STRATEGI PEMASARAN JASA PENGECAMBAHAN BIJI SEMANGKA "CAPARAN" MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DI DUSUN POTOK BARAT DESA SUKOWONO KECAMATAN SUKOWONO KABUPATEN JEMBER

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Rilo Dwi Gilang Permana
NIM 083 122 062

Dosen Pembimbing:

Dr. Muniron, M. Ag.
NIP 19661106 199403 1 007

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FEBRUARI 2017

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

STRATEGI PEMASARAN JASA PENGECAMBAHAN BIJI SEMANGKA "CAPARAN" MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DI DUSUN POTOK BARAT DESA SUKOWONO KECAMATAN SUKOWONO KABUPATEN JEMBER

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Rilo Dwi Gilang Permana
NIM 083 122 062

Disetujui Pembimbing:

Dr. Muniron, M. Ag.
NIP 19661106 199403 1 007

STRATEGI PEMASARAN JASA PENGECAMBAHAN BIJI SEMANGKA "CAPARAN" MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DI DUSUN POTOK BARAT DESA SUKOWONO KECAMATAN SUKOWONO KABUPATEN JEMBER

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis

Tanggal : 23 Maret 2017

Tim Penguji

Ketua	Sekretaris
M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I.	**Nikmatul Masruroh, M.E.I.**
NIP: 19760812 200801 1 015	**NIP: 19820922 200901 2 005**

Anggota:

1. **Mahmudah, M.E.I.** ( )
   NIP. 19750702 199803 2 002

2. **Dr Muniron, M.Ag.** ( )
   NIP.19661106 199403 1 007

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Moch. Chotib, S.Ag, M.M.
NIP. 19710727 200212 1 003

MOTTO

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (QS an-Nisa', 4:29)[1]

[1]Baitul Maal Hidayatullah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya,* (Surabaya: Lentera Optima Pustaka, 2012).

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Makmum hidupku, Riskiah Fitra Lestari yang selalu support mas, sabar mendampingi, selalu sabar dan juga yang telah menjadi motivasi terbesarku dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak tercinta (SAMORO) dan ibu tersayang (SUNARTI) yang telah mengasuh, mendidik dan mencurahkan kasih sayangnya dan selalu mendo'akanku.
3. Dan ayah mertua (Ichsan Amyani Rosid) dan ibu mertua (Cholifatur Rosida yang selalu mendoakanku.
4. Kedua saudaraku yang tercinta yaitu Dedy Wahyudi R dan Julia Putri Nur Azizah yang setiap hari selalu memberikan dukungan dan memberikan keceriaan di rumah.
5. Sabahat – sahabat kelas U1 (angkatan 2012) yang memotivasi dan saling melengkapi.
6. Sahabat-sahabat KOPMA IAIN Jember yang selalu mendukung dan memberi semangat.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas pertolongan dan ijin dari-Nya skripsi yang berjudul: "Strategi Pemasaran Jasa Pengecambahan Biji Semangka "Caparan" Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember." dapat terselesaikan dengan baik.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. selaku pengemban amanat berupa wahyu Ilahi yaitu agama Islam yang menjadi petunjuk bagi seluruh umat manusia di dunia

Selanjutnya dengan selesainya skripsi ini, sudah menjadi keharusan untuk terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE, MM selaku Rektor IAIN Jember yang telah memberikan wadah untuk menggali pengetahuan dan pengalaman.
2. Bapak Moch. Chotib, S.Ag, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan persetujuan untuk melaksanakan sidang skripsi..
3. Bapak M. F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan pengesahan nilai seminar proposal.
4. Ibu Nikmatul Masruroh, SE. M.EI selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan persetujuan untuk pengajuan judul skripsi.
5. Bapak Dr. Muniron, M.Ag, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan untuk penyusunan skripsi.
6. Karyawan perpustakaan yang telah banyak memberikan bantuan dalam pengorganisasian dan pelayanan peminjaman buku diperpustakaan.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

7. Semua pihak yang memberikan kontribusi dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga segala bantuannya mendapatkan pahala dari Allah SWT. Penulis telah mengupayakan segenap tenaga dan pikiran agar penyusunan menjadi baik, namun peneliti menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan dan membutuhkan penyempurnaan bahasa maupun teori yang tertuang di dalamnya. Oleh karena itu, diharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan pada langkah yang selanjutnya. Harapan peneliti, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, 09 Februari 2017

Penulis

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	**i**
HALAMAN PERSETUJUAN	**ii**
HALAMAN PENGESAHAN	**iii**
MOTTO	**iv**
PERSEMBAHAN	**v**
KATA PENGANTAR	**vi**
ABSTRAK	**viii**
DAFTAR ISI	**ix**
DAFTAR TABEL	**xi**
DAFTAR LAMPIRAN	**xii**
BAB I PENDAHULUAN	**1**
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Definisi Istilah	12
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	**15**
A. Penelitian Terdahulu	15
B. Kajian Teori	20
1. Kajian Teori Pengertian Pemasaran	20

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

2. Kajian Teori Tentang Jasa 23
3. Kajian Teori Tentang Strategi Pemasaran Jasa 25
4. Kajian Teori Tentang Ekonomi Islam 38
BAB III METODE PENELITIAN 66
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 66
B. Lokasi Penelitian 67
C. Subjek Penelitian 67
D. Teknik Pengumpulan Data 68
E. Analisis Data 72
F. Keabsahan Data 74
G. Tahap-Tahap Penelitian 76
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS 78
A. Gambaran Objek Penelitian 78
B. Penyajian Data dan Analisis 82
C. Pembahasan Temuan 141
BAB V PENUTUP 175
A. Kesimpulan 175
B. Saran 178
DAFTAR PUSTAKA 180
Lampiran-lampiran

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

DAFTAR TABEL

Halaman

2.1 Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu..... 18

2.2 Tabel Perbedaan Bauran Pemasaran Barang Dan Jasa 25

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Matrik Penelitian

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Lampiran 3 Jurnal Penelitian

Lampiran 4 Foto Observasi

Lampiran 5 Surat Ijin Penelitian Untuk Penyusunan Skripsi

Lampiran 6 Surat Selesai Penelitian

Lampiran 7 Surat Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 8 Biodata Penulis

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

ABSTRAK

Rilo Dwi Gilang Permana, Dosen pembimbing Dr. Muniron, M.Ag, 2016: *Strategi Pemasaran Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember*.

Strategi pemasaran jasa dibagi menjadi tiga yaitu, pemasaran internal, pemasaran eksternal dan pemasaran interaktif dan Islam sebagai sebuah agama yang mengatur segala aspek kehidupan, tentu saja mempunyai cara untuk berekonomi. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti tentang hal ini.

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah : (1) Bagaimana strategi pemasaran internal jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" menurut perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember tahun 2016?**.** (2) Bagaimana strategi pemasaran eksternal jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" menurut perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember tahun 2016?**.** (3) Bagaimana strategi pemasaran interaktif jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember tahun 2016?

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Mendeskripsikan strategi pemasaran internal jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" menurut perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember tahun 2016. (2) Mendeskripsikan strategi pemasaran eksternal jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" menurut perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember tahun 2016. (3) Mendeskripsikan strategi pemasaran interaktif jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" menurut perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember tahun 2016.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian *field research*. Teknik yang dipilih adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan kualitatif deskriptif dan keabsahan data yang digunakan yaitu traingulasi sumber.

Kesimpulan: (1) Pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember sudah menerapkan strategi pemasaran internal kepada karyawan-karyawannya dengan prinsip Ekonomi Islam. (2) Pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember sudah menerapkan strategi pemasaran eksternal kepada para pelanggan dengan prinsip Ekonomi Islam. (3) Pemilik usaha dan para karyawan jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember sudah menerapkan strategi pemasaran interaktif kepada para pelanggan dengan prinsip Ekonomi Islam.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satu usaha untuk memperolehnya adalah dengan bekerja. Sedangkan salah satu dari bentuk bekerja adalah berdagang atau berbisnis. Kegiatan penting dalam muamalah yang paling banyak dilakukan oleh manusia setiap saat adalah kegiatan bisnis. Dalam kamus bahasa Indonesia bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha.

Bisnis dapat di definisikan sebagai pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Ada yang mengartikan, bisnis sebagai suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan distribusi atau penjualan brang jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit (keuntungan). Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat diindra), sedangkan jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen tau pelaku bisnis lainnya.

Dari pengertian bisnis tersebut, dapat dipahami bahwa setiap pelaku bisnis akan melakukan aktivitas bisnisnya dalam bentuk; *pertama*, memproduksi dan atau mendistribusikan barang dan jasa, *kedua*, mencari profit (keuntungan); dan *ketiga*, mencoba memuaskan keinginan

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

konsumen. Islam mewajibkan setiap muslim (khususnya) mempunyai tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia mendapat nafkah (rejeki).[1]

Dalam hal ini para pelaku bisnis di Indonesia seperti halnya bangsa-bangsa lain di dunia harus mempunyai bekal untuk menjalani pasar bebas pada saat ini. Artinya, bangsa Indonesia sedang menghadapi suatu situasi yang mengaharuskan pelaku bisnis terlibat dalam tingkat persaingan sangat ketat. Mereka yang memiliki lebih banyak keuletan dan keunggulan, seperti kualitas produk dan pelayan *(service),* diperkirakan akan lebih diuntungkan dengan situasi yang demikian itu. Dengan demikian, pasar bebas harus diantisipasi yang sebaik baiknya agar bangsa Indonesia dapat terhindar dari kondisi perekonomian yang semakin sulit, akibat ketergantungan yang lebih besar pada negara-negara yang mengendalikan ekonomi dunia.[2]

Selanjutnya, untuk keberlangsungan bisnis diperlukan strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba, berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lainnya.

---

[1] Veithzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethics: Mengacu pada al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan dan Ekonomi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 11-12.

[2] Ali Yafie, dkk, *Fiqh Perdagangan Bebas*, (Jakarta Selatan: Teraju, 2003), 191.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Pemasaran merupakan sesuatu yang sangat penting dalam dunia bisnis, entah itu yang berskala kecil, menengah ataupun yang berskala besar. Tanpa adanya sistem pemasaran yang baik, bukan tidak mungkin sebuah perusahaan yang dulunya besar akan mengalami kehancuran. Demikian pentingnya arti sebuah pemasaran bagi dunia usaha, sampai dikatakan oleh para pakar ekonomi bahwa marketing atau pemasaran itu merupakan kaki tangan perusahaan terdepan. Sebagai garda depan perusahaan dalam meraih profit, sudah barang tentu orang-orang yang berada dibagian ini haruslah memilki kemampuan yang handal, aktif dan tidak mudah putus asa dalam menghadapi persaingan usaha untuk merebut pangsa pasar dari bisnis yang menjadi andalannya.

Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran, sebagaimana kita ketahui bahwa produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tidak mungkin dapat mencari sendiri pembeli atau peminatnya. Oleh karena itu, produsen dalam kegiatan pemasaran produk atau jasanya harus membutuhkan konsumen mengenai produk atau jasa yang dihasilkannya. Salah satu cara yang digunakan produsen dalam bidang pemasaran untuk meningkatkan hasil produk yaitu melalui kegiatan promosi.

Strategi pemasaran jasa dibagi menjadi tiga yaitu, strategi pemasaran internal, strategi pemasran ekstrenal dan strategi pemasaran interaktif.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Pemasaran internal sangat penting artinya bagi perusahaan jasa. Apalagi bagi usaha yang terkenal dengan "*high contact*". Apa yang yang dikatakan dengan *high contact*, ialah kualitas jasa yang tidak dapat dipisahkan dari orang yang menghasilkan jasa tersebut. [3] Sebelum layanan dipasarkan kepada pelanggan, konsep layanan harus dipasarkan dahulu kepada para karyawan. Ini dimaksudkan agar para karyawan tertarik untuk turut memberikan kontribusi maksimal dalam memasarkan layanan kepada pelanggan. Pengembangan orientasi kepuasan pelanggan dalam usaha layanan yang tercermin dalam setiap kegiatan karyawan akan membangun keunggulan bersaing dalam jangka panjang. Faktor kunci keberhasilan pemasaran internal terletak pada pengelolaan manusia yang memberikan layanan (*people*) atau manajemen sumber daya manusia. Ini disebabkan karakteristik layanan yang sifatnya khas seperti yang disebut diatas. [4]

Segmentasi pasar merupakan langkah awal dalam pemasaran eksternal, yaitu suatu tindakan membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil. Mengacu pada konsep yang diajukan oleh Philip Kotler, maka variable utama segmentasi pasar adalah segmentasi yang didasarkan pada aspek geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Langkah kedua adalah melakukan menentuan target pasar, yaitu tindakan mengevaluasi dan memilih satu segmen pasar atau lebih untuk

[3] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 279-280.
[4] Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), 196-201.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dilayani. Selanjutnya, dilakukan penentuan posisi pasar, yaitu suatu cara membentuk presepsi konsumen terhadap manfaat barang atau jasa. [5]

Promosi merupakan satu upaya untuk menawarkan barang dagangan atau jasa kepada calon pembeli dan pengguna jasa. Pada dasarnya kita harus mempromosikan barang dan jasa dengan cara yang paling tepat, sehingga menarik minat calon pembeli.[6] Tidak dapat dipungkiri bahwa promosi adalah salah satu faktor yang diperlukan bagi keberhasilan dan strategi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan terutama pada saat ini ketika era informasi berkembang pesat, maka promosi merupakan salah satu senjata ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha.

Suatu produk tidak akan dibeli bahkan dikenal apabila konsumen tidak mengetahui keguanaannya, keunggulannya, dimana produk dapat diperoleh dan berapa harganya. Untuk itu, konsumen yang menjadi sasaran produk atau jasa perusahaan perlu diberikan informasi yang jelas. Maka peranan promosi berguna untuk:

1. Memperkenalkan produk atau jasa serta kualitasnya kepada konsumen.
2. Memberitahukan kegunaan dari barang atau jasa tersebut kepada konsumen serta cara penggunanaannya.
3. Memperkenalkan barang atau jasa baru.

Oleh karenanya adalah menjadi keharusan bagi perusahaan untuk melaksanakan promosi dengan strategi yang tepat agar dapat memenuhi

[5] Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan*, 195-196.
[6] Zikrul Hakim , *Islamic Business Strategy for Entrepreneurship* (Jakarta Timur: Multitama, 2006), 98.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

sasaran yang efektif. Promosi yang dilakukan harus sesuai dengan keadaan perusahaan. Dimana harus diperhitungkan jumlah dana yang tersedia dengan besarnya manfaat yang diperoleh kegiatan promosi yang dijalankan perusahaan.

Sedangkan pemasaran interaktif akan terjadi dalam rangka hubungan antara karyawan dengan konsumen, terjadi sentuhan sentuhan, dialog, layanan yang diharapkan akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Lebih lanjut kepuasan ini akan meningkat menjadi loyalty konsumen terhadap perusahaan. [7]

Menurut S.M. Hasanuzzaman, "ilmu Ekonomi Islam adalah pengetahuan dan aplikasi ajaran-ajaran dan aturan-aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam pencarian dan pengeluaran sumber-sumber daya, guna memberikan kepuasan bagi manusia dan memungkinkan mereka melaksanakan kewajiban-kewajiban mereka terhadap Allah dan masyarakat." [8]

Secara terminologi, Samuelson merumuskan,"ilmu ekonomi didefinisikan sebagai kajian tentang perilaku manusia dalam hubungan dengan pemanfaatan sumber-sumber prospektif yang langka untuk memproduksi barang-barang dan jasa-jasa serta mendistribusikannya untuk dikonsumsi.

[7] Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan*, 201-203.
[8] Fahmy Zone, "*Pengertian Ekonomi Islam"* Http://Fahmyzone.Blogspot.Co.Id/2013/04/Pengertian-Ekonomi-Islam.Html?M=1 (30 September 2016).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Dalam perkembangannya, kata rumah tangga tidak semata-mata dalam keluarga yang berarti suami-istri dan anak-anaknya, tetapi rumah tangga digunakan secara luas yaitu rumah tangga masyarakat dan rumah tangga negara. Ini berarti bahwa kegiatan itu melibatkan anggota keluarga yang mampu mengahasilkan barang dan jasa, pada gilirannya seluruh anggota keluarga ikut menikmati apa yang mereka peroleh. Kegiatan ini kemudian menyebar ke seluruh populasi rumah tangga yang kemudian menjadi kelompok yang diperintah oleh pemerintah suatu negara. Pengaturan rumah tangga ini mencakup tiga subsistem, yaitu memperbanyak kekayaan dan memelihara keberadaannya yang disebut dengan subsistem produksi, tata cara mengkonsumsinya disebut subsistem konsumsi produksi, dan yang berhubungan dengan tata cara pendistribusiannya yang tercakup dalam subsistem distribusi.

Berdasarkan ruang lingkup ekonomi sebagaimana tersebut diatas, maka Islam sebagai sebuah agama yang mengatur segala aspek kehidupan, tentu saja mempunyai cara untuk berekonomi. Dalam kaitan ini Yusuf Halimi al-'Alim mendefinisikan ilmu ekonomi Islam sebagai, "ilmu tentang hukum-hukum syariat aplikatif yang diambil dari dalil-dalil yang terperinci yang terkait dengan mencari, membelanjakan, dan cara-cara membelanjakan harta". Definisi ini menunjukkan bahwa fokus kajian Ekonomi Islam adalah mempelajari perilaku muamalah masyarakat Islam

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

yang sesuai dengan al-Qur'an, as-Sunnah, Qiyas dan Ijma' dalam memenuhi kebutuhan hidupnya untuk mencari ridha Allah SWT. [9]

Bangunan Ekonomi Islam didasarkan atas lima nilai universal, yaitu: tauhid (keimanan), 'adl (keadilan), nubuwaah (kenabian), khilafah (pemerintah), dan ma'ad (hasil). Kelima nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk menyusun teori-teori Ekonomi Islam.

Namun teori yang kuat dan baik tanpa diterapkan menjadi sistem, akan menjadikan Ekonomi Islam hanya sebagai kajian ilmu saja tanpa memberi dampak pada kehidupan ekonomi. Karena itu, dari kelima nilai-nilai universal tersebut, dibangunlah tiga prinsip derivatif yang menjadi ciri-ciri dan cikal bakal sistem Ekonomi Islami. Ketiga prinsip derivatif itu adalah *multitype ownership, freedom to act*, dan *social justice.*

Diatas semua nilai dan prinsip yang telah diuraikan sebelumnya, dibangunlah konsep yang memayungi semuanya, yakni konsep akhlak. Akhlak menempati posisi puncak, karena inilah yang menjadi tujuan Islam dan dakwah para Nabi, yakni untuk menyempurnakan akhlak manusia. Akhlak inilah yang menjadi panduan para pelaku ekonomi dan bisnis dalam melakukan aktivitasnya. [10]

Dari berbagai pemaparan diatas, bisnis ini cukup terkenal karena kualitas hasil dan produk-produk yang dihasilkan mampu menarik konsumen dari berbagai daerah seperti Bondowoso, Situbondo, Lumajang, Banyuwangi dan terutama di Jember. Selain itu bapak Agus Jamzuri

[9] Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 9-12.
[10] Ibid., 12-28.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

selaku pemilik usaha "CAPARAN" ini untuk pengembangan usahanya tidak hanya usaha bibit unggul saja, beliau berinovasi membuat pupuk tanamannya sendiri yaitu dari *pecing* (air seni sapi dan kambing) yang ramah lingkungan dalam arti pupuknya tidak berbau. Beliau juga menjadi penggerak ekonomi lingkungan sekitar. Sehingga dampaknya lingkungan sekitar tempat tinggal Pak Agus Jamzuri mengalami peningkatan ekonomi. Dari yang awalnya kurang lapangan pekerjaan, dengan adanya usaha jasa ini perekonomian warga sekitar mulai membaik dan sejahtera. Dengan inilah peneliti menarik untuk lebih mengetahui secara banyak dan mendalam tentang bisnis tersebut, terutama dalam strategi pemasarannya.

Dengan gambaran inilah, peneliti mengangkat judul "Strategi Pemasaran Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember."

B. FOKUS PENELITIAN

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan fokus penelitian. Fokus penelitian merupakan perumusan hal yang sangat penting didalam suatu penelitian, karena masalah merupakan objek yang hendak diteliti yang bersifat sementara dan akan dikembangkan setelah peneliti masuk lapangan atau situasi sosial tertentu. Maka dalam penelitian apapun, fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.[11]

[11] Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 44.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Penelitian ini difokuskan pada masalah-masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran internal jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" menurut perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember tahun 2016?
2. Bagaimana strategi pemasaran eksternal jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" menurut perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember tahun 2016?
3. Bagaimana strategi pemasaran interaktif jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" menurut perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember tahun 2016?

C. TUJUAN PENELITIAN

Setiap penelitian memiliki tujuan dari tiap-tiap objek yang diteliti. Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu dan konsisten dengan masalah-masalah yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah sebelumnya.[12] Menurut Sudarwan tujuan penelitian adalah jawaban atas pertanyaan apa yang akan dicapai dalam penelitian itu

[12] Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah,* 44.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

menurut misi ilmiah bukan menurut tujuan formal penulis skripsi atau tesis.[13] Terdapat beberapa tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Mendeskripsikan strategi pemasaran internal jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" menurut perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember tahun 2016.
2. Mendeskripsikan strategi pemasaran eksternal jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" menurut perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember tahun 2016.
3. Mendeskripsikan strategi pemasaran interaktif jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" menurut perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember tahun 2016.

D. MANFAAT PENELITIAN

Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan akan mendapatkan manfaat secara teoritis dan praktis, dimana manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
   a. Penelitian ini sebagai sarana mengembangkan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari dan secara khusus pengetahuan tentang strategi pemasaran jasa.

[13] Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), 91.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

b. Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat dikembangkan lebih baik lagi dengan meneliti strategi pemasaran jasa yang sesuai dengan Ekonomi Islam.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapakan dapat menambah pengetahuan nanti dalam melaksanakan usaha yang bergerak di bidang jasa dengan menggunakan strategi pemasaran jasa yang sesuai dengan Ekonomi Islam.

b. Bagi IAIN Jember

Sebagai bahan kajian untuk melengkapi kepustakaan yang berkaitan dengan strategi pemasaran jasa.

E. DEFINISI ISTILAH

1. Strategi Pemasaran Jasa

Strategi berarti sebuah konsep super-ordinat, yang mencakup seluruh kebijaksanaan yang perlu dirinci lagi dalam taktik-taktik untuk dilaksanakan. Pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholdernya.[14] Sedangkan jasa adalah semua tindakan atau kinerja yg dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada

[14] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 3.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pihak lain yg pada intinya tidak berwujud, dan tidak mengakibatkan sesuatu kepemilikan apapun. [15]

Strategi pemasaran jasa menurut peneliti adalah taktik-taktik yang digunakan oleh pengusaha guna mendapatkan keuntungan dalam hal penciptaan, penawaran dan perubahan produk jasa kepada para pengguna jasa (klien).

2. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam menurut peneliti merupakan ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam.

3. Strategi Pemasaran Jasa Menurut Ekonomi Islam

Strategi pemasaran jasa menurut ekonomi Islam adalah taktik-taktik yang digunakan oleh pengusaha guna mendapatkan keuntungan dalam hal penciptaan, penawaran dan perubahan produk jasa kepada para pengguna jasa (klien) dimana taktik-taktik tersebut harus berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam.

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif,

[15] RW. Suparyanto dan Rosard, *Manajemen Pemasaran* (Bogor: In Media, 2015), 125.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

bukan seperti daftar isi. [16] Sistematika pembahasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab Satu berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, kemudian fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

Bab Dua berisi tentang kajian kepustakaan yang terdiri dari penelitian terdahulu yang memuat penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dan kajian teori yang digunakan sebagai perspektif oleh peneliti.

Bab Tiga menjelaskan tentang penyajian metode penenlitian yang digunakan oleh peneliti yang berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, serta tahap-tahap penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti.

Bab Empat mengemukakan tentang penyajian data dan analisi data yang diperoleh dalam pelaksanaan penelitian secara empiris yang terdiri dari gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis data, diakhiri dengan pembahasan temuan dari lapangan.

Bab Lima berisi kesimpulan dan saran.

Selanjutnya skripsi ini diakhiri dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran sebagai pendukung di dalam pemenuhan kelengkapan data penelitian.

[16] Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

1. Strategi Pemasaran Roti Mawar Menurut Konsep Ekonomi Islam di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang, skripsi atas nama Muhammad Safi'i 2010 di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Jember. Berdasarkan temuan dilapangan, dapat disimpulkan bahwa secara umum strategi pemasaran yang sudah dijalankan oleh perusahaan ini sudah tegolong baik, karena melihat semua komponen strategi pemasaranya berjalan dengan stabil dan baik meskipun ada yang perlu dikembangkan dalam pendistribusian karena kurangnya tenaga sales dalam memasarkan roti mawar.

   Persamaanya pada penelitian terdahulu dan yang peneliti lakukan sama membahas tentang strategi pemasaran yaitu promosi. Disamping itu persamaan dalam mengkolaborasikan penelitinya dengan prespektif ekonomi Islam, dalam konsep ekonomi Islamnya terdapat juga konsep jujur dalam pemasarannya.[1]

   Perbedaanya dengan penelitian ini, karena adanya perbedaan yang mendasar yaitu jasa. Sedangkan pada penelitian terdahulu ini yaitu produksi. Dilihat dari segi produk yang dipasarakan produk

[1] *Muhammad* Safi'i, *Strategi Pemasaran Roti Mawar Menurut Konsep Ekonomi Islam di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang*, (Jember: IAIN Jember 2010).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

berupa roti. Sedangkan dari peneliti yang dipasarakan berupa jasa pengecambahan biji semangka.

