

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Objek Penelitian

#### 1. Sejarah Istana Ayam

Awalnya bapak Pujianto merupakan peternak ayam dan memiliki usaha pematangan juga, usaha tersebut berjalan bertahun-tahun sampai pada akhirnya beliau memiliki inspirasi untuk membuka resto yang berbahan pokok ayam. Istana Ayam berdiri pertama kali di pandak Dawe Kudus. Bapak Pujianto menuturkan bahwa usahanya dulu hanya sampingan. Dari awal namanya sudah Istana Ayam yang berawal dari satu outlet bertempat di ruko kecil berukuran 5x6 meter di daerah Gunung Muria. Didirikan oleh direktur Istana Ayam bapak Pujianto pada tahun 2014, namun perjalanan Bapak pujiono tidak semulus seperti yang terlihat karena awal pertama kali buka beliau mengalami kerugian yang tidak sedikit. Kemudian beliau mengoreksi apa yang kurang dari restonya tersebut. Berkat kegigihan, keuletan dan jiwa bisnis yang dimiliki, beliau memulai lagi dari awal dengan lokasi yang sama akan tetapi hadir dengan aneka pilihan menu-menu baru yang ditawarkan.

Tidak butuh waktu lama kemudian Istana Ayam berkembang pesat. Istana Ayam kemudian membuka cabang di berbagai kecamatan termasuk di kecamatan Gembong. berawal dari pemikiran Bapak Pujiono untuk memberikan pilihan yang berbeda bagi konsumen, beliau memberanikan diri untuk memulai usaha ini hingga beliau benar-benar terjun dan mengelola Istana Ayam supaya lebih berkembang.

Bekerja sama dengan para investor kini Istana Ayam telah memiliki memiliki 21 cabang yang terletak di Jepara 1 outlet, Kudus 4 outlet, Rembang 2 outlet, Pati 13 outlet , Blora 1 outlet.<sup>1</sup>

#### 2. Profil Istana Ayam

Istana Ayam cabang Gembong merupakan salah satu outlet resto yang dimiliki oleh sebuah perusahaan kuliner berbasis syariah bernama PT. Berkah Istana Ayam. Perusahaan ini menggeluti usaha di bidang kuliner siap saji dengan konsep penyajiannya yaitu makanan sehat, berkualitas, halal dengan cita rasa yang khas. Istana Ayam memiliki aneka variasi pilihan menu yang disediakan untuk dinikmati oleh setiap pengunjung.

---

<sup>1</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

Istana Ayam hadir dengan produk unggulan fried chicken, ayam geprek, nasi goreng, chicken steak, pizza, burger dll. Hadirnya Istana Ayam menjadi solusi bagi masyarakat yang ingin makan makanan resto yang enak serta berkualitas dengan harga murah. Menu yang disediakan oleh Istana Ayam memiliki harga antara 10.000-25.000 saja. Di Istana Ayam pengunjung bisa memilih antara daging ayam kampung atau ayam ras sesuai dengan selera masing-masing pengunjung, hal ini menjadi pembeda antara Istana Ayam dengan resto-resto ayam lainnya. Istana Ayam kini memiliki omset perbulan antara 50 hingga 60 juta perbulan.

Istana Ayam juga hadir mengajak pihak yang memiliki kelebihan dana untuk ikut berpartisipasi dalam mengembangkan Istana Ayam, karena Istana Ayam memakai dua sistem pendanaan yaitu dana sendiri dan dana dari investor. Istana Ayam menawarkan bentuk kerja sama kemitraan dengan sistem bagi hasil 35% untuk manajemen dan 65% untuk mitra dari laba yang diperoleh. Investasi berkisar antara 150-200 juta diluar sewa dengan target BEP 24 bulan. Kini Istana Ayam pemilik jargon “uenak dan hemat” ini telah memiliki 21 cabang di area Kudus, Jepara, Blora , Rembang juga Pati dan salah satunya berada di kecamatan Gembong.

**3. Visi Misi Istana Ayam**

Adapun visi misi yang diusung oleh PT. Berkah Istana Ayam adalah menjadi bisnis kerjasama makanan cepat saji yang berkualitas, bergizi dan higienis serta memiliki citra rasa tinggi dengan harga terjangkau di masyarakat dari produk asli dalam negeri dan murni karya anak bangsa Indonesia.<sup>2</sup>

**4. Struktur Organisasi**

**a. Struktur Organisasi PT Berkah Istana Ayam**

Adapun struktur organisasi PT. Berkah Istana Ayam yaitu sebagai berikut :<sup>3</sup>

**Tabel 4.1**

Jabatan	Nama
Pemilik	Bapak Pujianto dan Bapak Syaiful Arifin
Direktur	Bapak Pujianto

<sup>2</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>3</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

Manajer Operasional 1	Catur Adi Setiawan
Manajer Operasional 2	Lidya Alviona
Manajer Operasional 3	Saiful Annas
Manajer Operasional 4	Danang Ramadhan
Admin 1	Ida
Admin 2	Arini

**b. Struktur Organisasi Istana Ayam Cabang Gembong**

Adapun struktur organisasi Istana Ayam Cabang Gembong yaitu sebagai berikut :<sup>4</sup>

**Tabel 4.2**

Jabatan	Nama
Supervisor	Risa Yuliana
Kasir	Rika
Karyawan	Kinah
Karyawan	Yani
Karyawan	Sri Murti
Karyawan	Zaroh
Karyawan	Tri
Karyawan	Atik

**5. Cabang outlet Istana Ayam**

Sampai saat ini, Istana Ayam telah memiliki 20 cabang di empat kabupaten terdiri dari 13 outlet di kabupaten Pati, 4 outlet di kabupaten Kudus, 2 outlet di kabupaten Rembang dan 1 outlet di Jepara:<sup>5</sup>

**a. Kabupaten Pati**

- 1) Kecamatan Gembong  
Beralamat di Bergat, Gembong (Barat Pasar Gembong), Pati, Jawa Tengah
- 2) Kecamatan Kayen  
Beralamat di Alun-alun Kayen depan RSUD, Kayen, Pati Jawa Tengah
- 3) Kecamatan Gabus  
Beralamat di Karanganyar (deretan ruko depan POM bensin Gabus), Gabus, Pati
- 4) Kecamatan Winong  
Beralamat di Jl. Jakenan Winong No.14, Winong, Pati, Jawa Tengah

<sup>4</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>5</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

- 5) Kecamatan Pucakwangi  
Beralamat di Pucakwangi (kompleks ruko depan Bank BRI Pucakwangi) Pati, Jawa Tengah
  - 6) Kecamatan Jakenan  
Beralamat di Sleko, Dukuhmulyo, Jakenan, Pati, Jawa Tengah
  - 7) Kecamatan Juwana  
Beralamat di Kauman, Kawasan Alun-alun Juwana, Pati, Jawa Tengah
  - 8) Kecamatan Batangan  
Beralamat di Kuniran, Batangan, Jawa Tengah
  - 9) Kecamatan Tayu  
Beralamat di Tayu Kulon, Tayu, Pati, Jawa Tengah
  - 10) Kecamatan Trangkil  
Beralamat di Area Perkebunan Kajar, Trangkil, Pati, Jawa Tengah
  - 11) Kecamatan Kajen  
Beralamat di Ngemplak Kidul, Margoyoso, Pati
  - 12) Kecamatan Cluwak  
Krajan, Ngablak, Cluwak, Pati, Jawa Tengah
  - 13) Kecamatan Runting  
Runting, Tambaharjo, Pati, Jawa Tengah
- b. Kabupaten Kudus
- 1) Dawe  
Beralamat di Madu, Cendono, Dawe, Kudus, Jawa Tengah
  - 2) Simpang tujuh  
Jl. Gatot Subroto No.5, Barongan, Kec. Kota Kudus, Kudus, Jawa Tengah
  - 3) Colo  
Beralamat di Pandak, Colo, Dawe, Kudus, Jawa Tengah
  - 4) Besito  
Beralamat di Besito Kulon, Besito Gebog, Kudus, Jawa Tengah
- c. Kabupaten Rembang
- 1) Kecamatan Rembang  
Gg. III, Tawangsari, Leteh, Kec. Rembang, Rembang, Jawa Tengah
  - 2) Kecamatan Sedan  
Beralamat di Krajankaras, Sedan, Rembang

- d. Kabupaten Jepara
    - 1) Kecamatan Nalumsari  
Beralamat di Jl. Nalumsari No.18, Area Sawah, Daren,  
Nalumsari, Jepara
  - e. Kabupaten Blora
    - 1) Kecamatan Todanan  
Beralamat di desa Todanan, Kecamatan Todanan,  
Kabupaten Blora
- 6. Daftar produk dan harga di Istana Ayam**
- a. Fried Chiken
    - 1) Chiken Crispy
      - a) Dada / Paha Atas : Rp. 7.000
      - b) Sayap/ paha bawah : Rp. 9.000
    - 2) Paket Chiken
      - a) Chiken 1  
(Nasi + fried chiken paha bawah/sayap + es teh ) :  
Rp. 12.000
      - b) Chiken 2  
(Nasi + fried chiken paha atas/dada + es teh ) : Rp.  
15.000
  - b. Ayam Geprek
    - 1) Geprek 1  
(Nasi + ayam geprek paha bawah/sayap + es teh ) : Rp.  
14.000
    - 2) Geprek 2  
(Nasi + aya geprek paha atas/dada + es teh ) : Rp. 17.000
  - c. Ayam Goreng
    - 1) Goreng 1  
(Nasi+Ayam Kampung+ sambal lalapan+ es teh): Rp  
24.000
    - 2) Goreng 2  
(Nasi+Ayam daging + sambal lalapan+ es teh ): Rp  
17.000
  - d. Menu favorit
    - 1) Nasi goreng Ayam : Rp. 11.000
    - 2) Jamur crispy : Rp. 7.000
    - 3) Burger : Rp. 12.000
    - 4) Kentang Goreng : Rp. 7.000
    - 5) Chiken stick : Rp. 14.000
    - 6) Nasi Putih : Rp. 4.000

- e. minuman
- 1) es teh/ teh panas : Rp. 3.000
  - 2) es jeruk : Rp. 4.000
  - 3) Jus Jeruk : Rp. 5.000
  - 4) Cappucino : Rp. 5.000
  - 5) Milo : Rp. 6.000
  - 6) Lemon Tea : Rp. 4.000
  - 7) Air mineral : Rp. 3.000

## B. Deskripsi Data Penelitian

### 1. Data Implimentasi Prinsip Etika Bisnis Islam pada PT Berkah Istana Ayam

Berdasarkan hasil observasi, serta wawancara dengan narasumber atau informan, terkait penerapan prinsip etika bisnis Islam yang dijalankan oleh PT Berkah Istana Ayam di dapatkan data penelitian sebagai berikut :

Pengusaha merupakan salah satu profesi yang cukup menjanjikan dengan catatan harus tekun untuk mempelajari usaha yang digelutinya tersebut. Dengan menekuni usaha yang digeluti seseorang akan mendapatkan pengalaman yang banyak serta hasil yang memuaskan. Seorang pengusaha juga harus memiliki visi misi yang dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Selain visi misi seorang pengusaha tentu telah memiliki motivasi tersendiri dalam menjalankan bisnisnya. Seperti pengusaha PT. Berkah Istana Ayam yang memiliki motivasi untuk menjalankan usahanya dengan menerapkan etika bisnis Islam demi kelaancaran usahanya karena dengan adanya etika usaha yang dijalankan akan menjadi berkah.

Hal itu diungkapkan oleh Bapak Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>6</sup>

*“ Bagi saya etika adalah hal yang tidak bisa dipisahkan dalam menjalankan bisnis, jika tidak ada etika saya rasa bisnis akan sulit berkembang bahkan tidak akan mampu bertahan lama. Apalagi saya sebagai orang Islam tentu percaya bahwa semua yang saya lakukan didunia akan dimintai pertanggungjawaban kelak di akhirat. Dengan adanya etika maka bisnis akan menjadi berkah karena tujuan kami memang menjual produk yang*

---

<sup>6</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

*berkah, apalagi menjual makanan halal yang menjadi kebutuhan pokok setiap orang”*

Dalam menjalankan bisnis, seorang pelaku bisnis dilarang untuk menghalalkan segala cara dalam bisnisnya. Oleh karena itu sebagai pengusaha resto yang beroperasi atas dasar prinsip syariah dengan penerapan bisnis yang saling menguntungkan dari semua pihak, PT Berkah Istana Ayam selalu mengedepankan kepuasan dari berbagai pihak. Sehingga menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis sebagai berikut :

a. Kesatuan (Tauhid)

Dalam menjalankan bisnis seseorang tidak diperbolehkan untuk melupakan kekuasaan Allah. Sumber etika Islam berasal dari kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan atau keesaan Allah. Dengan menggabungkan aspek religius dengan aspek ekonomi, akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, kehati-hatian, menimbulkan konsisten dalam diri. Salah satu hal yang tidak bisa dilupakan dalam bekerja adalah kewajiban kita menunaikan sholat.

