

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Singkat Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya *Home Industry Larasati Snack*

Home Industry Larasati Snack merupakan salah satu perusahaan produksi marning, emping jagung dan ceriping. *Home Industry Larasati Snack* sendiri didirikan oleh Bapak Ahmad Asfan pada tahun 2008. yang terletak di Jln. Winong Rt.10 Rw.03 Tanjungayar, Kecamatan Gajah, Kabupaten Demak, Propinsi Jawa Tengah, Kode Pos 59581.

Pendirian usaha ini dilatar belakangi oleh kegagalan usahanya membuka toko buah. Berbekal keberanian dan kegigihan, Bapak Ahmad Asfan, Pria asal Kalinyamatan Jepara ini, sejak tahun 2008 mulai menekuni bidang usahanya yaitu membuat Ceriping, marning jagung dan emping jagung. Dengan modal yang sangat kecil yakni Rp. 700 Ribu dari tabungan sendiri, usaha Bapak Ahmad Asfan semakin maju. Walaupun dengan keahliannya yang tidak begitu maksimal dan semua peralatan yang dibuatnya sendiri. Hal ini yang membuat Bapak Ahmad Asfan mempunyai kepuasan tersendiri dalam berwirausaha. Sebelumnya Bapak Ahmad Asfan pernah berjualan buah di pasar karanganyar demak, namun nasib tidak membawa keberuntungan, toko yang beliau tempati sepi pembeli dan akhirnya banyak buah yang busuk. Sehingga Bapak Ahmad Asfan berpindah haluan dan memulai mencoba menekuni bidang wirausaha membuat Ceriping, marning dan emping jagung sampai saat ini. Namun sebelum sukses dan lancar seperti saat ini Bapak Ahmad Asfan dulu hanya distributor di pabrik setelah pabrik itu mengalami kebangkrutan akhirnya Bapak Ahmad Asfan berinisiatif memproduksi Ceriping, marning dan emping jagung sendiri.¹

Ceriping, Marning dan emping jagung produksi Bapak Ahmad Asfan tersedia beraneka rasa, mulai dari rasa gurih, pedas manis, dan balado, bahkan

¹ Wawancara dengan Bapak Ahmad Asfan, Pemilik Home Industry Larasati Snack, Dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

saat ini sudah berkembang makanan ringan lain. Yang dulunya hanya mempunyai karyawan berjumlah 3, masing-masing: 1 marketing, dan 2 bagian produksi dan packing. dan dengan berkembangnya usaha ini ditandai dengan bertambahnya karyawan menjadi 20 orang yang masing masing-masing: 1 orang sebagai manajer, 1 orang sebagai sekretaris, 1 orang sebagai bendahara, 3 sebagai marketing, 2 sebagai penyedia perlengkapan, 1 orang sebagai juru bumbu (seasoning) 6 orang sebagai produksi dan 5 orang sebagai *packing* .

Hasil produksi Bapak Ahmad Asfan biasanya diambil dan dibeli oleh agen yang kemudian menjualnya dengan mengecer, dan terkadang marketing mengantarkan (setor) ke toko-toko klontong yang memesan produknya.

Produksi Ceriping , marning dan emping Bapak Ahmad Asfan bisa dibilang besar, meskipun demikian bapak empat orang anak ini tidak mau dibilang sukses karena usahanya ini tidak rutin, yang dulunya pada musim penghujan tiba, usahanya berhenti total namun saat ini sudah mempunyai oven pengganti sinar matahari, yang dulu jika musim panas, Bapak Ahmad Asfan menumpuk stok bahan emping jagung setengah jadi sebanyak-banyaknya untuk di produksi pada saat musim hujan. Untuk bahan baku jagung sendiri biasanya diperolehnya dari kota Purwadadi, Pati, Blora serta daerah Kudus dan demak sendiri. Karyawan Larasati Snack berasal dari daerah Demak dan sekitarnya.

2. Letak Geografis

- 1) Luas wilayah: 7000 M²
- 2) Batas Wilayah:
 - 1) Utara : Jalan KH. Rukani
 - 2) Selatan: Jalan Wilalung Gedang Alas
 - 3) Barat : Desa Sambiroto.
 - 4) Timur : Jalan Winong.2

² Hasil dokumentasi Letak Geografis Larasti Snack Tanjunganyar Demak, Dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

3. Visi, Misi dan Tujuan

Suatu perusahaan tidak akan berjalan dengan maksimal tanpa adanya visi, misi, serta tujuan yang jelas. Oleh karena itu *Home Industry* Larasati Snack memiliki Visi, Misi serta Tujuan guna mengembangkan usahanya.

Adapun Visi, Misi dan Tujuan *Home Industry* Larasati Snack adalah sebagai berikut:³

- Visi
Menjadi perusahaan yang maju, kompetitif dan mendapatkan keuntungan yang tinggi.
- Misi
Mengenalkan hasil olahan dari jagung dan pisang agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.
- Tujuan
Mengembangkan usaha dan membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat.

4. Job Description

- Pimpinan (Ahmad Asfan)
 - a. Mengawasi semua proses produksi yang terjadi di *Home Industry* Larasati Snack.
 - b. Memberikan arahan terkait operasional Larasati Snack
 - c. Memberikan keputusan yang berhubungan dengan *Home Industry* Larasati Snack
- Manager (Fatoni Ahmadi)
 - a. menjalankan fungsi manajerial
 - b. Mengatur serta mengawasi jalannya proses produksi, pemasaran serta mengatur keuangan.

³Hasil dokumentasi Visi Misi Home Industry Larasati Snack, Dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

- **Bendahara**

Bertugas mengatur semua jenis kegiatan keuangan/ perputaran keuangan di *Home Industry* Larasati Snack
- **Perlengkapan**

Bertugas melengkapi semua yang diperlukan guna memperlancar kegiatan di *Home Industry* Larasati Snack
- **Sekretaris**
 - a. bertugas melayani dan mencatat agen-agen dan konsumen yang datang langsung ke *Home Industry* Larasati Snack maupun via telephone.
 - b. Mengurusi berkas-berkas seperti nota pembelian bahan baku, nota penjualan produk dll.
- **Produksi**

