menawarkan barang dagangannya kepada calon konsumen. Pada dasarnya perusahaan harus mempromosikan barang dengan cara yang tepat, sehingga dapat menarik minat calon konsumen.

Business Center Medan 8 menginformasikan tentang produk HNI dan berusaha menarik pembeli baru. Sarana promosi yang di gunakan yaitu:

#### 1. Personal Selling

*“Untuk promosi menggunakan personal selling dengan bertatap muka secara langsung terhadap konsumen. Dalam mengenalkan produk biasanya Business Center ngumpulin wali-wali murid disekolah dan melakukan sosialisasi, ketika konsumen sudah memakai produk HNI nanti konsumen sendiri yang cerita dari mulut kemulut ke yang lain.” (Wawancara dengan Ibu Rabiatal Hadawiyah pada tanggal 5 September 2023)*

#### 2. Home Sharing

*“Home Sharing yang dilakukan Business Center lebih ke seminar melalui media zoom, secara langsung dan melakukan silaturahmi seperti arisan sambil mengedukasi menggunakan produk HNI, home sharing ini yang mengikuti konsumen maupun agen/member dan biasanya juga mengundang tokoh-tokoh yang paham agama untuk sharing serta menjelaskan produk HNI.” (Wawancara dengan Ibu Rabiatal Hadawiyah pada tanggal 5 September 2023)*

#### 3. PCA (Pakai, Cerita, Ajak)

*“Di HNI enakya gini sistem promosinya tinggal pakai produknya setelah itu cerita khasiat produknya sebanyak-banyak orang. Jadi sebelum mempromosikan kita pakai dulu produknya untuk menyampaikan bahwa produk yang kami jual beneran bermanfaat.*

*Jadi nanti kita ajak untuk hijrah produk ke produk halal HNI.”*  
(Wawancara dengan Ibu Rabiatul Hadawiyah pada tanggal 5 September 2023)

#### 4. Media Sosial

*“Business Center juga memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan produk seperti facebook, instagram dan tiktok. Biasanya yang di upload di sosial media stok HNI dan manfaat HNI. Tetapi selama Business Center ini berdiri yang online itu selalu kita arahkan ujungnya ke offline, misalnya tau Business Center ini dari instagram atau dari tiktok nanti diarahkan ke toko untuk datang langsung. Jadi transaksinya yah yang kami tawarkan gitu kalau dia gak bisa datang paling bisa pake gosend someday belum ada aplikasi untuk membantu online ini.”* (Wawancara dengan Ibu Rabiatul Hadawiyah pada tanggal 5 September 2023)

Dalam hal ini agar mengetahui bagaimana promosi yang ditetapkan oleh Business Center Medan 8 ke konsumen, maka penulis mewawancarai 5 konsumen yang berbeda.

Adapun wawancara bersama salah satu konsumen HNI yang mengatakan:

*“Awal tau produknya yah dari kak Rabiatul secara langsung, kakak itu memberi tahu produk HNI saat lagi sama-sama nungguin grab.”*  
(Wawancara dengan Bang Hamid pada tanggal 6 September 2023)

Selanjutnya wawancara bersama Bu Santi selaku konsumen Business Center Medan 8:

*“Promosi kebanyakan saya taunya dari media sosialnya itu facebook, kak Rabiatul ini sering share-share di Facebook dan saya tertarik mau coba juga.”* (Wawancara dengan Bu Santi pada tanggal 6 September 2023)

Sejalan wawancara bersama Bu Ani selaku konsumen Business Center Medan 8 mengatakan:

*“Saya tahu HNI ini dari facebook, saya berteman di facebook dengan Rabiatul kebetulan saya butuh obat untuk nyeri sendi saya menghubunginya melalui nomor whatsapp yang tertera di facebooknya.”*

(Wawancara dengan Bu Ani pada tanggal 20 September 2023)

Wawancara bersama Bu Yuni selaku konsumen Business Center Medan 8:

*“Promosi biasanya Rabiatul dari grub whatsapp kalau ada produk baru dikabarin melalui whatsapp terus share video anaknya pakai produk HNI, share stok juga di whatsapp dan jika ada seminar juga dikabarin di whatsapp.”* (Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 20 September 2023)

Wawancara bersama Kak Dewi selaku konsumen Business Center Medan 8:

*“Promosi secara langsung jumpa di salah satu tempat, ibu itu ngajak ngobrol kemudian beliau cerita tentang HNI kalau HNI produk halal dan tidak ada kimia dan saya dikasih coba salah satu produknya.”*

(Wawancara dengan Kak Dewi pada tanggal 20 September 2023)

Menurut hasil wawancara diatas bahwa strategi promosi yang dilakukan Business Center Medan 8 dengan menggunakan sistem personal

selling yaitu bertatap muka secara langsung untuk menawarkan produk, home sharing untuk member atau agen HNI memberikan informasi manfaat produk HNI, PCA (Pakai, Cerita, Ajak) memakai produk kemudian menceritakan manfaatnya serta mengajak untuk menggunakan produk HNI dan sosial media menyebarkan manfaat dan stok HNI.

#### **4.2.2 Dampak Strategi Marketing Mix Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Business Center Medan 8**

Peningkatan penjualan merupakan tujuan utama setiap bisnis, dan strategi pemasaran memegang peran utama dalam pencapaian tujuan tersebut. Di Business Center Medan 8, pentingnya strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam mendukung pertumbuhan penjualan tidak dapat diabaikan. Strategi bauran pemasaran, yang mencakup elemen-elemen seperti *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), dan *distribution* (distribusi), memiliki dampak terhadap peningkatan penjualan di Business Center Medan 8.

**Tabel 4.6**  
**Data Penjualan Business Center Medan 8**  
**Mei 2021 – April 2023**

<b>Bulan/Tahun</b>	<b>Jumlah Penjualan</b>	<b>Omset Penjualan</b>
Mei (2021)	10916	569,865,250
Juni (2021)	12188	611,690,000
Juli (2021)	16804	855,619,250
Agustus (2021)	16699	867,088,000
September (2021)	12683	645,311,750
Oktober (2021)	11177	559,223,750
November (2021)	10899	534,094,500
Desember (2021)	11923	602,472,250
Januari (2022)	12306	590,897,250
Februari (2022)	11333	580,201,750
Maret (2022)	14610	741,183,000
April (2022)	15696	804,350,750
Mei (2022)	15588	771,928,000
Juni (2022)	18838	893,700,750
Juli (2022)	16741	820,422,250
Agustus (2022)	16821	849,943,500
September (2022)	15197	768,769,500
Oktober (2022)	20539	1,046,767,590
November (2022)	20048	993,885,500
Desember (2022)	20757	1,040,437,250
Januari (2023)	16237	815,328,000
Februari (2023)	14389	749,394,780

Maret (2023)	14576	756,523,100
April (2023)	10792	543,066,330

Sumber: Business Center Medan 8

Meskipun telah menerapkan strategi marketing mix dengan tekun, data penjualan yang tercatat dalam tabel di atas menunjukkan di Business Center Medan 8 variasi yang signifikan dalam dampak strategi marketing mix terhadap peningkatan penjualan setiap bulannya. Ada bulan-bulan di mana strategi yang diterapkan mampu mencapai hasil yang sangat memuaskan, dengan kenaikan penjualan yang substansial. Namun, ada bulan-bulan ketika strategi marketing mix tidak memberikan hasil yang diharapkan, bahkan terjadi penurunan penjualan.