Hal ini diungkapkan oleh Bapak Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>7</sup>

*“Di sini kami memberikan jam untuk sholat mbak kami menyediakan mushola di setiap outlet, kami juga memberikan waktu bagi karyawan untuk bergantian melaksanakan sholat, dan bagi pengunjung juga bisa memakai fasilitas mushola dan kamar mandi untuk melaksanakan sholat”*

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>8</sup>

*“Iya mbak, kita diberi waktu untuk sholat, setelah terdengar adzan kami akan secara bergantian melaksanakan sholat. Di sini juga disediakan mushola dan mukena untuk melaksanakan sholat lima waktu”*

---

<sup>7</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>8</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

Hal ini juga diungkapkan oleh ibu Kinah salah satu karyawan di Istana Ayam cabang Gembong beliau mengatakan :<sup>9</sup>

*“Betul mbak, disini semua karyawannya beragama Islam jadi setelah adzan terdengar kami akan segera bergiliran melaksanakan sholat”*

Sebagai orang Islam tentu kita harus selalu menyertakan Allah dalam segala tindakan tidak terkecuali saat bekerja mencari nafkah, ini juga dilakukan oleh resto Istana Ayam yang selalu melakukan doa terlebih dahulu sebelum membuka resto.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>10</sup>

*“Dalam menjalankan bisnis saya mewajibkan karyawan setiap membuka resto melakukan doa bersama terlebih dahulu, dengan harapan Allah selalu meridloi setiap usaha yang akan dilakuka. demikian juga untuk mengungkapkan rasa syukur setelah berjualan juga ada prosesi doa juga”*

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>11</sup>

*“Iya mbak, dari awal saya bekerja memang pemimpin kami mewajibkan untuk berdoa sebelum memulai kegiatan produksi dan penjualan dengan harapan pekerjaan kami akan dimudahkan oleh Allah SWT begitupun juga setelah selesai kita diwajibkan untuk berdoa terlebih dahulu sebelum menutup pintu”*

Hal ini juga diungkapkan ibu Kinah salah satu karyawan di Istana Ayam cabang Gembong beliau mengatakan :<sup>12</sup>

*“Benar mbak, jadi saat memulai atau pertama kali membuka pintu pada jam 09:00 pagi kita akan memanjatkan doa bersama kemudian juga saat setelah selesai kegiatan*

---

<sup>9</sup> Kinah, wawancara oleh penulis, 19 Juli, 2021, wawancara 4 kepada karyawan Istana Ayam cabang Gembong

<sup>10</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>11</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>12</sup> Kinah, wawancara oleh penulis, 19 Juli, 2021, wawancara 4 kepada karyawan Istana Ayam cabang Gembong



*menjual kita juga melakukan doa bersama sebelum tutup pintu, kalau saat ini kita tutup pada jam 20:00 karena adanya PPKM kalau dulu kita tutup jam 21:00”*

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Dalam kegiatan ekonomi, Islam menuntut keseimbangan/kesejajaran diantara kepentingan diri sendiri maupun kepentingan orang lain. Seorang pengusaha harus adil dalam memberikan upah karyawan agar terjalin keseimbangan antara pengusaha dan karyawan sebagaimana di PT Berkah Istana Ayam.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>13</sup>

*“Untuk upah karyawan menerimanya setiap satu bulan sekali, tapi kita mempersilahkan ketika ada karyawan yang misalkan ada keperluan mendadak untuk ngebon atau mengambil gaji di muka. Alhamdulillah sejauh ini tidak pernah ada komplen dari karyawan, mereka menerima gaji yang telah ditetapkan perusahaan sesuai dengan perjanjian awal”*

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>14</sup>

*“Upah selalu dibayarkan diawal bulan mbak tiap tanggal 5 kita akan menerima gaji sesuai dengan perjanjian di awal kontrak. Sudah sesuai mbak, dengan gaji sedemikian kerja di dekat rumah menurut saya sudah sesuai dengan jam kerja yang didapatkan, ketika kita lembur misalnya kita juga akan mendapatkan upah lebih dari pada biasanya”*

Untuk menjaga keseimbangan antara penjual dan pembeli Istana Ayam juga menerima komplen dengan lapang dada dari pelanggan .

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>14</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>15</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

*“Pernah, namanya melayani orang yang kadang ada yang kurang, saya pernah mendapatkan laporan bahwa ada yang komplek karena ayam dan sambelnya tidak dipisah tapi sebenarnya itu bukan salah kami, dikarenakan di daftar menu juga sudah ada gambar masing-masing produk yang namanya ayam geprek kan memang sambalnya jadi satu dengan ayam. Kemudian karyawan kami meminta maaf, dan memberitahu bahwa selanjutnya kalau memang sambalnya ingin dipisah pelanggan diharapkan untuk bilang di awal pesanan”*

c. Kehendak Bebas (*free will*)

Manusia berpotensi memiliki anugerah di dalam berkehendak dan memilih diantara bermacam-macam pilihan yang ada, namun kebebasan manusia memiliki batas, karena kebebasan yang tak terbatas hanya dimiliki oleh Allah. Manusia memiliki kehendak bebas yang relatif (nisbi), manusia bisa jatuh pada pilihan yang dianggap “benar”, dan dilain waktu pada pilihan yang “salah”. Oleh karena itu sebagai umat Islam seorang pengusaha harus selalu mendasarkan segala tindakan berdasarkan pilihan yang sesuai dengan syariat Islam agar tidak tersesat dengan kebebasan salah. Sebagaimana kebebasan yang dimiliki oleh PT Berkah Istana Ayam dalam menjalankan sistem kerja samanya memilih dengan prinsip syariah.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>16</sup>

*“Iya mbak dalam menjalankan kerja sama bisnis kami menggunakan prinsip syariah dengan sistem bagi hasil, jadi setiap mitra yang mau bekerja sama harus investasi antara 150-200 juta diluar sewa, jadi nanti tiap bulan investor akan menerima bagi hasil dari keuntungan bersih yang didapatkan. Keuntungan akan dibagi menjadi dua dengan estimasi bagi hasil 35% untuk manajemen dan 65% untuk mitra”*

PT berkah Istana ayam memilih dengan sistem syariah yang diperbolehkan oleh syariat Islam dan agar semua pihak akan saling menguntungkan, baik dari pihak manajemen,

---

<sup>16</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

investor maupun masyarakat sekitar karena terbukanya lapangan pekerjaan.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:

*“Dari awal membuka usaha kami memiliki tujuan untuk menyerap tenaga kerja lebih banyak di sekitar, karena melihat banyak sekali orang yang tidak memiliki pekerjaan. Oleh karena itu, Istana Ayam melebarkan sayap untuk membangun usaha resto ini, karenakan awalnya pemimpin kami memang peternak ayam jadi memiliki sumber bahan baku utama sendiri. Mengenai alasan utama selain sebagai umat Islam menerapkan sistem bagi hasil ini karena sistem bagi hasil merupakan sistem yang diperbolehkan oleh syariat Islam, di lain sisi sistem ini adalah sistem yang saling menguntungkan semua pihak baik pihak manajemen maupun pihak investor. Jadi mungkin misalnya ada orang yang kelebihan dana bisa diinvestasikan di istana ayam agar dikelola menjadi resto dan mendapatkan bagi hasil 65% dari laba bersih setiap bulannya , dengan begitu tujuan untuk membuka lapangan pekerjaan lebih banyak akan tercapai”*

Hal ini juga dikuatkan dengan pernyataan dari Tuting Anggraeni salah satu investor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>17</sup>

*“Dalam kerja sama kedua belah pihak sama-sama mendapatkan untung”*

d. Tanggung Jawab (Fardh)

Semua manusia akan dimintai pertanggung jawaban atas setiap perbuatan yang dilakukan, oleh karena itu kita harus memanfaatkan kehendak bebas kita untuk hal yang baik dan tidak merugikan orang lain. Sebagai seorang penjual memiliki tanggung jawab untuk melayani pembeli agar merasa terpuaskan, namun jika pembeli komplek maka seorang penjual harus bertanggung jawab untuk meminta maaf kepada pelanggan, sebagaimana yang dilakukan oleh karyawan istana ayam.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Tuting Anggraeni, wawancara oleh Dian Puspita Ningrum, *Global Pers Indonesia*, globalpers.id 16 Oktober 2020

*“Ya itu tadi mbak, karyawan saya akan meminta maaf, tergantung kesalahannya kalau komplek seperti sambel yang ingin dipisah seperti itu kami akan meminta maaf, dan berkata untuk kunjungan selanjutnya agar dapat memberikan keterangan diawal memesan. Akan tetapi kalau kesalahan seperti salah menu kami akan segera meminta maaf dan mengganti dengan menu sesuai dengan yang diinginkan pelanggan”*

Sebagaimana pernyataan sebagai konsumen yang pernah komplek kepada karyawan karena minumannya tidak kunjung datang :<sup>19</sup>

*“Pernah waktu itu saya bersama dengan teman memesan bakso dan es teh di Dawe, tetapi sampai makanan kita hampir habis es nya belum juga diantar, mungkin karena waktu itu terlalu ramai atau memang pelayannya lupa ya nggak tau. sedangkan temen saya sudah kepedesan, akhirnya saya ke kasir dan bilang kalau minumannya kok gak datang-datang, kemudian mbak-mbaknya yang ngantar akhirnya meminta maaf”*

e. Kebenaran

Dalam menjual, kebenaran dimaksudkan sebagai sikap dan perilaku yang benar, sebagaimana yang dilakukan oleh pimpinan Istana Ayam yang selalu mengajarkan setiap karyawan untuk melayani dengan baik.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>20</sup>

*“untuk bagian penjualan kami selalu mengajarkan untuk ramah terhadap pelanggan, dan membuat nyaman siapapun pelanggannya kami perlakukan sama dan melayani pelanggan sesuai urutan dan untuk bagian penyembelihan kami mengajarkan untuk selalu menyembelih dengan syariat Islam“*

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>19</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

<sup>20</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

“Ya itu tadi mbak, kita di sini kan mengutamakan kenyamanan, kita di suruh untuk bersikap ramah kepada setiap pengunjung yang datang, melayani dengan senang hati. Kita juga disuruh untuk selalu menjamin kualitas dari setiap produk yang akan kami jual”

Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh Bapak Kusrin salah satu karyawan persiapan bahan baku dan pemotongan Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>22</sup>

“Tentunya ya itu tadi menyembelih dengan cara yang sesuai menggunakan cara yang sesuai dengan Islam, memastikan pisaunya tajam, menghadap kiblat dan membaca basmallah, karena halal haramnya makanan juga tergantung dari prosesnya”

## 2. Data Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Marketing Mix pada PT Berkah Istana Ayam

Dalam bisnis diperlukan adanya strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan dalam sebuah bisnis. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah dengan menerapkan strategi bauran pemasaran atau *marketing mix*. *Marketing mix* merupakan kombinasi dari empat variabel penting dalam konsep pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Empat variabel tersebut biasa disebut dengan 4P yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Bauran pemasaran tersebut harus diterapkan dengan rambu-rambu yang disebut etika dengan tujuan untuk melindungi konsumen, merek dan citra perusahaan. sebagaimana yang dilakukan oleh PT Berkah Istana Ayam.