2. Strategi Pemasaran Pengusaha Muslim (Studi Kasus Perusahaan Krupuk Cipta Rasa di Lingkungan Wonosari Kelurahan Mangli Jember), skripsi atas nama Mar'atush Sholihah 2012 di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Jember. Berdasarkan temuan di lapangan, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk cipta rasa sangat baik dengan membuat bentuk krupuk yang unik dan disukai konsumen, harga lebih murah dari yang lain sehingga dapat dijangkau konsumen, promosi menggunakan personal saling agar lebih dekat dengan konsumen dan distribusinya menggunakan agen agar menjangkau seluruh konsumen.[2]

Persamaannya teknik pengumpulan data, yaitu observasi wawancara dan dokumentasi. Serta sama-sama menggunakan strategi pemasaran promosi dan pelayanan. Mempertahankan hubungan baik dengan konsumen.

Perbedaannya penelitian ini yaitu di bidang jasa pengecambahan biji semangka. Sedangkan dalam penelitian terdahulunya di bidang produksi krupuk. Dan juga terletak pada strategi pemasaran yang mencakup semuanya yaitu dari promosi, produksi, harga, pelayanan, distribusinya. Sedangkan dari penelitinya hanya mencakup dua yatu promosi dan pelayanan.

[2] Mar'atush Sholihah, *Strategi Pemasaran Pengusaha Muslim (Studi Kasus Perusahaan Krupuk Cipta Rasa di Lingkungan Wonosari Kelurahan Mangli Jember)*, (Jember: IAIN Jember, 2012) .

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

3. Strategi Pemasaran Jasa Perdagangan Saham di PT. BNI *Securities* Yogyakarta. Skripsi tahun 2015 atas nama M. Ridho Akbar di Universitas Negeri Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini adalah Hasil penelitian menunjukan bahwa: (1) Strategi pemasaran yang selama ini dilakukan oleh PT. BNI *Securities* Yogyakarta terdiri dari dua aspek, yaitu: proses pemasaran dan bauran pemasaran. Pada tahap proses pemasaran meliputi:.(a) *segmenting* yang dilakukan ialah *retail,* (b) *targeting* yang dilakukan berupa *concentrated targeting strategy,* (c) *positioning* yang dilakukan adalah dengan menjadikan *software esmart* sebagai keunggulan. Pada tahap bauran pemasaran meliputi: (a) *product* atribut berupa perdagangan efek dan memiliki keunggulan yaitu *software esmart,* (b) *price* yang dilakukan dengan memberikan komisi 0,2% – 0,3%, (c) *place* yang berlokasi strategis, (d) *promotion* yang dilakukan dengan *referral* dan *online,* (e) *people* yang bersertifikat, (f) *physical evidence* yang dilengkapi dengan fasilitas lengkap, (g) *process* yang mudah. (2) Strategi pemasaran yang paling tepat guna meningkatkan jumlah investor adalah melalui strategi kombinasi produk dan promosi yaitu layanan *software esmart* dan promosi yang menggunakan *referral dan online.* [3]

   Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara selain itu juga memiliki objek penelitian yang sama yaitu strategi pemasaran jasa.

[3] M. Ridho Akbar, *Strategi Pemasaran Jasa Perdagangan Saham di PT. BNI Securities Yogyakarta*. (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2015).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Sedangkan perbedaaan dengan penelitian ini yaitu Metode penelitian yang digunakan oleh M. Ridho Akbar adalah *mix methods* yaitu metode kuantitatif dan kualitatif. Strategi pengumpulan data menggunakan eksplanatoris sekuensial yaitu dengan menggunakan dua tahap yaitu tahap kuantitatif dengan menggunakan angket dan tahap kualitatif dengan teknik wawancara, dan observasi. Analisis data menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif.

Untuk lebih jelasnya, perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 2.1

Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu

No	Judul skripsi	Penulis	Persamaan	Perbedaan
1.	Strategi Pemasaran Roti Mawar Menurut Konsep Ekonomi Islam di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang,	Muhammad Safi'i 2010	1. Membahas tentang strategi pemasaran 2. Sama-sama mengkolaborasikan penelitinya dengan prespektif ekonomi Islam,	1. Perbedaanya dengan penelitian ini, karena adanya perbedaan yang mendasar yaitu jasa. Sedangkan pada penelitian terdahulu ini yaitu produksi. 2. Dilihat dari segi produk yang dipasarakan produk berupa roti. Sedangkan dari peneliti yang dipasarakan

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

				berupa jasa pengecambahan biji semangka.
2.	Strategi Pemasaran Pengusaha Muslim (Studi Kasus Perusahaan Krupuk Cipta Rasa di Lingkungan Wonosari Kelurahan Mangli Jember)	Mar'atush Sholihah 2012	1. Persamaannya teknik pengumpulan data, yaitu observasi wawancara dan dokumentasi. 2. Sama-sama menggunakan strategi pemasaran promosi dan pelayanan. Mempertahankan hubungan baik dengan konsumen.	1. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. 2. Perbedaannya penelitian ini yaitu di bidang jasa pengecambahan biji semangka. Sedangkan dalam penelitian terdahulunya di bidang produksi krupuk. 3. Perbedaan juga terletak pada strategi pemasaran yang mencakup semuanya yaitu dari promosi, produksi, harga, pelayanan, distribusinya. Sedangkan dari penelitinya hanya mencakup dua yatu promosi dan pelayanan.
3.	Strategi	M. Ridho	1. Menggunakan	1. Metode

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

	Pemasaran Jasa Perdagangan Saham di PT. BNI *Securities* Yogyakarta.	Akbar (2015)	teknik pengumpulan data observasi dan wawancara. 2. Memiliki objek penelitian yang sama yaitu strategi pemasaran jasa.	penelitian yang digunakan oleh M. Ridho Akbar adalah *mix methods* yaitu metode kuantitatif dan kualitatif. 2. Strategi pengumpulan data menggunakan eksplanatoris sekuensial yaitu dengan menggunakan dua tahap yaitu tahap kuantitatif dengan menggunakan angket dan tahap kualitatif dengan teknik wawancara, dan observasi. 3. Analisis data menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif.

B. Kajian Teori

1. Pengertian Pemasaran

Definisi pemasaran telah berkembang pesat sekali dari dulu sampai sekarang yang dirumuskan sebagai berikut: [4]

[4] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa,* 2-3.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

a. Pemasaran adalah menghubungkan penjual dengan pembeli potensial.
b. Pemasaran adalah menjual barang, dan barang tersebut tidak kembali ke orang yang menjualnya.
c. Pemasaran adalah memberikan sebuah standar kehidupan
d. Tahun 1953 Brench mendefinisikan pemasaran suatu proses dalam menentukan permintaan konsumen akan barang dan jasa, memotivasi penjualan, mendistribusikan ke konsumen akhir, dengan keuntungan sebagai imbalannya.
e. Tahun 1954, Peter Drucker, mengatakan pemasaran bukanlah sekedar perluasan penjualan, pemasaran meliputi keseluruhan bisnis, dari harus dilihat dari sudut pelanggan. Hanya pemasaran dan inovasilah yang menghasilkan uang, kegiatan yang lainnya adalah pos biaya saja. Dikatakan pemahaman Drucker ini merupakan peletakan sendi dasar pemasaran sebagai bisnis kunci dalam perusahaan.
f. Tahun 60-an, 70-an, 80-an sekolah pemasaran telah berkembang dan menerbitkan berbagai buku teks. Ini menjadi dasar pula untuk tahun 90-an pemasaran yang menekankan pada relasionship.
g. Tahun 1972 (Kotler) pemasaran adalah sekumpulan aktifitas manusia yang ditujukan untuk memfasilitasi dan melaksanakan pertukaran.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

h. Tahun 1976 (Baker), pemasaran berkaitan dengan penciptaan dan pemeliharaan hubungan yang saling menguntungkan.

i. Pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan yang tidak terpenuhi saat ini.

j. Tahun 1985, AMA (American Marketing Association) menyatakan pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi dan pendistribusian barang, jasa dan ide dapat memuaskan pelanggan dan tujuan perusahan.

k. Tahun 1977, The cartered institute of marketing, pemasaran adalah proses manajemen untuk mengidentifikasi, mengantisipasi, dan memuaskan pelanggan secara menguntungkan.

l. Definisi dari Marketing Association of Australia and New Zealand (MAANZ), pemasaran adalah aktifitas yang memfasilitasi dan memperlancar suatu hubungan pertukaran yang saling memuaskan melalui penciptaan, pendistribusian, promosi, dan penentuan harga dari barang, jasa, dan ide.

m. Definisi terakhir yang ingin dikemukakan ialah seperti yang ditulis Hermawan Kertajaya, pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaraan, dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholdernya.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

2. Jasa

a. Pengertian Jasa

Pengertian jasa disampaikan oleh beberapa orang ahli, Kotler dan Keller menyampaikan pengertian jasa adalah semua tindakan atau kinerja yg dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yg pada intinya tidak berwujud, dan tidak mengakibatkan sesuatu kepemilikan apapun.

Pendapat lainnya dikemukakan oleh Koroh sebagai berikut: Setiap tindakan atau perbuatan yg dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yg secara esensial bersifat tak berwujud (*intangible*) dan tidak melahirkan kepemilikan akan sesuatu, dan proses produksinya dapat saja terkait atau tidak dengan produk dalam bentuk fisik.

Berdasarakan pendapat dari beberapa orang ahli diatas dapat ditarik kesimpulan, jasa merupakan suatu tindakan yang tidak mengakibatkan suatu kepemilikan apapun, sifatnya tidak berwujud, dalam penyampainnya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan barang. [5]

b. Karakteristik Jasa

Karakteristik produk jasa berbeda dengan barang. Karakteristik jasa diungkapkan oleh kotler dan keller (2009:39) sebagai berikut:

[5] RW. Suparyanto dan Rosard, *Manajemen Pemasaran*, 125-126.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

1) Tidak berwujud

Jasa berbeda dengan barang, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu di konsumsi oleh pelanggannya dalam wujud-wujud gedung, karyawan, tenaga ahli, peralatan, mesin, materi komunikasi, simbol, dan harga. Sehubungan dengan hal tersebut, tugas manajer dan pemasar jasa, adalah mengelola bukti-bukti itu agar dapat mewujudkan sesuatu yang tidak berwujud. Pemasar jasa ditantang untuk mendapatkan bukti fisik dan gambaran nyata pada penawaran abstrak mereka.

2) Tidak terpisahkan

Tidak seperti barang fisik yg diproduksi, disimpan, dan distribusi melalui berbagai penjual, baru kemudian di konsumsi. Pada umumnya jasa akan diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Jika seseorang memberikan pelayanan, penyediaan bagian dari jasa itu. Klien juga hadir pada saat jasa itu dilakukan. Interaksi antara penyedia dan klien merupakan ciri khas pemasaran jasa. Pada saat dosen menyampaikan materi kuliah, maka mahasiswa berada bersama dosen tersebut.

3) Bevariasi

Jasa sangat bervariasi karena tergantung kepada siapa yang menyediakan jasa tersebut, kapan jasa disampaikan, dan dimana jasa tersebut diberikan. Matakuliah yang sama

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

disampaikan oleh dosen yang sama, tapi pada waktu yang berbeda pasti akan berbeda pula penyampaian jasa pendidikan tersebut. Perbedaan penyampaian jasa lebih nyata.

c. Strategi Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa perlu ditangani secara profesional. Pada dasarnya pemasaran jasa berbeda dengan pemasaran barang manufaktur. Perbedaan ini disebabbkan karakteristik produk jasa yang khas dan berbeda dari fisik.

Bauran pemasaran jasa lebih luas dari bauran pemasaran barang. Terdapat kesamaan bauran pemasaran barang dan bauran pemasaran jasa pada 4P pertama yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (distribusi), dan *promotion* (promosi). Di samping itu, bauran pemasaran jasa dan tambahan 3P lainnya yaitu *people* (orang), *proces* (proses), dan *physical evydence* (bukti fisik).

Tabel 2.2
Perbedaan Bauran Pemasaran Barang Dan Jasa

Bauran Pemasaran	
Barang	Jasa
1. Product 2. Price 3. Place 4. Promotion	1. Product 2. Price 3. Place 4. Promotion 5. People

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

	6. Process 7. Physical Evidance

Tambahan 3P pada bauran pemasaran jasa tersebut di atas sebagai berikut:

1) *People* (orang)

Orang yang menyampaikan jasa sangat menentukan kualitas penawaran. Dengan demikian sangat layak jika penyanyi besuara emas memiliki banyak penggemarnya, dosen yang baik dalam mentransformasi ilmu penegetahuan sekaligus memotivasi akan lebuh disukai mahasiswa. Contoh konkrit: Mario teguh, tukul Arwana, Mamah Dedeh merupakan beberapa orang disukai pasar sasaran sehingga acara yang panduannya bertahan lama di stasiun televisi.

2) *Proces* (proses)

Proses produksi dan distribusi jasa sehingga sampai kepada pasar sasaran dapat dilakukan dengan metode yang berbeda. Seorang dosen yang mengajar di kelas dapat menerapkan proses berbeda, ada yang menggunakan media *infocus projector*, transparansi, ceramah, simulasi, diskusi, praktek langsung, ada juga yang menggunakan modul atau buku yang ditulisnya sendiri.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

3) Physical Evidance (bukti Fisik)

Produk berupa jasa tidak dapat dilihat dan diraba. Sehubungan dengan itu pelaku bisnis dianggap perlu membuat jasa tersebut seakan-akan berwujud karena wujud fisik ini akan menjadi salah satu pertimbangan pasar sasaran. Sebagai contoh masyarakat aka memberikan penilaian tinggi kepada semua rumah sakit yang memiliki bukti fisik yang baik. Bukti fisik ini dapat tercermin dari bangunan yang megah, peralatan yang lengkap dan modern, penampilam karyawan, jumlah dokter ahli, laboratium yang lengkap dengan teknologi *canggih*, kelengkapan obat di apotek, area parkir yang luas, dan lain-lain.

Sementara itu rambat lupiyoadi menyatakan bahwa bauran pemasaran jasa terdiri dari:

a) *Product*: jenis jasa yang ingin ditawarkan
b) *Price*: strategi penetuan harga
c) *Place*: sistem penyampaian diterapkan
d) *Promotion*: promosi yang harus dilakukan
e) *People*: kualitas dan kuantitas SDM dalam pemberian jasa
f) *Process*: proses operasi jasa
g) *Custumer service*: level jasa yang untuk kosumen[6]

[6] RW. Suparyanto dan Rosard, *Manajemen Pemasaran*, 129-131.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Strategi pemasaran jasa dibedakan menjadi tiga, yaitu:

1) Pemasaran Internal

Pemasaran internal sangat penting artinya bagi perusahaan jasa. Apalagi bagi usaha yang terkenal dengan "*high contact*". Apa yang yang dikatakan dengan *high contact*, ialah kualitas jasa yang tidak dapat dipisahkan dari orang yang menghasilkan jasa tersebut. Misalnya *high contact* terdapat dalam bidang kesehatan, restoran, salon kecantikan dan sebagainya. Jadi jika pelaksana marketing jasa ingin mempertahankan kualitas produk, maka ia sebetulnya harus memperhatikan mutu karyawannya. Pemasaran internal artinya menerapkan teori dan praktik pemasaran, terhadap para karyawannya. Manajer harus memperkerjakan orang yang melayani konsumen dan mereka harus bekerja sebaik mungkin. Secara teknis ungkapan internal marketing berarti mengaplikasikan setiap aspek marketing di dalam perusahaan. Artinya manajer harus memandang karyawan sebagai langganan, memandang pekerja sebagai produk, dan usahakan desain produk ini sebaik mungkin guna memenuhi selera konsumen. Oleh sebab itu untuk menunjukan usaha jasa yang *high contact*, gunakan konsep internal marketing, agar bisa menawarkan jasa lebih baik, lebih memuaskan dengan tingkat

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

kompetensi karyawan menjadi lebih profesional, dan layanan lebih efektif. [7]

Sebelum layanan dipasarkan kepada pelanggan, konsep layanan harus dipasarkan dahulu kepada para karyawan. Ini dimaksudkan agar para karyawan tertarik untuk turut memberikan kontribusi maksimal dalam memasarkan layanan kepada pelanggan. Pengembangan orientasi kepuasan pelanggan dalam usaha layanan yang tercermin dalam setiap kegiatan karyawan akan membangun keunggulan bersaing dalam jangka panjang. Faktor kunci keberhasilan pemasaran internal terletak pada pengelolaan manusia yang memberikan layanan (*people*) atau manajemen sumber daya manusia. Ini disebabkan karakteristik layanan yang sifatnya khas seperti yang disebut diatas.

Terdapat dua aspek penting dalam pemasaran internal yaitu *attitude management* dan *communications management*. *Attitude management* berarti pengelolaan sikap dan motivasi karyawan untuk mementingkan kebutuhan pelanggan dan penghayatannya terhadap konsep layanan. *Communications management* berarti pengelolaan informasi dan komunikasi dalam usaha layanan.

[7] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 279-280.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Manajer dan karyawan berhubungan langsung dengan pelanggan memerlukan informasi agar dapat melaksanakan tugas mereka sebagai pimpinan atau pengelola dan sebagai pemberi layanan terhadap konsumen internal dan eksternal. Komunikasi dua arah dalam organisasi usaha layanan akan memperlancar aspek *communications management*.

Organisasi usaha layanan harus diawali dengan suatu komitmen yang kemudian ditanamkan menjadi suatu budaya perusahaan (*corporate culture*). Akan sangat baik jadinya apabila suatu layanan menanamkan budaya yang bersifat budaya layanan (*service culture*). Dalam membangun *service culture dibutuhkan empat hal yaitu:*

a) Mengembangkan strategi layanan (*strategic requirements*)

Pengembangan strategi layanan agar berhasil, harus didukung oleh manajemen puncak dengan mengembangkan pula budaya layanan (*service culture*). Perilaku manajemen puncak yang dapat dijadikan model atau contoh positif terhadap *service culture* akan memperkuat mengakarnya budaya tersebut. Untuk membangun hal tersebut, dalam merekrut calon karyawan, manajemen harus memilki kriteria standar mengenai nilai, sikap, dan perilakunya yang mendukung konsep layanan atau *service culture*.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

b) Mengembankan struktur organisasi layanan (*organizational requirements*)

Pembentukan struktur organisasi harus menunjang *service culture* dengan cara memperlancar komunikasi dua arah dan mengacu pada struktur organic, misalnya struktur organisasi yang bersifat *simple professional bureaucracy*, yaitu kombinasi antara struktur sederhana dan birokrasi professional bagi sebuah layanan yang memiliki *operating core* yang bersifat professional. Contohnya adalah dosen di suatu perguruan tinggi, dokter di sebuah rumah sakit, montir di sebuah bengkel. Struktur sederhana yang bersifat organic dan tidak berlapis-lapis akan memperlancar terjadinya komunikasi dua arah. Para profesional atau tenaga terampil merupakan *operating core* yang menjadi inti operasioanal perusahaan. Standarisasi, yang menunjang efisiensi dan terdapat dalam organisasi tersebut, merupakan sifat dari struktur birokrasi professional.

Strategi organisasi usaha layanan yang dilakukan bukan hanya dengan menerapkan *Total Quality Management (TQM),* melainkan juga menanamkan paradigma pembelajaran organisasi (*learning organization*), akan sangat mendukung keberhasilan *service culture*. *Learning organization* bukan hanya bersikap

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

adaptif terhadap perubahan seperti paradigma *Total Quality Management*, melainkan juga bersikap proaktif untuk mengantisipasi perubahan di masa depan. Hal ini akan tercermin dalam manajemen sumber daya manusia. Misalnya dalam proses seleksi, harus dipilih karyawan yang memiliki kemauan kuat untuk belajar. Untuk melakukan seleksi ini, perlu dilakukan analisis atribut personal dengan mengidentifikasi sikap dan kompetensi yang dibutuhkan serta memperjelas hal mana yang harus sudah ada pada diri orang tersebut atau hal mana yang dapat dikembangkan melalui pelatihan. Selain itu, pelatihan yang dilakukan bukan hanya pelatihan yang berorientasi masa kini melainkan juga pengembangan para karyawannya yang berorientasi ke masa depan dan sebaginya.

c) Mengembangkan kepemimpinan (*management requirements*)

Usaha layanan yang baik akan berusaha memiliki dan memelihara kepemimpinan layanan (*service leadership*). Untuk membangun hal tersebut, perlu dilaksanakan hal-hal berikut ini:

(1) *Encourage leadership learning* atau usaha menggiatkan organisasi untuk belajar, yang dilakukan dengan cara menanamkan budaya *learning organization* yang

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

diimplementasikan dalam kegiatan menajemen sumber daya manusianya.

(2) Mempromosikan orang yang tepat. Misalnya dalam aspek perencanaan karier, *promption from within* menurut persyaratan kualifikasi tingkat pendidikan minimal, prestasi kerja, dan lamanya bekerja.

(3) Menekankan keterlibatan personal. Semua karyawan harus memiliki nilai, sikap, dan perilaku yang menghayati factor kritikal *the moment of truth* atau berorientasi kepada kepuasan pelanggan. Komunikasi dua arah harus berjalan lancar.

(4) Menekankan kepercayaan pada seluruh karyawan. Contohnya adalah melakukan pengembangan karier untuk meningkatkan motivasi dengan melakukan *job enrichment* atau *empowerment.*

d) Mengembangkan *service training programs* (*knowledge and attitude requirements*)

Program pelatihan terhadap keahlian, pengetahuan, dan sikap karyawan dibutuhkan untuk mencapai kualitas layanan yang baik. Pelatihan-pelatihan untuk mencapai seluruh tujuan dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

(1) *On the job training,* contohnya latihan instruksi pekerjaan, yaitu memberikan petunjuk-petunjuk

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

mengenai pekerjaan secara langsung saat bekerja untuk melatih karyawan bagaimana melaksanakan pekerjaan mereka sekarang.

(2) *Off the job training*, contohnya adalah metode simulasi permainan peran (*role playing*). Ini dimaksudkan agar karyawan melatih sikap dan perilaku dalam menghadapi pelanggan dan melatih keahlian berkomunikasi yang baik. Selain itu, presentasi video pun dapat dilakukan untuk melengkapi bentuk pelatihan *role playing.* Karyawan sebaiknya dilengkapi dengan rekaman video dan buku pegangan yang berisi cara-cara efektif dalam melayani pelanggan sehingga karyawan dapat mempelajari sendiri bila membutuhkannya. [8]

2) Pemasaran Eksternal

Mengarahkan kegiatan pemasaran publik, dalam rangka menarik mereka agar terpengaruh, berkunjung dan melakukan transaksi. Sebuah perusahaan travel biro dapat memberikan informasi kepada calon konsumen. Misalnya tentang peta daerah wisata dan hiburan yang yang dapat dinikmati, sebuah bengkel mobil dapat memberikan informasi tentang cara perawatan mobil, apa yang diawasi untuk perbaikan yang akan datang dan sebagainya. Disamping itu kebanyakan perusahaan

[8] Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan*, 196-201.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

menggunakan media promosi guna melancarkan pemasaran eksternalnya. [9]

Segmentasi pasar merupakan langkah awal dalam pemasaran eksternal, yaitu suatu tindakan membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil. Mengacu pada konsep yang diajukan oleh Philip Kotler, maka variable utama segmentasi pasar adalah segmentasi yang didasarkan pada aspek geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Langkah kedua adalah melakukan menentuan target pasar, yaitu tindakan mengevaluasi dan memilih satu segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Selanjutnya, dilakukan penentuan posisi pasar, yaitu suatu cara membentuk presepsi konsumen terhadap manfaat barang atau jasa.

Setelah langkah-langkah tersebut dilakukan, langkah berikutmya adalah pengembangan bauran pemasaran (*marketing mix stategy*) atau 4P. dalam mengembangkan 4P (*product, promotion, price, place*) diperlukan pengembangan data base (*data base development*) yang berisi *custumer base profile, character for rention effort* dan *satisfactory rate*. Dalam *marketing data base,* hal-hal yang perlu diperhatikan misalnya *recency,* yaitu kapan pelanggan membeli jasa dalam periode waktu tertentu; frekuensi, yaitu berapa sering

[9] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 280.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pelanggan membeli jasa dalam periode waktu tertentu; dan *monetary* yakni seberapa besar bayaran yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk membeli jasa yang terakhir.[10]

3) Pemasaran Interaktif

Pemasaran ini akan terjadi dalam rangka hubungan antara karyawan dengan konsumen, terjadi sentuhan sentuhan, dialog, layanan yang diharapkan akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Lebih lanjut kepuasan ini akan meningkat menjadi loyalty konsumen terhadap perusahaan.