Untuk mengetahui penurunan yang terjadi penulis melakukan wawancara terhadap Bu Rabiatal Hadawiyah:

*“Penjualan selalu turun naik penyebabnya biasanya di harga, harga yang BC tawarkan terbilang cukup mahal yah, jadi ada beberapa konsumen yang tidak order kembali dan biasanya juga stok di Agency, Stokis dan Distributor masih banyak jadi saat order di BC 8 juga sedikit.”* (Wawancara dengan Ibu Rabiatal Hadawiyah pada tanggal 5 September 2023)

#### **4.2.3 Kendala Yang Dihadapi Dalam Penerapan Strategi Marketing Mix Pada Business Center Medan 8**

Dalam menjalankan marketing mix untuk menarik minat masyarakat, tentunya juga ada kendala-kendala yang dihadapi seperti yang telah



diungkapkan oleh Ibu Rabiatul Hadawiyah selaku pemilik Business Center Medan 8 sebagai berikut:

1. Tidak ada tenaga kerja yang menangani pemasaran

*"Kalau di Business Center Medan 8, tidak ada karyawan dibagian pemasaran, jadi untuk mempromosikan produk secara online dan offline kurang maksimal karena yang ngehandle itu saya sendiri." (Wawancara dengan Ibu Rabiatul Hadawiyah pada tanggal 5 September 2023)*

2. Kurang paham digital

*"Kami masih baru terjun ke digital jadi kami masih belum optimal untuk memasarkan produk HNI melalui online, belum paham bagaimana membuat konten yang bagus untuk menarik masyarakat menggunakan produk HNI. Apalagi sekarang serba online nah kami masih tertinggal untuk pemasaran online ini, walaupun ada media sosial seperti fb, instagram dan tiktok tapi masih diarahkan melalui offline karena untuk sarana online belum ada." (Wawancara dengan Ibu Rabiatul Hadawiyah pada tanggal 5 September 2023)*

3. Harga kompetitif

*"Harga yang ditawarkan harus sesuai ketentuan pusat mulai dari harga agen atau member dan harga konsumen sudah ada aturannya jadi jika ada keluhan harga HNI mahal kami tidak bisa menurunkan harga sesuka kami karena sudah aturannya dari pusat." (Wawancara dengan Ibu Rabiatul Hadawiyah pada tanggal 5 September 2023)*

### **4.3 Pembahasan**

#### **4.3.1 Analisis Strategi Marketing Mix HNI-HPAI Dalam Meningkatkan Pada Penjualan Business Center Medan 8**

Hasil penelitian di atas adalah hasil dari penelitian lapangan yang dilakukan oleh penulis melalui metode wawancara langsung dengan pemilik dan konsumen Business Center Medan 8. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kualitatif dengan fokus pada analisis deskriptif mengenai bagaimana Strategi Marketing Mix HNI-HPAI berkontribusi dalam meningkatkan penjualan. Dalam konteks perencanaan pemasaran, Strategi Marketing menjadi tahap yang krusial.

Berdasarkan hasil temuan penelitian diatas, analisis strategi Marketing Mix yang dilakukan oleh Business Center Medan 8 adalah:

##### **1. *Product* (Produk)**

Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran yang meliputi nama merek, ragam produk dan kualitas produk. (Kotler & Amstrong, 2008)

Di dalam islam ada beberapa aspek pemasaran syariah yang harus benar-benar diperhatikan ketika berkaitan dengan produk yaitu: produk harus halal dan tidak menyebabkan kerusakan pikiran dalam bentuk apapun, produk harus riil bukan maya dan produk harus dapat dikirim setelah penjualan terjadi (Huda et al., 2017)

Berdasarkan hasil penelitian penulis dapatkan, Business Center Medan 8 menawarkan produk islami yang bermerek HNI. Beragam produk yang ditawarkan Business Center Medan 8 dimulai dari produk kebutuhan sehari-hari, produk kesehatan, kosmetik, perawatan tubuh dan produk gaya hidup islam. Kualitas produk yang ditawarkan Business Center Medan 8 adalah produk herbal yang tidak menggunakan bahan kimia jadi aman untuk digunakan dalam jangka panjang.

Business Center Medan 8 hanya menjual produk berlabel halal MUI. Semua produk HNI sudah tersedia di dalam satu toko dan tersusun rapi sesuai dengan kategori produk HNI dan tidak ada penjualan yang terjadi jika produk tidak ada di toko Business center Medan 8.