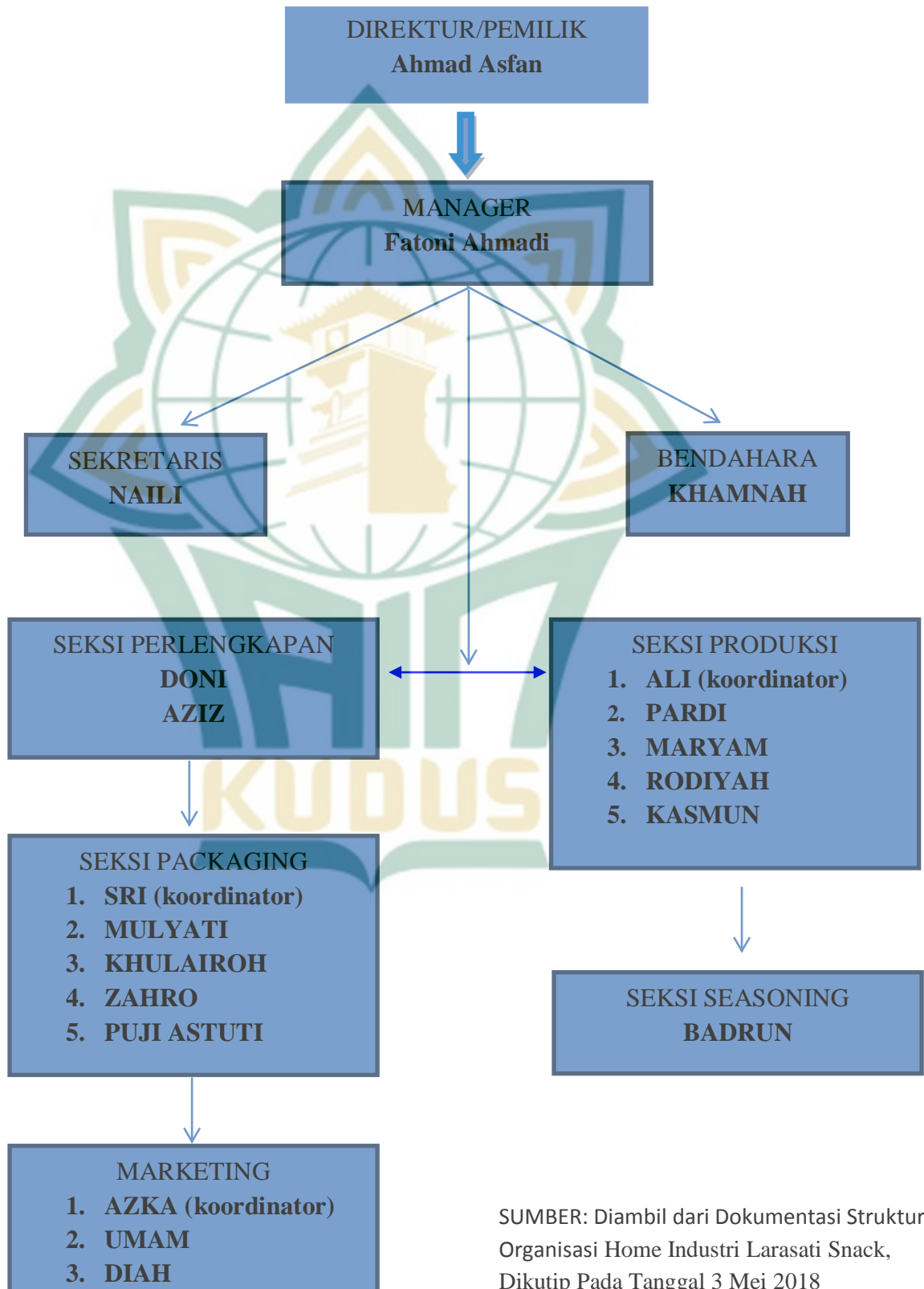
bertugas untuk mengolah bahan baku jagung dan pisang menjadi olahan yang berupa emping, marning jagung dan ceriping serta melakukan proses penjemuran.
- **Seasoning (peracik bumbu)**

Bagian ini bertugas untuk memberikan bumbu sesuai dengan pesanan.
- **Packing (pengemasan)**

Bertugas mengemas produk yang sudah di olah untuk kemudian dipasarkan.
- **Marketing**
 - a. bertugas mengirimkan barang ke agen-agen atau ke toko klontong.
 - b. Menawarkan, memasarkan dan mengenalkan produk kepada masyarakat (pasar)

5. Struktur Organisasi

Gambar 4.1



SUMBER: Diambil dari Dokumentasi Struktur Organisasi Home Industri Larasati Snack, Dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

6. Produk Yang Dihasilkan

Home Industry Larasati Snack menghasilkan beberapa macam jenis produk olahan jagung dan pisang. Produk tersebut antara lain seperti:⁴

- a. Emping jagung
 - 1) Rasa balado
 - 2) Original
 - 3) Pedas manis
 - 4) Sapi panggang
- b. Marning jagung
 - 1) Asin
 - 2) original
- c. Ceriping pisang
 - 1) Manis
 - 2) Asin
 - 3) Gurih

7. Mekanisme produksi Perusahaan *Home Industry* Larasati Snack

di atau barang jadi. Adapun proses kegiatan produksi yang berlangsungProduksi adalah kegiatan mengolah bahan baku menjadi barang setengah jag di *Home Industry* Larasati Snack adalah dimulai dengan pengambilan bahan baku hingga diproses untuk menjadi barang jadi hingga siap untuk dipasarkan.

Secara terperinci dalam proses produksi di *Home Industry* Larasati Snack dilakukan mulai dari :

- a. Jagung marning
 1. Pembelian bahan baku.

Proses pertama yang harus dilakukan yaitu membeli bahan baku, bahan baku ini biasanya diantarkan oleh penjual ke bagian produksi langsung atau kami ambil ke lokasi bahan baku.

⁴ Hasil Observasi Home Industry Larasati Snack, dikutip pada tanggal 3 Mei 2018

2. Proses perebusan

Dari bahan baku yang telah diperoleh tersebut, proses selanjutnya dilakukan proses perebusan hingga matang sempurna, untuk mendapatkan hasil rebusan yang sempurna setidaknya membutuhkan waktu selama 2 jam.

3. Penjemuran

Proses yang selanjutnya penjemuran, hal ini dilakukan agar kadar airnya berkurang dan siap untuk digoreng.

4. Penggorengan.

Proses yang selanjutnya adalah penggorengan, untuk kemudian dikemas.

5. Pemberian bumbu

Proses yang selanjutnya adalah pemberian bumbu sesuai dengan pesanan.

6. Proses terakhir yaitu proses pengemasan.

b. Emping jagung

1) Pemilihan jagung

Pertama-tama hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan emping jagung adalah pemilihan jagungnya. Pastikan jagung yang dipilih adalah jagung yang tua dan besar.

2) Pencucian

Bersihkan menggunakan air mengalir agar jagung bersih.

3) Perendaman

Rendam jagung selama kurang lebih 24 jam. Tujuan direndamnya jagung dalam waktu yang sangat lama ini adalah agar nantinya dapat mempercepat perebusan.

4) Perebusan

Setelah direndam, rebuslah jagung pipil menggunakan air yang telah dicampurkan air kapur 10% selama 2,5 jam. Dalam proses perebusan, selalu aduk-aduk jagung agar tidak gosong.

5) Pencucian pasca perebusan

Angkat jagung rebus kemudian cuci menggunakan air bersih. Pastikan jagung dicuci hingga bau kapur tidak tercium lagi.

6) Pengukusan

Proses selanjutnya adalah pengukusan jagung. Kukus selama kurang lebih 4 jam dan campurkan bumbu (garam dan bawang putih)

7) Pemipihan

Setelah proses pengukusan, terus dinginkan jagung lalu dipipihkan jagung menggunakan mesin pemipih. Lakukan sedikit demi sedikit agar hasilnya bagus.