### a. Produk

#### 1) Produk halal dan thoyib

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh pasar. Allah telah mewajibkan manusia untuk memakan makanan yang halal dan thoyib. Hal ini bukan tanpa sebab karena semua makanan yang halal dan thoyib akan membawa dampak baik terhadap kesehatan, sementara makanan haram hanya akan membawa keburukan bagi tubuh kita. Dalam menjual produk Istana

<sup>21</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>22</sup> Kusrin, wawancara oleh penulis, 05 Juli, 2021, wawancara kepada karyawan persiapan dan Pemotongan Istana Ayam

Ayam menggunakan baku yang halal sehingga menghasilkan prodduk yang halal pula.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>23</sup>

*“Produk yang dijual di Istana Ayam ini semuanya produk halal dan toyyib mbak, kami bahkan selain menyembelih ayam sendiri, kami juga bekerja sama dengan PT. Samaco yaitu PT pemotongan ayam yang sudah bersertifikat halal untuk menyuplai kebutuhan Ayam di tiap outlet”*

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>24</sup>

*“Iya mbak, produk yang kami jual adalah produk yang halal dan toyyib, pemimpin kami memastikan sendiri bahan baku utamanya yaitu ayam karena beliaukan juga peternak ayam jadi beliau memotong sendiri ayamnya karena kebutuhan ayam semua tidak terpenuhi maka pemimpin kami juga bekerja sama dengan PT besar PT Samaco yang sudah terjamin kualitas dan kehalalannya yang di sembelih sesuai dengan ajaran Islam dan sudah mendapatkan sertifikat halal dari MUI. Kami juga memprosesnya dengan cara yang baik membumbuinya dengan rempah-rempah pada umumnya dan tanpa menggunakan bahan berbahaya apapun”*

Hal tersebut juga dipertegas oleh Bapak Ahmad Syaifuddin salah satu konsumen Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>25</sup>

*“Iya mbak sebagai orang Islam ketika kita makan diluar kan hendaknya kita meyakini bahwa makanan itu halal, lagian saya percaya dilihat dari pemiliknya yang notabennnya beragama Islam dan karyawannya yang memakai hijab, dan adanya fasilitas ibadah itu sudah*

---

<sup>23</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>24</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>25</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

*membuat saya yakin kalau memang makanan itu halal. Lagian kan memang ayam dihalalkan untuk dikonsumsi”*

2) Produk memiliki manfaat dan dibutuhkan

Produsen harus mampu menghasilkan produk yang akan bermanfaat dan dibutuhkan oleh masyarakat. Produk yang tidak memberi manfaat hanya akan membuang-buang harta, oleh karena itu dalam etika Islam produk diharuskan memiliki manfaat agar tidak menjadi mubadzir. Seperti halnya produk Istana Ayam yang menjual makanan untuk menjadi salah satu alternatif dalam memenuhi kebutuhan pokok.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>26</sup>

*“Alasan pertama saya menciptakan produk yang terbuat dari ayam adalah karena kan dulu pimpinan saya punya peternakan sendiri, jadi ketersediaan bahan baku sendiri itulah yang membuat saya menciptakan produk tersebut. Kalau mengenai manfaat ya kita tahu sendiri makan adalah kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, sehingga produk kami bisa bermanfaat untuk menjadi salah satu alternatif dalam memenuhi kebutuhan tersebut”*

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>27</sup>

*“Tentu saja mbak, saya rasa produk kami membawa manfaat dan dibutuhkan karena setiap orang membutuhkan makanan untuk bertahan hidup setiap harinya”*

Hal tersebut juga dipertegas oleh Bapak Ahmad Syaifuddin salah satu konsumen Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>28</sup>

*“Iya mbak tentu saja saya butuhkan, kalau saya kan sering kali berada di jalan, jadi saya sering juga makan diluar, namanya makan ya memang kebutuhan*

---

<sup>26</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>27</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>28</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

*yang harus dipenuhi jadi menurut saya produk-produk di Istana Ayam akan sangat bermanfaat bagi orang yang sering berada di luar rumah”*

3) Menepati Timbangan

Timbangan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan kerana Allah sendiri telah memperingatkan bahwa akan celaka bagi orang-orang yang mengurangi timbangan, selain itu mengurangi timbangan pada produk hanya akan membuat usaha kita jauh dari kepercayaan pelanggan, oleh karena itu produsen hendaknya selalu memperhatikan timbangan disetiap produknya. Sebagaimana yang dilakukan oleh Istana Ayam

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>29</sup>

*“Tentu saja mbak secara garis besar ukurannya sama, sayakan memperkerjakan pemotong ayam sudah lama dari jaman saya masih menjadi peternak jadi mereka sudah tahu seberapa ukurannya untuk setiap produknya seperti misalnya untuk fried chicken kita memotong ayam 1kg jadi 8”*

Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh Bapak Kusrin salah satu karyawan persiapan bahan baku dan pemotongan Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>30</sup>

*“Iya mbak tentu setiap potongan selalu sesuai, itu juga pesan dari bos saya untuk memotong sesuai dan sama rata, dulu waktu saya baru kerja dipemotongan dan waktu itu belum ada Istana Ayam saya belajar memotong sekitar 2 bulan baru bisa sama, pas waktu itu ya saya latihan dulu dan belajar dari teman-teman saya yang sudah senior, pas saya udah bener-bener bisa baru saya membantu memotong sesuai dengan takaran, karena kan waktu itu ayamnya masih dijual mentah kadang kan ada pelanggan yang minta sekilo jadi 4, 8,*

---

<sup>29</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>30</sup> Kusrin, wawancara oleh penulis, 05 Juli, 2021, wawancara kepada karyawan persiapan dan Pemotongan Istana Ayam



10 ataupun 12. Kalau sekarang si untuk ukuran fried chickennya sekilo jadi 8 mbak”

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>31</sup>

*“Benar mbak, ayam kan sudah dipotong dari tempat pemotongannya, kita tinggal memasak dan semua potongannya menurut saya sudah sama rata”*

Hal tersebut juga dipertegas oleh Bapak Ahmad Syaifuddin salah satu konsumen Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>32</sup>

*“Iya mbak menurut saya takaran produknya sama, saya pernah memesan beberapa fried chicken untuk saya bawa pulang ukurannya semua sama”*

- 4) Produk dapat memuaskan pelanggan dan berbuat kebajikan

Islam mengajarkan agar manusia dapat berbuat kebaikan pada manusia yang lain dalam bentuk saling tolong menolong dan melayani dengan baik agar pembeli merasa senang dan terpuaskan. Sebagaimana produk yang dijual oleh Istana Ayam yang dapat memuaskan pelanggan.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>33</sup>

*“Alhamdulillah mbak, sejauh ini kami mendapat banyak review yang baik dari pelanggan, banyak yang berkomentar baik tentang resto kami di jaringan sosial”*

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>34</sup>

*“Sejauh ini si saya melihat demikian mbak, semua pelanggan antusias dengan produk yang kami tawarkan dan banyak yang berlangganan”*

---

<sup>31</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>32</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

<sup>33</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>34</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

Hal tersebut juga dipertegas oleh Bapak Ahmad Syaifuddin salah satu konsumen Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>35</sup>

*“Benar mbak saya puas dengan produk di Istana Ayam, selain makanannya enak, pelayanannya juga ramah”*

b. Harga

1) Diukur dengan daya kemampuan beli masyarakat

Penentuan harga harus diperhitungkan dengan tepat. Dimana produk akan dipasarkan dan siapa pembelinya. Menetapkan harga yang tinggi akan menghasilkan eksploitasi atas kebutuhan masyarakat, di lain sisi jika penjual menetapkan harga yang tinggi dan tidak sesuai dengan taraf hidup masyarakat maka hasil penjualan tidak akan sesuai dengan ekspektasi. Sebagaimana dilakukan oleh Istana Ayam yang menetapkan harga sesuai dengan kemampuan beli masyarakat.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>36</sup>

*“Tentu saja mbak kami menentukan harga berdasarkan daya kemampuan beli masyarakat dan menstandarkan harga dengan kebutuhan anak sekolah yang notabennya suka jajan. Harganya standar sekitar 10.000 sampai 25.000, tetapi kami tetap mengutamakan untuk kualitas rasa, pelayanan dan kenyamanan tempat. Karena kalau harganya kemahalan juga kasihan yang beli, di sisi lain juga akan berdampak buruk pada usaha saya, bisa-bisa usaha saya tidak berkelanjutan”*

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>37</sup>

*“Menurut saya sebagai orang sekitar sendiri si sudah sesuai mbak, kalau dibandingkan dengan warung-warung sekitarnya sudah setara harganya”*

---

<sup>35</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

<sup>36</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>37</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

Hal tersebut juga dipertegas oleh Bapak Ahmad Syaifuddin salah satu konsumen Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>38</sup>

*Menurut saya sudah sesuai dengan daya kemampuan beli masyarakat mbak, di Istana Ayam meskipun makanannya dibuat ala restoran tapi harganya tetap ramah dikantong*

- 2) Harga tidak merugikan dan dapat memuaskan konsumen  
 Penentuan harga yang tepat akan dapat memuaskan konsumen. Harga yang ditetapkan juga harus sesuai dengan kualitas dan kuantitas produk sehingga akan menghindarkan diri dari perbuatan yang dapat merugikan konsumen. Sebagaimana yang dilakukan oleh Istana Ayam.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>39</sup>

*“Alhamdulillah mbak, sejauh ini pelanggan tidak pernah keberatan dengan harga yang kami tawarkan, dari awal kami kan memiliki jargon ueenaak dan hemat itu sudah dibuktikan pelanggan sendiri ketika berkunjung”*

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>40</sup>

*“Alhamdulillah mbak, kami sering mendapat respon baik dari pelanggan, karena dikecamatan ada resto yang nyaman dan relatif murah sehingga dari itu saya yakin bahwa harga yang telah saya tetapkan tidak merugikan dan bahkan dapat memuaskan pelanggan.”*

Hal tersebut juga dipertegas oleh Bapak Ahmad Syaifuddin salah satu konsumen Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>41</sup>

---

<sup>38</sup>Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

<sup>39</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>40</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>41</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

*“Saya rasa harga tersebut dapat memuaskan pelanggan mbak selain harganya terjangkau lokasinya yang dekat tanpa perlu ke kota untuk bisa menikmati makanan ala resto”*

- 3) Harga dibebani biaya produksi serta kewajiban dan margin perusahaan

Penentuan harga harus diperhitungkan dengan benar agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Perusahaan harus menetapkan harga dengan mempertimbangkan biaya produksi sertakewajiban dan kelayakan margin yang akan diperoleh perusahaan. Perhitungan margin yang tepat akan membuat perusahaan mendapatkan laba sesuai yang diharapkan. Sebagaimana yang telah dilakukan oleh Istana Ayam.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>42</sup>

*“Tentu saja mbak harga yang kami bebaskan sudah menutup semua biaya produksi, dan margin yang layak karena keuntungan yang kita dapat juga akan dibagi hasil kepada investor sesuai dengan jumlah keuntungan bersih yang di dapat setiap bulan dan presentase di awal perjanjian”*

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>43</sup>

*“Kalau di Istana Ayam Cabang Gembong selama beroperasi Alhamdulillah setiap bulannya belum pernah merugi mbak, harga yang diberikan selalu menutup beban produksi dan kewajiban, selain itu perusahaan juga selalu mendapatkan keuntungan meski sering naik turun tapi keuntungan tiap bulan selalu ada”*

c. Lokasi

- 1) Kemudahan mendapatkan produk yang dibutuhkan dan pelayanan yang cepat

Lokasi merupakan hal yang harus dipertimbangkan secara matang oleh seorang pengusaha. Lokasi yang

---

<sup>42</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>43</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

strategis akan membuat penjualan lebih tinggi dari pada lokasi yang tidak strategis. Dalam Islam kemudahan juga harus dipertimbangkan agar konsumen dapat dengan mudah menjangkau produk yang dibutuhkan sehingga pembeli akan lebih cepat mendapatkan pelayanan. Sebagaimana yang dilakukan di Istana Ayam.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>44</sup>

*“Kami selalu mempertimbangkan untuk memilih lokasi yang ramai dan strategis. Rata-rata outlet kami letakkan di pusat kecamatan agar masyarakat lebih mudah untuk menjangkau resto dan memang target kami adalah kecamatan. Saya berharap masyarakat daerah bisa menikmati makanan yang enak, berkualitas dan sehat dengan harga terjangkau di tempat yang nyaman dan bersih tanpa perlu jauh-jauh pergi ke restoran di kota.”*

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>45</sup>

*“Menurut saya si begitu mbak, karena kan lokasi kita terletak di tempat yang strategis jadi mudah dijangkau oleh semua orang”  
Saya rasa begitu mbak, Istana Ayam ini kan bukan hanya ada di pusat kota tetapi juga pusat- pusat jalan ramai seperti di Gembong ini.*

Hal tersebut juga dipertegas oleh Bapak Ahmad Syaifuddin salah satu konsumen Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>46</sup>

*“Saya rasa begitu mbak, Istana Ayam ini kan bukan hanya ada di pusat kota tetapi juga pusat- pusat jalan ramai seperti di Gembong ini”*

2) Kondisi barang baik dan tidak menipu

Barang yang dikirim ditempat penjualan harus dilakukan dengan baik dan benar hal ini dimaksudkan

---

<sup>44</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>45</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>46</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

agar pembeli dapat menerima produk dalam kondisi yang baik dan aman. Telah kita ketahui bahwa haram hukumnya melakukan penipuan dalam akad jual beli, yang mengakibatkan perniagaan tersebut menjadi haram sehingga dapat menghilangkan keberkahan. Sebagaimana yang dilakukan oleh Istana Ayam.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>47</sup>

*“Kami selalu menyembelih ayam sebagai bahan baku utamanya dini hari sebelum proses produksi dan penjualan, karena kami kan sebagian menyembelih sendiri dan sebagian kami dapatkan dari PT Samako untuk menyuplai di setiap outlet. Jadi kami pastikan bahan baku yang kami gunakan adalah bahan baku yang baik dan segar”*