Sasaran pemasaran interaktif adalah untuk memastikan apakah fungsi, kualitas, dan janji-janji layanan yang ditawarkan perusahaaan kepada pelanggan dapat dipenuhi oleh karyawan perusahaan yang bersangkutan. Pada tahap pemasaran interaktif inilah terjadi kontak antara pihak perusahaan dan konsumen. Pada titik kritis ini, karyawan perusahaan mendapatkan kesempatan untuk menunjukan kualitas layanannya dan mendapat peluang untuk mengembangkan kualitas layanannya kepada para pelanggan. Dengan demikian pemasaran interaktif dapat dikaitkan dengan *presentation*, yaitu suatu peluang bagi pemberi layanan untuk menampilkan layanannya yang terbaik kepada pelanggan, dan pelanggan dapat melihat penampilan layanan tersebut.

[10] Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan*, 195-196.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Pemasaran interktif membangun kualitas layanan dalam usahanya mendapatkan keunggulan bersaing jangka panjang. Pada dasarnya kriteria kualitas sulit untuk diukur. Meskipun demikian, A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, dan L.L. Berry mengajukan suatu dimensi untuk faktor-faktor penentu yang dapat digunakan sebagai acuan untuk menilai kualitas, yaitu:

a) *Tangibles*; penampilan fisik layanan, contohnya adalah gedung, peralatan, perlengkapan, dan sebagainya.
b) *Empathy*; kesediaan dan keinginan untuk melayani secara ramah, hangat dan bersahabat.
c) *Responsiveness*; kesediaaan dan kesiapan karyawan untuk memberikan layanan.
d) *Assurance*; patut dipercaya, dapat dipercaya, jujur, dan menarik hati konsumen.
e) *Reliability*; konsistensi dalam performa dan dapat dipercaya.

Dalam pemasaran interktif, selain membangun kualitas layanan, perusahaan harus membuat konsumen merasa bahwa mereka penting. Untuk menciptakan perasaan tersebut dalam diri konsumen, diperlukan manajemen kapasitas dan permintaan yang dikenal dengan sebutan *Yield Management*. Perusahaan layanan pelengkap, mengembangkan system reservasi, membatasi permintaan dengan penjadwalan atau

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

anteran, memberikan harga murah saat sepi dan menaikkan harga saat ramai, dan sebagainya. Manajemen kapasitas dapat dilakukan dengan cara penjadwalan shift karyawan, menggunakan karyawan *part-time*, karyawan *multi-skilled*, mengajak konsumenn berpartisipasi, dan sebagainya.

Pemasaran usaha layanan yang memiliki karakteristik unik memang memerlukan strategi pemasaran yang khusus. Salah satu cara utama mendiferensiasikan perusahaan jasa adalah dengan memberikan berkualitas lebih tinggi dari pada pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa pelanggan sasaran. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman lampaunya, pembicaraan dari mulut ke mulut dan iklan perusahaan jasa. Pelanggan memilih penyedia jasa berdasarakan hal-hal ini. Setelah menerima jasa, mereka membandingkan jasa yang dialaminya dengan jasa yang diharapkan.[11]

d. Ekonomi Islam

1) Pengertian Ekonomi Islam[12]

Kata Islam setelah "Ekonomi" dalam ungkapan Ekonomi Islam berfungsi sebagai identitas tanpa mempengaruhi makna atau definisi ekonomi itu sendiri. Karena

[11] Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan*, 201-203.
[12] Fahmy Zone, "*Pengertian Ekonomi Islam"* Http://Fahmyzone.Blogspot.Co.Id/2013/04/Pengertian-Ekonomi-Islam.Html?M=1 (30 September 2016).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

definisinya lebih ditentukan oleh perspektif atau lebih tepat lagi *worldview* yang digunakan sebagai landasan nilai.

Sedang ekonomi adalah masalah menjamin berputarnya harta diantara manusia, sehingga manusia dapat memaksimalkan fungsi hidupnya sebagai hamba Allah untuk mencapai falah di dunia dan akhirat (*hereafter*). Ekonomi adalah aktifitas yang kolektif.

Berikut ini definisi Ekonomi dalam Islam menurut Para Ahli :

a) S.M. Hasanuzzaman, "ilmu Ekonomi Islam adalah pengetahuan dan aplikasi ajaran-ajaran dan aturan-aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam pencarian dan pengeluaran sumber-sumber daya, guna memberikan kepuasan bagi manusia dan memungkinkan mereka melaksanakan kewajiban-kewajiban mereka terhadap Allah dan masyarakat."
b) M.A. Mannan, "ilmu Ekonomi Islam adalah suatu ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari permasalahan ekonomi dari orang-orang yang memiliki nilai-nilai Islam."
c) Khursid Ahmad, ilmu Ekonomi Islam adalah "suatu upaya sistematis untuk mencoba memahami permasalahan ekonomi dan perilaku manusia dalam hubungannya dengan permasalahan tersebut dari sudut pandang Islam."

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

d) M.N. Siddiqi, ilmu Ekonomi Islam adalah respon "para pemikir muslim terhadap tantangan-tantangan ekonomi zaman mereka. Dalam upaya ini mereka dibantu oleh al-Qur'an dan as-Sunnah maupun akal dan pengalaman."

e) M. Akram Khan, "ilmu Ekonomi Islam bertujuan mempelajari kesejahteraan manusia (falah) yang dicapai dengan mengorganisir sumber-sumber daya bumi atas dasar kerjasama dan partisipasi."

f) Louis Cantori, "ilmu Ekonomi Islam tidak lain merupakan upaya untuk merumuskan ilmu ekonomi yang berorientasi manusia dan berorientasi masyarakat yang menolak akses individualisme dalam ilmu ekonomi klasik."

2) Landasan Ekonomi Islam

Dalam filsafat ilmu, ilmu atau sains dibagi dalam tiga bagian, yaitu ontologi, epistemologi dan aksiologi. Yang dimaksud dengan Ontologi adalah segala sesuatu yang bertalian dengan terbentuknya ilmu yaitu tentang. Epistemologi adalah makna ilmu yaitu tentang seluk-beluk ilmu itu sendiri, apa kemampuan dan keterbatasannya. Aksiologi adalah segi gunalaksana dari ilmu, yakni hal-hal yang berkenaan dengan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan hidup.

Ditinjau dari aspek ontologi, ekonomi konvensional menggunakan landasan filsafat pospositivisme yang

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

berdasarkan pada pengalaman dan kajian empiris (hanya mengandalkan ayat-ayat kauniyah saja), dan tidak percaya kepada petunjuk Tuhan (sekuler). Dalam ekonomi sekuler, kesenangan atau kebahagiaan yang dikejar adalah semata-mata kebahagiaan di dunia saja dan sangat materialistik. Mereka tidak memandang bahwa apa-apa yang dikerjakan mempunyai dampak diakhirat. Sedangkan ekonomi Islam yang menjadi pedoman utama adalah petunjuk Allah SWT berupa wahyu (al-Qur'an), as-Sunnah, Qiyas, Ijma' dan ijtihad, serta ayat-ayat kauniyah yang bertebaran dijagat raya. Dalam hal penggunaan ayat-ayat kauniyah, umat Islam harus hati-hati, karena dorongan hawa nafsu, seringkali manusia banyak tertipu oleh penglihatan, pendengaran dan akal sehingga melenceng dari kebenaran wahyu.

Dengan demikian, dalam ilmu ekonomi konvensional yang mendorong utnuk melakukan kegiatan ekonomi adalah *self-interest.* Artinya, apa yang dilakukan semata-mata untuk kepentingan pribadi. Sedangkan dalam Islam yang menjadi pendorong adalah kehendak Allah SWT (*God-Interest*) yaitu dalam rangka mengabdi dan mencari ridha Allah SWT.

Secara epistemologi, ekonomi berasal dari *oikonomia* (Greek atau Yunani), kata *oikonomia* berasal dari dua kata yaitu *oikos* yang berarti rumah tangga dan *nomos* yang berarti

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

aturan. Jadi ilmu ekonomi adalah ilmu mengatur rumah tangga, yang dalam bahasa Inggris disebut *economics*. Kata *economics* ini tidak ditemukan dalam al-Qur'an.

Secara terminologi, Samuelson merumuskan,"ilmu ekonomi didefinisikan sebagai kajian tentang perilaku manusia dalam hubungan dengan pemanfaatan sumber-sumber prospektif yang langka untuk memproduksi barang-barang dan jasa-jasa serta mendistribusikannya untuk dikonsumsi.

Dalam perkembangannya, kata rumah tangga tidak semata-mata dalam keluarga yang berarti suami-istri dan anak-anaknya, tetapi rumah tangga digunakan secara luas yaitu rumah tangga masyarakat dan rumah tangga negara. Ini berarti bahwa kegiatan itu melibatkan anggota keluarga yang mampu mengahasilkan barang dan jasa, pada gilirannya seluruh anggota keluarga ikut menikmati apa yang mereka peroleh. Kegiatan ini kemudian menyebar ke seluruh populasi rumah tangga yang kemudian menjadi kelompok yang diperintah oleh pemerintah suatu negara. Pengaturan rumah tangga ini mencakup tiga subsistem, yaitu memperbanyak kekayaan dan memelihara keberadaannya yang disebut dengan subsistem produksi, tata cara mengkonsumsinya disebut subsistem konsumsi produksi, dan yang berhubungan dengan tata cara pendistribusiannya yang tercakup dalam subsistem distribusi.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Berdasarkan ruang lingkup ekonomi sebagaimana tersebut diatas, maka Islam sebagai sebuah agama yang mengatur segala aspek kehidupan, tentu saja mempunyai cara untuk berekonomi. Dalam kaitan ini Yusuf Halimi al-'Alim mendefinisikan ilmu ekonomi Islam sebagai, "ilmu tentang hukum-hukum syariat aplikatif yang diambil dari dalil-dalil yang terperinci yang terkait dengan mencari, membelanjakan, dan cara-cara membelanjakan harta". Definisi ini menunjukkan bahwa fokus kajian Ekonomi Islam adalah mempelajari perilaku muamalah masyarakat Islam yang sesuai dengan al-Qur'an, as-Sunnah, Qiyas dan Ijma' dalam memenuhi kebutuhan hidupnya untuk mencari ridha Allah SWT.

Ditinjau dari aspek Aksiologi, tujuan Ekonomi Islam adalah bahwa setiap kegiatan manusia didasarkan kepada pengabdian kepada Allah SWT dan dalam rangka melaksanakan tugas dari Allah SWT untuk memakmurkan bumi, maka dalam berekonomi umat Islam harus mengutamakan keharmonisan dan pelestarian alam. Kebahagiaan yang dikejar dalam Islam bukan semata-mata kebahagiaan di dunia saja, tetapi juga kebahagiaan di akhirat. Dengan demikian, ilmu Ekonomi Islam harus mempunyai sistem ekonomi yang dapat memakmurkan bumi, mampu

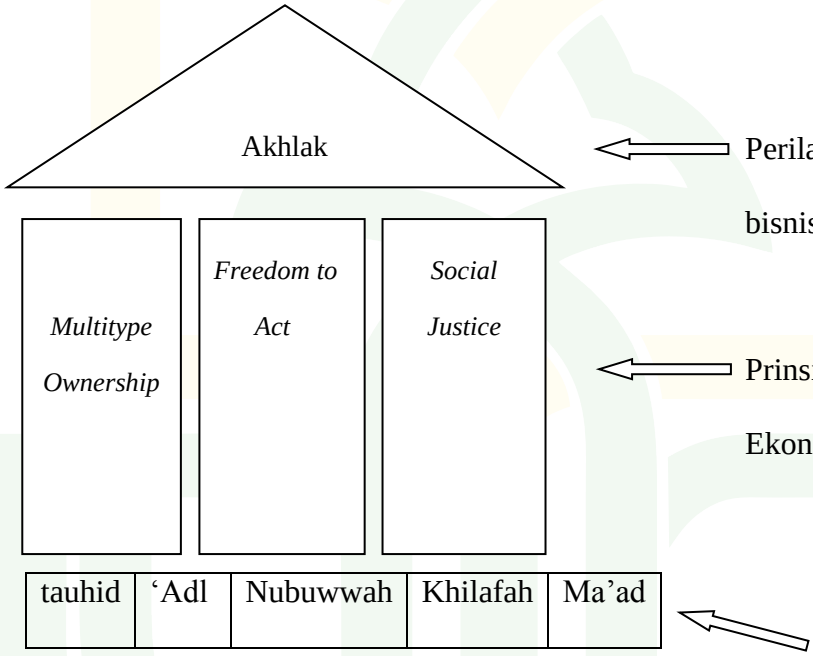
IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

membahagiakan manusia baik selama hidup di dunia maupun di akhirat kelak. [13]

3) Prinsip-prinsip Ekonomi Islam[14]

Prinsip-prinsip ekonomi Islam membentuk keseluruhan kerangka yang jika diibaratkan sebagai sebuah bangunan sebagaimana divisualisasikan oleh Adiwarman sebagai berikut:



Bangunan Ekonomi Islam didasarkan atas lima nilai universal, yaitu: *tauhid* (keimanan), *'adl* (keadilan), *nubuwaah* (kenabian), *khilafah* (pemerintah), dan *ma'ad* (hasil). Kelima nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk menyusun teori-teori Ekonomi Islam.

[13] Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 9-12.
[14] Ibid., 12-28.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Namun teori yang kuat dan baik tanpa diterapkan menjadi sistem, akan menjadikan Ekonomi Islam hanya sebagai kajian ilmu saja tanpa memberi dampak pada kehidupan ekonomi. Karena itu, dari kelima nilai-nilai universal tersebut, dibangunlah tiga prinsip derivatif yang menjadi ciri-ciri dan cikal bakal sistem Ekonomi Islami. Ketiga prinsip derivatif itu adalah *multitype ownership, freedom to act,* dan *social justice.*

Diatas semua nilai dan prinsip yang telah diuraikan sebelumnya, dibangunlah konsep yang memayungi semuanya, yakni konsep akhlak. Akhlak menempati posisi puncak, karena inilah yang menjadi tujuan Islam dan dakwah para Nabi, yakni untuk menyempurnakan akhlak manusia. Akhlak inilah yang menjadi panduan para pelaku ekonomi dan bisnis dalam melakukan aktivitasnya.

Nilai-nilai *tauhid* (keesaan Tuhan), *'adl* (keadilan), *nubuwaah* (kenabian), *khilafah* (pemerintah), dan *ma'ad* (hasil) menjadi inspirasi untuk membangun teori-teori ekonomi Islam.

a) Tauhid

Tauhid merupakan pondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa "tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah SWT", " dan tidak ada

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pemilik langit, bumi, dan isinya, selain dari pada Allah SWT" karena Allah SWT adalah pencipta alam semesta dan seisinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu Allah SWT adalah pemilik yang hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk "memiliki" untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka.

Dalam Islam, segala sesuatu yang ada tidak diciptakan dengan sia-sia, teteapi memiilki tujuan. Sesuai dengan QS al-Mu'minun, 23: 115, yaitu:

أَفَحَسِبْتُمْ أَنَّمَا خَلَقْنَٰكُمْ عَبَثًا وَأَنَّكُمْ إِلَيْنَا لَا تُرْجَعُونَ ﴿١١٥﴾

Artinya: "Maka Apakah kamu mengira, bahwa Sesungguhnya Kami menciptakan kamu secara main-main (saja), dan bahwa kamu tidak akan dikembalikan kepada kami?"(QS al-Mu'minun 23: 115)[15]

Tujuan diciptakan manusia adalah untuk beribadah kepada-Nya. Sesuai dengan QS az-Dzariyat, 51: 56, yaitu:

وَمَا خَلَقْتُ ٱلْجِنَّ وَٱلْإِنسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾

Artinya: "dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdi kepada-Ku." (QS az-Dzariyat, 51: 56)[16]

[15] Baitul Maal Hidayatullah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya,* (Surabaya: Lentera Optima Pustaka, 2012), 349.
[16] Baitul Maal Hidayatullah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya,* 523.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Karena itu segala aktifitas manusia dalam hubungannnya dengan alam dan sumber daya serta manusia (muamalah) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah SWT. Karena kepada-Nya manusia akan mempertanggungjawabkan segala perbuatan, termasuk aktifitas ekonomi dan bisnis.

b) *'Adl*

Allah SWT adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifat-Nya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara dzalim. Manusia sebagai khilafah dimuka bumi harus memelihara hukum Allah SWT di bumi, dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapat daripadanya secara adil dan baik. Dalam bentuk ayat Allah memerintahkan manusia untuk berbuat adil. Salah satunya yaitu QS al-Hujurat, 49: 9, yaitu:

وَإِن طَآئِفَتَانِ مِنَ ٱلۡمُؤۡمِنِينَ ٱقۡتَتَلُواْ فَأَصۡلِحُواْ
بَيۡنَهُمَاۖ فَإِنۢ بَغَتۡ إِحۡدَىٰهُمَا عَلَى ٱلۡأُخۡرَىٰ فَقَٰتِلُواْ
ٱلَّتِي تَبۡغِي حَتَّىٰ تَفِيٓءَ إِلَىٰٓ أَمۡرِ ٱللَّهِۚ فَإِن فَآءَتۡ

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

فَأَصۡلِحُواْ بَيۡنَهُمَا بِٱلۡعَدۡلِ وَأَقۡسِطُوٓاْۖ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلۡمُقۡسِطِينَ ٩

Artinya: "dan kalau ada dua golongan dari mereka yang beriman itu berperang hendaklah kamu damaikan antara keduanya! tapi kalau yang satu melanggar Perjanjian terhadap yang lain, hendaklah yang melanggar Perjanjian itu kamu perangi sampai surut kembali pada perintah Allah. kalau Dia telah surut, damaikanlah antara keduanya menurut keadilan, dan hendaklah kamu Berlaku adil; Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang Berlaku adil."(QS al-Hujurat, 49: 9)[17]

Islam mendefinisikan adil sebagai "tidak mendzalimi dan tidak didzalimi." Implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan berkotak-kotak dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan mendzalimi golongan yang lain, sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia. Masing-masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar dari pada usaha yang dikeluarkannya karena kerakusannya.

c) *Nubuwwah*

Karena sifat rahman, rahim dan kebijaksanaan Allah SWT, manusia tidak dibiarkan begitu saja di dunia tanpa mendapat bimbingan. Karena itu diutuslah para nabi dan

[17] Baitul Maal Hidayatullah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 516.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

rasul untuk menyampaikan petunjuk dari Allah SWT kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar di dunia, dan mengajarkan jalan untuk kembali (taubat) ke asal-muasal segala sesuatu yaitu Allah SWT. Fungsi rasul adalah untuk menjadi model terbaik yang harus diteladani manusia agar mendapat keselamatan di dunia dan di akhirat. Sesuai dengan QS al-Ahzab, 31: 21 dan QS al-Hasyr, 59: 7, yaitu:

لَّقَدۡ كَانَ لَكُمۡ فِي رَسُولِ ٱللَّهِ أُسۡوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرۡجُواْ ٱللَّهَ وَٱلۡيَوۡمَ ٱلۡأٓخِرَ وَذَكَرَ ٱللَّهَ كَثِيرٗا ٢١

Artinya: "Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah." (QS al-Ahzab, 33: 21)[18]

مَّآ أَفَآءَ ٱللَّهُ عَلَىٰ رَسُولِهِۦ مِنۡ أَهۡلِ ٱلۡقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي ٱلۡقُرۡبَىٰ وَٱلۡيَتَٰمَىٰ وَٱلۡمَسَٰكِينِ وَٱبۡنِ ٱلسَّبِيلِ كَيۡ لَا يَكُونَ دُولَةَۢ بَيۡنَ ٱلۡأَغۡنِيَآءِ مِنكُمۡۚ وَمَآ ءَاتَىٰكُمُ ٱلرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَىٰكُمۡ عَنۡهُ فَٱنتَهُواْۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۖ إِنَّ ٱللَّهَ شَدِيدُ ٱلۡعِقَابِ ٧

Artinya: "apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang

[18] Baitul Maal Hidayatullah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 420.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya." (QS al-Hasyr, 59: 7)[19]

Untuk umat muslim, Allah SWT telah mengirimkan "manusia model" yang terakhir dan sempurna untuk diteladani sampai akhir zaman, Nabi Muhammad SAW. Sifat-sifat utama sang model yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya, adalah sebagai berikut:

(1) Sidiq

Sifat sidiq (benar, jujur) harus menjadi visi hidup setiap muslim karena hidup kita berasal dari Yang Maha Benar, maka kehidupan di dunia pun harus dijalani dengan benar, supaya kita dapat kembali pada pencipta kita, Yang Maha Benar. Dengan demikian, tujuan hidup muslim sudah terumus dengan baik dari konsep sidiq ini, kemudian muncullah konsep turunan khas ekonomi dan bisnis yang efektif (mencapai tujuan yang tepat, benar) dan efisien (melakukan kegiatan dengan benar, yakni menggunakan teknik dan metode

[19] Baitul Maal Hidayatullah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 546.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

yang tidak menyebabkan kemubadziran. Karena kalau mubadzir berarti tidak benar).

(2) Amanah

Amanah (tanggung jawab, dapat dipercaya, kredibilitas) menjadi misi hidup setiap muslim. Karena seorang muslim hanya dapat menjumpai Sang Maha Benar dalam keadaan ridha dan diridhai, yaitu manakala mencapai amanat yang telah dipikulkan kepadanya. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap individu muslim. Kumpulan individu dengan kredibilitas dan tanggung jawab yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi oleh saling percaya antar anggotanya. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

Prinsip tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran–ajaran Islam sehingga ia ditekankan dalam banyak ayat al-Qur’an dan dalam banyak hadis Nabi. Prinsip tanggung jawab individu ini disebut dalam banyak konteks dan peristiwa dalam sumber-sumber Islam.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

(3) Fathonah

Sifat fathonah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Karena untuk mencapai Yang Maha Benar, seorang muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh-Nya. Potensi yang paling berharga dan termahal yang hanya diberikan kepada manusia adalah akal (intelektualitas). Karena itu Allah SWT dalam al-Qur'an selalu menyindir orang-orang yang menolak seruan untuk kembali (bertaubat) kepada-Nya dengan kalimat "apakah kamu tidak berpikir? Apakah kamu tidak menggunakan akalmu?" dan orang yang paling bertakwa justru adalah orang yang paling mengoptimalkan potensi pikirannya. Bahkan peringatan yang paling keras adalah "dan Allah SWT menimpakan kemurkaan kepada orang-orang yang tidak memperguankan akalnya. Sesuai dengan QS Yunus, 10: 100, yaitu

وَمَا كَانَ لِنَفْسٍ أَن تُؤْمِنَ إِلَّا بِإِذْنِ ٱللَّهِ ۚ
وَيَجْعَلُ ٱلرِّجْسَ عَلَى ٱلَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ ﴿١٠٠﴾

Artinya: "dan tidak ada seorangpun akan beriman kecuali dengan izin Allah; dan Allah menimpakan kemurkaan kepada orang-orang

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

yang tidak mempergunakan akalnya."(QS Yunus, 10:100)[20]

Implikasi ekonomi dan bisnis dari sifat ini adalah bahwa segala aktifitas harus dilakukan dengan ilmu, kecerdasan dan optimalisasi semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Jujur, benar, kredibel dan bertanggung jawab saja tidak cukup dalam berekonomi dan bisnis. Para pelaku harus pintar dan cerdik supaya usahanya efektif dan efisien, dan agar tidak menjadi korban penipuan.

(4) Tabligh

Sifat tabligh (komunikasi, keterbukaan, pemasaran) merupakan teknik hidup muslim karena setiap muslim mengemban tanggung jawab dakwah, yakni menyeru, mengajak, memberitahu. Sifat ini bila sudah mendarah daging pada setiap muslim, apalagi yang bergerak dalam ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar yang tangguh dan lihai. Karena sifat tabligh merupakan prinsip ilmu komunikasi (personal maupun massal), pemasaran, penjualan, periklanan, pembentukan, opini massa, *open management*, iklim keterbukaan, dan lain-lain.

[20] Baitul Maal Hidayatullah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 220.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Dengan demikian, kegiatan ekonomi dan bisnis manusia harus mengacu pada prinsip-prinsip yang telah diajarkan oleh nabi dan rasul. Nabi misalnya mengajarkan bahwa "yang terbaik diantara kamu adalah yang paling bermanfaat bagi manusia." Dengan kata lain, bila ingin. Prinsip ini akan melahirkan sikap profesional, prestatif penuh perhatian terhadap pemecahan masalah-masalah manusia, dan terus menerus mengejar hal yang baik sampai menuju kesempurnaan. Hal yang demikian dianggap sebagai cerminan dari penghambaan (ibadah) manusia terhadap pencipta-Nya.