8) Penjemuran

Jagung yang sudah dipipihkan kemudian dijemur di bawah terik matahari selama 1-2 hari.

9) Penggorengan

Jagung yang sudah dijemur sudah siap untuk digoreng sesuai kebutuhan.

10) Pemberian bumbu perasa

Proses yang selanjutnya adalah pemberian rasa sesuai pesanan.

11) Pengepakan

Proses yang terakhir dari produksi adalah pengepakan.

c. Ceriping

1) Pembelian bahan baku.

Proses pertama yang harus dilakukan yaitu membeli bahan baku, bahan baku ini biasanya diantarkan oleh penjual ke bagian produksi langsung atau kami ambil ke lokasi bahan baku.

2) Pengupasan

Proses yang selanjutnya adalah pengupasan untuk memisahkan pisang dari kulitnya.

3) Pencucian

Setelah pisang dikupas kemudi dicuci hingga bersih untuk kemudian diproses lebih lanjut.

4) Pemasahan

Selanjutnya pisang dipisah/diserut menggunakan alat pasah untuk menjadikannya lembaran-lembaran.

5) Penggorengan dan pembumbuan rasa

Proses selanjutnya adalah penggorengan, setelah pisang setengah matang maka diberi gula sebagai pemanis atau garam untuk rasa gurih.

6) Packing

Selanjutnya setelah digoreng kemudian ditiriskan hingga tidak terasa panas dan kemudian dilakukan proses packing atau pembungkusan.

Setelah semuanya selesai baru produk dipasarkan ke konsumen.⁵

8. Proses pemasaran produk

Setelah rangkaian proses produksi selesai langkah yang selanjutnya adalah melakukan pemasaran. Ada beberapa langkah pemasaran yang dilakukan oleh *Home Industry* Larasati Snack antara lain:

- a. Produk diambil sendiri oleh agen-agen yang kemudian dijual ecer kepada konsumen akhir.
- b. Pembeli (konsumen) datang langsung ke lokasi pembuatan untuk membeli produk Larasati Snack
- c. Marketing Larasati snack menawarkan produk-produknya ke berbagai kalangan, contoh ke warung-warung, ke rumah makan dan ke Swalayan-swalayan.
- d. Giat melakukan promosi melalui sosial media, seperti facebook, WA dll.

9. Wilayah pemasaran

Adapun kecamatan yang menjadi sasaran dalam memasarkan produk *Home Industry* Larasati snack khususnya di kota Demak sebagai berikut:

a. Kecamatan Gajah:

- 1) Desa Tanjunganyar
- 2) Desa Tambirejo

⁵ Hasil Observasi Home Industry Larasati Snack, dikutip tanggal 3 Mei 2018

- 3) Desa Gajah
 - 4) Desa Sambiroto
 - 5) Desa Wilalung
 - 6) Desa Gedangalas
 - 7) Desa Banjarsari
 - 8) Desa Boyolali
- b. Kecamatan Bonang:
- 1) Desa Kembangan
 - 2) Desa Jati Mulyo
 - 3) Desa Sukodono
 - 4) Desa Karangrejo
- c. Kecamatan Dempet
- 1) Desa Wedehan
 - 2) Desa Kramat
 - 3) Desa Gempol Denok
- d. Kecamatan karangawen
- 1) Desa Brambang
 - 2) Desa Kuripan
 - 3) Desa Margohayu

Adapun kecamatan yang menjadi sasaran dalam memasarkan produk *Home Industry* Larasati snack khususnya dikota jepara sebagai berikut:

- a. Kecamatan Batealit
- 1) Desa Bantrung
 - 2) Desa Bawu
 - 3) Desa Bringin
 - 4) Desa Geneng
 - 5) Desa Ngasem
 - 6) Desa Raguk lumpit
- b. Kecamatan Kalinyamatan
- 1) Desa Bakalan

- 2) Desa Bandungrejo
- 3) Desa Banyuputih
- 4) Desa Margoyoso
- 5) Desa Robayan

c. Kecamatan Mayong

- 1) Desa Bandung
- 2) Desa Bungu
- 3) Desa Bauran
- 4) Desa Jebol
- 5) Desa Pancur
- 6) Desa Rajakwesi
- 7) Desa Sengonbugel

Adapun kecamatan yang menjadi sasaran dalam memasarkan produk *Home Industry* Larasati snack khususnya dikota Kudus sebagai berikut:⁶

a. Kecamatan Jati

- 1) Jati Kulon
- 2) Jepangakis
- 3) Loram Kulon
- 4) Pasuruan Lor

b. Kecamatan Undaan

- 1) Undaan Kidul
- 2) Undaan Tengah
- 3) Karangrowo

B. Data Penelitian

1. Data Strategi Pemasaran *Home Industry* “Larasati Snack” di Desa Tanjunganyar Gajah Demak untuk Meningkatkan Hasil Penjualan

Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasional yang ditetapkan perusahaan tersebut harus menjadi lebih

⁶ Wawancara dengan Bapak Fatoni Ahmadi, Manager Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 8 Mei 2018

efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih.

Dalam setiap melaksanakan bisnis yang membutuhkan proses pemasaran, maka penggunaan strategi pemasaran menjadi sangat penting. Sama halnya dengan *Home Industry Larasati snack*, seperti yang dituturkan oleh bapak Ahmad Asfan dalam wawancara bahwa:

“Dengan banyaknya pesaing di bidang usaha yang sama, maka saya dalam memasarkan produk-produk harus menggunakan beberapa strategi jitu agar usaha saya tetap bisa bersaing dipasaran syukur-syukur dapat berkembang dan memperluas jangkauan pasar⁷.”

Adapun strategi-strategi yang diterapkan oleh bapak Ahmad Asfan seperti yang di dituturkan dalam wawancaranya:

“strategi yang saya terapkan yaitu sesuai yang diajarkan oleh nabi muhammad, yaitu menggunakan sifat nabi Muhammad yaitu *sidiq* yang berarti jujur dalam melakukan apapun, baik bekerja, berperilaku pokoknya sesmuanya dilakukan dengan jujur, *amanah* atau menyampaikan yang saya maksud ini adalah menyampaikan informasi apa yang seharusnya disampaikan, baik kepada karyawan maupun pada agen-agen dan konsumen, *tabligh* disini maksudnya adalah kepercayaan konsumen menjadi prioritas kami dan *fathonah* disini artinya cerdas dalam menghadapi situasi dan menganalisa pasar.”

Pemasaran merupakan tanggungjawab semua pihak, akan tetapi secara teknis, marketinglah yang paling bertanggungjawab dalam melakukan pemasaran. Adapun stratetegi yang diterapkan oleh bapak Azka selaku marketing *Home Industry Larasati Snack* mengatakan:⁸

“strategi yang kita gunakan untuk memasarkan produk-produk Larasati Anack yaitu melakukan segmentasi pasar konsumen, baik karakteristik konsumen maupun tanggapan konsumen”.