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>48</sup>

*“Iya mbak sejauh ini selama saya bekerja di sini saya selalu mendapatkan bahan baku yang bagus dan segar”*

Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan bapak Kusrin selaku karyawan penyembelihan dalam wawancara beliau mengatakan :<sup>49</sup>

*”Kalau untuk menyiapkan bahan baku seperti ayam itu setiap dini hari mbak, seperti saya ini kan berangkatnya kerja jam 12 malam ke kandang, lha di situ sayang langsung bekerja untuk menyembelih ayam guna produksi hari itu juga. Ayam yang sudah diptonng kemudian dibumbui dengan rempak-rempah lalu dimasukan ke frizer untuk kemudian di distribusikan di tiap outlet pagi harinya”*

Hal tersebut juga dipertegas oleh Bapak Ahmad Syaifuddin salah satu konsumen Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :

---

<sup>47</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>48</sup>Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>49</sup> Kusrin, wawancara oleh penulis, 05 Juli, 2021, wawancara kepada karyawan persiapan dan Pematangan Istana Ayam

*“Iya mbak, selama ini ketika saya membeli saya selalu mendapatkan barang yang baik dan dikemas dengan baik juga”*

d. Promosi

1) Tidak melakukan promosi dengan cara yang bathil

Berpromosi dengan cara yang bathil merupakan unsur dari penipuan. Sebagai pemasar tidak boleh mengelabui konsumen dan menyamarkan kondisi barang nyata dengan mengatakan bahwa dagangannya baik padahal membuat kecewa. Sebaliknya, pemasar harus mengungkapkan kondisi nyata dari produk yang dijualnya. Sebagaimana yang dilakukan oleh Istana Ayam.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>50</sup>

*“Kalau mengenai promosi kami menggunakan media online dan offline mbak. Promosi offline dengan cara kita menyediakan tempat yang nyaman dan kami mengambil foto makanan untuk di jadikan daftar menu. Promosi online kita lakukan di media sosial seperti instagram, facebook dan blog di web, tidak jarang juga pelanggan berfoto di resto kami kemudian mengunggah ke media sosialnya, selain itu kami juga kadang-kadang diwawancara oleh pihak pembuat berita online yang juga berdampak terhadap citra baik pada resto kami.”*

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>51</sup>

*“Kalau promosi itu adalah tugas dari manajemen mbak, tapi kalau saya biasanya ikut mempromosikan dengan cara mengajak teman teman saya untuk membeli produk di Istana Ayam”*

2) Tidak memaksa

Dalam melakukan pemasaran sebaiknya seorang pemasar mendekati diri kepada khalayak tanpa memaksa. Pemasaran yang dilakukan dengan paksaan hanya akan merugikan karena berpengaruh terhadap citra

---

<sup>50</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>51</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

perusahaan itu sendiri . Tindakan memaksa tidak diperbolehkan dalam Islam, pelanggan berhak memilih dan tertarik kepada produk yang dikehendaknya. Sebagaimana yang dilakukan oleh Istana Ayam.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>52</sup>

*“Iya mbak ada banyak menu yang dapat di pilih menyesuaikan dengan keinginan pelanggan. Setiap ada pelanggan datang bisa langsung melihat daftar menu di kasir dan meesannya sesuai selera. Biasanya kalau anak sekolah lebih suka menu seperti ayam geprek yang terbuat dari ayam pedaging, berbeda dengan orang dewasa yang lebih suka memilih ayam goreng kampung. Kami menyediakan banyak menu, yang membedakan resto kami dengan kebanyakan resto lainnya adalah pelanggan bisa memilih sendiri sesuai selera mau ayam pedaging maupun ayam kampung.”*

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>53</sup>

*“Tentu saja mbak, kami hanya menyodorkan daftar menu dan menyuruh pelanggan untuk memilih menu yang diinginkannya sendiri, kemudian kami akan mempersiapkan menu yang diinginkan oleh pembeli itu. Kami tidak pernah memaksa seseorang untuk memilih produk tertentu karena kan sama-sama beli ya mbak, selagi menu yang dipilih masih tersedia maka kami akan memberikan menu yang diinginkan akan tetapi kalau menu yang dipesan mungkin habis kami akan merekomendasikan menu yang masih ada, tapi kami tidak pernah memaksa, kalau memang pelanggan tidak berkenan ya gapapa gak jadi beli”*

Hal tersebut juga dipertegas oleh Bapak Ahmad Syaifuddin salah satu konsumen Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>53</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>54</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong



*“Iya mbak saya dipersilahkan memilih menu sendiri sesuai yang saya mau”*

3) Berkata benar dan menepati janji

Memberi informasi dengan benar terhadap barang yang dipasarkan tidak akan membuat konsumen kecewa saat sudah memutuskan pembelian. Dalam melakukan promosi diwajibkan untuk berkata yang benar dari sisi kualitas maupun yang lainnya. Seperti halnya ketika diadakan suatu promo untuk menarik pelanggan, seorang penjual harus senantiasa berkata benar dan menepati janji. Sebagaimana yang dilakukan oleh Istana Ayam.

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>55</sup>

*“Kami sering mengadakan promo seperti itu mbak, bahkan setiap hari juga kami menyediakan paket hemat dan takaran sesuai dengan takaran biasanya”*

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :<sup>56</sup>

*“Sering mbak ada promo seperti itu, tapi kami selalu menepati setiap takaran seperti biasanya, kalau dikurangi kan kasihan sama yang beli, lagian dari pihak manajemen juga selalu mengingatkan kami untuk selalu memenuhi setiap takaran agar pelanggan dapat terpuaskan”*

**3. Data Keberhasilan Bisnis Istana Ayam**

Keberhasilan merupakan hal yang sangat ingin diwujudkan oleh seorang pengusaha ketika menjalankan bisnis. Visi yang jelas, kemauan dan keberanian menghadapi resiko adalah modal utama yang harus di miliki pengusaha.. Suatu usaha akan dikatakan berhasil ketika usaha tersebut telah mengalami peningkatan baik dilihat dari penambahan modal, penambahan pendapatan, penambahan tenaga kerja atau yang lainnya.

Sebagaimana Istana Ayam yang ingin mewujudkan usaha berskala nasional. Mengutip dari global.pers bapak Pujianto

---

<sup>55</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>56</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

selaku direktur Istana Ayam ketika membuka cabang di Cluwak Pati mengatakan :<sup>57</sup>

*“Selain ingin menyediakan asupan protein berharga murah bagi masyarakat, kami ingin mewujudkan mimpi kami yaitu menjadikan Istana Ayam usaha berskala nasional dan bahkan global”*

Adapun perkembangan jumlah outlet Istana Ayam dari tahun ke tahun adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

Tahun	Cabang yang berdiri
2014	Colo
2016	Dawe
2017	Simpang Tujuh, Besito,
2018	Gembong
2019	Kayen, Gabus, Winong, Pucakwangi, Jakenan, Tayu, Margoyoso, Rembang, Nalumsari
2020	Juwana, Batangan, Trangkil, Cluwak, Runting, Sedan Rembang
2021	Todanan Blora
Total	<b>21 outlet</b>

Adapun data yang didapat penulis berkaitan dengan keberhasilan usaha Istana Ayam Adalah sebagai berikut :

1. Modal

Menurut teori ekonomi mikro modal merupakan salah satu faktor produksi. Saat memulai bisnis maupun mengembangkan bisnis, modal merupakan faktor yang sangat penting. Modal bisa didapatkan dari kantong sendiri maupun orang lain. Kebutuhan jumlah modal tergantung dengan jenis usaha dan skala usaha yang akan dilakukan.

Dalam hal modal, Istana Ayam memakai dua sistem pendanaan yaitu dana sendiri dan dana dari investor.

<sup>57</sup> Pujiyanto, wawancara oleh Dian Puspita Ningrum, *Global Pers Indonesia*, globalpers.id 16 Oktober 2020

Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>58</sup>

*“Dalam hal modal, Istana Ayam memakai dua sistem pendanaan yaitu dana sendiri dan dana dari investor. Istana Ayam menawarkan bentuk kerja sama kemitraan dengan sistem bagi hasil 35% untuk manajemen dan 65% untuk mitra dari laba yang diperoleh. Investasi berkisar antara 150-200 juta diluar sewa dengan target BEP 24 bulan. Hingga kini Istana Ayam telah memiliki 5 investor. Kini Istana Ayam pemilik jargon “uenak dan hemat” ini telah memiliki 20 cabang di area Kudus, Pati, Jepara juga Rembang dan salah satunya berada di kecamatan Gembong.”*<sup>59</sup>

## 2. Pendapatan

Melihat perkembangan usaha yang dimiliki oleh Istana Ayam yang kini telah mencapai peningkatan jumlah outlet hingga diangka 21 cabang maka sudah dapat dipastikan jika pendapatan yang diperolehpun telah mengalami peningkatan secara keseluruhan, demikian juga di Istana Ayam Cabang Gembong yang memiliki omset sekitar 50.000.000-60.000.000 perbulan.

Sebagaimana wawancara dengan mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>60</sup>

*“Kalau di Istana Ayam Cabang Gembong selama beroperasi Alhamdulillah setiap bulannya belum pernah merugi mbak, harga yang diberikan selalu menutup beban produksi dan kewajiban, selain itu perusahaan juga selalu mendapatkan keuntungan meski sering naik turun tapi keuntungan tiap bulan selalu ada”*

## 3. Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan tingkat penjualan yang didapatkan perusahaan dalam periode waktu tertentu. melihat jumlah outlet yang bertambah juga mencerminkan peningkatan volume penjualan produk di Istana Ayam.

---

<sup>58</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>59</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>60</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

Demikian juga Istana Ayam cabang Gembong berdasarkan observasi penulis banyak pelanggan berdatangan dan banyak yang berlangganan.

Hal ini juga dikatakan oleh mbak Risa Yuliana selaku supervisor Istana Ayam dalam wawancara saat penulis menanyakan tentang produk apakah dapat memuaskan pelanggan, beliau mengatakan bahwa:<sup>61</sup>

*“Sejauh ini si saya melihat demikian mbak, semua pelanggan antusias dengan produk yang kami tawarkan dan banyak yang berlangganan”*

#### 4. Output Produksi

Output produksi merupakan keluaran atau hasil dari suatu proses produksi yang dilakukan. Output tersebut kemudian akan dijual dan mendapatkan laba. Semakin banyak output produksi yang dihasilkan maka akan semakin banyak pula pendapatan dari penjualan barang dari hasil produksi tersebut. Output produksi Istana Ayam juga secara signifikan akan meningkat seiring dengan bertambahnya outlet Istana Ayam.

#### 5. Tenaga Kerja

Suatu usaha akan mengalami perkembangan bila didukung dengan tenaga kerja yang mumpuni. Karyawan yang solid dan mumpuni akan memiliki kemampuan untuk bekerja tim. Karyawan yang mumpuni, dia akan loyal dan optimal dalam melayani pelanggan dengan baik, sehingga pelanggan akan puas dengan pelayanan yang ada.

Salah satu cita-cita dari Istana Ayam adalah untuk membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Hal itu diungkapkan oleh Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:<sup>62</sup>

*“Dari awal membuka usaha kami memiliki tujuan untuk menyerap tenaga kerja lebih banyak di sekitar, karena kami melihat banyak sekali orang yang tidak memiliki pekerjaan. Oleh karena itu, pemimpin kami melebarkan sayap untuk membangun usaha resto ini, karena kan awalnya memang peternak ayam jadi ia memiliki sumber bahan baku utama sendiri”*

---

<sup>61</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>62</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

Berdasarkan data yang diperoleh, sampai kini Istana Ayam cabang Gembong memiliki 9 karyawan.<sup>63</sup> Jika ditotal semua cabang maka PT Berkah Istana Ayam memiliki karyawan sekitar 180 karyawan.

### C. Analisis Data Penelitian

#### 1. Analisis Implementasi Prinsip Etika Bisnis Islam di Istana Ayam Cabang Gembong

Secara garis besar jika dilihat penulis dari gambarannya Istana Ayam telah memperhatikan etika bisnis Islam dalam melakukan aktifitas bisnisnya. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Bapak Catur Adi Setiawan selaku manajer Istana Ayam bahwa baginya etika adalah hal yang tidak bisa dipisahkan dalam menjalankan bisnis, jika tidak ada etika beliau merasa bisnis akan sulit berkembang bahkan tidak akan mampu bertahan lama. Apalagi beliau sebagai orang Islam yang percaya bahwa semua tindakannya didunia akan dimintai pertanggungjawaban kelak di akhirat, sehingga dengan adanya etika maka bisnis akan menjadi berkah karena tujuannya memang menjual produk yang berkah, apalagi menjual makanan halal yang menjadi kebutuhan pokok setiap orang.