Maka bisa dikorelasikan dengan teori yang diterapkan penulis bahwa Business Center Medan 8 sudah mampu memberikan kriteria pada aspek produk dan sesuai dengan ajaran pemasaran produk dalam syariat islam.

## **2. *Price (Harga)***

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Dalam mengembangkan marketing mix, suatu produk disini meliputi: harga relative, daftar harga diskon, potongan harga, periode pembayaran (Kotler & Amstrong, 2008)

Dalam islam tidak boleh mengambil keuntungan yang begitu tinggi, adapun aturan penetapan harga dalam perspektif islam, yaitu

penjual dilarang menjual pada harga yang lebih tinggi daripada biaya input dan margin keuntungan, manipulasi harga tidak dibenarkan dalam sudut pandang pemasaran syariah (berpura-pura menjadi pembeli dan memuji barang tersebut) dan tidak diperbolehkan menjual barang dibawah harga pasar (Huda et al., 2017)

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan, Business Center Medan 8 memiliki daftar harga dimulai dari Rp 17.000 – Rp 690.000, Business Center Medan 8 tidak melakukan diskon terhadap produknya melainkan menerapkan potongan harga yaitu dengan menunjukkan ID/kartu member HNI. Periode pembayaran di Business Center Medan 8 ini tidak memberlakukan periode pembayaran, pembayaran langsung dilakukan pada saat pelanggan membeli pada saat itu juga cash tidak ada kredit ditoko tersebut.

Business Center Medan 8 mengambil keuntungan sesuai dengan ketentuan HNI yaitu 30% dari total harga yang dijual. Harga sesuai dengan kualitas dan pengalaman penggunaanya dan harga yang ditawarkan HNI BC Medan 8 sesuai dengan ketentuan pusat sesuai dengan harga pasar di Medan.

Maka bisa dikorelasikan dengan teori yang diterapkan penulis bahwa Business Center Medan 8 sudah mampu memberikan kriteria pada aspek harga, hanya saja untuk diskon dan periode pembayaran yang

langsung tidak kredit. Tapi secara pemasaran harga sudah sesuai ketentuan dalam syariat islam.

### **3. *Place (Tempat)***

Tempat adalah kegiatan perusahaan yang menyediakan sarana produk tersedia bagi pelanggan yang meliputi antara lain: saluran distribusinya, pemilihan lokasi, persediaan, transportasi dan cakupan logistik (Kotler & Amstrong, 2008)

Penentuan tempat termasuk dalam penentuan banyaknya jangkauan pengunjung untuk membeli suatu produk. Ada dua hal seorang muslim dalam menentukan tempat yaitu, seorang pedagang muslim hendaknya memilih saluran distribusi yang dapat terpercaya demi untuk menjaga keamanan suatu produk yang dikirim, serta menjamin produk datang tepat waktu sesuai yang telah dijanjikan dan saluran distribusi yang jelas sangat penting untuk menghindari black market, sehingga akan menjaga produk yang dijual perusahaan tetap bagus baik image dan menghindari segala bentuk perubahan dalam produk tersebut (Kurniawan & Abidin, 2018)

Menurut hasil penelitian yang penulis dapatkan saluran distribusi pada Business Center Medan 8 sangat mudah untuk dijumpai supplier house dan konsumen terletak di pinggir jalan raya. Pemilihan lokasi di diarea keramaian tepatnya dekat dengan pajak sangat bagus karena memiliki tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Persediaan produk HNI di Business Center Medan 8 selalu tersedia,

Business Center Medan 8 setiap hari memesan produk di supplier house HNI agar konsumen tidak kesulitan menemukan produk HNI. Transportasi yang digunakan Business Center Medan 8 ialah Ekspedisi sendiri dan untuk pengiriman jauh menggunakan jasa kereta api, simpati dan jnt. Cakupan logistik yaitu penyimpanan di Business Center Medan 8 ini disediakan tempat yang tidak terlalu besar tetapi muat untuk menyimpan barang.

Business Center Medan 8 telah memilih saluran distribusinya dengan menyediakan ekspedisi sendiri dan mempacking paket pesanan produk HNI. Business Center Medan 8 akan mengantarkan paket tersebut kelokasi dengan tepat waktu dan aman.