“Setelah perusahaan mengidentifikasi peluang segmen pasarnya, ia harus mengevaluasi beragam segmen dan memutuskan berapa banyak dan segmen yang mana yang akan dijadikan sasaran.” Tambahnya.

Yang dimaksud dengan segmentasi pasar konsumen adalah basis segmentasi (pembagian) pasar bagi produk perusahaan satu dengan yang lain belum tentu sama. Basis segmentasi untuk pasar konsumen yang paling utama

⁷ Wawancara dengan Bapak Ahmad Asfan , Pemilik Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

⁸ Wawancara dengan Bapak Azka , Marketing Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 8 Mei 2018

dapat digunakan adalah aspek geografis, demografis, psikografis dan perilaku.

Dalam mengevaluasi segmen-segmen, ia harus memperhatikan indikator daya tarik segmen serta tujuan dan sumber daya perusahaan. Dalam memilih segmen mana yang dijadikan sasaran, perusahaan dapat memilih untuk memusatkan perhatian pada satu segmen, beberapa segmen, produk yang spesifik, pasar yang spesifik, atau seluruh pasar. Pemasar harus memilih pasar sasaran dengan disertai tanggung jawab sosial. Pemasar juga harus memantau hubungan antar segmen, mencari lingkup segmen yang ekonomis dan potensi pemasaran ke segmen super. Pemasar harus mengembangkan rencana serangan segmen per segmen. Akhirnya, manager segmen pasar harus bersiap untuk bekerja sama bagi kepentingan kinerja perusahaan secara keseluruhan.⁹

Penentuan segmentasi pasar yang dilakukan oleh *Home Industry Larasati Snack* adalah untuk semua kalangan konsumen, seperti yang dituturkan oleh bapak Ahmad Asfan bahwa.

“segmentasi pasar yang kami pilih adalah semua kalangan konsumen, maksudnya adalah kami menjual kepada agen, atau kepada pembeli secara langsung”¹⁰

Dikarenakan produk yang dijual adalah makanan ringan yang sudah dikenal masyarakat dan digemari setiap kalangan. Adapun strategi yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan antara lain, melakukan promosi baik *face to face* ke pemilik toko, promosi lewat agen dan media cetak. Seperti yang dituturkan bapak Azka

“kami melakukan strategi pemasaran untuk memperluas wilayah dan juga menambah jumlah penjualan dengan cara giat melakukan promosi, harga yang murah tapi produk bersaing. baik promosi secara *face to face* ke pemilik toko, atau promosi lewat agen/menambah agen dan juga promosi melalui media cetak dan juga menggunakan media sosial seperti *facebook*, *Twitter* dll, dengan tujuan agar konsumen tertarik dan mau membeli produk kami”¹¹.

⁹ Wawancara dengan Bapak Ahmad Asfan , Pemilik Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

¹⁰ Wawancara dengan Bapak Ahmad Asfan , Pemilik Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

¹¹ Wawancara dengan Bapak Azka , Marketing Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 8 Mei 2018

Home Industry Larasati Snack berusaha untuk selalu memantau kepuasan setiap pelanggannya dengan cara mengakrabkan diri dengan para konsumen dan setiap proses pengiriman barang yang dilakukan oleh sales atau bagian marketing selalu dikontrol apakah ada keluhan dari para pembeli atau kritik atas kekurangan dari produk-produknya untuk bisa lebih memperbaiki kinerja dan kualitas dari *Home Industry* Larasati Snack, seperti yang dituturkan oleh bapak Azka.

“kami selalu mengontrol kepuasan konsumen dan berusaha mengakrabkan diri dengan cara bertanya kepada sales apakah ada kendala yang dihadapi dan bagaimana kepuasan konsumen”

Dengan keberhasilan yang dicapai, maka muncul ide atau keinginan untuk memperluas pasar. pemimpin mencari cara untuk memperbesar permintaan pasar keseluruhan, mencoba melindungi pangsa pasarnya saat ini, dan barangkali mencoba memperbesar pangsa pasarnya.

Bapak Fatoni Ahmadi selaku manager mengatakan:¹² “dalam memasarkan produknya *Home Industry* Larasati Snack dengan cara sesuai pesanan dan mengirim produk ke age-agen, dan juga melakukan berbagai langkah marketing demi memperluas pasar dan menambah jumlah penjualan.”

Beliau menambahkan “ Produk di *Home Industry* Larasati Snack juga dipasarkan sudah sampai ke pasar-pasar Demak dan luar Demak seperti Jepara, kudus dan sekitarnya.”

Dari data-data di atas melalui wawancara dapat di tarik kesimpulan bahwa strategi yang digunakan oleh pihak manajemen Larasati Snack berfariasi sesuai dengan keadaan, akan tetapi yang lebih ditonjolkan adalah:

- a. Menanamkan 4 sifat yang diajarkan oleh nabi muhammad yaitu, *shiddiq, amanah, tabligh* dan *fathonah*. Baik dalam melakukan manajemen, produksi terutama saat proses penjualan
- b. Tetap menjalankan strategi pemasaran modern selagi tidak bertentangan dengan hukum islam.
- c. Membuat segmentasi pasar, dan sasaran yang dituju adalah semua kalangan, baik kebawah, menengah dan atas (perusahaan besar)

¹² Wawancara dengan Fatoni Ahmadi , Manager Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 8 Mei 2018

d. Menjaga hubungan baik dengan agen-agen dan konsumen serta selalu mengawasi kepuasan konsumen.

Melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook, twitter dan lain sebagainya.

2. Data Tingkat Keberhasilan Strategi Pemasaran *Home Industry* “Larasati Snack” di Desa Tanjungayar Gajah Demak Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan

Tingkat keberhasilan strategi pemasaran yang diterapkan bisa dikatakan berhasil apabila hasil penjualan tahun ini meningkat jika dibandingkan dengan jumlah penjualan tahun lalu. meningkatnya Volume penjualan ini disampaikan bapak Ahmad Asfan dalam wawancara.

“ada peningkatan penjualan dari tahun ketahun, misalnya adanya peningkatan volume penjualan di tahun 2017 dibandingkan dengan tahun-tahun yang lalu”¹³

Hal ini juga disampaikan oleh bapak fatoni ahmadi dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti, beliau menuturkan bahwa:

“ada beberapa hal yang menjadi indikator keberhasilan strategi pemasaran yang kami terapkan, yaitu ditandai dengan meningkatnya volume penjualan dari tahun-tahun yang lalu, banyaknya agen-agen baru dan semakin meluasnya pangsa pasar dan banyaknya permintaan, jika tahu lebih detail terkait berapa angka peningkatan penjualan dari tahun-tahun berikutnya bisa ditanyakan langsung kepada sekretaris”.¹⁴

Menurut bapak Fathoni ada beberapa indikator yang dijadikan acuan dalam menilai keberhasilan strategi pemasaran, antara lain yaitu:

- a. Meningkatnya volume penjualan dari tahun ke tahun
- b. Banyaknya agen-agen baru
- c. Meluasnya pangsa pasar
- d. Banyaknya permintaan

Dalam hal ini marketing juga berperan penting dalam meningkatkan volume penjualan, maka yang paling mengerti tentang keadaan lapangan

¹³ Wawancara dengan AhmadAsfan , pemilik Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 8 Mei 2018

¹⁴ Wawancara dengan Fatoni Ahmadi , Manager Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 8 Mei 2018

bagaimana tingkat perkembangan volume penjualan di lapangan adalah marketing. Hasil wawancara dengan bapak Azka selaku marketing,

“penambahan volume penjualan cukup signifikan, ini dibuktikan dengan makin bertambahnya agen-agen dan juga permintaan yang semakin bertambah”¹⁵

Dalam rangka mempertahankan hasil penjualan yang dicapai bahkan meningkatkannya lagi ke level yang lebih maka ada beberapa strategi yang dijalankan, seperti yang dituturkan oleh bapak Fatoni Ahmadi.