Iwan Aprianto berpendapat bahwa bisnis merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk mencari rizki, namun dalam penerapan bisnis Islam hendaklah manusia menjalankan tanpa meninggalkan etika. Dalam menjalankan bisnis, etika merupakan sebuah konsep bidang ilmu yang seringkali dilupakan oleh pelaku bisnis itu sendiri. Karena banyak pelaku bisnis yang tidak mewujudkan nilai moral pada saat menjalankan bisnis.<sup>64</sup> Penjelasan dari Irham Fahmi terkait etika yaitu, bahwa etika bisnis merupakan suatu bidang ekonomi yang banyak dilupakan orang, padahal melalui etika bisnis inilah seseorang dapat memahami suatu bisnis persaingan yang sulit sekalipun, bagaimana bersikap manis, menjaga sopan santun, berpakaian baik hingga bertutur kata. Itu artinya, etika bisnis merupakan sebuah aturan dalam menjalankan bisnis, mulai dari bersikap manis sampai bertutur kata dalam melayani konsumen. Hal ini seharusnya menjadi perhatian khusus bagi seorang pelaku

---

<sup>63</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>64</sup> Iwan Aprianto dkk, *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), 4

bisnis.<sup>65</sup> Muhammad Djakfar berpendapat bahwa dalam Islam, bisnis dipahami sebagai serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang atau jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (terdapat aturan halal dan haram).<sup>66</sup> Sebagaimana pendapat M. Suyanto bahwa etika bisnis syariah yaitu bisnis yang berlandaskan ian kepada Allah dan Rosulnya, menghindari yang dilarang oleh Allah dan Rasulnya.<sup>67</sup> Hal ini senada dengan pendapat A. Riawan bahwa Etika Bisnis Islam adalah sebagai pedoman yang digunakan umat Islam yang berlandaskan Al-qur'an dan Hadist untuk berperilaku dalam segala aspek kehidupan termasuk bisnis.<sup>68</sup>

Menurut analisa penulis, mengenai hukum dalam menjalankan bisnis Islam, yang mana dianjurkan untuk mencari rezeki dengan menekankan aspek kehalalannya, baik dalam sisi perolehannya maupun pendayagunaannya. Maka Istana Ayam Cabang Gembong menggunakan etika bisnis Islam dalam usahanya bukan hanya semata-mata untuk mendapatkan keuntungan saja tetapi juga sangat memperhatikan aturan-aturan yang terdapat dalam agama Islam. Aturan-aturan Islam yang diterapkan dalam bisnis menjadi landasan yang kokoh untuk membentuk suatu bisnis yang bukan hanya mengedepankan kualitas produknya saja, namun juga mengetahui apakah sistem usaha yang digunakan benar atau salah.

Seorang pebisnis dalam menjalankan usahanya selalu mempunyai prinsip yang harus dipegang dan dijalankan baik untuk dirinya sendiri ataupun diterapkan pada karyawan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, etika bisnis yang dijalankan oleh Istana Ayam Cabang Gembong sudah terorganisasi dengan baik. Hal ini terlihat dari cara perusahaan dalam berbisnis dengan menerapkan etika bisnis Islam yang sesuai perintah ajaran Islam saat menjalankan aktifitasnya yaitu :

a. Kesatuan (Tauhid)

Kepercayaan total dan murni terhadap keesaan Allah merupakan sumber utama etika Islam. Berdasarkan data

---

<sup>65</sup> Iwan dkk, *Etika dan Konsep*, 6

<sup>66</sup> Muhammad, *Etika*, 133

<sup>67</sup> M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy dan Athics* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 183

<sup>68</sup> A. Riawan Amin, *Menggagas Manajemen Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, , 2010), 9

wawancara bapak Catur Adi Setiawan bahwa dalam menjalankan bisnis Istana Ayam memberikan waktu untuk karyawannya menjalankan sholat secara bergantian setiap kali telah waktunya masuk jam sholat.<sup>69</sup> Hal ini juga dipertegas dengan data wawancara mbak Risa selaku supervisor di Istana Ayam Gembong bahwa setiap kali masuk jam sholat setelah terdengar adzan mereka akan secara bergantian melaksanakan sholat.<sup>70</sup> Hal ini juga terbukti dari pernyataan mbak Kinah selaku karyawan yang mengatakan bahwa karyawan diberikan jam untuk melaksanakan sholat lima waktu. Sebagai orang Islam tentu kita harus selalu menyertakan Allah dalam segala tindakan tidak terkecuali saat bekerja mencari nafkah, ini juga dilakukan oleh resto Istana Ayam yang selalu melakukan doa terlebih dahulu sebelum membuka resto. Berdasarkan data wawancara bapak Catur Adi Setiawan bahwa dalam menjalankan bisnis Istana Ayam mewajibkan karyawan setiap membuka resto melakukan doa bersama terlebih dahulu, dengan harapan Allah selalu meridloi setiap usaha yang akan dilakukan.<sup>71</sup> demikian juga untuk mengungkapkan rasa syukur setelah berjualan juga ada prosesi doa juga. Hal ini juga dipertegas oleh pernyataan mbak Risa Yuliana yang dari awal ia bekerja memang pemimpinya mewajibkan untuk berdoa sebelum memulai kegiatan produksi dan penjualan begitupun juga setelah selesai kita diwajibkan untuk berdoa terlebih dahulu sebelum menutup pintu.<sup>72</sup>

Hal ini sesuai dengan pendapat Muhammad Djakfar bahwa ketundukan manusia terhadap Allah akan membantu seseorang untuk merealisasikan potensinya. penggabungan aspek religius dan aspek ekonomi akan membuat manusia mendapat suatu keutuhan yang selaras. Dengan motivasi perasaan tauhid kepada Allah maka seseorang akan mudah menghindari penyimpangan dari segala ketentuan-Nya.<sup>73</sup> hal

---

<sup>69</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>70</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>71</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>72</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>73</sup> Muhammad, *Etika*, 22-23

ini juga selaras dengan pendapat Iksan Bayanullah bahwa seorang muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah, dalam keadaan apapun, meski dalam keadaan sibuk sekalipun, umat Islam harus sadar terhadap prioritas yang telah ditentukan oleh Allah.<sup>74</sup> Jubaedi berpendapat Prinsip Tauhid adalah fundamen ajaran Islam. Prinsip ini mengatakan kegiatan bisnis yang dilakukan karena ketundukan kepada Allah serta motivasi ibadah kepadanya.<sup>75</sup>

Menurut analisa penulis, tauhid merupakan kepercayaan diri terhadap keesaan Allah yang harus selalu di tanamkan dalam diri manusia tak terkecuali dalam kegiatan bisnis. Dengan kepercayaan diri yang penuh terhadap Allah akan membuat manusia merasa tenang dan damai disetiap keadaan. Maka dari itu, setiap pelaku usaha harus menyertakan Allah dalam keadaan apapun agar selalu terhindarkan dari perbuatan yang menyimpang.

Dalam menjalankan bisnis Istana Ayam Cabang Gembong telah menerapkan prinsip etika bisnis tauhid pada sistem penjualan. Hal ini dapat dilihat dari jam sholat yang diberikan kepada karyawan saat waktu sholat telah tiba. Selain itu Istana Ayam juga mewajibkan kepada karyawan untuk selalu melakukan do'a bersama saat sebelum dan sesudah berjualan.

b. Keseimbangan

Salah satu bagian dari tauhid yang mempercayai Dzat Yang Maha Esa adalah ketundukan terhadap prinsip keseimbangan. Berdasarkan wawancara dalam menjalankan bisnis Istana Ayam menerapkan keseimbangan atau kesejajaran antara pimpinan dan karyawannya, juga antara penjual dan pembeli. Hal ini diungkapkan oleh bapak Catur Adi Setiawan selaku manajer bahwa dalam hal upah karyawan menerimanya setiap satu bulan sekali, di tiap awal bulan dan sejauh ini tidak pernah ada komplek dari karyawam, mereka menerima gaji yang telah ditetapkan

---

<sup>74</sup> Iksan Bayanullah, *Marketing Syariah*, 182

<sup>75</sup> Jubaedi dkk, "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor), *Jurnal Ekonomi Islam* (2018), 9, no. 2, (2018) diakses pada 6m April 2022, <http://yudharta.ac.id>



perusahaan sesuai dengan perjanjian awal.<sup>76</sup> Hal ini juga dipertegas dengan data wawancara mbak Risa yang mana beliau sebagai supervisor mengatakan jika upahnya selalu dibayarkan diawal bulan tiap tanggal 5 sesuai dengan perjanjian di awal kontrak. Dan menurutnya upah yang diterima juga sesuai dengan jam kerja yang telah dilakukannya, karena ketika ia lemburpun akan mendapatkan tambahan sesuai dengan jam kerja yang dilakukannya. Selain itu untuk menjaga keseimbangan antara penjual dan pembeli Istana Ayam juga menerima setiap komplek dari pelanggan, sebagaimana yang di katakan oleh Bapak Catur Adi Setiawan yang pernah medapat laporan bahwa pernah ada yang memesan ayam geprek dan komplek karena ayam dan sambelnya tidak dipisah, walaupun itu bukan salah dari karyawan karena memeng di daftar menu juga sudah ada gambar masing-masing produk.<sup>77</sup> Kemudian karyawannya tetap meminta maaf, dan memberitahu bahwa selanjutnya kalau memang sambelnya ingin dipisah pelanggan diharapkan untuk bilang di awal pesanan jika sambelnya ingin dipisah.

Hal ini sesuai dengan pendapat Muhammad Djakfar bahwa Islam menuntut keseimbangan/keadilan diantara kepentingan diri sendiri maupun kepentingan orang lain, antara kepentingan orang kaya ataupun kepentingan orang miskin, antara hak pembeli juga hak penjual dan seterusnya, karena tidak terciptanya keseimbangan/keadilan sama dengan terjadinya kezaliman.<sup>78</sup> Ahmad zaki yamani mendasari keadilan dalam Islam dengan empat nilai unsur yaitu persamaan, moderasi, dapat dipercaya, dan solidaritas.<sup>79</sup> Jubaidi berpendapat konsep etika bisnis yang berkaitan dengan keseimbangan adalah keadilan distributif. Keadilan diistributif disebut etis apabila keputusan dan tindakan yang dilakukan menjamin pembagian kekayaan, keuntungan, dan kerugian secara merata dan adil.<sup>80</sup> Hal ini senada dengan

---

<sup>76</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>77</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>78</sup> Muhammad, *Etika*, 24.

<sup>79</sup> Ade Fauzi, *Pemikiran Etika Bisnis Dawam Rahardjo*, (Serang : A-Empat, 2015),14

<sup>80</sup> Jubaidi dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, (; CV Tahta edia Group, 2022),34

pendapat Munawir Nasir bahwa keseimbangan dalam bisnis Islam mengharuskan berbuat seimbang yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial dan alam semesta yang harus terjaga bersamaan dengan operasional bisnis.

Menurut analisa penulis, seorang pengusaha harus melakukan prinsip keseimbangan. Sebagai seseorang yang dianugrahi Allah kepercayaan untuk menjadi pengusaha, ia harus senantiasa berlaku adil terhadap orang lain. Sebagaimana firman Allah dalam surat An-Nahl ayat 90 :<sup>81</sup>

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِي ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ  
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

*“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kaum kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkar dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pengajaran”*

Dalam menjalankan bisnis Istana Ayam Cabang Gembong telah menerapkan prinsip etika bisnis keseimbangan dalam bisnisnya. Hal ini dapat dilihat dari upah yang diberikan sesuai dengan perjanjian dan jam kerja yang diberikan untuk karyawan. Selain itu Istana Ayam juga menerima setiap komplek dari pelanggan untuk menjaga keseimbangan antara penjual dan pembeli.

c. Kehendak bebas/*free will*

Salah satu bagian penting dari etika bisnis Islam adalah kebebasan, akan tetapi kebebasan yang dimaksudkan adalah kebebasan yang tidak merugikan kepentingan kolektif. Berdasarkan wawancara dalam menjalankan bisnis Istana Ayam menerapkan sistem kerja sama syariah untuk memperluas usaha. Hal ini diungkapkan oleh bapak Catur Adi Setiawan selaku manajer beliau mengungkapkan bahwa dalam menjalankan kerja sama bisnis kami menggunakan prinsip syariah dengan sistem bagi hasil, jadi setiap mitra yang mau bekerja sama harus investasi antara 150-200 juta diluar sewa, jadi nanti tiap bulan investor akan menerima bagi hasil dari keuntungan bersih yang didapatkan.