Bila ekonomi muslim akan menyusun teori dan proposisinya, maka hal yang harus menjadi pegangan adalah bahwa semua yang datang dari Allah dan rasul-Nya pasti benar. Sesuai dengan QS al-Baqarah, 2: 253, yaitu:

۞ تِلۡكَ ٱلرُّسُلُ فَضَّلۡنَا بَعۡضَهُمۡ عَلَىٰ بَعۡضٖۘ مِّنۡهُم مَّن كَلَّمَ ٱللَّهُۖ وَرَفَعَ بَعۡضَهُمۡ دَرَجَٰتٖۚ وَءَاتَيۡنَا عِيسَى ٱبۡنَ مَرۡيَمَ ٱلۡبَيِّنَٰتِ وَأَيَّدۡنَٰهُ بِرُوحِ ٱلۡقُدُسِۗ وَلَوۡ شَآءَ ٱللَّهُ مَا ٱقۡتَتَلَ ٱلَّذِينَ مِنۢ بَعۡدِهِم مِّنۢ بَعۡدِ

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

مَا جَآءَتۡهُمُ ٱلۡبَيِّنَٰتُ وَلَٰكِنِ ٱخۡتَلَفُواْ فَمِنۡهُم مَّنۡ ءَامَنَ وَمِنۡهُم مَّن كَفَرَۚ وَلَوۡ شَآءَ ٱللَّهُ مَا ٱقۡتَتَلُواْ وَلَٰكِنَّ ٱللَّهَ يَفۡعَلُ مَا يُرِيدُ ﴿٢٥٣﴾

Artinya : "Rasul-rasul itu Kami lebihkan sebagian (dari) mereka atas sebagian yang lain. di antara mereka ada yang Allah berkata-kata (langsung dengan dia) dan sebagiannya Allah meninggikannya[158] beberapa derajat. dan Kami berikan kepada Isa putera Maryam beberapa mukjizat serta Kami perkuat Dia dengan Ruhul Qudus[159]. dan kalau Allah menghendaki, niscaya tidaklah berbunuh-bunuhan orang-orang (yang datang) sesudah Rasul-rasul itu, sesudah datang kepada mereka beberapa macam keterangan, akan tetapi mereka berselisih, Maka ada di antara mereka yang beriman dan ada (pula) di antara mereka yang kafir. seandainya Allah menghendaki, tidaklah mereka berbunuh-bunuhan. akan tetapi Allah berbuat apa yang dikehendaki-Nya." (QS al-Baqarah, 2:253)

[158] Yakni Nabi Muhammad s.a.w.

[159] Maksudnya: kejadian Isa a.s. adalah kejadian yang luar biasa, tanpa bapak, Yaitu dengan tiupan Ruhul Qudus oleh Jibril kepada diri Maryam. ini Termasuk mukjizat Isa a.s. menurut jumhur musafirin, bahwa Ruhul Qudus itu ialah Malaikat Jibril. [21]

Bila ada hal-hal yang tidak dipahami oleh manusia dengan akalnya, maka menjadi tugas manusia untuk terus berusaha menemukan kebenaran tersebut dengan cara apapun.

[21] Baitul Maal Hidayatullah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 42.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

d) Khilafah

Dalam al-Qur'an Allah SWT berfirman bahwa manusia diciptakan untuk menjadi *khalifah* di bumi artinya untuk menjadi pemimpin dan pemakmur bumi Nabi Muhammad SAW bersabda, *"setiap dari kalian adalah pemimpin, dan akan dimintai pertanggungjawaban terhadap yang dipimpinnnya."* Ini berlaku bagi semua manusia, baik dia sebagai individu, kepala keluarga, pemimpin masyarakat atau kepala negara. Nilai ini mendasari prinsip kehidupan kolektif manusia dalam Islam (siapa memimpin siapa). Fungsi utamanya adalah untuk menjaga keteraturan interaksi (muamalah) antar kelompok termasuk dalam bidang ekonomi agar kekacauan dan keributan dapat dihilangkan, atau dikurangi. Firman Allah dalam QS al-Hajj, 22: 41, yaitu:

ٱلَّذِينَ إِن مَّكَّنَّٰهُمْ فِى ٱلْأَرْضِ أَقَامُوا۟ ٱلصَّلَوٰةَ وَءَاتَوُا۟ ٱلزَّكَوٰةَ وَأَمَرُوا۟ بِٱلْمَعْرُوفِ وَنَهَوْا۟ عَنِ ٱلْمُنكَرِ ۗ وَلِلَّهِ عَٰقِبَةُ ٱلْأُمُورِ ﴿٤١﴾

Artinya : "(yaitu) orang-orang yang jika Kami teguhkan kedudukan mereka di muka bumi niscaya mereka mendirikan sembahyang, menunaikan zakat, menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah dari

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

perbuatan yang mungkar; dan kepada Allah-lah kembali segala urusan." (QS al-Hajj, 22: 41)[22]

Dalam Islam, pemerintah memainkan peranan yang kecil tetapi sangat penting dalam perekonomian. Peran utamanya adalah untuk menjamin perekonomian agar berjalan sesuai dengan syariah, dan untuk memastikan tidak terjadi pelanggaran terhadap hak-hak manusia. Semua ini dalam rangka mencapai tujuan-tujuan syariah, untuk memajukan kesejahteraan manusia. Hal ini dicapai dengan melindungi keimanan, jiwa, akal, kehormatan, dan kekayaan manusia.

Status khalifah atau pengemban amanat Allah SWT itu berlaku umum bagi semua manusia, tidak ada hak istimewa bagi individu atau bangsa tertentu sejauh berkaitan dengan tugas kekhalifahan itu. Namun, tidak berarti bahwa umat manusia selalu atau harus memiliki hak yang sama untuk mendapatkan keuntungan dari alam semesta itu. Mereka memilki kesamaan hanya dalam hal kesempatan, dan setiap individu bisa mendapatkan keuntungan itu sesuai dengan kemampuannya. Individu-individu diciptakan (oleh Allah SWT) dengan kemampuan yang berbeda-beda sehingga mereka secara instinktif diperintah untuk hidup bersama, bekerja bersama, dan

[22] Baitul Maal Hidayatullah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 337.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

saling memanfaatkan keterampilan mereka masing-masing. Namun demikian, ini tidak berarti (bahwa Islam) memberikan superioritas (kelebihan) kepada majikan terhadap pekerjanya dalam kaitannya dengan harga dirinya sebagai manusia atau dengan statusnya dalam hukum. Hanya saja pada saat tertentu seseorang menjadi majikan dan (pada saat lain) menjadi pekerja. Pada saat lain situasinya bisa berbalik, mantan majikan bisa menjadi pekerja, dan sebagainya dan hal serupa juga bisa diterapkan terhadap budak dan majikan.

e) Ma'ad

Walaupun sering kali diterjemahkan sebagai "kebangkitan" tetapi secara harfiah *ma'ad* berarti "kembali", dan kita semua akan kembali kepada Allah SWT. Hidup manusia bukan hanya di dunia, tetapi terus berlanjut hingga alam akhirat. Pandangan yang khas dari seorang muslim tentang dunia dan akhirat dapat dirumuskan sebagai: "dunia adalah ladang akhirat". Artinya dunia adalah wahana bagi manusia untuk bekerja dan beraktifitas (beramal saleh). Namun demikian, akhirat lebih baik dari pada dunia. Karena itu Allah melarang manusia hanya untuk terikat kepada dunia, sebab jika dibandingkan

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dengan kesenangan akhirat, kesenangan dunia tidaklah seberapa.

Setiap individu memiliki kesamaan dalam hal harga diri sebagai manusia. Pembedaan tidak bisa diterapkan berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin atau umur. Hak-hak dan kewajiban-kewajiban ekonomi setiap individu disesuaikan dengan kemampuan yang dimilikinya dan dengan peranan-peranan normatif masing-masing dalam struktur sosial. Berdasarkan hal inilah beberapa perbedaan muncul antara orang-orang dewasa, disatu pihak, dan orang jompo atau remaja, dipihak lain, atau antara laki-laki dan perempuan. Kapan saja ada perbedaan-perbedaan seperti ini, maka hak-hak dan kewajiban-kewajiban mereka harus diatur sedemikian rupa, sehingga tercipta keseimbangan.

Setiap kebaikan dalam tingkat sekecil apapun secara jelas dirumuskan dalam Islam. Pelaksanaan kebaikan ini diawasi oleh lembaga-lembaga sosial yang pada akhirnya mewajibkannnya dengan kekuatan hukum. Menurut Islam tidak cukup bila hanya mempercayakan kepada niat baik seseorang untuk melakukan, mengatakan dan bersikap senang menyantuni (memberikan sodaqah). Sebaliknya, sebagian besar dari apa yang disebut sebagai santunan

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

sukarela dalam masyarakat non-muslim harus didukung oleh hukum dalam masyarakat muslim. Setiap muslim dihimbau oleh sistem etika (akhlak) Islam untuk bergerak melampaui peringkat minim dalam beramal saleh. Mematuhi ajaran-ajaran Islam dalam semua aspeknya, oleh Islam dianggap sebagai sarana untuk mendapatkan ridha Allah SWT. Allah SWT menegaskan bahwa manusia diciptakan untuk berjuang.

Perjuangan ini akan mendapat ganjaran, baik di dunia maupun di akhirat. Perbuatan baik dibalas dengan kebaikan yang berlipat-lipat, sedangkan perbuatan jahat dibalas dengan hukuman yang setimpal. Karena itu, *ma'ad* juga diartikan sebagai imbalam/ganjaran. Implikasi nilai ini dalam kehidupan ekonomi dan bisnis misalnya, difokuskan oleh Al-Ghazali yang menyatakan bahwa motivasi para pelaku bisnis adalah untuk mendapatkan laba, baik laba dunia maupun akhirat. Karena itu konsep profit mendapatkan legistimasi dalam Islam.

Kelima nilai yang telah diuraikan sebelumnya menjadi dasar inspirasi untuk menyusun teori-teori ekonomi Islam. Dalam kelima nilai ini kita dapat menurunkan tiga prinsip derivatif yang menjadi ciri-ciri

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

sistem ekonomi Islam. Prinsip derivatif tersebut adalah sebagi berikut:

(1) *Multitype Ownership* (kepemilikan multijenis)

Nilai tauhid dan nilai adil melahirkan konsep *Multitype Ownership.* Dalam sistem kapitalis, prinsip umum kepemilikan yang berlaku adalah kepemilikan swasta; dalam sistem sosial, kepemilikan negara; sedangakan dalam Islam, berlaku prinsip kepemilikan multijenis, yakni mengakui bermacam-macam bentuk kepemilikan, baik oleh swasta, negara atau campuran.

Prinsip ini adalah terjemahan dari nilai tauhid: pemilik primer langit, bumi, dan seisinya adalah Allah SWT, sedangkan manusia diberi amanah untuk mengelolanya. Jadi manusia dianggap sebagai pemilik sekunder. Dengan demikian, konsep kepemilikan swasta diakui. Namun untuk menjamin keadilan, yakni supaya tidak ada proses pendzaliman segolongan orang terhadap segolongan yang lain., maka cabang-cabang produksi yang penting dan yang berkaitan dengan hajat orang banyak dikuasai negara. Dengan demikian, kepemilikan negara dan nasionalisasi juga diakui. Sistem kepemilikan campuran juga mendapat tempat dalam Islam, baik campuran swasta-negara, swasta

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

domestik-asing, atau negara-asing. Semua konsep ini berasal dari filosofi norma dana nilai-nilai Islam.

(2) *Freedom to Act* (kebebasan untuk bergerak/usaha)

Ketika menjelaskan nilai nubuwwah, kita sudah sampai kepada kesimpulan bahwa penerapan nilai ini akan melahirkan pribadi-pribadi yang profesional dalam segala bidang, termasuk bidang ekonomi dan bisnis. Para pelaku ekonomi dan bisnis menjadikan Nabi sebagai teladan dan model dalam melakukan aktifitasnya. Sifat-sifat Nabi yang dijadikan model tersebut terangkum dalam empat sifat utama, yakni *siddiq, amanah, fathonah* dan *tabligh.* Sedapat mungkin setiap muslim harus dapat menyerap sifat-sifat ini agar menjadi bagian perilakunya sehari-hari dalam segala aspek kehidupan.

Keempat nilai nubuwwah ini bila digabungkan dengan nilai keadilan dengan nilai khilafah (*good governance*) akan melahirkan konsep *freedom to act* pada setiap muslim, khususnya pelaku bisnis dan ekonomi. *Freedom to act* bagi setiap individu akan menciptakan mekanisme pasar dalam perekonomian. Karena itu, mekanisme pasar adalah keharusan dalam Islam, dengan syarat tidak ada distorsi (proses

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pendzaliman). Potensi distorsi dikurangi dengan menghayati nilai keadilan. Penegakan nilai keadilan dalam ekonomi dilakukan dengan melarang semua *mafsadah* (segala yang merusak), *riba*, *gharar*, dan *maisir*. Negara bertugas menyingkirkan atau paling tidak mengurangi distorsi pasar ini. Dengan demikian, negara/pemerintah bertindak sebagai wasit yang mengawasi interaksi pelaku-pelaku ekonomi dan bisnis dalam wilayah kekuasaannya untuk menjamin tidak dilanggarnya syariah, dan supaya tidak ada pihak-pihak yang dzalim atau terdzalimi, sehingga tercipta iklim ekonomi dan bisnis yang sehat.

(3) *Social Justice* (keadilan sosial)

Gabungan nilai *khilafah* dan nilai *ma'ad* melahirkan prinsip keadilan sosial. Dalam Islam, pemerintah bertanggung jawab menjamin pemenuhan kebutuhan dasar rakyatnya dan menciptakan keseimbangan sosial antara orang kaya dan yang miskin. Sekarang kita telah memilki landasan teori yang kuat, serta prinsip-prinsip sistem ekonomi Islam yang mantap. Namun dua hal ini belum cukup, karena teori dan sistem menurut adanya manusia yang menerapkan nilai-nilai yang terkandung dalam teori dan

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

sistem tersebut. Dengan kata lain harus ada manusia yang berperilaku dan berakhlak secara profesional (*ihsan, itqan*) dalam bidang ekonomi, terlebih lagi yang posisinya sebagai pejabat pemerintah, karena teori yang unggul dan sistem-sistem ekonomi syariah sama sekali bukan merupakan jaminan bahwa perekonomian umat Islam akan secara otomatis dapat berkembang. Sistem Ekonomi Islam hanya memastikan bahwa tidak ada transaksi ekonomi yang bertentangan dengan syariah. Tetapi kinerja bisnis tergantung pada *man behind the gun*-nya. Karena itu pelaku ekonomi dalam kerangka ini bisa saja dipegang oleh non-muslim. Perekonomian umat Islam baru dapat maju bila pola pikir dan perilaku muslimin dan muslimat sudah *itqan* (tekun) dan *ihsan* (profesional). Ini mungkin salah satu rahasia sabda Nabi Muhammad SAW*, "sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak."* Karena akhlak menjadi indikator baik buruknya manusia. Dan baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses gagalnya bisnis yang dijalankannya.

Allah SWT telah menetapkan batas-batas tertentu terhadap perilaku manusia sehingga menguntungkan individu tanpa mengorbankan hak-hak

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

individu lainnya. Perilaku mereka yang ditetapkan dalam hukum Allah SWT (syariah) harus diawasi oleh masyarakat secara keseluruhan, berdasarkan aturan Islam. Penjelasan yang dimaksud dengan istilah ini adalah perangkat perintah dan aturan sosial, politik, agama, moral dan hukum yang mengikat masyarakat. Lembaga-lembaga sosial disusun sedemikian rupa untuk mengarahkan individu-individu, sehingga mereka dapat melaksanakan aturan-aturan ini dengan baik, dan mengontrol serta mengawasinya. Berlakunya aturan-aturan ini membentuk sebuah lingkungan dimana para idividu melakukan kegiatan ekonomi mereka. Aturan-aturan ini bersumber pada kerangka konseptual masyarakat dalam hubungannya dengan kekuatan tertinggi (Allah SWT), kehidupan, sesama manusia, dunia, sesama makhluk, dan tujuan akhir manusia.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatatif, pendekatan kualititatif merupakan prosedur penelitian dengan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang perilaku yang diamati.[1] Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto dalam Andi Prastowo ditegaskan bahwa penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan "apa adanya" tentang suatu gejala atau keadaan.[2]

Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* (penelitian lapangan), yaitu lebih menitik beratkan kepada hasil pengumpulan data dari informan atau responden yang telah ditentukan. Alasan peneliti menggunakan jenis penelitian studi kasus karena berangkat dari latar belakang masalah yaitu pengunaan strategi pemasaran jasa Pengecambahan Biji Semangka di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Selain itu peneliti juga terjun langsung ke lapangan untuk meneliti gejala-gejala yang terjadi di lapangan sehingga bisa mengumpulkan data yang valid dan bisa ditarik sebuah kesimpulan.

[1] Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990), 3.
[2] Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian (*Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011). 186.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitain menunjukkan dimana lokasi penelitian tersebut hendak dilakukan. Dalam penelitian ini peneliti memilih lokasi di Jl. Semeru No. 9 RT 003 RW 002 Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah informasi narasumber, yaitu orang yang bisa memberikan informasi-informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian.[3] Dalam penelitain kualitatif, kata-kata dan deskripsi tindakan orang-orang yang diamati merupakan sumber data utama. Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data itu diperoleh.[4] Oleh karena itu untuk memperoleh sumber data yang valid dan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka diperlukan penentuan informan yang tepat dan representatif dalam menguraikan masalah yang diteliti. Adapun teknik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan purposive sampling. Teknik purposive sampling ini dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan strata random atau daerah. Tetapi didasarkan pada tujuan tertentu. Teknik ini dilakukan biasanya karena beberapa pertimbangan, misalnya: keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga tidak dapat

[3] Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*, 195.
[4] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Menurut Pendidikan Praktis* (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), 90.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

mengambil sampel yang besar dan jauh. [5] adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah:

1. Pemilik usaha jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember untuk memperoleh data mengenai sejarah berdirinya tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka dan juga strategi pemasaran jasa di tempat ini.
2. Karyawan-karyawan di tempat usaha jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono.
3. Konsumen dari penggguna jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan berbagai macam data dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Teknik observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti untuk turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan. Metode observasi merupakan cara yang baik untuk mengawasi perilaku subjek penelitian

[5] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 12.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

seperti perilaku dalam lingkungan atau ruang, waktu, dan keadaan tertentu.[6]

Jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipasi pasif, yaitu sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti melibatkan diri dalam tempat usaha pengecambahan biji semangka yang diteliti untuk dapat melihat dan memahami gejala-gejala yang ada, sesuai maknanya dengan yang diberikan atau dipahami para informan yang ditelitinya. Observasi partisipasif ini digolongkan menjadi empat, yaitu partisipasi pasif, partisipasi moderat, partisipasi aktif, dan partisipasi lengkap.

Penelitian ini menggunakan jenis observasi partisipasi pasif. Artinya, peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

Data yang diperoleh dari teknik observasi yaitu:

a. Mengetahui letak geografis dan kondisi lingkungan tempat Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.
b. Mengetahui strategi pemasaran jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.

[6] M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitain Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), 165.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

2. Wawancara (*interview*)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kaulitatif lebih menekankan pada teknik wawancara, khususnya wawancara mendalam (*depth interview*).[7] Wawancara adalah sebuah proses interaksi komunikasi yang dilakukan oleh setidaknya dua orang atas dasar ketersediaan dan dalam setting alamiah, dimana arah pembicaraan mengacu kepada tujuan yang telah ditetapkan dengan mengedepankan *trust* sebagai landasan utama dalam proses memahami.[8]

Teknik wawancara secara garis besar dibagi menjadi dua yaitu, wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur yang sering juga disebut dengan wawancara mendalam, wawancara intensif, wawancara kualitatif, wawancara terbuka dan wawancara etnografis. Wawancara tidak terstruktur bersifat luwes, sususan pertanyaannya dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara, termasuk karakteristik sosial budaya (agama, suku, gender, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan sebagainya) informan yang dihadapi.

[7] M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitain Kualitatif*, 175.
[8] Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 31.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Data yang diperoleh dari teknik wawancara yaitu:.

a. Sejarah berdirinya usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.
b. Strategi pemasaran eksternal jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember menurut perspektif Ekonomi Islam.
c. Strategi pemasaran internal jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember menurut perspektif Ekonomi Islam.
d. Strategi pemasaran interaktif jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember menurut perspektif Ekonomi Islam.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan dan pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan (seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lain).[9] Dalam arti lain teknik dokumentasi adalah upaya pengumpulan data dengan menyelidiki benda-benda tertulis. Benda-benda tersebut dapat berupa catatan, transkip, buku, surat kabar,

[9] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), 272

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

majalah, prasasti, notulen rapat, lenger, agenda, dan sebagainya.[10] Teknik ini merupakan penelaahan terhadap dokumen-dokumen yang menyimpan kegiatan Strategi Pemasaran Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember, bisa berupa VCD, foto dan dokumen tertulis lainnya. Teknik ini digunakan peneliti untuk mengetahui aktifitas strategi pemasaran jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Selain mencari dokumen tentang penerapa strategi pemasaran jasanya, peneliti juga mengambil data karyawan tempat usaha Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.

E. Analisis data

Analisis data yaitu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.[11] Sedangkan menurut Moleong, analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.[12]

[10] Mundir, *Merode Penelitian Kualittaif & Kuantitatif* (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 186.
[11] Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, 2006), 263.
[12] Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 280.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Penelitain ini meggunakan analisa data kualitatif deskriptif. Menurut Miles dan Huberman, analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara tersu menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. [13] Model interaktif Miles and Huberman yaitu proses aktifitas dalam analisa data yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.[14]

1. Reduksi data

   Menurut Miles and Huberman reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data "kasar" yang muncul dari catatan-catatan tertulis yang diperoleh dari lapangan.[15] Setelah memperoleh data secara keseluruhan maka peneliti segera melakukan pemilihan data dari catatan tertulis yang diperoleh dari lapangan, dan pemilihan data tersebut harus berlangsung secara terus-menerus selama penelitian kualitatif berlangsung.

2. Penyajian data

   Penyajian data disini merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.[16] Setelah mereduksi data kemudian peneliti menyajikan data-data yang telah terkumpul tentang Strategi Pemasaran

[13] Sugiyono, *Mentode Penelitian Kualitatif, dan R&D. Cet 11* (Bandung: CV Alfabeta, 2010), 337.
[14] Huberman & Miles, *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru* (Jakarta: UI Press, 1992), 16.
[15] Ibid., 16.
[16] Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*, 244.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember menurut perspektif Ekonomi Islam.

3. Penarikan kesimpulan

Setelah peneliti melakukan penyajian data, maka langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dari data-data yang sudah disajikan sesuai dengan pernyataan Miles dan Huberman yang dikutip oleh Andi Prastowo bahwa "kita mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposisi". [17] Bagi peneliti yang kompeten dia akan menangani kesimpulan-kesimpulan dengan longgar, tetap terbuka dan skeptif. Akan tetapi, kesimpulan sudah disediakan, dari mula-mula belum jelas, kemudian (dengan meminjam istilah Lasser dan Strauss) meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar kuat.

F. Keabsahan Data

Supaya diperoleh temuan yang absah, maka perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik-teknik keabsahan data.[18] Temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.[19]

[17] Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*, 248.
[18] Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 47.
[19] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 119.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Lebih jauh lagi, untuk memeriksa keabasahan data maka peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Ada empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang menfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori. [20]

Pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajad kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal yang demikian dapat dicapai dengan jalan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan dengan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan dengan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagi pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang-orang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.

[20] Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 330.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. [21]

G. Tahap-tahap Penelitian

Bagian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian terdahulu, pengembangan desain, penelitian sebenarnya, dan sampai pada penulisan laporan.[22] Adapun tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut: [23]

1. Tahap pra lapangan atau persiapan

   Dalam tahap penelitian pra lapangan terdapat enam tahapan. Tahapan tersebut juga dilalui peneliti sendiri, adapun enam tahapan tersebut adalah:

   a. Menyusun rancangan penelitian.
   b. Memiliki lapangan penelitian.
   c. Mengurus perizinan.
   d. Menjajaki dan menilai lapangan.
   e. Memilih dan memanfaatkan informan.
   f. Menyiapkan perlengkapan penelitian.

2. Tahap pelaksanaan lapangan

   Pada tahap ini peneliti mulai mengadakan kunjungan langsung ke lapangan atau lokasi penelitian. Tahap-tahap ini terdiri dari empat tahap, yaitu:

[21] M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 322.
[22] Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48.
[23] Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 108.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri.

b. Memasuki lapangan penelitian.

c. Mengumpulkan data.

d. Menganalisis data yang diperoleh.

e. Menyempurnakan data yang belum lengkap.

3. Tahap pasca penelitian

Tahap ini merupakan tahap terakhir dari penelitian. Pada tahap ini pula peneliti mulai menyusun laporan dan mempertahankan hasil penelitian. Tahap-tahap ini terdiri dari:

a. Mengurus perizinan selesai penelitian.

b. Menyajikan data dalam bentuk laporan.

c. Merevisi laporan yang telah disempurnakan.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah tempat usaha

   Usaha ini adalah usaha untuk meneruskan usaha orang tua dari tahun 1992, ketika itu petani semangka yang menanam rata-rata masih orang Banyuwangi. Dengan sistem teknisi dan pasrah. Berangkat dari pengalaman, seiring berjalannya waktu alm. Orang tuanya Pak Agus Jamzuri belajar kepada petani Banyuwangi. Pada saat itu Pak Agus belajar cara pengecambahan sampai budidaya. Sejak saat itu mulai belajar sendiri, itupun hanaya dipakai sendiri, belum membuka jasa. Suatu saat Pak Agus pergi ke toko pertanian, Pak Agus ditanya oleh pemilik toko, begini pertanyaanya, apa kamu bisa mengecambahan bijinya orang, Pak Agus bilang bisa. Pada saaat itu mulai merintis usaha jasa pengecambahan biji semangka. Dari sinilah usaha mulai terbentuk sampai sekarang.[1]

2. Letak geografis dan kondisi lingkungan[2]

   Tempat usaha Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" terletak di sebelah timur SMPN 2 Sukowono jember dan sebelah timur kantor PLN Sukowono di Dusun Potok Barat Desa Sukowono

[1] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 17 Desember 2016.
[2] Agus Jamzuri, *Observasi*, Sukowono, 16 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember sedangkan disebelah timur, selatan dan utara tempat usaha ini adalah pemukiman penduduk.