“Untuk upaya meningkatkan hasil penjualan, selain dengan promo-promo *Home Industry* Larasati snack lakukan, *Home Industry* larasati snack selalu menggunakan kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya. Seperti halnya ada seorang konsumen yang datang ke *Home Industry* Larasati snack Pihak Larasati snack selalu berupaya supaya konsumen tidak keluar dari *Home Industry* Larasati snack dengan tangan kosong. Pihak *Home Industry* larasati snack berusaha konsumen tersebut membeli produk yang ada pada *Home Industry* Larasati snack tapi tidak dengan paksaan.”¹⁶

Adapun strategi yang digunakan untuk meningkatkan hasil penjualan Larasaty Snack selain dengan promosi menggunakan media masa dan media sosial pihak manajemen juga degan selalu berusaha menggunakan kesempatan yang ada agar pengunjung yang datang ke lokasi tidak pulang dengan tangan kosong, dalam artian membeli produk tanpa paksaan.

Adapun data terkait dengan peningkatan penjualan produk Larasati Snack disampaikan oleh ibu Naili selaku sekretaris, beliau menuturkan.

“peningkatan terjadi dari tahun ketahun,dari data saya setidaknya kami memproduksi dan menjual produk-produk Larasati Snack ditahun 2014 sekitar 7 ton jagung dan 5 ton pisang, ditahun 2015 sekitar 8,5 Ton jagung dan 6 ton pisang, ditahun 2016 sekitar 10 ton jagung dan 8,5 ton pisang”¹⁷

Dari data yang diperoleh melalui sekretaris perusahaan yaitu ibu Naili sebagai berikut:

¹⁵ Wawancara dengan Bapak Azka , Marketing Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 8 Mei 2018

¹⁶ Wawancara dengan Bapak Fatoni Ahmadi , manajer Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 8 Mei 2018

¹⁷ Wawancara dengan ibu Naili, sekretaris Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

Tabel 4.1
Data Penjualan Marning dan emping jagung

Tahun	Produksi/hr	Penjualan/hr	jumlah/th
2014	30kg/hari	30kg/hari	10,8 ton/th
2015	40kg/hari	40kg/hari	14,4 ton/th
2016	50kg/hari	50kg/hari	18 ton/th

SUMBER : Diambil dari hasil Wawancara dengan ibu Naili, sekretaris Home Industri Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

Tabel 4.2
Data Penjualan Ceriping pisang

Tahun	Produksi/hr	Penjualan/hr	Jumlah/th
2014	25 kg/hari	25kg/hari	9 ton/th
2015	35kg/hari	30kg/hari	12,6 ton/th
2016	40kg/hari	40kg/hari	14,4 ton/th

SUMBER : Diambil dari hasil Wawancara dengan ibu Naili, sekretaris Home Industri Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

NB: pembungkusan berdasarkan pesanan dan target pasar, dapat berubah ukuran setiap hari. Ukuran yang dipakai 25 ons, $\frac{1}{4}$ kg, $\frac{1}{2}$ kg, 1 kg. Produksi bisa berubah jumlah sesuai dengan pesanan dan ramai tidaknya pasar, data diatas berdasarkan angka Rata-rata.

3. Data Strategi pemasaran *Home Industry* “Larasati Snack” di Desa Tanjunganyar Gajah Demak untuk Meningkatkan Hasil Penjualan di Tinjau dari Etika Bisnis Islam

Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasional yang ditetapkan perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih.

Dalam melakukan menjalankan bisnis ini bapak Ahmad Asfan sangatlah berhati hati, beliau selalu mempertimbangkan segala sesuatunya yang bersangkutan dengan hukum islam, seperti yang beliau tuturkan.

“dalam melakukan segala bentuk pekerjaan, khususnya dalam bisnis ini saya selalu berusaha menganalisa terlebih dahulu apakah ini sesuai atau bertentangan dengan hukum islam, jika sesuai maka saya jalankan jika bertentangan maka mari cari jalan lain.”¹⁸

“hal ini saya mempraktikkannya dalam kehidupan sehari-hari saya dan keluarga, saya juga ingin menerapkan dimana saja saya berada.”¹⁹

Dari wawancara bapak Ahmad Asfan sangatlah berhati hati dalam menjalankan bisnisnya, dalam setiap tindakan dilakukan dengan hati hati agar tidak menyimpang dari ajaran Islam, jika ada kesulitan dan butuh penyelesaian yang sekiranya tidak bisa diatasi menggunakan hukum islam maka dicari jalan lain yang resikonya paling sedikit. Bukan hanya dalam berbisnis saja bapak Ahmad Asfan menerapkan Hukum Islam ini, akan tetapi beliau terus berusaha menerapkannya dalam kehidupan sehari hari.

Dalam ekonomi Islam yang dikejar bukanlah hanya harta duniawi saja, akan tetapi ada yang lebih mulia untuk dikejar, yaitu mendapat ridho Allah dan keberkahan dalam hidup. Seperti yang dituturkan oleh bapak Ahmad Asfan, bahwa,

“ dalam hidup bukan hanya harta yang dikejar, tapi ridho Allah dan keberkahan lebih penting”²⁰.

Maka dari itu strategi yang diterapkan oleh bapak Ahmad Asfan ini menggunakan 4 sifat Rasulullah, seperti yang diajarkan, yaitu *Shiddiq, amanah, tabligh, fathonah*. seperti yang dituturkan dalam wawancara.

¹⁸ Wawancara dengan Bapak Ahmad Asfan , Pemilki Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

¹⁹ Wawancara dengan Bapak Ahmad Asfan , Pemilki Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

²⁰ Wawancara dengan Bapak Ahmad Asfan , Pemilki Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

“dalam berdagang dan berbisnis saya tidak menerapkan strategi yang muluk-muluk, saya hanya bermodalkan kejujuran dalam menyampaikan apapun yang berhubungan dengan bisnis, saling percaya hanya itu saja”²¹.