---

<sup>81</sup> Al-Qur'an, An-Nahl Ayat 90, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemah Bahasa Indonesia*, (Kudus: Menara Kudus, 2006), 277

Keuntungan akan dibagi menjadi dua dengan estimasi bagi hasil 35% untuk manajemen dan 65% untuk mitra. Hal ini dilakukan karena dari awal membuka usaha Istana Ayam memiliki tujuan untuk menyerap tenaga kerja lebih banyak di sekitar, banyak sekali orang yang tidak memiliki pekerjaan. Oleh karena itu, Istana Ayam melebarkan sayap untuk membangun usaha resto ini, karena pemimpinya kan awalnya memang peternak ayam jadi memiliki sumber bahan baku utama sendiri. Mengenai alasan utama selain sebagai umat Islam menerapkan sistem bagi hasil ini karena sistem bagi hasil merupakan sistem yang diperbolehkan oleh syariat Islam, di lain sisi sistem ini adalah sistem yang saling menguntungkan semua pihak baik pihak manajemen maupun pihak investor. Jadi mungkin misalnya ada orang yang kelebihan dana bisa diinvestasikan di istana ayam agar di kelola menjadi resto dan mendapatkan bagi hasil 65% dari laba bersih setiap bulannya , dengan begitu tujuan untuk membuka lapangan pekerjaan lebih banyak akan tercapai.<sup>82</sup>

Hal ini sesuai dengan pendapat Abdul Aziz bahwa Salah satu bagian penting dari etika bisnis Islam adalah kebebasan, akan tetapi kebebasan yang dimaksudkan adalah kebebasan yang tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan seseorang mendorongnya untuk bekerja keras dengan segala potensi yang dimiliki.<sup>83</sup> Ade Fauzi juga berpendapat bahwa dala Islam manusia terlahir memiliki kehendak bebas yaitu potensi memilih antara yang benar dan salah, sementara dasar etika kebebasan manusia dalam Islam bersumber dari pilihan yang benar.<sup>84</sup> Hal ini senada dengan pendapat Iwan Aprianto bahwa individu diberi kebebasan oleh Allah untuk mencari harta, meiliki dan menikmatinya, naun Islam tidak memberikan kebebasan yang tak terbatas dalam ekonomi, karena ada etika bisnis Islam yang mengaturnya.<sup>85</sup> Jubaidi juga mengungkapkan pendapat serupa bahwa manusia diberikan kebebasan untuk memilih apapun yang ingin dia pilih, namun dalam pandangan Islam

---

<sup>82</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>83</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis*, 46

<sup>84</sup> Ade, *Pemikiran Etika Bisnis*, 17

<sup>85</sup> Iwan, *Etika dan konsep Manajemen*, 50

telah ditetapkan jika anugrah Allah kepada pilihan manusia terhadap yang benar.<sup>86</sup>

Menurut analisa penulis, kebebasan yang dimiliki oleh seseorang harus dimanfaatkan sebaik-baiknya berdasarkan potensi yang dimiliki. Kita mengetahui bahwa Allah tidak membatasi jumlah kepemilikan seseorang akan tetapi membatasi cara perolehannya dengan aturan halal dan haram. Hal ini menjadi kesempatan bagi seseorang untuk aktif berkarya mengembangkan potensi untuk memenuhi kebutuhan yang tak terbatas dan membantu masyarakat sekitar dengan terbukanya lapangan pekerjaan.

Dalam menjalankan bisnis Istana Ayam Cabang Gembong telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam kehendak bebas dalam bisnisnya. Hal ini tercermin dari usahanya yang memilih sistem kerja sama mudhorobah. Sistem kerja sama ini dilakukan untuk memperluas usaha dengan mempersilahkan investor yang berminat untuk melakukan investasi membuat resto Istana Ayam dan mendapatkan bagi hasil sebesar 65% di setiap bulannya.

d. Tanggung Jawab

Tanggung jawab sangat dikedepankan oleh Islam, meskipun manusia kehndak bebas dalam menentukan pilihan, manusia juga harus bertanggung jawab atas pilihannya tersebut. Berdasarkan wawancara dalam menjalankan bisnis Istana Ayam bertanggung jawab dengan semua yang telah dilakukan seperti halnya tanggung jawab ketika mendapatkan komplek dari pelanggan. Hal ini diungkapkan oleh bapak Catur Adis Setiawan yang pernah mendapatkan laporan komplek dari karyawannya yang bertanggung jawab dengan meminta maaf dan memberikan pengertian kepada pelanggan. Karyawan juga akan bertanggung jawab mengganti kerugian jika memang merugikan pelanggan. Bapak Catur Adis Setiawan juga mengatakan bahwa Istana Ayam berkontribusi menyerap tenaga kerja sekitar lokasi outlet.<sup>87</sup> Selain itu mbak Risa juga mengatakan bahwa tiap bulan puasa Istana Ayam Gembong sering membagikan takjil

---

<sup>86</sup> Jubaedi, *Bisnis berbasis Sysriah*, 34

<sup>87</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

dan memberi makan pengemis yang merasa kelaparan.<sup>88</sup> Mengutip dari berita online Brata Pos Istana Ayam juga ikut bertanggung jawab dengan protokol kesehatan yang harus dijalankan selama pandemi. Sebagaimana yang dikutip oleh penulis bahwa selama pandemi Istana Ayam membagikan masker kepada pengunjung yang tidak membawa masker.

Hal ini sesuai dengan pendapat Muhammad H. Holle bahwa Islam menghendaki kebebasan yang bertanggung jawab. Manusia harus berani mempertanggungjawabkan pilihannya tidak saja dihadapan Allah tetapi juga dihadapan masyarakat. Dalam menjalankan segala aktivitas bisnis dengan semua bentuk kebebasan, bukan berarti semua selesai ketika tujuan itu tercapai dan mendapat keuntungan. Semua perlu adanya pertanggungjawaban, baik itu pertanggung jawaban ketika bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan akad dan lain sebagainya.<sup>89</sup> Destiya Wati juga berpendapat tanggung jawab adalah hal mendasar yang dikaitkan dengan prinsip kebebasan, setiap orang akan diadili secara personal, ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.<sup>90</sup> Syed Nawab Haidar Naqvi juga menjelaskan bahwa manusia merupakan bagian integral masyarakat, oleh karenanya selain eiliki tanggung jawab individu, ia juga eiliki tanggung jawab sosial.<sup>91</sup>

Hasil analisa penulis, tanggung jawab manusia memang memiliki kehendak bebas, akan tetapimustahil manusia berkehendak bebas tanpa adanya batas, karena ketidak terbatasan hanya milik Allah SWT. Oleh karena itu manusia dituntut untuk mempertanggung jawabkan semua tindakannya. Seseorang harus mempertanggung jawabkan semua perbuatannya tak terkecuali dalam aktivitas bisnis, hal ini dilakukan agar tidak menimbulkan kekecewaan antara satu pihak dengan pihak lainnya.

Dalam menjalankan bisnis Istana Ayam telah menerapkan prinsip tanggung jawab kepada pelanggan yang komplek. Istana Ayam juga berkontribusi mennyerap banyak tenaga kerja. Istana Ayam juga sering memberikan makanan

---

<sup>88</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>89</sup> Mohammad H Hole, *Bunga Rampai Studi Ekonomi Syariah*, 71-73

<sup>90</sup> Destiya dkk, *Analisis Penerapanprinsip Etika Bisnis*, 149

<sup>91</sup> Ade, *Pemikiran Etika Bisnis*, 18

gratis kepada pengemis yang kelaparan. Ketika virus Covid 19 sedang merebak Istana Ayam juga turut bertanggung jawab menjalankan protokol kesehatan dengan membagikan masker gratis kepada pengunjung yang tidak memakai masker.

e. Kebenaran

Kebenaran mengandung dua unsur yaitu unsur kebajikan dan unsur kejujuran. Berdasarkan wawancara Istana Ayam mengajarkan prosedur kebenaran kepada karyawan hal ini diungkapkan oleh bapak Catur Adi Setiawan Selaku manajer yang mengatakan bahwa karyawan Istana Ayam untuk bagian penjualan selalu diajarkan untuk ramah terhadap pelanggan, dan membuat nyaman siapapun pelanggannya harus di perlakukan sama dan melayani pelanggan sesuai urutan dan untuk bagian penyembelihan diajarkan untuk selalu menyembelih dengan syariat Islam .<sup>92</sup> Hal ini juga Hal ini juga dipertegas dengan data wawancara mbak Risa selaku supervisor di Istana Ayam Gembong diajarkan untuk mengutamakan kenyamanan, di suruh untuk bersikap ramah kepada setiap pengunjung yang datang, mengucapkan selamat datang, melayani dengan senang hati dan juga disuruh untuk selalu menjamin kualitas dari setiap produk yang akan dijual.<sup>93</sup> Hal ini juga diperkuat melalui data wawancara bapak Kusrin yang diajarkan untuk menyembelih sesuai dengan syariat Islam memastikan pisaunya tajam, menghadap kiblat dan membaca basmallah karena halal haramnya makanan juga ditentukan dari prosesnya.<sup>94</sup>

Hal ini sesuai dengan pendapat Abdul Aziz bahwa dalam konteks bisnis kebenaran disini menyangkut niat, sikap, transaksi maupun proses pencarian komoditas guna pengembangan usaha dalam rangka meningkatkan pendapatan. kebajikan diartikan dengan perbuatan baik yang dilakukan untuk memberikan manfaat terhadap orang lain tanpa ada hal yang mewajibkan dan perbuatan tersebut semata-mata hanya untuk mencari ridlo Allah. Sementara

---

<sup>92</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>93</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>94</sup> Kusrin, wawancara oleh penulis, 05 Juli, 2021, wawancara kepada karyawan persiapan dan Pematangan Istana Ayam

kejujuran dimaksudkan pada keharusan untuk memenuhi perjanjian dalam transaksi bisnis.<sup>95</sup> Jubaedi juga berpendapat hal yang sama bahwa dalam dunia bisnis prinsip kebenaran menuntut seorang pebisnis elakukan kebajikan dan kejujuran, seperti memberikan pelayanan yang optimal, jujur terhadap kualitas produk dan berkoumnikasi dengan ramah.<sup>96</sup> Hal senada juga diungkapkan oleh Ligya Safitri bahwa Pelayanan yang baik dan optimal dapat menarik para pembeli dan memberikan kepuasan terhadap mereka, komunikasi yang baik dan raah akan mendatangkan rasa suka kepada siapa saja.<sup>97</sup>

Menurut analisa peneliti, kebenaran yang terdiri dari kebajikan dan kejujuran harus selalu ditegakkan dalam menjalankan aktivitas bisnis. Dengan menegakkan kebenaran maka seorang pelaku bisnis akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan orang lain yang berdampak pada kemajuan bisnis yang dijalankan. Jika pelaku bisnis tidak menegakkan kebenaran selain ia merasa tidak tenang karena telah melanggar aturan kebenaran, hal itu juga akan berpengaruh terhadap citra usaha itu sendiri yang mengakibatkan sulitnya mendapat kepercayaan masyarakat hingga menimbulkan kemunduran usaha atau bahkan bisa gulung tikar.

Istana Ayam cabang Gembong telah menerapkan prinsip etika kebenaran hal ini dilihat dari prosedur yang diajarkan kepada karyawan. Bagi karyawan penjualan diajarkan untuk selalu ramah juga mengutamakan kenyamanan. Bagi karyawan penyembelihan diajarkan untuk menyembelih ayam sesuai dengan cara Islam dengan memastikan pisaunya tajam, menghadap kiblat dan membaca basmallah saat akan menyembelih .