3. Data karyawan[3]
   a. Nipa
   b. Dilah
   c. Trias
   d. Wiwin
   e. Ibu sup
   f. Hj. Rahmat
   g. Hj. Nurhayati
   h. Wulan, merangkap jadi asisten rumah tangga juga.
   i. Tohari
   j. Wahed
   k. Sofi
   l. Fajar
   m. Oseh
   n. Pak Dani, merangkap jadi pencampur bibit dengan ramuan atau formulanya
   o. Pak Fiski, merangkap jadi pencampur bibit dengan ramuan atau formulanya

4. Kegiatan Produksi

[3] Agus Jamzuri, *Dokumentasi*, Sukowono, 29 Desember 2016.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

a. Peralatan yang digunakan[4]

1) Pemotong kuku, fungsinya untuk penyetetan/pemecahan.
2) Kertas buram, fungsinya untuk tempat penataan biji semangka ketika sudah di campur dengan formula atau obat serta kertasnya dibasahi agar lembab ketika di open.
3) Bak/*jebbek*, fungsinya untuk tempat biji semangka yang sudah di campur dan siap untuk di open.
4) Anduk, fungsinya untuk membungkus biji yang telah siap di open.
5) Nampan, fungsinya untuk menutupi bagian atas dari openan.
6) Mangkok, fungsinya untuk tempat mencampur biji dengan formulanya/obat.
7) Koran, fungsinya untuk pembungkus biji ketika sudah siap di ambil atau pengiriman.
8) Staples, fungsinya untuk menempelkan kertas 3 lembar menjadi 1.
9) Spidol, fungsinya untuk memberi tanda dan juga untuk menulis pesanan ketika di lakukannya openan serta saa pengambilan oleh pelanggan.
10) Lakban, fungsinya untuk merekatkan kardus.
11) Kardus, fungsinya untuk pengiriman/wadah.

[4] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 18 Desember 2016.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

b. Prosedur Caparan/pengecambahan[5]

1) Bibit sesuai jenis dan merk dengan syarat bibit tidak kadaluarsa.
2) Pecah biji, maksudnya ujung/kuncup/mulut biji dicetet atau dipecah.
3) Biji yang sudah dipecah kuncupnya dicampur dengan obat atu formulanya.
4) Sediakan bak berisi air.
5) Lalu kertas buram dibasahi keseluruhan untuk menjaga kelembaban.
6) Sediakan tempat ovenan.
7) Letakkan kertas buram basah di tempat ovenan.
8) Biji yang sudah di campur fomula di letakkan diatas kertas basah.
9) Dan ditata dengan rapi supaya tidak menumpuk.
10) Disusun maksimal 50 susun.
11) Ditutup dengan kain supaya lembab tahan lama dan tidak cepat kering.
12) Didiamkan selam 2 hari 2 malam.
13) Ketika saat pemeraman di cek alasnya untuk mengetahui kelembaban masih terjaga apa belum, apabila tidak maka di

[5] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 18 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

tambahi, dan juga melihat perkembangan biji bertranformasi menjadi kecambah.

5. Harga jasa biji semangka[6]

   1 pack 20 gram ongkos jasa caparan Rp. 5.000.

   Kalau misalkan bijinya jantan itu Rp. 3.000.

   Untuk order caparan biji semangka dipastikan setiap harinya ada.

B. Penyajian Data dan Analisis

Penelitian merupakan proses mencari, menemukan, dan dapat mendeskripsikan kembali secara terus menerus untuk memvalidkan atau menguji teori-teori yang sudah ada, melalui prosedur penelitian yang sebelumnya sudah dijalankan peneliti. Baik itu laporan hasil observasi (pengamatan), interview (wawancara), dan perolehan data dari dokumentasi yang diperoleh peneliti selama di lapangan.

Penyajian data dalam penelitian sendiri merupakan laporan tertulis dari peneliti, tentang aktifitas-aktifitas penelitian yang dilakukan di lapangan (tempat usaha Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember). Sehingga data-data yang sudah didapatkan oleh peneliti dituangkan dalam laporan ilmiah ini.

Maka adapun penyajian data dalam hal ini adalah sebagai berikut:

[6] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 17 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

1. **Strategi Pemasaran Internal Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember Menurut Perspektif Ekonomi Islam.**

Setiap perusahaan pasti memiliki taktik-taktik khusus dalam menjalankan bisnisnya guna mendapatkan keuntungan. Begitupula perusahaan jasa, setiap pengusaha yang bergerak dibidang jasa tentu harus mempunya strategi pemasaran tertentu yang pastinya strategi pemasaran yang berbeda dengan perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk berupa barang. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa harus lebih mengunggulkan sumber daya manusianya atau karyawannya karena dalam hal ini karyawan dinilai sebagai produk. Karyawan yang berperan sebagai pemberi jasa karena jasa tidak berwujud jadi wujud jasa ditampilkan oleh pelayanan dari karyawan yang bekerja di perusahaan jasa. Oleh karena itu, pengusaha atau orang yang meiliki perusahaan jasa harus bisa melatih karyawan-karyawannya agar lebih kompeten dalam memberikan pelayanan jasa kepada para pelanggan. Kegiatan melatih karyawan ini disebut dengan strategi pemasaran internal. Pemasaran internal artinya menerapkan teori dan praktik pemasaran, terhadap para karyawannya. Manajer harus memperkerjakan orang yang melayani konsumen dan mereka harus bekerja sebaik mungkin. Secara teknis ungkapan internal marketing berarti mengaplikasikan setiap aspek marketing di dalam

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

perusahaan. Artinya manajer harus memandang karyawan sebagai langganan, memandang pekerja sebagai produk, dan usahakan desain produk ini sebaik mungkin guna memenuhi selera konsumen. Jadi, setiap karyawan harus bisa memberikan pelayanan jasa yang baik melalui kemampuannya dalam melakukan pengecambahan biji semangka sehingga menghasilkan bibit semangka yang unggul dan berdaya saing yang tinggi. Seperti yang diungkapkan oleh pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN", Bapak Agus menyatakan:

> "Saya melatih karyawan saya untuk melakukan prosedur pengecambahan yang baik dan benar supaya bisa menghasilkan bibit semangka yang unggul. Cara saya melatih mereka adalah dengan cara memberikan contoh dalam melakukan pengecambahan biji semangka mulai dari proses awal hingga akhir. Karena dengan kemampuan yang baik, akan menghasilkan jasa yang baik pula untuk para pelanggan yang membeli jasa mengingat usaha ini bukan satu-satunya usaha pengecambahan biji semangka yang ada di kecamatan Sukowono. Jadi kami harus bisa melatih dan membina karyawan kami untuk bisa bekerja dengan baik agar menghasilkan jasa yang baik pula sehingga bisa meningkatkan kualitas jasa yang kami jual sehingga para pelanggan maupun calon pelanggan lebih memilih untuk membeli jasa pengecambahan biji semangka di tempat kami dibandingkan di tempat lain".[7]

Selain itu, peneliti juga mewawancarai salah satu karyawan yang bernama Bapak Tohari tentang bagaimana cara pemilik usaha ini yakni Bapak Agus dalam melatih mereka melakukan pengecambahan biji semangka. Bapak Tohari menuturkan:

[7] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 18 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> "Saat pertama kali kami bekerja di tempat ini, Pak Agus selaku pemilik usaha pengecambahan biji semangka ini melatih kami tentang bagaimana melakukan pengecamabahan biji semangka yang baik agar menghasilkan bibit semangka yang unggul. Kebetulan disini saya bertugas untuk melakukan pemecahan biji semangka. Pak Agus memberikan contoh kepada kami tentang bagaimana cara melakukan pemecahan biji semangka dengan menggunakan potongan kuku. Pekerjaan ini memang mudah tetapi hal ini perlu teknik yang tepat agar biji semangka bisa mengalami pengecambahan nantinya".[8]

Selain Bapak Tohari yang bertugas melakukan pemecahan biji semangka, peneliti juga mewawancarai salah satu karyawan yang bernama Bapak Fiski yang bertugas di bidang yang lain, Bapak Fiski menuturkan:

> "Sejak saya pertama kali bekerja di tempat pengecambahan biji semangka milik Pak Agus, pak agus selalu melatih saya tentang bagaimana cara mencampurkan formula kedalam biji semangka yang sudah di *cettet* (dipecah) supaya bibit yang dihasilkan menjadi bagus dan berkualitas, karena langkah inilah yang menentukan baik tidaknya suatu bibit yang dihasilkan".[9]

Melalui pelatihan-pelatihan yang dilakukan pengusaha kepada karyawannya, tentu akan menghasilkan kualitas jasa yang sangat baik sehingga menjadi daya tarik utama bagi calon konsumen atau calon pengguna jasa. Selain dari kemampuan dari para karyawan, para pengusaha juga harus bisa menumbuhkan sikap atau perilaku yang baik kepada karyawannya. Hal ini sangat penting karena dengan adanya perilaku karyawan yang baik akan menumbuhkan hubungan yang harmonis antara pemilik usaha, karyawan maupun para

[8] Tohari, *Wawancara*, Sukowono, 19 Desember 2016.
[9] Fiski, *Wawancara*, Sukowono, 19 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pelanggan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Bapak Agus selaku pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN":

> "Saya selalu membiasakan mereka untuk selalu bersikap jujur, ramah, dan bertanggung jawab dalam hal apapun serta selalu memberikan motivasi kepada mereka untuk selalu bekerja dengan baik dan ikhlas. Selain itu saya juga memberika kepercayaan penuh kepada mereka semua, karena dengan adanya sikap saling percaya akan menimbulkan perasaan tanggung jawab dalam diri mereka. Jika sudah merasa ada tanggung jawab, maka mereka akan bisa bekerja dengan baik"[10]

Dalam merekrut karyawan, seorang pengusaha jasa harus melakukan banyak pertimbangan karena kualitas jasa sangat ditentukan oleh sumber daya manusianya atau karyawannya. Oleh karena itu, peneliti juga mewawancarai istri dari Bapak Agus yakni Ibu Juhariyah yang juga ikut mengelola bisnis ini, dimana dalam hal ini beliau juga mengurus dalam perekrutan karyawan. Ibu Juhariyah menjelaskan tentang pertimbangan-pertimbangannya dalam memilih karyawan. Berikut pernyataannya:

> "Point pertama yang terpenting dalam memilih karyawan adalah harus memilki sikap jujur. Karena dengan bersikap jujur maka semua pekerjaan akan berjalan dengan baik dan hubungan akan lebih harmonis. Selain jujur, mereka harus bisa bertanggung jawab dengan pekerjaan mereka serta mereka juga harus memiliki sikap yang bisa menerima kritikan, karena semua hal pasti tidak luput dari kesalahan dan kita harus terus memperbaiki diri kita jika kita ingin menjadi manusia yang lebih baik lagi. Akan tetapi, kami tidak pernah mengharuskan calon karyawan kami untuk sudah memiliki kemampuan dalam melakukan pengecambahan biji semangka karena sudah menjadi tugas kami dalam melatih mereka nantinya ketika mereka sudah resmi menjadi karyawan tetap di tempat kami. Jadi yang terpenting dalam memilih karyawan di tempat kami

[10] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 18 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> yaitu harus memiliki sifat jujur, bertanggung jawab dan bisa menerima kritikan. Tidak hanya itu, kami juga memberikan penghargaan berupa bonus kepada karyawan yang kompeten di setiap penerimaan gaji ".[11]

Hal ini sejalan dengan apa yang katakan oleh salah satu karyawan yang bernama Wulan bahwasanya Bapak Agus dan Ibu Juhariyah selalu memberikan kritikan yang membangun. Berikut penuturannya:

> "Pak Agus dan Ibu Juhariyah selalu mengarahkan kami saat bekerja agar tidak terjadi kesalahan dalam bekerja. Mereka juga memberikan teguran jika ada kesalahan kami dalam bekerja".[12]

Tidak dapat dipungkiri bahwa strategi pemasaran internal merupakan strategi yang sangat penting di setiap perusahaan jasa karena karyawan merupakan ujung tombak dari perusahaan tersebut. Karena jasa yang ditawarkan harus bisa diandalkan dan mempunyai ciri khas yang menjadi pembeda dengan perusahaan jasa yang serupa dan yang berada di daerah yang sama. Selain itu, jasa yang ditawarkan harus bisa mempunyai pelayanan yang baik, memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berpaya memahami keinginan pelanggan, memahami keluhan setiap pelanggan serta mampu memberikan jaminan seperti jaminan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki karyawan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, dan kompetisi. Menyadari

[11] Juhariyah, *Wawancara*, Sukowono, 18 Desember 2016.
[12] Wulan, *Wawancara*, Sukowono, 19 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pentingnya strategi pemasaran internal dalam perusahaan jasa, maka setiap pengusaha jasa harus menerapkannya dengan baik. Akan tetapi, strategi pemasaran internal tersebut harus berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam atau sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam antara lain: tauhid (keimanan), ‘adl (keadilan), nubuwaah (kenabian), khilafah (pemerintah), dan ma’ad (hasil). Kelima nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk menyusun teori-teori Ekonomi Islam. Namun teori yang kuat dan baik tanpa diterapkan menjadi sistem, akan menjadikan Ekonomi Islam hanya sebagai kajian ilmu saja tanpa memberi dampak pada kehidupan ekonomi. Karena itu, dari kelima nilai-nilai universal tersebut, dibangunlah tiga prinsip derivatif yang menjadi ciri-ciri dan cikal bakal sistem Ekonomi Islami. Ketiga prinsip derivatif itu adalah *multitype ownership, freedom to act,* dan *social justice.*

Pertama, kita harus menerapkan sikap tauhid (keimanan) dalam kegiatan ekonomi. Tauhid merupakan pondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa “tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah SWT”, “ dan tidak ada pemilik langit, bumi, dan isinya, selain dari pada Allah SWT” karena Allah SWT adalah pencipta alam semesta dan seisinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu Allah SWT adalah pemilik yang hakiki. Manusia hanya diberi

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

amanah untuk "memiliki" untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka. Karena itu segala aktifitas manusia dalam hubungannnya dengan alam dan sumber daya serta manusia (muamalah) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah SWT. Karena kepada-Nya manusia akan mempertanggungjawabkan segala perbuatan, termasuk aktifitas ekonomi dan bisnis. [13]

Sesuai hasil penelitian yang didapat bahwa tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" sering memberikan bantuan kepada karyawannya yang sedang mengalami kesulitan dalam ekonomi. peneliti mewawancarai pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" yakni Bapak Agus tentang hal ini. Berikut penuturan Bapak Agus:

> "Saya percaya bahwasanya semua penghasilan dan keuntungan saya bukan hanya semata-mata karena usaha saya sendiri. Semua ini juga berkat kontribusi dari semua karyawan saya. Mereka telah banyak memberikan bantuan kepada saya sehingga usaha saya ini terus mengalami peningkatan dan saya pun sadar bahwasanya semua ini hanya titipan dari Allah SWT sehingga sudah menjadi tugas saya untuk selalu membantu karyawan saya yang mengalami kesulitan karena bagi saya mereka bukan hanya sekedar karyawan tetapi sudah saya anggap seperti keluarga saya sendiri"[14]

Untuk membuktikan hal ini, maka peneliti juga mewawancarai salah satu karyawan yang mengaku sering menerima bantuan dari Bapak Agus dan Ibu Juhariyah. Ibu Wiwin mengatakan:

> "Ibu Juhariyah sering membantu karyawan-karyawannya jika kami mengalami kesulitan. Terutama dalam hal keuangan, jika

[13] Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, 12.
[14] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 23 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> kami butuh pinjaman, beliau selalu memberikan pinjaman uang dan sering memberikan kami uang tambahan saat gajian. Selain itu mereka (Bapak Agus dan Ibu Juhariyah) selalu memberikan tunjangan hari raya kepada kami setiap tahun."[15]

Kedua, kita harus menerapkan sikap *'adl* atau adil dalam kegiatan ekonomi. Allah SWT adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifat-Nya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara dzalim. Penerapan dalam kegiatan ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan berkotak-kotak dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan mendzalimi golongan yang lain, sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia. Masing-masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar dari pada usaha yang dikeluarkannya karena kerakusannya. Menurut hasil penelitian ini, peneliti menemukan bahwasanya pengusaha jasa pengecambahan biji semangka sudah menerapkan sikap adil dalam menjalankan strategi pemasaran internalnya. Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan Bapak Agus yaitu:

> "Saya selalu bersikap adil kepada para karyawan mereka. Bagi saya semua karyawan harus diperlakukan dengan baik secara adil tanpa harus membeda-bedakan karyawan yang sudah lama bekerja atau bahkan karyawan yang masih baru. Siapun yang berbuat salah pasti akan mendapat teguran, tidak peduli karyawan baru atau karyawan lama. Karena dengan menerapkan sikap adil tersebut, saya rasa akan bisa

[15] Wiwin, *Wawancara*, Sukowono, 20 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> memunculkan hubungan yang harmonis antara saya dan karyawan saya"[16]

Hal ini sesuai dengan penuturan salah satu karyawan yang bernama Bapak Fajar yang sudah lama bekerja di tempat usaha milik Bapak Agus. Bapak Fajar mengungkapkan:

> "Pak Agus selalu bersikap adil kepada karyawan-karyawannya. Hal ini yang membuat saya sangat senang bisa bekerja kepada beliau. Beliau tidak pernah membeda-bedakan perlakuannya kepada kami semua. Dalam pemberian gaji beliau juga sangat memuaskan kami."[17]

Selain penuturan dari Bapak Fajar tersebut, kami juga mewawancarai karyawan lain yang masih satu bulan bekerja ditempat usaha jasa ini yaitu Bapak Wahid. Beliau menuturkan:

> "Sebagai karyawan baru saya merasa sangat senang bisa bekerja disini. Karena meskipun saya masih baru tetapi Pak Agus dan Ibu Juhairiyah bisa memperlakukan saya dengan adil. Walaupun saya masih baru dan mungkin masih banyak kesalahn dalam bekerja tetapi mereka memberikan pelatihan kepada saya agar kemampuan saya bisa sama dengan karyawan yang sudah lama bekerja". [18]

Ketiga, kita harus menerapkan sikap *nubuwwah* (kenabian) dalam berbisnis. Untuk umat muslim, Allah SWT telah mengirimkan "manusia model" yang terakhir dan sempurna untuk diteladani sampai akhir zaman, Nabi Muhammad SAW. Sifat-sifat utama sang model yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya, dimana sikap *nubuwwah*

[16] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 23 Desember 2016.
[17] Fajar, *Wawancara*, Sukowono, 20 Desember 2016.
[18] Wahid, *Wawancara*, Sukowono, 20 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

(kenabian) ini dibedakan menjadi empat yaitu sidiq, amanah, fathonah, tabligh. Berikut penjelasannya yaitu:

a. Sidiq

Sifat sidiq (benar, jujur) harus menjadi visi hidup setiap muslim karena hidup kita berasal dari Yang Maha Benar, maka kehidupan di dunia pun harus dijalani dengan benar, supaya kita dapat kembali pada pencipta kita, Yang Maha Benar. Dengan demikian, tujuan hidup muslim sudah terumus dengan baik dari konsep sidiq ini, kemudian muncullah konsep turunan khas ekonomi dan bisnis yang efektif (mencapai tujuan yang tepat, benar) dan efisien (melakukan kegiatan dengan benar, yakni menggunakan teknik dan metode yang tidak menyebabkan kemubadziran. Karena kalau mubadzir berarti tidak benar.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan di tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka di Sukowono, peneliti menemukan fakta bahwasanya pemilik usaha ini sudah menerapkan sikap jujur dalam menjalankan usahanya. Karena menurut hasil observasi, peneliti melihat bahwa Bapak Agus dan Ibu Juhariyah selalu membiasakan sifat jujur kepada karyawan-karyawannya dalam hal apapun, baik dalam kegiatan produksi, kegiatan pelatihan karyawan, kegiatan pengawasan, keuangan, dan pelayanan karyawan. [19] Untuk lebih memastikan kegiatan

[19] Agus Jamzuri dan Juhariyah, *Observasi*, Sukowono, 16 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

observasi, peneliti mewawancarai pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka " CAPARAN". Ibu Juhariyah menuturkan:

> "Menurut saya dengan membiasakan sikap jujur kepada karyawan, maka usaha yang kami jalankan akan berjalan dengan baik. Selain itu sikap jujur juga menjadi hal utama kami dalam menjalankan bisnis ini. Karena jujur merupakan modal utama kami dalam keberlangsungan bisnis ini. Jujur selalu kami terapkan dalam kegiatan apapun. Baik dalam memperlakukan karyawan, melatih karyawan, melakukan pelayanan, kegiatan produksi dan dalam melakukan transaksi.[20]

Selain penuturan dari pemilik usaha pengecambahan biji semangka "CAPARAN", salah satu karyawan yang bernama Sofi juga mengatakan hal yang serupa, yaitu:

> "Pak Agus dan Ibu Juhariyah selalu membiasakan kami untuk bersikap jujur. Mereka selalu jujur kepada kami tentang semua hal yang ada di pekerjaan ini. Misalnya saat pembayaran gaji dan saat bekerja melakukan pengecambahan"[21]

Sedangkan karyawan lain yang bernama Bapak Dani juga menambahkan tentang sikap jujur yang diterapkan dalam tempat usaha ini:

> "Sangat tepat sekali jika sikap jujur selalu di utamakan dalam usaha ini. Pak Agus dan istrinya selalu berpesan hal itu kepada kami semua. Mereka sangat transparan dalam membicarakan penghasilan kami dan cara kerja kami selama ini. Selain itu, kritikan mereka juga sesuai dengan kesalahan kami dalam bekerja. Mereka bilang, jika kita selalu jujur maka kita akan mendapatkan kenyamanan dalam bekerja."[22]

[20] Juhariyah, *Wawancara*, Sukowono, 23 Desember 2016.
[21] Sofi, *Wawancara*, Sukowono, 20 Desember 2016.
[22] Dani, *Wawancara*, Sukowono, 20 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

b. Amanah

Amanah (tanggung jawab, dapat dipercaya, kredibilitas) menjadi misi hidup setiap muslim. Karena seorang muslim hanya dapat menjumpai Sang Maha Benar dalam keadaan ridha dan diridhai, yaitu manakala mencapai amanat yang telah dipikulkan kepadanya. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap invidu muslim. Kumpulan individu dengan kredibilitas dan tanggung jawab yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi oleh saling percaya antar anggotanya. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

Menurut penjelasan dari Bapak Agus, selain sifat jujur ynag wajib diterapkan dalam kegiatan bisnis jasanya, beliau juga menambahkan bahwasanya sikap tanggung jawab juga perlu dimiliki oleh semua karyawannya. Berikut penjelasan dari beliau:

> "Menurut saya sikap tanggung jawab juga perlu dimiliki oleh karyawan-karyawan saya. Tidak hanya mereka, saya dan istri saya juga harus bisa memenuhi tanggung jawab saya kepada mereka. Sebagai pimpinan, saya dan istri bertanggung jawab untuk memberikan gaji yang pantas dan sesuai dengan pekerjaan mereka. Saya dan istri juga wajib melatih mereka untuk membiasakan sikap tanggung jawab dan bisa dipercaya. Dengan memiliki sifat tersebut, mereka akan bisa bekerja dengan baik. Jika sudah tanggung jawab, mereka akan menghasilkan produk berupa jasa yang

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> berkualitas pula sehingga menjadi daya tarik untuk para pelanggan dan calon pelanggan"[23]

Ibu Nipa selaku karyawan juga menuturkan tentang sikap tanggung jawab dan dapat dipercaya yang diterapkan dalam bisnis jasa ini. Ibu Nipa menuturkan:

> "Jadi begini, cara kerja kami kan berbeda dengan tempat usaha lainnya. Kami tidak harus bekerja di rumah Pak Agus dalam melakukan pemecahan biji semangka. Jadi kami boleh mengerjakannya di rumah tetapi kami harus kembali ke rumah pak agus di malam hari untuk melakukan kegiatan produksi selanjutnya. Karena kita boleh mngerjakannya di rumah, maka tentu perlu ada rasa tanggung jawab dari kami dalam bekerja. Walaupun kerja kami tidak diawasi secara langsung tetapi kami harus bisa bekerja dengan biak dan tepat waktu sebagai wujud dari rasa tanggung jawab kami selaku karyawan". [24]

c. Fathonah

Sifat fathonah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Karena untuk mencapai Yang Maha Benar, seorang muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh-Nya. Potensi yang paling berharga dan termahal yang hanya diberikan kepada manusia adalah akal (intelektualitas). Sedangkan penerapannya dalam kegiatan pemasaran internal yaitu sebagai seorang pemilik usaha jasa kita harus mempunyai kecerdikan atau kemampuan dalam melatih mereka dalam menghasilkan jasa yang berkualitas untuk para pelanggan.