Dari penuturan bapak Ahmad Asfan bahwa strategi yang diterapkannya dalam menjalankan bisnis ini tidaklah muluk-muluk, hanya cukup bermodalkan kejujuran dan saling percaya, dan juga menerapkan 4 sifat yang diajarkan oleh Rasulullah 4 sifat ini yaitu:

- a. Siddiq: jujur
- b. Amanah: dapat dipercaya
- c. Tabligh: menyampaikan
- d. Fathonah: cerdas

Etika bisnis Islam sangatlah luas, akan tetapi hampir sebagian telah dilaksanakan oleh pihak manajemen Larasati Snack baik secara teratur dan terarah maupun spontanitas dan tidak disengaja disamping 4 pilar sifat nabi Muhammad SAW.

“jika ditanya tentang penerapan Etika Bisnis Islam, jujur saja sangat sedikit yang saya tau tentang Etika bisnis Islam, mungkin ya ada beberapa yang saya jalankan sesuai dengan apa yang saya pahami. Di antaranya yaitu:

Pertama kami memastikan komoditi atau bahan baku yang kami jadikan produk adalah benar-benar suci dan halal dengan berbagai proses yang dilakukan.

Kedua kami juga tidak memasukkan atau menambahkan bahan yang berbahaya bagi kesehatan konsumen, karena bahan yang kami gunakan adalah bahan yang sehat dan umum dipakai dalam makanan.

Ketiga kami memberikan takaran yang tepat, kami tidak berani mengurangi jumlah takaran karena itu sangat dilarang dalam Islam.

Keempat, meskipun dalam berbisnis ada yang namanya pesaing produk sejenis akan tetapi kami berusaha selalu menjaga hubungan baik, dalam artian kami saling menjaga nama baik dan tidak saling menjelekan

²¹ Wawancara dengan Bapak Ahmad Asfan, Pemilik Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

satu sama lain dalam rangka menjatuhkan pihak lain, karena yang saya tahu itu sangat dilarang dalam islam.²²

Menurut data wawancara yang dilakukan dengan bapak Ahmad Asfan, saat ditanya mengenai penerapan Etika bisnis Islam ada beberapa hal yang diterapkan meskipun beliau sendiri tidak terlalu paham dengan etika bisnis Islam, diantaranya yaitu:

- a. komoditi atau bahan baku produk adalah benar-benar suci dan halal
- b. memakai bahan yang aman dan tidak membahayakan atau merugikan orang lain
- c. memberikan takaran yang tepat, tidak mengurangi timbangan
- d. tidak menjelek-jelekan pesaing bisnisnya.

Keempat hal di atas dapat dikatakan bahwa etika bisnis telah diterapkan meskipun tidak semuanya bisa diterapkan.

Tidak hanya teliti dalam bidang bisnis, bapak Ahmad Asfan juga memberi perhatian khusus pada masalah agama, contohnya sholat.

“iya mas, saya menekankan pada karyawan saya ketika sudah waktunya sholat maka langsung sholat, dan sebaiknya melakukan sholat jamaah di masjid, bisnis ya bisnis akan tetapi bisnis tidak boleh mengalahkan ibadah apalagi sholat”²³

Dari data di atas diketahui bahwa ibadah merupakan hal yang penting dan tidak boleh terganggu oleh pekerjaan apapun, oleh karena itu pihak manajemen sangat memperhatikannya. Hal ini merupakan salah satu dari ke 17 etika bisnis Islam.

Hal ini juga dilakukan oleh bapak fatoni Ahmadi bahwa beliau tetap menjalankan strategi ekonomi modern atau konvensional selagi tidak bertentangan dengan hukum islam, seperti yang beliau tuturkan.

²² Wawancara dengan Bapak Ahmad Asfan , Pemiliki Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

²³ Wawancara dengan Bapak Ahmad Asfan , Pemiliki Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

“saya tetap mengikuti intruksi dari atasan, akan tetapi saya juga menjalankan strategi ekonomi modern selagi tidak bertentangan dengan hukum Islam”.²⁴

Menurut wawancara dengan bapak Fatoni Ahmad beliau tetap mengikuti intruksi dari atasan dan beliau juga menerapkan startegi ekonomi modern selagi tidak bertentangan dengan hukum islam.

Hal ini diperkuat oleh bapak Azka selaku marketing Larasati Snack, beliau menuturkan.

“saya menjalankan apa yang diperintahkan oleh atasan, saya selalu menjaga hubungan baik dengan agen-agen dan juga konsumen dan menerapkan kejujuran dan kepercayaan agar selalu setia dengan Larasati Snack”.²⁵

Selain beberapa strategi yang ditetapkan oleh bapak Ahmad Asfan dan Fathoni Ahmadi di atas, bapak Azka juga menggunakan strategi yaitu:

- a. menjaga hubungan baik dengan agen-agen dan juga konsumen
- b. menerapkan kejujuran dan kepercayaan agar selalu setia dengan Larasati Snack.

Dalam Etika bisnis Islam yang dicontohkan nabi Muhammad diantaranya yaitu membayar upah atau gaji secepatnya, bahkan dalam hadis dikatakan hendaknya membayar upah/gaji sebelum keringatnya kering. Hal ini juga dilaksanakan oleh pihak Larasati Snack, seperti yang dituturkan oleh bapak Fatoni Ahmad.

“kalau soal gaji disini rutin mas, hampir bisa dikatan hampir tidak pernah telat, meskipun orderan atau pesanan agak sepi dari biasanya. Disini gajiannya mingguan, jadi upah/gaji diberikan setiap hari sabtu sore.”²⁶

Dari data wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam cukup diperhatikan oleh pihak manajemen larasati Snack yaitu:

- a. menerapkan empat sifat Rasulllah yaitu siddiq, amanah, tabligh dan fathonah

²⁴ Wawancara dengan Fatoni Ahmadi , Manager Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 8 Mei 2018

²⁵ Wawancara dengan Bapak Azka , Marketing Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 8 Mei 2018

²⁶ Wawancara dengan Fatoni Ahmadi , Manager Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 8 Mei 2018

- b. komoditi yang digunakan benar-benar suci dan halal
- c. tidak mengurangi takaran
- d. menggunakan bahan yang aman dan tidak berbahaya bagi konsumen
- e. tidak menjelek-jelekan bisnis pesaing
- f. bisnis tidak mengganggu ibadah
- g. memberikan gaji tepat waktu
- h. menjaga hubungan baik dengan konsumen.

C. Pembahasan dan Analisis

1. Analisis Strategi Pemasaran *Home Industry* “Larasati Snack” di Desa Tanjungayar Gajah Demak untuk Meningkatkan Hasil Penjualan

Dari data yang diperoleh peneliti melalui wawancara dan observasi bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh pihak manajemen yaitu menggunakan sistem yang diajarkan dan di praktekkan oleh nabi Muhammad, yaitu *siddiq, amanah, tabligh* dan *fathonah*. Selain 4 sifat yang diterapkan rosulullah, pihak manajemen dan marketing menerapkan strategi pemasaran konvensional yang tetap berlandaskan islam, seperti melakukan segmentasi pasar, dalam hal ini sasarannya adalah dari semua kalangan, baik kalangan atas, menengah dan bawah. dan penerapan strategi marketing mix yang meliputi *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical evidence, Proses*.