## 2. Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Marketing Mix di Istana Ayam

### a. Produk

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber, Istana Ayam telah menerapkan *marketing mix* dalam konteks produk sesuai dengan syariat Islam. Hal ini di peroleh dari wawancara kepada bapak Catur Adi Setiawan yang mengatakan bahwa produk yang dijual di Istana Ayam

---

<sup>95</sup> Abdul, *Etika Bisnis*,46-47

<sup>96</sup> Jubaedi, *Implementasi Etika Bisnis Islam*, 158

<sup>97</sup> Jubaedi, *Implementasi Etika Bisnis Islam*, 158

merupakan produk yang halal dan *toyib* karena di Istana Ayam menggunakan bahan baku utama daging ayam yang memang memiliki hukum halal.<sup>98</sup> Hal ini juga diungkapkan oleh mbak Risa Yuliana yang mengatakan bahwa ayam telah dipastikan kehalalannya karena pemimpinya memastikan sendiri bahan baku yang digunakan dan bekerja sama dengan PT. Samaco.<sup>99</sup> Hal ini juga dibuktikan dengan pernyataan dari bapak Ahmad Syaifuddin selaku konsumen yang meyakini kehalalan produk Istana Ayam.<sup>100</sup> Produk yang dihasilkan di Istana Ayam juga produk yang memberi manfaat, berdasarkan data wawancara Bapak Catur Adi Setiawan mengungkapkan bahwa Istana Ayam menciptakan produk tersebut karena alasan ketersediaan baku dan produknya merupakan diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pokok.<sup>101</sup> Hal ini juga dibuktikan dengan pernyataan konsumen Ahmad Syaifuddin yang merasa bahwa produk Istana Ayam memiliki manfaat untuk dirinya yang sering melakukan perjalanan.<sup>102</sup> Istana Ayam juga selalu memenuhi setiap takaran dengan sesuai, berdasarkan data wawancara bapak Catur Adi Setiawan beliau mengungkapkan bahwa ukuran produk sama karena memang Istana Ayam telah memperkerjakan pemotong yang sudah ahli dalam mengira ngira setiap ukuran produk.<sup>103</sup> Dalam data wawancara mbak Risa juga mengatakan bahwa ia selalu mendapatkan bahan baku berupa ayam yang ukurannya sama selama ia bekerja.<sup>104</sup> Hal ini juga dibuktikan dengan data wawancara Bapak Kusrin yang mengatakan bahwa beliau selalu memotong dengan ukuran yang sama karena ia sudah bekerja dipeternakan dan penyembelihan ayam dari sebelum

---

<sup>98</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>99</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>100</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

<sup>101</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>102</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

<sup>103</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>104</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong



Istana Ayam berdiri, sehingga beliau sudah bisa memotong sesuai ukuran.<sup>105</sup> Hal ini juga dibuktikan dengan pendapat bapak Ahmad Syaifuddin yang pernah membeli dalam jumlah lumayan banyak dan ukurannya semua sama.<sup>106</sup> Produk di Istana Ayam juga telah memuaskan pelanggan. Dalam data wawancara bapak Adis beliau mengatakan bahwa Istana Ayam telah mendapatkan banyak review baik dari pelanggan.<sup>107</sup> Hal ini juga diungkapkan mbak Risa yang mengatakan bahwa pelanggan antusias dengan produk yang ditawarkan Istana Ayam dan banyak yang berlangganan.<sup>108</sup> Hal ini juga dibuktikan dengan pendapat bapak Ahmad Syaifuddin yang puas dengan produknya yang enak.<sup>109</sup>

Hal ini sesuai dengan pendapat Abdullah Amrin bahwa produk yang dibuat harus memperhatikan nilai kehalalan, mutu, manfaat dan dibutuhkan manusia. Kualitas dari produk harus selalu diperhatikan agar calon pembeli mudah menilai suatu produk. Dengan demikian, pengertian produk dalam ekonomi syariah haruslah memenuhi standar kualitas, berdaya guna, mudah dipakai, indah dan memiliki daya tarik. Karena Allah menyukai keindahan.<sup>110</sup> Moh Nasuka juga berpendapat bahwa itu proses produksi merupakan masalah yang paling penting dalam pandangan etika Islam.<sup>111</sup> Al-Faruqi juga mengungkapkan hal senada, bahwa prinsip-prinsip Islam mensyaratkan bahwa operasi produksi harus halal dan baik dari awal sampai akhir.<sup>112</sup> Az Zuhaili juga menambahkan, produk yang dijual harus bernilai, tidak sah menjual barang yang tidak bernilai, seperti jual beli manusia merdeka, bangkai dan darah, begitu

---

<sup>105</sup> Kusrin, wawancara oleh penulis, 05 Juli, 2021, wawancara kepada karyawan persiapan dan Pemotongan Istana Ayam

<sup>106</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

<sup>107</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>108</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>109</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

<sup>110</sup> Abdullah.,60

<sup>111</sup> Moh Nasuka, *Konsep Marketing Mix*, 36

<sup>112</sup> Moh Nasuka, *Konsep Marketing Mix*, 36

pula menjual barang tidak berharga seperti minuman keras dan babi bagi umat Islam.<sup>113</sup>

Menurut analisa penulis, terdapat dua prinsip etika bisnis Islam yang diimplementasikan dalam strategi produk Istana Ayam yaitu prinsip tauhid dan prinsip keseimbangan. Hal ini sesuai dengan pendapat Muhammad Djakfar bahwa tauhid akan mendorong manusia dalam satu keutuhan yang selaras dan selalu merasa diawasi oleh Allah dengan demikian aktivitas bisnis tidak akan mudah menyimpang dari ketentuan-Nya. Prinsip kedua yaitu keseimbangan dimana menurut Muhammad Djakfar bahwa Islam menuntut keseimbangan antara kepentingan diri dan kepentingan orang lain.<sup>114</sup>

Istana Ayam cabang Gembong telah menerapkan *marketing mix* dalam konteks produk dengan prinsip etika bisnis Islam Tauhid dan Keseimbangan. Istana ayam telah menjamin kualitas dari produk yang dibuat dan menjual produk untuk memenuhi kebutuhan orang lain. Hal ini tercermin dari produknya yang dipastikan halal dan toyyib. Produk Istana Ayam juga memiliki manfaat untuk memenuhi kebutuhan pokok berupa makan. Takaran di Istana Ayam juga selalu sama dan dapat memuaskan konsumen.

#### **b. Harga**

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber, Istana Ayam telah menerapkan *marketing mix* dalam konteks harga sesuai dengan syariat Islam. Hal ini di peroleh dari wawancara kepada bapak Catur Adi Setiawan yang mengatakan bahwa harga ditentukan berdasarkan kemampuan daya beli masyarakat, harganya standar.<sup>115</sup> Hal ini juga diungkapkan oleh mbak Risa yuliana yang mengatakan bahwa sebagai supervisor dan orang sekitar sendiri si menurutnya harga sudah sesuai.. Hal ini juga dibuktikan dengan pernyataan bapak Ahmad Syaifuddin yang mengatakan bahwa menurutnya harga makanan di Istana Ayam sudah sesuai.<sup>116</sup> Penentuan harga juga tidak merugikan dan dapat memuaskan masyarakat. Hal ini diperoleh dari

---

<sup>113</sup> Moh Nasuka, *Konsep Marketing Mix*, 36

<sup>114</sup> Muhammad Djakfar, 24

<sup>115</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>116</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

hasil wawancara dengan bapak Catur Adi Setiawan yang mengatakan bahwa pelanggan tidak pernah keberatan dengan harga yang telah ditentukan perusahaan, yang dapat dibuktikan sendiri ketika berkunjung.<sup>117</sup> Hal ini juga diungkapkan oleh mbak Risa yang mengatakan bahwa ia sering mendapat respon baik dari pelanggan. Hal ini juga dibuktikan dengan pernyataan bapak Ahmad Syaifuddin yang mengatakan bahwa harga di Istana Ayam telah memuaskannya.<sup>118</sup> Harga yang ditentukan oleh Istana Ayam juga telah dibebani biaya produksi, kewajiban pajak dan margin perusahaan yang layak untuk menunjang keberhasilan usaha. Hal ini diperoleh dari hasil wawancara dengan bapak Catur Adi Setiawan yang mengatakan bahwa harga yang dibebankan sudah menutup semua biaya produksi, dan margin yang layak, karena keuntungan di dapat juga akan dibagi hasil kepada investor sesuai dengan jumlah keuntungan bersih yang di dapat setiap bulan dengan presentase yang telah dijanjikan.<sup>119</sup> Hal ini juga diungkapkan oleh mbak Risa yang mengatakan bahwa di Istana Ayam Cabang Gembong selama beroperasi setiap bulannya belum pernah merugi, harga yang diberikan selalu menutup beban produksi dan kewajiban.<sup>120</sup>

Hal ini juga sesuai dengan pendapat Abdullah Amrin bahwa dalam ekonomi syariah penentuan harga harus didasarkan atas mekanisme pasar, ini berarti harga ditentukan berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran atas azas sukarela (*'an taradhiin*), sehingga pihak manapun tidak akan ada yang teraniaya atau terdzalimi. Islam memperbolehkan untuk menentukan harga agar memperoleh keuntungan dari suatu produk selama ketentuan harga dan keuntungan masih pada kategori keuntungan yang normal. Dalam fiqh muamalah, harga ditentukan atas dasar keadilan dengan proporsional karena Allah tidak menyukai berlebih-lebihan

---

<sup>117</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>118</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

<sup>119</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>120</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

dan kikir.<sup>121</sup> Ibnu Taimiyah juga berpendapat bentuk penentuan harga yang adil diperbolehkan dan harga yang dzoli diharamkan.<sup>122</sup> Hal serupa juga diungkapkan oleh Moh Nasuka, ia berpendapat bahwa harga ditentukan berdasarkan permintaan dan penawaran pasar sehingga encapai titik keseimbangan. Titik keseimbangan harga merupakan kesepakatan pembeli dan penjual yang saling ridho.<sup>123</sup>

Menurut analisa penulis, terdapat tiga prinsip etika bisnis Islam yang diimplementasikan dalam srategi harga Istana Ayam yaitu prinsip tauhid, prinsip keseimbangan dan prinsip kebenaran. Hal ini sesuai dengan pendapat Muhammad Djakfar bahwa tauhid akan mendorong manusia dalam satu keutuhan yang selaras dan selalu merasa diawasi oleh Allah dengan demikian aktivitas bisnis tidak akan mudah menyimpang dari ketentuan-Nya. Prinsip kedua yaitu keseimbangan dimana menurut Muhammad Djakfar bahwa Islam menuntut keseimbangan antara kepentingan diri dan kepentingan orang lain.<sup>124</sup> Prinsip selanjutnya yaitu prinsip kebenaran di mana menurut Abdul Aziz kebenaran dalam konteks bisnis dimaksudkan sebagai kebenaran dalam upaya meraih dan menetapkan keuntungan.<sup>125</sup>

Istana Ayam cabang Gembong telah menerapkan *marketing mix* dalam konteks harga sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam Tauhid, Keseimbangan dan kebenaran. Hal ini tercermin dari harganya yang ditentukan berdasarkan kemampuan daya beli masyarakat. Harga yang ditawarkan juga tidak merugikan dan dapat memuaskan pelanggan. Istana Ayam juga telah menentukan harga yang dapat menutup beban produksi serta kewajiban dan telah mendapatkan margin yang layak bagi perusahaan setiap bulannya.

### c. Lokasi

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber, Istana Ayam telah menerapkan *marketing mix* dalam konteks lokasi sesuai dengan syariat Islam. Hal ini di peroleh dari wawancara kepada bapak Catur Adi Setiawan yang

---

<sup>121</sup> Abdullah, *Strategi Pemasaran Asuransi*, 60-61

<sup>122</sup> Moh Nasuka, *Konsep Marketing Mix*, 36

<sup>123</sup> Moh Nasuka, *Konsep Marketing Mix*, 36

<sup>124</sup> Muhammad Djakfar, 24

<sup>125</sup> Abdul, *Etika Bisnis*, 46

mengatakan bahwa Istana Ayam selalu mempertimbangkan untuk memilih lokasi yang ramai dan strategis.<sup>126</sup> Hal ini juga dibuktikan dengan ucapan Bapak Ahmad Syaifuddin selaku konsumen yang mengatakan bahwa Istana Ayam bukan hanya ada dipusat pusat kota tetapi juga banyak tersebar di kecamatan seperti di Gembong.<sup>127</sup> Kondisi produk di Istana Ayam juga baik, berdasarkan hasil wawancara kepada bapak Catur Adi Setiawan beliau mengatakan bahwa bahan baku dipastikan baik dan segar karena proses penyembelihan ayam dilakukan dini hari sebelum proses produksi dan penjualan.<sup>128</sup> Pernyataan dari bapak Kusrin juga demikian, beliau mengatakan bahwa bahan baku di sembelih dihari itu juga. Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan mbak risa yuliana yang mengatakan bahwa beliau selalu menerima bahan baku dengan kondisi yang baik dan segar.<sup>129</sup> pernyataan dari bapak Ahmad Syaifuddin juga membuktikan bahwa selama ia membeli di resto Istana Ayam selalu mendapatkan barang dengan kondisi baik dan dikemas dengan baik pula.<sup>130</sup>

Hal ini sesuai dengan pendapat Sri Mulyono bahwa lokasi usaha merupakan hal utama yang harus sangat dipertimbangkan. Lokasi yang strategis akan menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan usaha. Dalam melakukan pemilihan lokasi usaha, pemilik usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha akan berdampak pada sukses atau tidaknya usaha itu sendiri.<sup>131</sup> Hal serupa juga diungkapkan oleh Roni dan Endang bahwa perusahaan Islami harus mengutaakan tempat-tempat yang sesuai dengan target

---

<sup>126</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>127</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

<sup>128</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>129</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>130</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