[23] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 23 Desember 2016.
[24] Nipa, *Wawancara*, Sukowono, 20 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Menurut hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN". Beliau mengungkapkan bahwasanya beliau memang memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam produksi pengecambahan biji semangka sehingga mereka bisa melatih karyawan-karyawan mereka dalam melakukan kegiatan pengecambahan sehingga menghasilkan bibit semangka yang unggul dan berkualitas serta bisa menjadi ciri khas dari tempat usaha jasa ini. Keterangan dari pemilik usaha ini juga diperkuat oleh hasil wawancara peneliti dengan karyawannya yang bernama Ibu Dilah. Ibu Dilah menuturkan:

> "Pak Agus memang mempunyai kemampuan dalam menghasilkan bibit semangka yang unggul dengan cara-cara dan bahan-bahan yang baik. Terbukti dengan banyak pelanggan dan bibit semangkanya, dimana semangka yang dihasilkan yaitu semangka yang mempunyai rasa manis dan tidak berbiji. Jadi beliau melatih kami untuk mengahasilkan bibit semangka yang unggul dengan segala kemampuannya". [25]

Selain Ibu Dilah, Bapak Fiski juga menambahkan keterangannya terkait kemampuan yang dimiliki Bapak Agus. Bapak Fiski mengungkapkan:

> "Saya disini bertugas untuk membuat formula dan mencampurkannya dengan biji semangka yang sudah di *cettet* (dipecah) sehingga menghasilkan bibit semangka yang unggul. Kemampuan saya ini didapat dari pelatihan yang disampaikan oleh Pak Agus. Pencampuran formula inilah yang menentukan berhasil tidaknya proses pengecambahan menjadi bibit yang unggul. Proses ini pula

[25] Dilah, *Wawancara*, Sukowono, 20 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> yang menjadi pembeda dengan tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka yang lain yang ada di Sukowono"[26]

d. Tabligh

Sifat tabligh (komunikasi, keterbukaan, pemasaran) merupakan teknik hidup muslim karena setiap muslim mengemban tanggung jawab dakwah, yakni menyeru, mengajak, memberitahu. Sifat ini bila sudah mendarah daging pada setiap muslim, apalagi yang bergerak dalam ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar yang tangguh dan lihai. Karena sifat tabligh merupakan prinsip ilmu komunikasi (personal maupun massal), pemasaran, penjualan, periklanan, pembentukan, opini massa, *open management*, iklim keterbukaan, dan lain-lain. Dengan demikian, kegiatan ekonomi dan bisnis manusia harus mengacu pada prinsip-prinsip yang telah diajarkan oleh nabi dan rasul. Nabi misalnya mengajarkan bahwa "yang terbaik diantara kamu adalah yang paling bermanfaat bagi manusia."

Menurut hasil penelitian dengan metode wawancara dengan pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" yaitu Bapak Agus, yaitu:

> "Kami selalu bersikap terbuka dan berkomunikasi dengan baik dengan para karyawan agar setiap keluhan yang mereka rasakan akan bisa kami tampung dan kami perbaiki jika ada kesalahan kami dalam mengarahkan mereka ataupun dalam bekerja sama dengan mereka. Selain itu

[26] Fiski, *Wawancara*, Sukowono, 20 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> kami pun juga selalu memberi tahu mereka jika ada pekerjaan mereka yang salah dan keliru agar mereka selalu memperbaiki cara kerja mereka, jadi harus ada sikap keterbukaan antara kami dengan para karyawan".[27]

Pernyataan Bapak Agus tersebut juga diperkuat dengan penuturan dari karyawan yang bernama Ibu Trias. Ibu Trias mengatakan:

> "Antara kami dan Pak Agus beserta istrinya sudah saling terbuka sejak pertama kali kami bekerja dengan mereka karena dengan begitu kami pun bisa menyampaikan keluhan-keluhan dan hal-hal lain sehingga tidak ada sikap canggung atau kaku antara kami. Kami sudah seperti saudara."[28]

Keempat yaitu khilafah. Sebagai pelaku bisnis kita harus menerapkan sikap khilafah dalam menjalankan bisnis, dalam hal ini khususnya bisnis dibidang jasa. Dalam al-Qur'an Allah SWT berfirman bahwa manusia diciptakan untuk menjadi *khalifah* di bumi artinya untuk menjadi pemimpin dan pemakmur bumi Nabi Muhammad SAW bersabda, *"setiap dari kalian adalah pemimpin, dan akan dimintai pertanggungjawaban terhadap yang dipimpinnnya."* Ini berlaku bagi semua manusia, baik dia sebagai individu, kepala keluarga, pemimpin masyarakat atau kepala negara. Nilai ini mendasari prinsip kehidupan kolektif manusia dalam Islam (siapa memimpin siapa). Fungsi utamanya adalah untuk menjaga keteraturan interaksi (muamalah) antar kelompok termasuk dalam bidang ekonomi agar kekacauan dan keributan dapat dihilangkan, atau dikurangi.

[27] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 23 Desember 2016.
[28] Trias, *Wawancara*, Sukowono, 20 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Menurut hasil penelitian ditemukan bahwasanya Bapak Agus sebagai pemilik usaha ini mengaku selalu berusaha menjadi pemimpin yang baik bagi semua karyawannya. Berikut penuturannya:

> "sebagai seorang pemimpin di dalam bisnis jasa ini, maka saya harus selalu berusaha untuk menjadi pemimpin yang baik untuk semua karyawan saya dengan cara memberikan pengarahan yang baik, bersikpa tegas, memberikan pelayanan yang baik kepada karyawan, dan juga menjadi contoh yang baik untuk mereka. Karena kunci keberhasilan usaha ini terletak kepada karyawan."[29]

Hal ini memang sangat tepat karena sebagai seorang pemimpin di perusahaan, kita harus mampu memberikan tanggung jawab kepada orang yang bekerja untuk kita agar kita bisa menjadi penengah disetiap permasalahan dan juga sebagai penggerak untuk kemajuan usaha jasa yang kita kelola. Untuk memastikan kepemimpinan dari pemilik usaha jasa "CAPARAN" ini maka peneliti juga mewawancarai beberapa karyawan. Ibu Sup menuturkan:

> "Sebagai pemilik dari usaha ini, saya rasa Pak Agus sudah menjadi pemimpin yang baik, tegas, bijaksana dan bertanggung jawab"[30]

Selain Ibu Sup, Ibu Hj. Nurhayati juga menambahkan keterangan mengenai cara kepemimpinan Bapak Agus. Berikut penuturannya:

> "Saya senang bisa bekerja ditempat ini karena pak agus dan istrinya sudah bisa mengarahkan kami dan memimpin kami dengan baik. Sehingga mereka bisa mensejahterkan ibu-ibu rumah tangga di dusun ini. Jadi kami tidak hanya berdiam diri

[29] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 23 Desember 2016.
[30] Sup, *Wawancara*, Sukowono, 20 Desember 2016.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> di rumah tetapi juga bisa memanfaatkan waktu luang ini dengan bekerja dan mampu mengahasilkan uang"[31]

Kelima yaitu *ma'ad. Ma'ad* juga diartikan sebagai imbalam/ganjaran. Implikasi nilai ini dalam kehidupan ekonomi dan bisnis misalnya, difokuskan oleh Al-Ghazali yang menyatakan bahwa motivasi para pelaku bisnis adalah untuk mendapatkan laba, baik laba dunia maupun akhirat. Karena itu konsep profit mendapatkan legistimasi dalam Islam.

Bapak Agus dan Ibu Juhariyah mengaku bahwasanya mereka selalu memberikan imbalan yang sesuai kepada karyawannya. Ibu Juhariyah menuturkan:

> "Kami memberikan imbalan atau gaji yang pantas dan sesuai kepada karyawan kami sesuai dengan kinerja mereka. Selain gaji yang mereka peroleh setiap bulannya, kami juga memberikan imbalan tambahan kepada mereka yang memiliki kinerja yang baik dan memiliki perilaku yang baik sebagai bentuk penghargaan atas jasa mereka agar mereka lebih termotivasi untuk bekerja lebih baik dan lebih menunjukkan loyalitasnya kepada bisnis kami ini." [32]

Untuk lebih membuktikan pernyataan Ibu Juhariyah ini, peneliti juga mewawancarai karyawan dari Bapak Agus dan Ibu Juhariyah. Berikut pernyataan dari Bapak Dani selaku karyawan:

> "Saya pernah diberi bonus imbalan karena menurut pak agus kinerja saya cukup baik. Jujur saya lebih termotivasi dalam bekerja mendengar pujian-pujian dari atasan saya."[33]

Melalui hasil wawancara dan observasi yang telah diuraikan sebelumnya, maka tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka

[31] Nurhayati, *Wawancara*, Sukowono, 20 Desember 2016.
[32] Juhariyah, *Wawancara*, Sukowono, 23 Desember 2016.
[33] Dani, *Wawancara*, Sukowono, 20 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

"CAPARAN" sudah menerapkan strategi pemasaran internal dan sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

2. Strategi Pemasaran Eksternal Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

Pemasaran eksternal adalah pemasaran yang di dalamnya terdapat aktifitas yang dilakukan perusahaan jasa seperti perencanaan, penetapan harga, distribusi jasa langsung kepada pelanggan. Sehingga pelanggan meneriman jasa secara langsung dari perusahaan. Segmentasi pasar merupakan langkah awal dalam pemasaran eksternal, yaitu suatu tindakan membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil. Langkah kedua adalah melakukan menentuan target pasar, yaitu tindakan mengevaluasi dan memilih satu segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Selanjutnya, dilakukan penentuan posisi pasar, yaitu suatu cara membentuk presepsi konsumen terhadap manfaat barang atau jasa.

Setelah langkah-langkah tersebut dilakukan, langkah berikutmya adalah pengembangan bauran pemasaran (*marketing mix stategy*) atau 4P. dalam mengembangkan 4P (*product, promotion, price, place*) diperlukan pengembangan data base (*data base development*) yang berisi *custumer base profile*, *character for rention effort* dan *satisfactory rate*. Dalam *marketing data base*, hal-hal yang

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

perlu diperhatikan misalnya *recency*, yaitu kapan pelanggan membeli jasa dalam periode waktu tertentu; frekuensi, yaitu berapa sering pelanggan membeli jasa dalam periode waktu tertentu; dan *monetary* yakni seberapa besar bayaran yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk membeli jasa yang terakhir.[34]

Menurut hasil pengamatan atau observasi, peneliti menemukan adanya aktifitas pemasaran eksternal dari tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember telah menerapkan strategi pemasaran eksternal. Terbukti dengan adanya aktifitas segmentasi pasar, dimana pengusaha jasa ini lebih memprioritaskan jasa pengecambahan biji semangka karena tingginya permintaan jasa tersebut dikarenakan banyaknya para petani semangka di sekitar tempat usaha ini sehingga mudah tersebar luasnya eksistensi tempat usaha jasa ini keluar daerah melalui banyaknya pelanggan dari daerah sekitar yang menyebarkan tentang baiknya pelayanan jasa di tempat "CAPARAN" ini melalui mulut ke mulut. Selain segmentasi pasar yang dilakukan oleh Bapak Agus selaku pengusaha jasa "CAPARAN" ini, Bapak Agus juga melakukan target pasar yaitu lebih menargetkan usaha jasa ini untuk para petani di daerah sekitar dan luar daerah agar permintaan jasa terjadi secara bergiliran. Hasil observasi

[34] Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan*, 195-196.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

ini diperkuat dengan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Agus. Beliau menuturkan:

> "Kami memang sangat perlu melakukan segmentasi pasar untuk memperlebar sayap usaha dan juga mengembangkan usaha jasa yang saya kelola. Kami memilih usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" karena lingkungan sekitar kami yang sangat mendukung, banyaknya para petani semangka di daerah kami jadi berpikir bahwa usaja jasa pengecambahan jasa biji semangka akan sangat menguntungkan. Selain itu, jasa yang kami tawarkan juga sangat unggul dibandingkan jasa ditempat lain jadi kami rasa jasa kami mempunyai daya saing yang tinggi. Tidak hanya itu, cara pengerjaannya pun sangat mudah. Para pelanggan kami pun tidak hanya berasal dari daerah sekitar Sukowono, melainkan sudah tersebar keseluruh daerah. Hal ini tentu sangat menguntungkan untuk kami, karena dengan adanya pelanggan dari berbagai daerah akan menyebabkan jumlah permintaan yang bergiliran karena musim tanam yang berbeda. Setiap pelanggan selalu membeli jasa kami dalam kurun waktu tiga bulan karena musim tanam semangka memang kisaran tiga bulan sekali. Jika pelanggan kami hanya berasal dari daerah yang sama di sekitar Sukowono, maka akan memperlambat laju penghasilan bisnis ini. Namun jika pelanggan berasal dari beberapa kota, maka akan mempercepat laju pendapatan bisnis jasa kami karena jumlah permintaan yang bergiliran karena musim tanamnya yang berbeda. Jadi kami tidak perlu menunggu pelanggan selama tiga bulan lamanya"[35]

Selain keterangan dari Bapak Agus selaku pemilik dari usaha jasa "CAPARAN", peneliti juga mewawancarai beberapa pelanggan, diantaranya Bapak Rofik dari Puger yang sudah menjadi pelanggan setia Bapak Agus selama sepuluh tahun dan Bapak Edi dari Situbondo yang telah menajdi pelanggan Bapak Agus selama empat tahun. Bapak Rofik menuturkan:

> "Saya memilih menjadi pelanggan di tempat Pak Agus karena pelayanan jasa yang memuaskan. Jika membeli jasa

[35] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 22 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> pengecambahan biji semangka disini bisa menghasilkan bibit semangka yang berkualitas dan unggul. Semangkanya sangat manis dan tidak berbiji. Jadi saya sangat puas jika mengecambahkan biji semangka disini. Saya tahu tempat ini karena ada orang yang memberi tahu saya ketika saya membeli biji semangka di toko pertanian."[36]

Selain penuturan dari Bapak Rofik, peneliti juga mendapatkan keterangan dari pelanggan lain yang bernama Bapak Edi yang kebetulan berasal dari luar kota yaitu Situbondo. Bapak Edi menyatakan:

> "Saya tahu tempat jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" milik Pak Agus karena diberitahu teman saya yang ada di Jember. Awalnya saya hanya coba-coba saja karena menurut teman saya bibit yang dihasilkan sangat berkualitas. Ternyata memang terbukti, semangka dari hasil panen saya memang sangat memuaskan. Sangat manis dan tidak berbiji, kalaupun ada bijinya pasti sangat sedikit sekali jadi sangat nikmat rasanya dan tidak terganggu oleh biji saat mengkonsumsinya."[37]

Setelah menentukan segmentasi pasar dan juga menentukan target pasar dalam strategi pemasaran eksternal yang telah dijelaskan sebelumnya. Maka pengusaha jasa juga perlu melakukan bauran pemasaran yaitu *product, price, place, promotion.* Itu merupakan bauran pemasaran yang berupa barang. Jika kita berbicara tentang bisnis jasa maka akan berbeda pula bauran pemasarannya karena jelas sangat berbeda antara barang dan juga jasa. Barang memilki karakteristik yang bisa dilihat dan berwujud. Hal ini sangat berbeda dengan jasa yang memiliki karakter yang tidak berwujud. Dalam

[36] Rofik, *Wawancara*, Sukowono, 24 Desember 2016.
[37] Edi, *Wawancara*, Sukowono, 24 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

bauran pemasaran jasa, keempat bauran pemasaran tadi kita tambah lagi tiga bauran pemasarannya sehingga menjadi tujuh bauran pemasaran. Tiga diantaranya yaitu *people*, *process* dan *physical evidance*.

Jadi langkah pertama, pengusaha jasa harus menentukan *product* atau jenis jasa apa yang ingin ditawarkan. Seperti hasil wawancara sebelumnya, bapak agus menjelaskan tentang alasannya memilih usaha jasa pengecambahan biji semangka karena kondisi lingkungan tempat tinggal dan banyaknya sumber daya manusia di lingkungan sekitar yang mau bekerja di temapt beliau. Kedua, pengusaha jasa harus menentukan *price* atau harga. Bapak Agus menuturkan:

> "Dalam penentuan harga kami sudah melakukan banyaknya pertimbangan. Memang harga jasa yang kami tawarkan sedikit lebih tinggi dibandingkan tempat jasa pengecambahan biji semangka yang ada di tempat lain. Hal ini dikarenakan kualitas jasa yang kami jual memang berbeda dengan mereka."[38]

Untuk mengkonfirmasi hal ini, peneliti juga mewawancarai salah satu pelanggan yang bernama Bapak H. Fathor yang bersalah dari daerah Jember. Berikut pernyataan beliau:

> "Saya memang sudah tahu jika harga yang ditetapkan di tempat jasa pengecambahan biji semangka ini memang sedikit lebih tinggi dibandingkan jasa pengecamabahan biji semangka yang lain, tetapi hal itu tidak menjadi masalah bagi saya, karena bibit yang dihasilkan pun sangat memuaskan dan hasil panen saya juga selalu mengalami keuntungan. Jadi saya sudah merasa sangat puas dengan jasa yang diberikan di tempat ini."[39]

[38] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 22 Desember 2016.
[39] Fathor, *Wawancara*, Sukowono, 24 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Ketiga, menentukan *place* atau sistem penyampaiannya atau bisa juga disebut sistem distribusinya. Dalam hal ini dianggap tidak terlalu penting untuk menentukan sistem distribusi karena dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, pelanggan akan lebih puas jika mereka datang sendiri ke tempat usaha jasa dan menerima jasanya secara langsung agar merasakan kepuasannya. Menurut hasil observasi, peneliti juga menemukan fakta bahwasanya para pelanggan datang langsung ke tempat Bapak Agus untuk membeli jasa pengecambahan biji semangka tanpa adanya perantara dari Bapak Agus.[40]

Keempat, menentukan *promotion* atau promosi apa yang harus dilakukan. Menurut hasil wawancara yang telah diuraikan sebelumnya, Bapak Agus menyatakan bahwasanya dalam melakukan kegiatan promosi beliau menggunakan strategi dari mulut ke mulut. Selain pernyataan dari Bapak Agus, peneliti juga mewawancarai beberapa pelanggan dimana hasil wawancaranya telah diuraikan sebelumnya. Mereka menyatakan bahwasanya pengetahuan mereka tentang jasa pengecambahan biji semangka Bapak Agus mereka dapatkan melalui saran-saran dari para pelanggan Bapak Agus yang lain.

Kelima, menentukan *people* atau kualitas dan kuantitas sumber daya manusianya atau karyawannya yang akan memberikan pelayanan jasa kepada para pelanggan karena karyawanlah yang menjadi produk dalam usaha jasa. Seperti penjelasan dari Bapak Agus berikut ini:

[40] Agus Jamzuri, *Observasi*, Sukowono, 21 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> "Karyawan merupakan ujung tombak dalam bisnis saya. Merekalah yang menjadi kunci keberhasilan usaha saya. Di tangan mereka akan tercipta bibit semangka yang unggul. Oleh sebab itu saya harus mencari karyawan yang bisa bekerja sama dengan baik, mempunyai kemampuan yang baik, tanggung jawab, jujur dan dapat dipercaya."[41]

Keenam, menentukan *Process* atau proses operasi kerja. Hal ini merupakan hal terpenting dalam kegiatan produksi jasa. Karena setiap pelaku bisnis harus bisa menciptakan jasa yang berbeda dengan para pesaing yang ada disekitarnya. Seperti penuturan dari Ibu Juhariyah berikut ini:

> "Dalam memproduksi produk jasa kami, kami tentunya memiliki metode atau proses produksi yang berbeda dengan jasa pengecambahan biji semangka yang lain. Perbedaannya terletak kepada formula yang kami pakai untuk mengecambahkan biji semangka sehingga menghasilkan bibit semangka yang bagus. Formula inilah yang menentukan baik tidaknya bibit semangka. Inilah yang menjadi ciri khas jasa yang kami jual." [42]

Bauran pemasaran yang terakhir yaitu menentukan *physical evidance* atau bukti fisik. Hal ini dikarenakan produk berupa jasa tidak dapat dilihat dan diraba. Jadi pelaku bisnis dianggap perlu untuk membuat jasa tersebut seakan-akan berwujud karena wujud fisik ini akan menjadi salah satu pertimbangan pasar sasaran. Menurut hasil observasi, bisnis jasa "CAPARAN" milik Bapak Agus ini sudah memberikan bukti fisik untuk para pelangganya. Terbukti dengan peralatan produksi yang lengkap, tempat yang bersih, adanya ahli

[41] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 22 Desember 2016.
[42] Juhariyah, *Wawancara*, Sukowono, 22 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pembuat formula yang bisa menciptakan produk bibit semangka yang unggul dan berkualitas.[43]

Akan tetapi, strategi pemasaran eksternal tersebut harus berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam atau sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam antara lain: tauhid (keimanan), ‘adl (keadilan), nubuwaah (kenabian), khilafah (pemerintah), dan ma’ad (hasil). Kelima nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk menyusun teori-teori Ekonomi Islam. Namun teori yang kuat dan baik tanpa diterapkan menjadi sistem, akan menjadikan Ekonomi Islam hanya sebagai kajian ilmu saja tanpa memberi dampak pada kehidupan ekonomi. Karena itu, dari kelima nilai-nilai universal tersebut, dibangunlah tiga prinsip derivatif yang menjadi ciri-ciri dan cikal bakal sistem Ekonomi Islami. Ketiga prinsip derivatif itu adalah *multitype ownership, freedom to act,* dan *social justice.*

Pertama, kita harus menerapkan sikap tauhid (keimanan) dalam kegiatan ekonomi. Tauhid merupakan pondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa “tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah SWT”, “ dan tidak ada pemilik langit, bumi, dan isinya, selain dari pada Allah SWT” karena Allah SWT adalah pencipta alam semesta dan seisinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena

[43] Agus Jamzuri, *Observasi*, Sukowono, 21 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

itu Allah SWT adalah pemilik yang hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk "memiliki" untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka. Karena itu segala aktifitas manusia dalam hubungannnya dengan alam dan sumber daya serta manusia (muamalah) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah SWT. Karena kepada-Nya manusia akan mempertanggungjawabkan segala perbuatan, termasuk aktifitas ekonomi dan bisnis. [44]

Sesuai hasil penelitian yang didapat bahwa tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" tidak menerapkan sistem riba dalam menjalankan usahanya. Peneliti mewawancarai pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" yakni Bapak Agus tentang hal ini. Berikut penuturan Bapak Agus:

> "Dalam menjalankan usaha ini saya sangat berhati-hati dengan setiap pendapatan yang saya terima. Jangan sampai pengahasilan yang kami dapatkan itu ada unsur riba di dalamnya. Karena apa yang akan kita dapatkan di dunia pasti akan dimintai pertanggung jawaban di akhirat nanti. Semua ini memang sudah ajaran turun temurun dari orang tua kami."[45]

Tidak hanya itu, Ibu Juhariyah yang juga merupakan pemilik dari usaha ini juga menambahkan. Beliau menuturkan:

> "Dalam menjalankan usaha ini kami juga tidak terlalu memaksakan penghasilan yang kami dapatkan. Kami tidak pernah memasang harga yang jauh lebih tinggi dibandingkan tempat usaha lainnya karena tujuan kami bukan hanya mencari keuntungan yang setinggi-tingginya, melainkan untuk membantu para petani untuk bisa menghasilkan hasil panen yang memuaskan"[46]

[44] Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, 12.
[45] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 23 Desember 2016.
[46] Juhariyah, *Wawancara*, Sukowono, 23 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Untuk membuktikan hal ini, maka peneliti juga mewawancarai salah satu pelanggan yang bernama Bapak Rofik. Bapak Rofik mengatakan:

> "Saya rasa walaupun kualitas jasa disini sangat baik, tetapi harga jasa disini tidak terlalu jauh dari harga dipasaran. Jadi menurut saya harga yang ditetapkan masih sangat wajar dan tidak memberatkan pelanggan yang membeli jasa di tempat Bapak Agus ini. Harga yang ditetapkan sangat sesuai dengan kualitas jasa di tempat ini. Sangat sebanding dan sesuai."[47]

Kedua, kita harus menerapkan sikap *'adl* atau adil dalam kegiatan ekonomi. Allah SWT adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifat-Nya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara dzalim. Penerapan dalam kegiatan ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan berkotak-kotak dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan mendzalimi golongan yang lain, sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia. Masing-masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar dari pada usaha yang dikeluarkannya karena kerakusannya. Menurut hasil penelitian ini, peneliti menemukan bahwasanya pengusaha jasa pengecambahan biji semangka sudah menerapkan sikap adil dalam menjalankan strategi pemasaran eksternalnya. Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan Bapak Agus yaitu:

[47] Rofik, *Wawancara*, Sukowono, 24 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> "Saya selalu bersikap adil kepada semua pelanggan yang datang ketempat kami. Baik pelanggan yang membeli jasa dalam jumlah besar ataupun sedikit. Bagi kami mereka adalah raja yang harus dilayani dengan baik."[48]

Hal ini sesuai dengan penuturan salah satu pelanggan yang bernama Bapak Idris yang sudah lama menjadi pelanggan di tempat usaha milik Bapak Agus. Bapak Idris mengungkapkan:

> "Saya rasa Pak Agus sudah cukup adil kepada kami para pelanggannnya. Seperti pada saat tempat ini sedang ramai oleh para pelanggan yang datang untuk membeli jasa, Pak Agus dan Ibu Juhariyah melayani kami dengan baik tanpa membeda-bedakan perlakuan dan pelayanannya kepada kami semua. Semua dilayani dengan baik."[49]

Selain penuturan dari Bapak Idris tersebut, kami juga mewawancarai pelanggan yang lain yaitu Bapak Edi. Beliau menuturkan:

> "Salah satu alasan saya memilih tempat ini dibandingkan tempat lain yaitu perlakuan adil yang diberikan oleh Pak Agus. Pak Agus menetapkan harga yang sesuai walaupun saya terkadang hanya membeli jasa dalam jumlah biji yang sedikit ". [50]

Ketiga, kita harus menerapkan sikap *nubuwwah* (kenabian) dalam berbisnis. Untuk umat muslim, Allah SWT telah mengirimkan "manusia model" yang terakhir dan sempurna untuk diteladani sampai akhir zaman, Nabi Muhammad SAW. Sifat-sifat utama sang model yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya, dimana sikap *nubuwwah*

[48] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 22 Desember 2016.
[49] Idris, *Wawancara*, Sukowono, 24 Desember 2016.
[50] Edi, *Wawancara*, Sukowono, 24 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

(kenabian) ini dibedakan menjadi empat yaitu sidiq, amanah, fathonah, tabligh. Berikut penjelasannya yaitu:

a. Sidiq

Sifat sidiq (benar, jujur) harus menjadi visi hidup setiap muslim karena hidup kita berasal dari Yang Maha Benar, maka kehidupan di dunia pun harus dijalani dengan benar, supaya kita dapat kembali pada pencipta kita, Yang Maha Benar. Dengan demikian, tujuan hidup muslim sudah terumus dengan baik dari konsep sidiq ini, kemudian muncullah konsep turunan khas ekonomi dan bisnis yang efektif (mencapai tujuan yang tepat, benar) dan efisien (melakukan kegiatan dengan benar, yakni menggunakan teknik dan metode yang tidak menyebabkan kemubadziran. Karena kalau mubadzir berarti tidak benar.