Strategi pemasaran merupakan srangkaian kegiatan dan merupakan proses penciptaan, pengomunikasian, penghantaran dan pertukaran yang memberikan nilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat secara luas.²⁷ Sentot Imam Wahjono, *Marketing Strategi Top Brand Indonesia Promosi* ialah komunikasi dengan sejumlah biaya melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non-laba, serta individu-individu.²⁸

Dalam perspektif lain tentang ruang lingkup marketing mix ialah suatu kombinasi yang memberikan hasil maksimal dari unsur-unsur, sebagai

²⁷*Ibid*, hlm. 78

²⁸Sentot Imam Wahjono, *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu , 2010), hlm.143.

berikut; *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical evidence, Proses.*²⁹

Strategi pemasaran dalam Perspektif Etika Bisnis Islam MA. Mannan dalam bukunya ekonomi islam “Teori dan Praktek” menjelaskan bahwa Islam memberikan suatu sintesis dan rencana yang dapat direalisasikan melalui rangsangan dan bimbingan perencanaan tidak lain daripada memanfaatkan karunia Allah secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu, dengan memperlihatkan kebutuhan masyarakat dan nilai kehidupan yang berubah-ubah dalam arti yang luas, perencanaan menyangkut persiapan menyusun rancangan untuk setiap kegiatan ekonomi. Konsep modern tentang perencanaan, yang harus dipahami dalam arti terbatas, diakui dalam islam. Karena perencanaan seperti itu mencakup pemanfaatan sumber yang disediakan oleh Allah SWT dengan sebaik-baiknya untuk kehidupan dan kesenangan manusia.³⁰

Islam menganjurkan umatnya dalam memasarkan atau mempromosikan produk dan menetapkan harga tidak boleh berbohong harus berkata jujur benar. Oleh sebab itu, salah satu karakter berdagang yang terpenting dan diridhoi oleh Allah SWT adalah kebenaran³¹.

Dari data di atas dapat dianalisis bahwa strategi yang diterapkan oleh pihak manajer mencontoh sifat yang diterapkan oleh Rasulullah yaitu sifat kejujuran (Siddiq) dalam hal ini tercermin dari setiap tindakan dalam hal apa saja, baik pada karyawan, agen dan konsumen. Sifat Amanah dicerminkan dengan sikap menyampaikan berbagai informasi dengan apa adanya tidak ada yang disembunyikan. Sifat Tabligh dicerminkan dalam tindakan kepercayaan konsumen merupakan prioritas utama, sedangkan fathonah dicerminkan dalam kesanggupan dan kecerdasan seorang pemimpin dalam menghadapi berbagai permasalahan yang muncul dan menyelesaikannya. Dan hal ini sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Sentot Imam Wahjono

²⁹*Ibid*, hlm. 97

³⁰ Oci Yonita Marhari, *Manajemen Bisnis Modern*, Jakarta: Niaga Swadaya, 2012, hlm. 46.

³¹ Sri Nurhayati, *Akutansi Syari'ah di Indonesian*, (Jakarta : Salemba Empat, 2008), hlm.111.

karena dalam memasarkan produknya menggunakan beberapa strategi diantaranya promosi dan penggunaan marketing mix.

Dengan penerapan 4 pilar ini diharapkan akan terjadi ikatan yang kuat dan terjalin loyalitas pelanggan kepada Larasati Snack. Pihak Larasati Snack juga menerapkan strategi penentuan pasar/segmentasi pasar yang dipilih oleh pihak manajemen Larasati Snack adalah dari semua kalangan, baik kalangan atas, menengah maupun bawah.

Penerapan strategi pemasaran marketing mix , seperti penentuan produk, harga, promosi dsb. Dalam hal promosi pihak Larasati Snack selain menggunakan spanduk dan brosur juga memanfaatkan media sosial seperti Twitter, feacebook, instagram dan lain-lain untuk melakukan promosi.

Pihak Larasati Snack juga selalu berusaha memantau kepuasan konsumen, hal ini dilakukan agar apa yang dirasakan konsumen dan yang diinginkan bisa diakomodir untuk keberlangsungan Larasati Snack.

2. Analisis Tingkat Keberhasilan Strategi Pemasaran *Home Industry* “Larasati Snack” di Desa Tanjunganyar Gajah Demak Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan

Dari data yang diperoleh peneliti melalui wawancara maupun observasi bahwa didapatkan kesimpulan bahwa dengan penggunaan strategi pemasaran yang telah dipaparkan sebelumnya yaitu melalui pengaplikasian empat sifat Rasulullah, promosi dan marketing mix. Keberhasilan penerapan strategi ini ditandai dengan adanya peningkatan penjualan yang signifikan, yaitu hasil penjualan tahun 2017 naik dari pada tahun-tahun sebelumnya.

Menurut J. Winardi dalam bukunya yang berjudul *Entrepreneur* dan *Entrepreneurship* mengemukakan bahwa sejumlah alasan mengapa perusahaan-perusahaan mengikuti konsep pemasaran. Adapun alasan-alasan tersebut sebagai berikut:

- a. Tugas pokok perusahaan oleh karenanya adalah menarik dan mempertahankan para pelanggan.

- b. Para pelanggan tertarik oleh penawaran barang atau jasa yang berkualitas superior mereka tetap tertarik menjadi pelanggan karena unsur kepuasan.
- c. Tugas pemasaran adalah menyajikan penawaran barang dan jasa yang berkualitas superior dan memberikan kepuasan kepada para pelanggan.
- d. Kepuasan pelanggan, dipengaruhi oleh kinerja departemen-departemen lainnya.

Pihak pemasaran perlu mempengaruhi departemen-departemen lain tersebut agar mereka bekerja sama dalam hal menciptakan kepuasan pelanggan.³²

Dari data di atas dapat dianalisis bahwa strategi pemasaran yang ditetapkan oleh pihak manajemen sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh J. Winardi untuk mengikut sertakan konsep pemasaran dalam strategi pemasaran mereka, dan hal ini telah menunjukkan hasil positif, ini ditandai dengan meningkatnya volume penjualan dari tahun ke tahun. Datanya sebagai berikut:

peningkatan terjadi dari tahun ketahun, dari data saya setidaknya kami memproduksi dan menjual produk-produk Larasati Snack ditahun 2014 sekitar 7 ton jagung dan 5 ton pisang, ditahun 2015 sekitar 8,5 Ton jagung dan 6 ton pisang, ditahun 2016 sekitar 10 ton jagung dan 8,5 ton pisang³³

Dari data yang diperoleh melalui sekretaris persahaan yaitu ibu Naili yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.3

Data Penjualan Marning dan Emping Jagung

Tahun	Produksi/hr	Penjualan/hr	jumlah/th
2014	30kg/hari	30kg/hari	10,8 ton/th
2015	40kg/hari	40kg/hari	14,4 ton/th
2016	50kg/hari	50kg/hari	18 ton/th

³² J. Winardi, *Entrepreneur dan Entrepionirship*, Kencana, Jakarta, 2003, hlm. 279-281.