Maka untuk aspek tempat Business Center Medan 8 sudah memenuhi aspek-aspek pada teori ini dengan saluran distribusi, pemilihan lokasi, persediaan, transportasi dan cakupan logistik. Aspek tempat menurut islam sudah sesuai dengan ajaran pemasaran dalam syariat islam.

#### **4. Promotion (Promosi)**

Promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya. Bauran promosi meliputi: advertising (periklanan), personal selling (penjualan perseorangan), sales promotion (promosi penjualan) dan public relations (hubungan masyarakat) (Kotler & Amstrong, 2008)

Dalam mempromosikan tidak dibenarkan segala informasi yang tidak berdasarkan kebenarannya, melebih-lebihkan, dan memberikan kesaksian palsu, karena nantinya segala perilaku tersebut akan pertanggungjawaban di akhirat (Sari & Suryaningsih, 2020).

Menurut hasil penelitian yang penulis dapatkan Business melakukan banyak cara dalam mempromosikan produk dengan mengiklankan produknya dengan mengundang tokoh-tokoh agama dalam seminar untuk menyiarkan produk HNI. Penjualan secara langsung dilakukan dengan menawarkan produknya secara langsung produk kepada calon pembeli. Selanjutnya promosi penjualan untuk menarik konsumen yaitu dengan home sharing, PCA, dan sosial media (instagram, facebook dan tiktok). Promosi hubungan masyarakat dengan melakukan kunjungan kesekolah-sekolah untuk mensosialisasikan produk HNI kepada wali siswa dan mengenalkan produk HNI kepada orang-orang melalui kegiatan seminar tersebut dengan mengikuti kegiatan akan mendapatkan koneksi yang berguna dalam kegiatan pemasaran kedepannya.

Dalam mempromosikan produknya Business Center Medan 8 tidak pernah melakukan promosi secara berlebihan, BC Medan 8 hanya menceritakan pengalamannya dalam menggunakan produk HNI dan menyiarkannya melalui event-event seminar serta melalui media sosial media.

Maka bisa dikorelasikan dengan teori yang diterapkan penulis bahwa Business Center Medan 8 sudah mampu memberikan kriteria pada promosi. Secara islami promosi yang dilakukan Business Center Medan 8 sudah sesuai dengan syariat islam dengan tidak melebih-lebihkan dalam menyiarkan produknya.

#### **4.3.2 Dampak Strategi Marketing Mix Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Business Center Medan 8**

Setiap strategi yang dilakukan pasti memiliki dampak terhadap penjualan. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan bahwa penerapan marketing mix yang dilakukan Business Center Medan 8 mengalami kenaikan yang sangat signifikan namun ada di bulan-bulan penjualan menurun sangat drastis. Menurut hasil penelitian penurunan ini dipicu akibat harga yang masih kurang terjangkau yang membuat konsumen tidak melakukan pembelian ulang dan konsumen belum menghabiskan stok produk HNI maka konsumen tidak melakukan pembelian.



#### **4.3.3 Kendala Yang Dihadapi Dalam Penerapan Strategi Marketing Mix Pada Business Center Medan 8**

Dalam menjalani marketing mix pasti ada saja kendala dalam penerapannya. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan kendala yang dihadapi oleh Business Center Medan 8 adalah:

- 1) Kurangnya tenaga kerja dalam menangani pemasaran, sehingga yang turun tangan dalam mempromosikan adalah pemilik Business Center Medan 8.
- 2) Kurang paham digital sehingga Business Center Medan 8 tidak dapat menerapkan promosi online secara optimal untuk menarik minat masyarakat lebih banyak.
- 3) Harga yang kompetitif sesuai dengan ketentuan pusat HNI, Business center Medan 8 tidak dapat menurunkan harga jika dari pusat HNI tidak ada penurunan. Maka ketika ada keluhan terkait harga Business Center Medan 8 tidak bisa menurunkan harga jika tidak ada informasi pusat.