Menurut hasil observasi yang dilakukan di tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Sukowono, peneliti menemukan fakta bahwasanya pemilik usaha ini sudah menerapkan sikap jujur dalam memasarkan dan memberikan pelayan jasa yang di jualnya. Setiap jasa yang jual harus memiliki kualitas yang baik agar para pelanggan tidak kecewa dan merasa senang telah membeli jasa disini. Bapak Agus dan Ibu Juhariyah juga hanya menjual biji semangka yang baik dan bagus. Jika ada bibit yang jelek dan buruk maka akan diganti dengan bibit yang bagus. Karena kualitas jasa menjadi hal utama dalam bisnis jasa di

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

tempat pengecambahan biji semangka di tempat ini. [51] untuk lebih memastikan kegiatan observasi, peneliti mewawancarai pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka ” CAPARAN”. Ibu Juhariyah menuturkan:

> “Kami selalu jujur kepada semua pelanggan kami tentang semua jasa yang kami jual. Jika bibitnya bagus, maka kita akan mengatakan bahwa bibit ini memang bagiu kepada mereka, sebaliknya jika bibit ini memiliki kelemahan atau kekurangan, maka kami juga akan mengatakannya kepada mereka.[52]

Bapak Agus juga menambahkan:

> “Bukan hanya itu, kita juga memberikan harga yang jujur kepada para pelanggan kami. Harga yang kami tetapkan juga sudah sesuai dengan kualitas jasa yang kami miliki. Hal ini agar para pelanggan merasa percaya kepada kami.”[53]

Selain penuturan dari pemilik usaha pengecambahan biji semangka “CAPARAN”, salah satu pelanggan yang bernama Bapak Junaidi juga mengatakan hal yang serupa, yaitu:

> “Pak agus dan Ibu Juhariyah selalu melayani kami dengan jujur. Mereka menerangkan kualitas bibit mereka yang baik dan unggul. Mereka berkata bahwa semangka yang dihasilkan adalah semangka yang manis dan tidak berbiji dan semua itu terbukti dengan hasil panen saya yang melimpah. Semangka dari hasil panen saya rasanya sangat manis dan juga tidak berbiji. Kalaupun ada bijinya, pasti bijinya hanya sedikit.”[54]

[51] Agus Jamzuri dan Juhariyah, *Observasi*, Sukowono, 21 Desember 2016.
[52] Juhariyah, *Wawancara*, Sukowono, 23 Desember 2016.
[53] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 23 Desember 2016.,
[54] Junaidi, *Wawancara*, Sukowono, 24 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Sedangkan pelanggan lain yang bernama Bapak H. Fathor juga menambahkan tentang sikap jujur yang diterapkan dalam tempat usaha ini:

> "mereka sangat jujur dalam menjelaskan tentang semangka yang akan dihasilkan dari bibit yang saya beli ini. Katanya semangkanya akan sangat manis dan tidak memiliki biji. Dan saya pun membuktikannya saat saya panen pertama. Para pembeli semangka saya mengaku sangat puas dengan semangka yang dihasilkan dari pertanian saya. Mereka bilang rasanya memang manis dan tidak berbiji. Saya rasa produk jasa ini sangat sesuai dengan harganya. Walaupun harganya sedikit lebih tinggi dengan tempat jasa pengecambahan yang lain, tetapi bibitnya pun sangat bagus. Jadi menurut saya, sangat pantas dan sesuai."[55]

b. Amanah

Amanah (tanggung jawab, dapat dipercaya, kredibilitas) menjadi misi hidup setiap muslim. Karena seorang muslim hanya dapat menjumpai Sang Maha Benar dalam keadaan ridha dan diridhai, yaitu manakala mencapai amanat yang telah dipikulkan kepadanya. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap invidu muslim. Kumpulan individu dengan kredibilitas dan tanggung jawab yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi oleh saling percaya antar anggotanya. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

[55] Fathor, *Wawancara*, Sukowono, 24 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Menurut penjelasan dari Bapak Agus, selain sifat jujur yang wajib diterapkan dalam kegiatan bisnis jasanya, beliau juga menambahkan bahwasanya sikap tanggung jawab juga perlu dimiliki oleh semua karyawannya dan juga harus diterapkan kepada semua pelanggan yang datang. Berikut penjelasan dari beliau:

> "Kami sangat menjaga tanggung jawab kami dalam memasarkan jasa kami. Apapun yang kami ungkapkan tentang kualitas jasa yang kami jual, pasti akan kami tanggungjawabkan ucapan kami dengan bukti semangka yang kami hasilkan"[56]

Bapak Jadi selaku pelanggan juga menuturkan tentang sikap tanggung jawab dan dapat dipercaya yang diterapkan dalam bisnis jasa ini. Bapak Jadi menuturkan:

> "Semua yang dikatakan oleh para karyawan dan juga oleh pemilik jasa pengecambahan biji semangka ini selalu bisa dipertanggung jawabkan dan juga dipercaya. Buktinya hasil panen saya selalu bagus dan saya juga telah menjadi pelanggan setia di tempat ini selama empat tahun". [57]

c. Fathonah

Sifat fathonah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Karena untuk mencapai Yang Maha Benar, seorang muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh-Nya. Potensi yang paling berharga dan termahal yang hanya diberikan kepada manusia adalah akal (intelektualitas). Sedangkan

[56] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 23 Desember 2016.
[57] Jadi, *Wawancara*, Sukowono, 24 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

penerapannya dalam kegiatan pemasaran eksternal yaitu sebagai seorang pemilik usaha jasa kita harus mempunyai kecerdikan atau kemampuan dalam melatih mereka dalam menghasilkan jasa yang berkualitas untuk para pelanggan sehingga para pelanggan menjadi tertarik untuk selalu membeli jasa di temapt usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" milik Bapak Agus dan Ibu Juhariyah.

Menurut hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN". Beliau mengungkapkan bahwasanya beliau memang memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam produksi pengecambahan biji semangka sehingga mereka bisa melatih karyawan-karyawan mereka dalam melakukan kegiatan pengecambahan sehingga menghasilkan bibit semangka yang unggul dan berkualitas serta bisa menjadi ciri khas dari tempat usaha jasa ini. Keterangan dari pemilik usaha ini juga diperkuat oleh hasil wawancara peneliti dengan karyawannya yang bernama Ibu Dilah. Ibu Dilah menuturkan:

> "Pak Agus memang mempunyai kemampuan dalam menghasilkan bibit semangka yang unggul dengan cara-cara dan bahan-bahan yang baik. Terbukti dengan banyak pelanggan, dimana semangka yang dihasilkan yaitu semangka yang mempunyai rasa manis dan tidak berbiji. Jadi beliau melatih kami untuk mengahasilkan bibit semangka yang unggul dengan segala kemampuannya". [58]

[58] Dilah, *Wawancara*, Sukowono, 22 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Selain seorang karyawan yang bernama Ibu Dilah, Bapak Patrani juga menambahkan keterangannya terkait kemampuan yang dimiliki Bapak Agus dan juga karyawannya. Bapak Patrani mengungkapkan:

> "Saya rasa tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka ini memang berbeda dengan tempat jasa pengecambahan biji semangka yang lain, terbukti hasil semangka yang dihasilkan nantinya juga berbeda dengan semangka kebanyakan. Saya rasa karyawan ditempat ini memang memiliki kemampuan yang baik dalam melakukan pengecambahan biji semangka. "[59]

d. Tabligh

Sifat tabligh (komunikasi, keterbukaan, pemasaran) merupakan teknik hidup muslim karena setiap muslim mengemban tanggung jawab dakwah, yakni menyeru, mengajak, memberitahu. Sifat ini bila sudah mendarah daging pada setiap muslim, apalagi yang bergerak dalam ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar yang tangguh dan lihai. Karena sifat tabligh merupakan prinsip ilmu komunikasi (personal maupun massal), pemasaran, penjualan, periklanan, pembentukan, opini massa, *open management,* iklim keterbukaan, dan lain-lain. Dengan demikian, kegiatan ekonomi dan bisnis manusia harus mengacu pada prinsip-prinsip yang telah diajarkan oleh nabi dan rasul. Nabi misalnya mengajarkan bahwa "yang

[59] Patrani, *Wawancara,* Sukowono, 24 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

terbaik diantara kamu adalah yang paling bermanfaat bagi manusia."

Menurut hasil penelitian dengan metode wawancara dengan pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" yaitu Bapak Agus, yaitu:

> "Kami selalu bersikap terbuka dan berkomunikasi dengan baik dengan para pelanggan terkait produk jasa yang kami jual. Apapun kelemahan dan kekurangannya pasti akan kami utarakan kepada mereka agar para pelanggan merasa yakin kepada jasa yang kami tawarkan. Akan tetapi ada hal yang menjadi privasi dalam bisnis kami yaitu terkait racikan dan juga bahan kimia atau formula yang kami gunakan dalam melakukan proses produksi sehingga bisa menghasilkan bibit yang unggul".[60]

Pernyataan Bapak Agus tersebut juga diperkuat dengan penuturan dari pelanggan yang bernama Bapak Dedy. Bapak Dedy mengatakan:

> "Mereka (Bapak Agus dan Ibu Juhariyah) memang sangat terbuka kepada kami, baik saat berbicara tentang bibit semangka dan juga harga yang ditetapkan oleh mereka."[61]

Keempat yaitu khilafah. Sebagai pelaku bisnis kita harus menerapkan sikap khilafah dalam menjalankan bisnis, dalam hal ini khususnya bisnis dibidang jasa. Dalam al-Qur'an Allah SWT berfirman bahwa manusia diciptakan untuk menjadi *khalifah* di bumi artinya untuk menjadi pemimpin dan pemakmur bumi Nabi Muhammad SAW bersabda, *"setiap dari kalian adalah pemimpin, dan akan dimintai pertanggungjawaban terhadap yang dipimpinnnya."* Ini

[60] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 23 Desember 2016.
[61] Dedy, *Wawancara*, Sukowono, 24 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

berlaku bagi semua manusia, baik dia sebagai individu, kepala keluarga, pemimpin masyarakat atau kepala negara. Nilai ini mendasari prinsip kehidupan kolektif manusia dalam Islam (siapa memimpin siapa). Fungsi utamanya adalah untuk menjaga keteraturan interaksi (muamalah) antar kelompok termasuk dalam bidang ekonomi agar kekacauan dan keributan dapat dihilangkan, atau dikurangi.

Menurut hasil penelitian ditemukan bahwasanya Bapak Agus sebagai pemilik usaha ini mengaku selalu berusaha menjadi pemimpin yang baik di dalam bisnis yang dikelolanya. Berikut penuturannya:

> "Saya selalu berusaha untuk menjadi pemimpin yang baik dan bertanggung jawab dalam bisnis ini. Terutama dalam semua kegiatan ekonomi di dalamnya, seperti perencanaan, pelaksanaan produksi, pelayanan, manajemen keuangan, dan juga evaluasi."[62]

Hal ini memang sangat tepat karena sebagai seorang pemimpin di perusahaan, kita harus memapu memberikan tanggung jawab kepada orang yang bekerja untuk kita agar kita bisa menjadi penengah disetiap permasalahan dan juga sebagai penggerak untuk kemajuan usaha jasa yang kita kelola. Untuk memastikan kepemimpinan dari pemilik usaha jasa "CAPARAN" ini maka peneliti juga mewawancarai salah satu pelanggan. Bapak Dedy menuturkan:

> "Sebagai pemilik dari usaha ini, saya rasa Pak Agus sudah menjadi pemimpin yang baik, tegas, bijaksana dan bertanggung jawab. Semua yang beliau promosikan, pasti bisa dibuktikan."[63]

[62] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 22 Desember 2016.
[63] Dedy, *Wawancara*, Sukowono, 24 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Selain Bapak Dedy, Bapak Rofik juga menambahkan keterangan mengenai cara kepemimpinan Bapak Agus. Berikut penuturannya:

> "Saya senang bisa menjadi pelanggan ditempat ini karena Pak Agus bisa menata cara kerja yang sedemikian rupa dan rapi. Saat saya datang ketempat ini saya melihat para karyawan bekerja dengan rapi, bersih, dan juga tepat waktu. Saya rasa semua ini berkat kepemimpinan dari Bapak Agus yang baik."[64]

Kelima yaitu *ma'ad. Ma'ad* juga diartikan sebagai imbalam/ganjaran. Implikasi nilai ini dalam kehidupan ekonomi dan bisnis misalnya, difokuskan oleh Al-Ghazali yang menyatakan bahwa motivasi para pelaku bisnis adalah untuk mendapatkan laba, baik laba dunia maupun akhirat. Karena itu konsep profit mendapatkan legistimasi dalam Islam.

Pak Agus dan Ibu Juhariyah mengaku bahwasanya mereka selalu memberikan potongan harga yang sesuai kepada pelanggannya. Ibu Juhariyah menuturkan:

> "Kami terkadang juga memberikan potongan harga kepada para pelanggan yang membeli jasa dalam jumlah yang sangat banyak dan juga kepada mereka yang sudah lama menjadi pelanggan setia di tempat kami." [65]

Untuk lebih membuktikan pernyataan Ibu Juhariyah ini, peneliti juga mewawancarai pelanggan dari Bapak Agus dan Ibu Juhariyah. Berikut pernyataan dari Bapak Rofik selaku pelanggan:

> "Saya pernah diberi bonus ketika membeli jasa disini karena saya membeli jasa biji semangka yang cukup banyak dan

[64] Rofik, *Wawancara*, Sukowono, 24 Desember 2016.
[65] Juhariyah, *Wawancara*, Sukowono, 23 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

kebetulan saya sudah menjadi pelanggan disini selama sepuluh tahun."[66]

Melalui hasil wawancara dan observasi yang telah diuraikan sebelumnya, maka tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" sudah menerapkan strategi pemasaran eksternal dan sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

3. Strategi Pemasaran Interaktif Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

Perusahaan akan menggunakan segenap pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh karyawan sebagai daya ungkit untuk memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan. Harapan perusahaan jika karyawan sudah bekerja secara optimum, maka tingkat kepuasan yang diperoleh para pelanggan akan tinggi. Kepuasan pelanggan yang sudah tinggi terus ditingkatkan lagi sehingga pelanggan tersebut akan loyal kepada karyawan yang bersangkutan, produk, maupun kepada perusahaan. Mutu jasa dipengaruhi oleh benda berwujud, sehingga jika karyawan mampu memnghasilkan jasa dalam bentuk benda yang dalam hal ini diwujudkan dalam bentuk bibit semangka yang berkualitas, maka para pelanggan juga akan semakin merasa puas kepada perusahaan yang bergerak di bidang jasa.

[66] Rofik, *Wawancara*, Sukowono, 24 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Pada tahap pemasaran interaktif inilah terjadi kontak antara pihak perusahaan dan konsumen. Pada titik kritis ini, karyawan perusahaan mendapatkan kesempatan untuk menunjukan kualitas layanannya dan mendapat peluang untuk mengembangkan kualitas layanannya kepada para pelanggan. Pada strategi pemasaran interkatif inilah janji perusahan pada pelanggan dapat dibuktikan, karena pada tahap ini para pelanggan akan dapat melihat penampilan layanan tersebut.

Dalam pemasaran interaktif inilah para pengusaha harus menggerakkan para karyawan melakukan serangkaian cara terbaik untuk menarik minat pelanggan agar usahanya mendapatkan keunggulan bersaing jangka panjang. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah dengan menunjukkan penampilan fisik layanan seperti peralatan alat produksi yang lengkap dan juga tempat produksi yang bersih dan higienis. Menurut hasil pengamatan, peneliti melihat bahwasanya pada usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" ini sudah menggunakan peralatan produksi yang lengkap, tempat yang bersih dan higienis serta luas. [67] Seperti penuturan dari Bapak Agus selaku pemilik dari usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" ini yaitu:

> "Fasilitas yang digunakan tempat usaha ini saya rasa mungkin sama dengan perusahaan yang lain. Tetapi, yang membedakan dari segi proses pengecambahannya bisa diunggulkan dengan yang lain. Karena yang lain belum tentu bersih dan steril

[67] Agus Jamzuri dan Juhariyah , *Observasi*, Sukowono, 25 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> sehingga perkembangan biji terhambat dan hasilnya kurang baik."[68]

Selain penuturan dari Bapak Agus selaku pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN", salah satu karyawan yang bernama Bapak Fiski juga memberikan penjelasan berikut ini:

> "Salah satu yang membuat saya nyaman bekerja di tempat Pak Agus adalah karena tempat yang luas dan juga bersih. Selain itu juga, kebersihan dan juga kesterilan perlatan juga mempengaruhi proses produksi. Kebetulan disini saya yang bertugas mencampurkan formula kedalam biji yang sudah di *cettet* (dipecah), jadi kami harus memastikan bahwasanya peralatan yang digunakan benar-benar steril sehingga tidak mempengaruhi bahan aktif yang ada didalam formula yang akan menyebabkan perkembangan biji terhambat dan hasilnya menjadi kurang baik" [69]

Peneliti juga mewawancarai salah satu pelanggan yang membeli jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" milik Bapak Agus yang bernama Bapak Haliye. Beliau menuturkan:

> "Saya rasa hasil bibit yang unggul ini dikarenakan peralatan yang lengkap dan saya lihat tempat usaha ini sangat bersih dan penataannya yang rapi. Jadi saya memilih untuk menjadi pelanggan di tempat usaha jasa pengecambahan "CAPARAN" milik Bapak Agus ini. Kualitasnya tidak diragukan lagi." [70]

Langkah selanjutnya dalam pemasaran interaktif yaitu kita harus bisa memberikan pelayanan jasa yang secara ramah, hangat dan bersahabat. Karena dengan langkah tersebut kita akan bisa menarik minat para pelanggan. Menurut hasil observasi di lapangan, peneliti melihat bahwasanya pihak "CAPARAN" sudah melayani para pelanggan dengan sikap yang sangat ramah dan sangat bersahabat

[68] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 26 Desember 2016.
[69] Fiski, *Wawancara*, Sukowono, 27 Desember 2016.
[70] Haliye, *Wawancara*, Sukowono, 28 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dengan para pelanggan yang datang untuk membeli jasa di tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" milik Bapak Agus ini.[71]

Untuk mengkonfirmasi hal ini, peneliti mewawancarai Ibu Juhariyah selaku istri dari Bapak Agus dan juga pemilik dari tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN". Ibu Juhariyah menyatakan:

> "Karena kita berhadapan langsung dengan pelanggan yang akan menggunkan jasa kami jadi kita harus bersikap ramah. Sikap ramah, hangat dan bersahabat serta menggunakan bahasa yang baik dan sopan. Hal ini harus selalu kami terapkan untuk melayani para pelanggan yang datang agar para pelanggan merasa senang dan puas dengan pelayan di tempat ini. Karena selain jasa yang kami unggulkan, kami juga sangat mengutamakan pelayan yang ramah. Bagi kami para pelanggan sudah kami anggap sebagai saudara"[72]

Salah satu pelanggan yang bernama Bapak Iksan juga memberikan penjelasan. Berikut penjelasannya:

> "Tempat usaha ini melayani saya dengan sangat ramah, sehingga saya sangat merasa nyaman bisa melakukan pengecambahan biji semangka di tempat ini karena saya dilayani dengan baik. Selain tempat ini bisa menghasilkan bibit semangka yang bagus, tempat ini juga membuat kami senang dengan pelayanan yang ramah."[73]

Para pelanggan lain yang bernama Bapak Amyani juga menambahakan keterangan:

> "Sangat ramah sekali pelayanan disini. Saya saja selalu mendapatkan perlakuan yang sama walaupun sudah sering melakukan penegcambahan biji semangka di tempat ini. Selalu ramah dan juga bersahabat." [74]

[71] Agus Jamzuri dan Juhariyah, *Observasi*, Sukowono, 25 Desember 2016.
[72] Juhariyah, *Wawancara*, Sukowono, 26 Desember 2016.
[73] Iksan, *Wawancara*, Sukowono, 28 Desember 2016.
[74] Amyani, *Wawancara*, Sukowono, 28 Desember 2016.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Langkah selanjutnya dalam melakukan pemasaran interaktif yaitu kita sebagai pelaku bisnis yang bergerak dibidang jasa harus bisa merespon dan juga selalu merasa siap dalam melayani pelanggan yang datang supaya pelanggan merasa bahwa mereka sangat penting dan merasa diperhatikan dengan baik. Berikut penuturan dari Ibu Juhariya:

> "Kami harus selalu menampung setiap kritikan dan juga keluhan yang disampaikan pelanggan, karena hal itu menjadi salah satu cara kami untuk meningkatkan kualitas jasa yang kami jual. Jika ada masalah kita selalu berusaha untuk berintrospeksi diri dan usahakan untuk menyelesaikan masalah dengaan musyawarah. Misalnya dari salah jadwal pengambilan biji semangka. Kami selalu bermusyawarah dengan pelanggan."[75]

Selanjutnya, sebagai pelaku bisnis jasa kita harus bisa menjaga konsistensi atas produk jasa yang kita jual. Karena dengan tetap menjaga kualitas, para pelanggan akan merasa percaya dan akan tetap terus menggunakan jasa dari bisnis yang kita kelola. Pemasaran usaha layanan yang memiliki karakteristik unik memang memerlukan strategi pemasaran yang khusus. Salah satu cara utama mendiferensiasikan perusahaan jasa adalah dengan memberikan pelayanan berkualitas lebih tinggi dari pada pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa pelanggan sasaran. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman lampaunya, pembicaraan dari mulut ke mulut dan iklan perusahaan jasa. Pelanggan memilih penyedia jasa berdasarakan hal-hal ini. Setelah menerima

[75] Juhariyah, *Wawancara*, Sukowono, 26 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

jasa, mereka membandingkan jasa yang dialaminya dengan jasa yang diharapkan.[76]

Menurut hasil pengamatan, tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" memberikan pelayan yang konsisten. Setiap ada pelanggan selalu dilayani dengan baik dan juga mendapat jasa yang sama-sama berkualitasnya.[77] Seperti penuturan dari salah satu pelanggan yang bernama Bapak Rosid sebagai berikut:

> "Menurut keterangan dari beberapa pelanggan-pelanggan yang lain mengatakan bahwa temapt usaha milik Bapak Agus ini memang bisa menghasilkan bibit semangka yang sangat bagus yang membuat semangka manjadi sangat manis dan tidak berbiji. Saya menjadi penasaran dan langsung membuktikan hal itu dengan langsung mendatangi tempat ini sendiri untuk melakukan jasa pengecambahan jasa di tempat ini dan ternyata memang terbukti benar. Setelah saya bandingkan dengan tempat jasa pengecamabahan biji semangka saya sebelumnya, disini memang lebih bagus kualitas semangka yang dihasilkan"[78]

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan untuk memperkuat validitas data hasil observasi, maka dalam analisis data akan difokuskan pada strategi pemasaran interaktif yang berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam atau sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam antara lain: tauhid (keimanan), 'adl (keadilan), nubuwaah (kenabian), khilafah (pemerintah), dan ma'ad (hasil). Kelima nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk menyusun teori-teori Ekonomi Islam. Namun teori yang kuat dan baik tanpa diterapkan

[76] Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan*, 201-203.
[77] Agus Jamzuri dan Juhariyah, *Observasi*, Sukowono, 25 Desember 2016.
[78] Rosid, *Wawancara*, Sukowono, 28 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

menjadi sistem, akan menjadikan Ekonomi Islam hanya sebagai kajian ilmu saja tanpa memberi dampak pada kehidupan ekonomi. Karena itu, dari kelima nilai-nilai universal tersebut, dibangunlah tiga prinsip derivatif yang menjadi ciri-ciri dan cikal bakal sistem Ekonomi Islami. Ketiga prinsip derivatif itu adalah *multitype ownership, freedom to act,* dan *social justice.*