³³ Wawancara dengan ibu Naili, sekretaris Home Industry Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

SUMBER : Diambil dari hasil Wawancara dengan ibu Naili, sekretaris Home Industri Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

Tabel 4.4

Data Penjualan Ceriping pisang

Tahun	Produksi/hr	Penjualan/hr	Jumlah/th
2014	25 kg/hari	25kg/hari	9 ton/th
2015	35kg/hari	30kg/hari	12,6 ton/th
2016	40kg/hari	40kg/hari	14,4 ton/th

SUMBER : Diambil dari hasil Wawancara dengan ibu Naili, sekretaris Home Industri Larasati Snack, dikutip Pada Tanggal 3 Mei 2018

Dari data di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan sudah efektif untuk meningkatkan volume penjualan Larasati Snack.

3. Analisis Strategi pemasaran *Home Industry* “Larasati Snack” di Desa Tanjungnyar Demak untuk Meningkatkan Hasil Penjualan di Tinjau dari Etika Bisnis Islam.

Dari data yang diperoleh oleh peneliti bahwa berbagai macam strategi yang telah diterapkan diantaranya dengan mencontoh empat sifat yang telah diajarkan oleh nabi dan juga tetap menjalankan strategi pemasaran modern selagi tidak bertentangan dengan hukum islam.

Adapun patokan etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pemilik Larasati Snack dan manajemennya yaitu, melakukan segala aktifitas dengan dilandasi sifat kejujuran, kedua komoditi yang di gunakan untuk bahan produksi adalah bersih dan halal yaitu jagung dan pisang, ketiga tidak menjual makanan yang berbahaya bagi orang lain, hal ini telah dipastikan dengan pengawasan dan pemakaian bahan yang aman dan tidak berbahaya. Keempat pihak Larasati Snack selalu menjaga kejujuran, terutama dalam hal timbangan, kelima tidak menjelek-jelekkkan lawan bisnis untuk menjatuhkan lawannya tersebut. Selain itu juga diterapkan wajib sholat berjamaah pada waktu dzuhur dan Ashar.

Etika bisnis Islam adalah kegiatan seorang atau sekelompok orang dalam mencari keuntungan atau profit dengan menggunakan etika Islam yang tujuan utama mencari ridha Allah SWT. Dengan demikian Islam memposisikan bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari ridha Allah SWT. Bisnis Islami tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata hanya mencari keuntungan berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, negara, dan Allah SWT. Etika bisnis islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Quran dan hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.³⁴

Beberapa etika bisnis Islam telah diterapkan oleh pemilik maupun manajemen Lasarati Snack, dan hal ini sesuai yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW, di antaranya ialah:

- a. Bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam hal ini, beliau bersabda: *“Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya”* (H.R. Al-Quzwani). *“Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami”* (H.R. Muslim). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.
- b. Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta’awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis, bukan mencari untung material semata, tetapi didasari

³⁴ Muhammad Djakfar, *Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2012), hlm. 30.

kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.

- c. Tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Dalam sebuah hadis riwayat Bukhari, Nabi bersabda, *“Dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memang terjual, tetapi hasilnya tidak berkah”*. Dalam hadis riwayat Abu Zar, *Rasulullah saw mengancam dengan azab yang pedih bagi orang yang bersumpah palsu dalam bisnis, dan Allah tidak akan memperdulikannya nanti di hari kiamat* (H.R. Muslim). Praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun, harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.
- d. Ramah-tamah. Seorang pelaku bisnis, harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis. Nabi Muhammad SAW mengatakan, *“Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis”* (H.R. Bukhari dan Tarmizi).
- e. Tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut. Sabda Nabi Muhammad, *“Janganlah kalian melakukan bisnis najsyah (seorang pembeli tertentu, berkolusi dengan penjual untuk menaikkan harga, bukan dengan niat untuk membeli, tetapi agar menarik orang lain untuk membeli)*.
- f. Tidak boleh menjelekkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya. Nabi Muhammad Saw bersabda, *“Janganlah seseorang di antara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkan apa yang dijual oleh orang lain”* (H.R. Muttafaq ‘alaih).
- g. Tidak melakukan ihtikar. Ihtikar ialah (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh). Rasulullah melarang keras perilaku bisnis semacam itu.

- h. Takaran, ukuran dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan. Firman Allah: *Celakalah bagi orang yang curang, yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi*” (QS. 83: 112).
- i. Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah. Firman Allah, *“Orang yang tidak dilalaikan oleh bisnis lantaran mengingat Allah, dan dari mendirikan shalat dan membayar zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang hari itu, hati dan penglihatan menjadi goncang”*.
- j. Membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Nabi Muhammad SAW bersabda, *“Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya”*. Hadist ini mengindikasikan bahwa pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja yang dilakukan.
- k. Tidak monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara dan tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. Ini dilarang dalam Islam.
- l. Tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (*mudharat*) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial. Misalnya, larangan melakukan bisnis senjata di saat terjadi *chaos* (kekacauan) politik. Tidak boleh menjual barang halal, seperti anggur kepada produsen minuman keras, karena ia diduga keras, mengolahnya menjadi miras. Semua bentuk bisnis tersebut dilarang Islam karena dapat merusak esensi hubungan sosial yang justru harus dijaga dan diperhatikan secara cermat.

- m. Komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dsb. Nabi Muhammad Saw bersabda, *“Sesungguhnya Allah mengharamkan bisnis miras, bangkai, babi dan “patung-patung”* (H.R. Jabir).
- n. Bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan. Firman Allah, *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan bisnis yang berlaku dengan suka-sama suka di antara kamu”* (QS. 4: 29).
- o. Segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya. Rasulullah memuji seorang muslim yang memiliki perhatian serius dalam pelunasan hutangnya. Sabda Nabi SAW, *“Sebaik-baik kamu, adalah orang yang paling segera membayar hutangnya”* (H.R. Hakim).
- p. Memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar. Sabda Nabi SAW, *“Barang siapa yang menanggungkan orang yang kesulitan membayar hutang atau membebaskannya, Allah akan memberinya naungan di bawah naunganNya pada hari yang tak ada naungan kecuali naungan-Nya”* (H.R. Muslim).
- q. Bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba. Firman Allah, *“Hai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah sisa-sisa riba jika kamu beriman (QS. al-Baqarah:: 278) Pelaku dan pemakan riba dinilai Allah sebagai orang yang kesetanan (QS. 2: 275).* Oleh karena itu Allah dan Rasulnya mengumumkan perang terhadap riba.

Dari data di atas dapat dianalisis bahwa staretegi yang diterapkan oleh pihak manajemen sudah sesuai dengan etika bisnis islam, karena tidak ada unsur merugikan siapapun dan juga strategi yang diterapkan tidak bertentangan dengan hukum-hukum islam dan sesuai dengan contoh dari Rasulullah.