<sup>131</sup> Sri Mulyono, *Etika Bisnis Islam*, (Lombok : CV Allif Renteng Mandiri, 2021),

market sehingga dapat efektif dan efisien.<sup>132</sup> Nindya Ferdian Sari juga berpendapat bahwa lokasi bisnis turut menentukan arah kesuksesan strategi kegiatan pemasaran yang dijalankan dengan efektif, lokasi harus udah diakses serta memberikan kenyamanan bagi konsumen. Tempat usaha harus baik, sehat, bersih, nyaman dan terhindar dari tempat usaha yang diharamkan untuk menarik konsumen.<sup>133</sup>

Menurut analisa penulis, terdapat dua prinsip etika bisnis Islam yang diimplementasikan dalam menentukan lokasi usaha Istana Ayam. Hal ini sesuai dengan pendapat Muhammad Djakfar bahwa keseimbangan dalam bisnis dikonsepsi sebagai kesejajaran dalam konfigurasi aktivitas distribusi, konsumsi serta produksi yang terbaik.<sup>134</sup> Prinsip kedua yaitu kehendak bebas dimana menurut Abdul Aziz prinsip ini menghendaki manusia untuk berlaku bebas tanpa merugikan orang lain. Manusia dibebaskan untuk memanfaatkan potensinya. Manusia didorong untuk teruss bekerja dan berkarya.<sup>135</sup>

Istana Ayam cabang Gembong telah menerapkan *marketing mix* dalam konteks lokasi dengan prinsip etika bisnis Islam keseimbangan dan kehendak bebas. Istana ayam telah adil dalam melakukan distribusi dan menggunakan kemampuan yang dimiliki untuk memilih lokasi yang tepat dan sesuai. Hal ini tercermin dari lokasinya yang dipilih dengan pertimbangan agar konsumen mudah menjangkau dan mendapatkan pelayanan dengan cepat dengan menargetkan pusat kecamatan agar masyarakat tidak perlu ke kota untuk menikmati hidangan resto. Istana Ayam juga tetap menjaga kualitas barang yang dijual karena selalu menggunakan bahan baku yang baik dan di siapkan dihari itu juga sehingga bahan baku selalu dalam kondisi segar.

#### d. Promosi

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber, Istana Ayam telah menerapkan *marketing mix* dalam konteks

---

<sup>132</sup> Roni Muhaad dan Endang Rahi “Strategi Bauran Pemasaran daala perspektif Syariah” *Jurnal Ekonoi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo*, 2, no 1 (2021) : 21 diakses pada 07 April 2022, <https://e-journal.iaingorontalo.ac.id>

<sup>133</sup> Nindya Ferdian Sari “Analisis *Marketing Mix* 4P dalam perspektif Islam (studi kasus batik Omyka Colection)” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2, no. 1 (2022): 41 diakses pada 07 April 2022, <https://Journal.inspirasi.or.id>

<sup>134</sup> Muhammad Djakfar,24

<sup>135</sup> Abdul Aziz

promosi sesuai dengan syariat Islam. Hal ini di peroleh dari wawancara kepada bapak Catur Adi Setiawan yang mengatakan bahwa Istana Ayam melakukan promosi secara *online* dan *offline*. Promosi *online* dilakukan dengan cara membuat akun media sosial untuk menunjukkan eksistensi Istana Ayam itu sendiri dan menawarkan produk dengan cara mengunggah foto, foto yang diunggahpun selalu foto asli dari produk Istana Ayam sendiri sementara media *offline* dengan cara membuat daftar menu di lokasi outlet dan bisa disebut dengan menawarkan langsung.<sup>136</sup> Hal ini dibuktikan dengan observasi penulis yang telah mengunjungi outlet dan akun media sosial Istana Ayam dan outlet Istana Ayam. Promosi di Istana Ayam juga dilakukan tanpa paksaan, sebagaimana hasil wawancara Bapak Catur Adi Setiawan yang mengatakan bahwa pengunjung dipersilahkan memilih menunya sendiri sesuai kehendak pengunjung.<sup>137</sup> Ini juga diperkuat dengan pernyataan mbak Risa yang mengatakan bahwa karyawan hanya menyodorkan daftar menu dan pengunjung di persilahkan memilih sendiri.<sup>138</sup> Hal ini juga dibuktikan dengan pernyataan Ahmad Syaifuddin yang mengatakan bahwa selama ia mengunjungi Istana Ayam tidak pernah dipaksa dalam memilih menu, melainkan ia memilih sendiri sesuai seleranya.<sup>139</sup> Istana Ayam dalam melakukan promosi juga selalu menepati janji dan berkata benar sebagaimana wawancara Bapak Adi Setiawan yang mengatakan bahwa sering ada promo seperti paket hemat yang takarannya selalu sama dengan beli satuan.<sup>140</sup> Hal ini juga dikatakan oleh Mbak Risa bahwa Istana Ayam selalu menepati setiap takaran meskipun sedang promo.<sup>141</sup> Hal ini juga dibuktikan dengan observasi penulis.

---

<sup>136</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>137</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>138</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

<sup>139</sup> Ahmad Syaifudin, Wawancara oleh penulis, 20 Juli 2021, Wawancara 5 kepada konsumen Istana Ayam Cabang Gembong

<sup>140</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

<sup>141</sup> Risa Yuliana, wawancara oleh penulis, 16 Juli, 2021, wawancara 3 kepada supervisor Istana Ayam cabang Gembong

Hal ini sesuai dengan pendapat Ihsan Bayanullah bahwa dalam melakukan promosi harus menyertakan kejujuran dalam berhubungan dengan pelanggan. Produk harus dijelaskan secara menyeluruh dengan jelas, menghindari promosi palsu yang menyesatkan dan menipu. Promosi juga harus dilakukan dengan menghindari manipulasi dan taktik penjualan yang dapat menghilangkan kepercayaan pelanggan.<sup>142</sup> Nindya Ferdian Sari juga berpendapat bahwa aspek promosi dalam Islam harus terhindar dari kesan berlebihan, sebagaimana Rosulullah yang menerapkan kegiatan promosi tanpa menghadirkan informasi secara berlebihan, namun sesuai dengan kebenaran dari produk itu sendiri.<sup>143</sup> Farma dan Umari juga mengatakan hal senada konsep promosi yang dibenarkan dalam Islam adalah promosi yang dilakukan secara jujur sesuai dengan kondisi produk yang dijual dan promosi yang tidak berlebihan, promosi yang palsu disebut dengan *najashi* sementara promosi yang jujur dan benar diartikan sebagai pemberian informasi mengenai kebenaran produk.<sup>144</sup>

Menurut analisa penulis, terdapat tiga prinsip etika bisnis yang diterapkan dalam melakukan promosi produk Istana Ayam. Prinsip pertama yaitu tauhid sesuai dengan pendapat Muhammad Djakfar tauhid akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia selalu diawasi oleh Allah yang akan menjadi benteng diri dari perbuatan bathil.<sup>145</sup> Prinsip kedua yaitu kehendak bebas yang mana menurut Abdul Aziz kepentingan individu di buka lebar sehingga seseorang bebas memanfaatkan potensinya untuk aktif berkarya tak terkecuali dalam aktivitas promosi. Prinsip ketiga yaitu kebenaran yang mana menurut Abdul Aziz prinsip ini terdiri dari kebaikan dan kejujuran yang menjaga dari kemungkinan kerugian salah satu pihak.<sup>146</sup>

Istana Ayam cabang Gembong telah menerapkan *marketing mix* dalam konteks promosi dengan prinsip etika bisnis Islam tauhid, kehendak bebas dan kebenaran. Istana ayam melakukan promosi dengan media *offline* dan *online*,

---

<sup>142</sup> Ihsan, *Marketing*, 188

<sup>143</sup> Nindya Ferdian, *Analisis Marketing Mix*, 41

<sup>144</sup> Junia dan Khoiril, *Ipleentasi Etika bisnis Islam*, 23-24

<sup>145</sup> Muhammad, *Etika*, 23

<sup>146</sup> Abdul, *Etika Bisnis*, 46



Istana Ayam juga menyampaikan informasi dengan benar. Hal ini tercermin dari promosi yang dilakukan tidak mengandung unsur penipuan yang berarti menggunakan cara yang baik dan tidak bathil selalu menggunakan foto asli sebagai bahan promosi. Istana Ayam juga tidak pernah melakukan paksaan kepada calon pelanggan dan mempersilahkan pengunjung memilih menunya sendiri. Dalam menarik pelanggan dengan berbagai promo, Istana Ayam tetap memenuhi takaran sesuai dengan produk ketika tidak sedang promo.

### 3. Analisis Keberhasilan Usaha Istana Ayam

Keberhasilan merupakan hal yang sangat ingin diwujudkan oleh seorang pengusaha ketika menjalankan bisnis. Visi yang jelas, kemauan dan keberanian menghadapi resiko adalah modal utama yang harus dimiliki pengusaha.. Suatu usaha akan dikatakan berhasil ketika usaha tersebut telah mengalami peningkatan baik dilihat dari penambahan modal, penambahan pendapatan, penambahan tenaga kerja atau yang lainnya. Demikian juga Istana Ayam yang diungkapkan oleh Bapak Pujianto bahwa ia ingin usahanya menjadi usaha resto berskala nasional bahkan global.<sup>147</sup>

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber, Istana Ayam telah mencapai keberhasilan dalam usahanya. Hal ini diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Catur Adis Setiawan bahwa Istana Aya telah berkembang pesat dari tahun ke tahun, pada tahun 2014 Istana Ayam hanya memiliki 1 outlet, 2016 tambah 1 outlet, tahun 2017 tambah 2 outlet, 2018 tambah 1 outlet, 2019 tambah 9 outlet, 2020 6 outlet dan 2021 1 outlet sehingga total memiliki 21 outlet.<sup>148</sup>

Ranto mengemukakan berdasarkan sudut pandanginya bahwa keberhasilan usaha tidaklah identik dengan uang dan menjadi kaya. Karena kekayaan bisa didapat dengan berbagai cara yang menghasilkan nilai tambah. Namun keberhasilan dapat dilihat dari bagaimana seseorang mewujudkan serta menjalankan usaha yang sebelumnya tidak terbentuk, atau bahkan tidak ada. Usaha dinilai lebih berharga jika usaha tersebut didirikan dari

---

<sup>147</sup> Pujianto, wawancara oleh Dian Puspita Ningrum, *Global Pers Indonesia*, globalpers.id 16 Oktober 2020

<sup>148</sup> Catur Adi Setiawan, wawancara oleh penulis, 02 Juli, 2021, wawancara 2 kepada manajer Istana Ayam

nol daripada usaha yang dimulai dengan banyak fasilitas.<sup>149</sup> Sementara menurut Zimmer keberhasilan usaha adalah sebuah hasil dari kemampuan dalam mengembangkan ide-ide baru untuk menemukan cara baru dalam melihat masalah dan peluang kemudian mampu menerapkan solusi kreatif untuk meningkatkan kehidupan orang-orang.<sup>150</sup> Suryana juga mengungkapkan pendapatnya bahwa menurutnya keberhasilan usaha dapat diukur dari beberapa indikator yaitu modal, pendapatan, volume penjualan, output produksi dan tenaga kerja.<sup>151</sup>

Menurut analisa penumlis keberhasilan usaha merupakan keadaan di mana usaha mengalami peningkatan dari hasil sebelumnya. Keberhasilan usaha juga hal yang menjadi tujuan utama dari sebuah perusahaan, di mana segala aktifitas di dalamnya ditujukan untuk mencapai keberhasilan. Keberhasilan usaha harus diuayakan dengan visi yang jelas, kemauan dan keberanian menghadapi resiko sebagai modal utama yang harus di miliki pengusaha.

Berdasarkan data wawancara dan observasi penulis menyimpulkan bahwa prinsip etika bisnis syariah dan penerapan srstrategi pemasaran *marketing mix* yang terdiri dari 4P yaitu *product, price, place* dan *promotion* telah menunjang keberhasilan Istana Ayam secara keseluruhan. Hal ini dapat dilihat dari outlet yang kini dimiliki tentunya Istana Ayam telah mencapai keberhasilan. outlet yang semakin bertambah telah membuat modal, pendapatan, volume penjualan, output produksi dan tenaga kerja juga meningkat. Apalagi kini Istana Ayam membuka kerja sama yang saling menguntungkan untuk memperluas usaha. Istana Ayam juga telah memenuhi syarat untuk dikatakan berhasil karena ia mampu mengembangkan usaha dengan cara yang saling menguntungkan yaitu sistem bagi hasil.

---

<sup>149</sup> Eni dan Rahayu, Analisis Pengaruh motivasi, 54

<sup>150</sup> Sri , *Etika Bisnis*, 23

<sup>151</sup> Sopan Adrianto, *Peneroka Kepemimpinan Sekolah*, (Jakarta : Gramedia, 2019),