Pertama, kita harus menerapkan sikap tauhid (keimanan) dalam kegiatan ekonomi. Tauhid merupakan pondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa "tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah SWT", " dan tidak ada pemilik langit, bumi, dan isinya, selain dari pada Allah SWT" karena Allah SWT adalah pencipta alam semesta dan seisinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu Allah SWT adalah pemilik yang hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk "memiliki" untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka. Karena itu segala aktifitas manusia dalam hubungannnya dengan alam dan sumber daya serta manusia (muamalah) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah SWT. Karena kepada-Nya manusia akan mempertanggungjawabkan segala perbuatan, termasuk aktifitas ekonomi dan bisnis. [79]

Sesuai hasil penelitian yang didapat bahwa tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" selalu berkomuniasi

[79] Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, 12.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dengan baik dengan para pelanggan yang datang karena dalam hal ini, harus terjadi kontak langsung antara pihak perusahaan dengan para pelanggan. Jadi, kita harus bisa memerikan pelayan terbaik karena segala sesuatu yang kita dapatkan baik itu pendapatan dan keuntungan lebih yang kita punya hanyalah sebuah titipa dari Allah SWT. Segala kegiatan ekonomi yang kita jalankan harus kita sesuaikan dengan jalan kebenaran, yaitu jalan yang sesuai dengan syariat Islam. Dalam menjalankan bisnis tentunya kita pasti akan menemui banyak rintangan dan juga hambatan. Sebagai pelaku bisnis yang baik dan juga hamba Allah SWT yang baik, maka kita harus bisa menjalaninya dengan sabar dan tidak terlalu memaksakan penghasilan yang tinggi dengan cara yang tidak baik karena sesungguhnya harta yang kita punya ialah milik Allah SWT semata yang dititipkan kepada kita. Peneliti mewawancarai pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" yakni Bapak Agus tentang hal ini. Berikut penuturan Bapak Agus:

> "Usaha saya sudah berdiri sejak lama. Tetapi, banyak hal yang sudah kami alami. Rintangan dan hambatan selalu datang silih berganti. Yang kami lakukan hanyalah berdo'a, berusaha dan juga terus bersabar. Usaha yang kami bangun juga tidak serta merta menjadi lancar seperti saat ini. Terkadang banyak usaha kita yang masih kurang cocok di hati pelanggan, kurangnya ketelitian kami dalam mengelola keuangan yang menyebabkan kami nyaris rugi. Itu semua sudah pernah kami alami. Tetapi kami tidak pernah menyerah dan terus memperbaiki diri sehingga bisa menciptakan suatu bisnis jasa yang baik dan berkenan dihati para pelanggan kami."[80]

[80] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 26 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Tidak hanya itu, Ibu Juhariyah yang juga merupakan pemilik dari usaha ini juga menambahkan. Beliau menuturkan:

> "Butuh usaha keras untuk membangun usaha pengecamabahn biji semangka "CAPARAN" ini. Sejak kami pertama kali mengelola bisis inipun sering mengalami hambatan. Tetapi berkat usaha keras dan juga do'a kami bisa treus membangun usaha ini sampai sekarang. Tidak hanya itu, kami ingat pesan orang tua kami. Di setiap harta dan rizki yang kita miliki, ada hak orang lain di dalamnya. Jadi sudah merupakan kewajiban bagi kami untuk saling berbagi kepada yang membutuhkan dengan selalu membayar zakat mal disetiap tahun."[81]

Kedua, kita harus menerapkan sikap *'adl* atau adil dalam kegiatan ekonomi. Allah SWT adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifat-Nya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara dzalim. Penerapan dalam kegiatan ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan berkotak-kotak dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan mendzalimi golongan yang lain, sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia. Masing-masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar dari pada usaha yang dikeluarkannya karena kerakusannya. Menurut hasil penelitian ini, peneliti menemukan bahwasanya pengusaha jasa pengecambahan biji semangka sudah menerapkan sikap adil dalam menjalankan strategi pemasaran interaktifnya. Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan Bapak Agus yaitu:

[81] Juhariyah, *Wawancara*, Sukowono, 26 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> "Kami selalu bersikap adil kepada semua pelangan yang datang. Adil dalam penentuan harga dan juga adil dalam bentuk pelayanan dan juga adil dalam kualitas jasa yang diberikan. Karena dimata kami semua pelanggan adalah saudara. Jadi harus dilayani dengan baik. Harga yang kita tentukan sudah berdasarkan kualitas jasa pengecambahan biji semangka yang kami berikan"[82]

Hal ini sesuai dengan penuturan salah satu pelanggan yang bernama Bapak Haliye yang sudah lama menjadi pelanggan di tempat usaha milik Bapak Agus. Bapak Haliye mengungkapkan:

> "Menurut saya tempat ini sudah bisa melayani kami dengan sangat baik. Menurut saya harga jasa dengan jasa pengecambahan bisi semangkanya sudah seimbang. Jadi bisa dikatakan adil. Karena semangka yang dihasilkan pun bagus dan hasil panen saya juga memuaskan. Disamping itu, cara karyawan dan juga pemilik usaha ini dalam melayani saya juga sangat baik. Saya sangat puas."[83]

Selain penuturan dari Bapak Haliye tersebut, kami juga mewawancarai pelanggan yang lain yaitu Bapak Rosid. Beliau menuturkan"

> "Saya pernah datang ke tempat ini dalam keadaan ramai pembeli. Dan kebetulan hari sudah malam. Tetapi Bapak Agus tetapi melayani saya dan semua pelanggannya dengan baik, ramah, sopan dan juga sangat sabar dalam melayani kami". [84]

Ketiga, kita harus menerapkan sikap *nubuwwah* (kenabian) dalam berbisnis. Untuk umat muslim, Allah SWT telah mengirimkan "manusia model" yang terakhir dan sempurna untuk diteladani sampai akhir zaman, Nabi Muhammad SAW. Sifat-sifat utama sang model yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku

[82] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 26 Desember 2016.
[83] Haliye, *Wawancara*, Sukowono, 28 Desember 2016.
[84] Rosid, *Wawancara*, Sukowono, 28 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

ekonomi dan bisnis pada khususnya, dimana sikap *nubuwwah* (kenabian) ini dibedakan menjadi empat yaitu sidiq, amanah, fathonah, tabligh. Berikut penjelasannya yaitu:

a. Sidiq

Sifat sidiq (benar, jujur) harus menjadi visi hidup setiap muslim karena hidup kita berasal dari Yang Maha Benar, maka kehidupan di dunia pun harus dijalani dengan benar, supaya kita dapat kembali pada pencipta kita, Yang Maha Benar. Dengan demikian, tujuan hidup muslim sudah terumus dengan baik dari konsep sidiq ini, kemudian muncullah konsep turunan khas ekonomi dan bisnis yang efektif (mencapai tujuan yang tepat, benar) dan efisien (melakukan kegiatan dengan benar, yakni menggunakan teknik dan metode yang tidak menyebabkan kemubadziran). Karena kalau mubadzir berarti tidak benar.

Menurut hasil observasi yang dilakukan di tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka di Sukowono, peneliti menemukan fakta bahwasanya pemilik usaha ini sudah menerapkan sikap jujur dalam memasarkan dan memberikan pelayan jasa yang di jualnya. Mereka hanya menjual jasa yang memiliki kualitas yang baik sebagai bukti fisik dari jasa yang dijual agar para pelanggan tidak kecewa dan merasa senang telah membeli jasa disini. Bapak Agus dan Ibu Juhariyah juga hanya menjual bibit semangka yang baik dan bagus. Jika ada bibit yang

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

jelek dan buruk maka akan diganti dengan bibit yang bagus. Karena kualitas jasa menjadi hal utama dalam bisnis jasa di tempat pengecambahan biji semangka di tempat ini. Hal ini merupakan suatu bukti nyata yang diperikan pihak "CAPARAN" kepada para pelanggan karena dalam hal ini terjadi kontak langsung antara pihak "CAPARAN" dengan pelanggan. Pelanggan harus bisa memenuhi harapannya atas kebutuhan jasa yang diinginkan dengan pelayanan yang nyata dari pihak "CAPARAN".[85] Untuk lebih memastikan kegiatan observasi, peneliti mewawancarai pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka " CAPARAN". Bapak Agus menuturkan:

> "Kami selalu jujur dalam memasarkan jasa kami kami kepada para pelanggan baik dalam menjelaskan harga, keunggulan semangka dan juga kekurangan serta hal-hal yang harus dihindari para petani semangka dalam merawat semangka. Selain itu kami juga menyampaikan hal-hal yang harus dilakukan petani semangka yang melakukan pengecambahan biji semangka ditempat kami untuk memperhatikan langkah-langkah dalam memperlakukan bibit yang kami hasilkan[86]

Bapak Dani selaku karyawan juga menyatakan:

> "Dalam melayani pelanggan yang datang kesini, kami juga selalu menjelaskan semua hal tentang produk jasa ini dengan jujur tanpa ada yang ditutup-tutupi sehhingga tidak ada unsur untuk menipu atau membohongi pelanggan. Kami mempromosikan jasa pengecambahan biji semangka ini dengan jujur sehingga para pelanggan merasa percaya dan yakin dengan kami."[87]

[85] Agus Jamzuri dan Juhariyah, *Observasi*, Sukowono, 25 Desember 2016.
[86] Juhariyah, *Wawancara*, Sukowono, 26 Desember 2016.
[87] Dani, *Wawancara*, Sukowono, 27 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Selain penuturan dari pemilik usaha dan juga karyawan tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN", salah satu pelanggan yang bernama Bapak Amyani juga mengatakan hal yang serupa, yaitu:

> "Bapak Agus dan Ibu Juhariyah selalu melayani kami dengan jujur. Jika bibitnya baik, maka mereka mengatakan bibitnya baik, jika ada kekeurangan maka kekurangan itu akan mereka sampaikan kepada kami. Begitupula saat perhitungan pembelian, semua perhitungan dilakukan bersama kami para pembeli sehingga sangat transparan dan tidak ada yang dirugikan"[88]

Sedangkan pelanggan lain yang bernama Bapak Iksan juga menambahkan tentang sikap jujur yang diterapkan dalam melayani pelanggan yang datang ke tempat usaha ini:

> "Mereka semua melayani dan berkomunikasi dengan kami secara jujur. Tidak ada yang ditutupi. Sehingga saya merasa tidak merasa rugi jika membeli jasa di tempat ini"[89]

b. Amanah

Amanah (tanggung jawab, dapat dipercaya, kredibilitas) menjadi misi hidup setiap muslim. Karena seorang muslim hanya dapat menjumpai Sang Maha Benar dalam keadaan ridha dan diridhai, yaitu manakala mencapai amanat yang telah dipikulkan kepadanya. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap invidu muslim. Kumpulan individu dengan kredibilitas dan tanggung jawab yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi oleh saling

[88] Amyani, *Wawancara*, Sukowono, 28 Desember 2016.
[89] Iksan, *Wawancara*, Sukowono, 28 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

percaya antar anggotanya. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

Menurut penjelasan dari Bapak Agus, selain sifat jujur yang wajib diterapkan dalam kegiatan bisnis jasanya, beliau juga menambahkan bahwasanya sikap tanggung jawab juga perlu dimiliki oleh semua karyawannya dan juga harus diterapkan kepada semua pelanggan yang datang. Berikut penjelasan dari beliau:

> "Kami sangat menjaga tanggung jawab kami dalam memasarkan jasa kami. Apapun yang kami ungkapkan tentang kualitas jasa yang kami jual, pasti akan kami tanggungjawabkan ucapan kami dengan bukti semangka yang kami hasilkan."[90]

Bapak Rosid selaku pelanggan juga menuturkan tentang sikap tanggung jawab dan dapat dipercaya yang diterapkan dalam bisnis jasa ini. Bapak Rosid menuturkan:

> "Tempat ini tidak pernah mngecewakan saya. Saya selalu puas dengan pelayanan di tempat ini. Cara mereka melayani saya sudah sangat sesuai denga apa yang saya harapkan. Berbeda dengan tempat lain yang terkadang tidak tepat waktu dan hasilnya mengecewakan, tempat ini selalu tepat waktu dan hasilnya juga sangat memuaskan. Tempat ini sangat bisa dipercaya dan bertanggung jawab kepada para pelanggannya". [91]

[90] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 26 Desember 2016.
[91] Rosid, *Wawancara*, Sukowono, 28 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

c. Fathonah

Sifat fathonah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Karena untuk mencapai Yang Maha Benar, seorang muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh-Nya. Potensi yang paling berharga dan termahal yang hanya diberikan kepada manusia adalah akal (intelektualitas). Sedangkan penerapannya dalam kegiatan pemasaran eksternal yaitu sebagai seorang pemilik usaha jasa kita harus mempunyai kecerdikan atau kemampuan dalam melatih mereka dalam menghasilkan jasa yang berkualitas untuk para pelanggan sehingga para pelanggan menjadi tertarik untuk selalu membeli jasa di temapt usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" milik Bapak Agus dan Ibu Juhariyah.

Menurut hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN". Beliau mengungkapkan bahwasanya beliau memang memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam produksi pengecambahan biji semangka sehingga mereka bisa melatih karyawan-karyawan mereka dalam melakukan kegiatan pengecambahan sehingga menghasilkan bibit semangka yang unggul dan berkualitas serta bisa menjadi ciri khas dari tempat usaha jasa ini. Keterangan dari pemilik usaha ini juga diperkuat

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

oleh hasil wawancara peneliti sebelumnya dengan karyawannya yang bernama Ibu Dilah. Ibu Dilah menuturkan:

> "Pak Agus memang mempunyai kemampuan dalam menghasilkan bibit semangka yang unggul dengan cara-cara dan bahan-bahan yang baik. Terbukti dengan banyak pelanggan, dimana semangka yang dihasilkan yaitu semangka yang mempunyai rasa manis dan tidak berbiji. Jadi beliau melatih kami untuk mengahasilkan bibit semangka yang unggul dengan segala kemampuannya". [92]

Selain seorang karyawan yang bernama Ibu Dilah, Bapak Rosid juga menambahkan keterangannya terkait kemampuan yang dimiliki Bapak Agus dan juga karyawannya. Bapak Rosid mengungkapkan:

> "Inilah yang membedakan tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka disini dengana tempat pengecambahan biji semangka yang lain. Entah inovasi apa yang digunakan Bapak Agus dan juga karyawannya sehingga menghasilkan bibit semangka yang bagus seperti ini. Saya rasa mereka semua memang memiliki kemampuan yang baik dalam melakukan pengecambahan biji semangka. Disamping itu saya juga merasa senang dengan cara mereka berkomunikasi dengan saya saat saya datang untuk menggunakan jasa mereka untuk melakukan pengecambahan biji semangka. Mereka bisa berkomunikasi dengan baik sehingga membuat saya selalu ingin menggunakan jasa mereka. Tidak hanya itu, tempatnya juga sangat bersih dan rapi."[93]

d. Tabligh

Sifat tabligh (komunikasi, keterbukaan, pemasaran) merupakan teknik hidup muslim karena setiap muslim mengemban tanggung jawab dakwah, yakni menyeru, mengajak, memberitahu.

[92] Dilah, *Wawancara*, Sukowono, 27 Desember 2016.
[93] Rosid, *Wawancara*, Sukowono, 28 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Sifat ini bila sudah mendarah daging pada setiap muslim, apalagi yang bergerak dalam ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar yang tangguh dan lihai. Karena sifat tabligh merupakan prinsip ilmu komunikasi (personal maupun massal), pemasaran, penjualan, periklanan, pembentukan, opini massa, *open management*, iklim keterbukaan, dan lain-lain. Dengan demikian, kegiatan ekonomi dan bisnis manusia harus mengacu pada prinsip-prinsip yang telah diajarkan oleh nabi dan rasul. Nabi misalnya mengajarkan bahwa "yang terbaik diantara kamu adalah yang paling bermanfaat bagi manusia."

Menurut hasil penelitian dengan metode wawancara sebelumnya dengan pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" yaitu Bapak Agus, yaitu"

> "Kami selalu bersikap terbuka dan berkomunikasi dengan baik dengan para pelanggan terkait produk jasa yang kami jual. Apapun kelemahan dan kekurangannya pasti akan kami utarakan kepada mereka agar para pelanggan merasa yakin kepada jasa yang kami tawarkan. Akan tetapi ada hal yang menjadi privasi dalam bisnis kami yaitu terkait racikan dan juga bahan kimia atau formula yang kami gunakan dalam melakukan proses produksi sehingga bisa menghasilkan bibit yang unggul".[94]

Ibu Juhariyah juga menambahkan:

> "Keterbukaan kami dengan pelanggan juga bisa membantu kami dalam mengembangkan kualitas jasa yang kami jual karena jika kita sudah bersikap terbuka dalam memasarkan produk jasa kami, maka para pelanggan juga akan bersikap

[94] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 26 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> terbuka kepada kami terkait cara pelayanan kami dan juga kualitas jasa kami. Jadi kami bisa menerima kritik dan saran dari mereka agar kami bisa memperbaiki cara kerja kami."[95]

Pernyataan Bapak Agus dan juga Ibu Juhariyah tersebut juga diperkuat dengan penuturan dari pelanggan yang bernama Bapak Iksan. Bapak Iksan mengatakan:

> "Mereka (Bapak Agus dan Ibu Juhariyah dan juga karyawannya) memang sangat terbuka kepada kami, baik saat berbicara tentang bibit semangka dan juga harga yang ditetapkan oleh mereka."[96]

Keempat yaitu khilafah. Sebagai pelaku bisnis kita harus menerapkan sikap khilafah dalam menjalankan bisnis, dalam hal ini khususnya bisnis dibidang jasa. Dalam al-Qur'an Allah SWT berfirman bahwa manusia diciptakan untuk menjadi *khalifah* di bumi artinya untuk menjadi pemimpin dan pemakmur bumi Nabi Muhammad SAW bersabda, *"setiap dari kalian adalah pemimpin, dan akan dimintai pertanggungjawaban terhadap yang dipimpinnnya."* Ini berlaku bagi semua manusia, baik dia sebagai individu, kepala keluarga, pemimpin masyarakat atau kepala negara. Nilai ini mendasari prinsip kehidupan kolektif manusia dalam Islam (siapa memimpin siapa). Fungsi utamanya adalah untuk menjaga keteraturan interaksi (muamalah) antar kelompok termasuk dalam bidang ekonomi agar kekacauan dan keributan dapat dihilangkan, atau dikurangi.

[95] Juhariyah, *Wawancara*, Sukowono, 26 Desember 2016.
[96] Dedy, *Wawancara*, Sukowono, 28 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Menurut hasil penelitian ditemukan bahwasanya Bapak Agus sebagai pemilik usaha ini mengaku selalu berusaha menjadi pemimpin yang baik di dalam bisnis yang dikelolanya. Berikut penuturannya:

> "Saya selalu berusaha untuk menjadi pemimpin yang baik dan bertanggung jawab dalam bisnis ini. Akan tetapi saya juga perlu untuk terus memperbaiki cara kerja bisnis yang saya kelola melalui komunikasi yang baik antara kami dan juga para pelanggan. Masukan dari merekalah yang membantu kami dalam mempertinggi kualitas jasa kami."[97]

Hal ini memang sangat tepat karena sebagai seorang pemimpin di perusahaan, kita harus mampu memberikan tanggung jawab kepada orang yang bekerja untuk kita agar kita bisa menjadi penengah disetiap permasalahan dan juga sebagai penggerak untuk kemajuan usaha jasa yang kita kelola. Untuk memastikan kepemimpinan dari pemilik usaha jasa "CAPARAN" ini maka peneliti juga mewawancarai salah satu karyawan. Bapak Dani menuturkan:

> "Sebagai pemilik dari usaha ini, saya rasa Pak Agus sudah menjadi pemimpin yang baik, tegas, bijaksana dan bertanggung jawab. Tetapi, sebagai karyawan saya juga harus bisa tetap menjaga kualitas kerja dengan cara memberikan hasil kerja yang baik dan juga bisa memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggan."[98]

Bapak Amyani selaku pelanggan juga menambahkan keterangan mengenai cara kepemimpinan Bapak Agus. Berikut penuturannya:

> "Saya senang bisa menjadi pelanggan ditempat ini karena Pak Agus dan karyawannya bisa melayani saya dengan baik."[99]

[97] Agus Jamzuri, *Wawancara*, Sukowono, 26 Desember 2016.
[98] Dani, *Wawancara*, Sukowono, 28 Desember 2016.
[99] Amyani, *Wawancara*, Sukowono, 28 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Kelima yaitu *ma'ad. Ma'ad* juga diartikan sebagai imbalam/ganjaran. Implikasi nilai ini dalam kehidupan ekonomi dan bisnis misalnya, difokuskan oleh Al-Ghazali yang menyatakan bahwa motivasi para pelaku bisnis adalah untuk mendapatkan laba, baik laba dunia maupun akhirat. Karena itu konsep profit mendapatkan legistimasi dalam Islam.

Pak Agus dan Ibu Juhariyah mengaku bahwasanya mereka selalu memberikan diskon kepada pelanggan. Ibu Juhariyah menuturkan:

> "Kami terkadang juga memrikan potongan harga kepada para pelanggan yang membeli jasa dalam jumlah yang sangat banyak dan juga kepada mereka yang sudah lama menjadi pelanggan setia di tempat kami." [100]

Untuk lebih membuktikan pernyataan Ibu Juhariyah ini, peneliti juga mewawancarai pelanggan dari Bapak Agus dan Ibu Juhariyah. Berikut pernyataan dari Bapak Amyani selaku pelanggan:

> "Saya pernah mendapat diskon karena saya sudah lama menjadi pelanggan setia disini. Selain imbalan berupa potongan harga, keramahan, kesabaran dan juga kesopanan dari pemilik dan juga karyawan di tempat ini juga sudah merupakan imbalan yang sangat baik untuk saya."[101]

Melalui hasil wawancara dan observasi yang telah diuraikan sebelumnya, maka tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" sudah menerapkan strategi pemasaran interaktif dan sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

[100] Juhariyah, *Wawancara*, Sukowono, 26 Desember 2016.
[101] Amyani, *Wawancara*, Sukowono, 28 Desember 2016.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

C. Pembahasan Temuan

1. Strategi Pemasaran Internal Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan di tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember, tempat usaha jasa tersebut melakukan strategi pemasaran internalnya dengan sangat terencana. Tidak dapat dipungkiri bahwa strategi pemasaran internal merupakan strategi yang sangat penting di setiap perusahaan jasa karena karyawan merupakan ujung tombak dari perusahaan tersebut. Karena jasa yang ditawarkan harus bisa diandalkan dan mempunyai ciri khas yang menjadi pembeda dengan perusahaan jasa yang serupa dan yang berada di daerah yang sama. Selain itu, jasa yang ditawarkan harus bisa mempunyai pelayanan yang baik, memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berpaya memahami keinginan pelanggan, memahami keluhan setiap pelanggan serta mampu memberikan jaminan seperti jaminan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki karyawan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, dan kompetisi. Menyadari pentingnya strategi pemasaran internal

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dalam perusahaan jasa, maka setiap pengusaha jasa harus menerapkannya dengan baik. Tempat usaha pengecambahan biji semangka "CAPARAN" memilih karyawan dengan penuh pertimbangan karena karyawan merupakan produk yang akan membuat para pengguna jasa di tempat ini menjadi merasa sangat puas. Mereka memilih karyawan yang memiliki sifat jujur, bertanggung jawab, bisa menerima kritikan, dan juga ramah. Akan tetapi, para calon karyawan tidak harus memiliki kemampuan dalam melakukan proses pengecambahan biji semangka sebelum menjadi karyawan di "CAPARAN" ini, karena mereka akan mendapatkan pelatihan dalam melakukan pengecamabahan biji semangka saat sudah menjadi karyawan di "CAPARAN". Sifat jujur membuat karyawan untuk membangun hubungan yang harmonis dengan atasannya. Jika hubungan sudah harmonis, maka perusahaan akan berjalan dan berkembang dengan baik. Selain sifat jujur, karyawan di tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" juga memiliki sifat tanggung jawab kepada perusahaan karena dengan begitu mereka akan bisa menjalankan pekerjaannya dengan baik dan juga tidak akan mengecewakan pihak perusahaan. Sedangkan sikap yang mau menerima kritikan dari karyawan di tempat "CAPARAN" ini harus dimiliki oleh semua karyawan karena setiap karyawan pasti tidak luput dari kesalahan-kesalahan kerja. Oleh sebab itu, pimpinan perusahaan harus selalu memberikan masukan dan kritikan yang membangun guna

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

memperbaiki kualitas kerja karyawan karena kualitas jasa yang dijual terletak pada kualitas karyawannya. Selain sifat-sifat baik yang harus dimiliki karyawan, pimpinan tempat usaha jasa ini selalu memberikan pelatihan kepada karyawan yang baru bergabung dengan bisnisnya, karena dengan terlatihnya karyawan dengan baik maka akan menghasilkan kualitas jasa yang baik pula. Sedangkan apabila dikaitkan dengan prinsip-prinsip Ekonomi Islam, strategi pemasaran internal pada tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" akan dijelaskan sebagai berikut:

Pertama, kita harus menerapkan sikap tauhid (keimanan) dalam kegiatan ekonomi. Tauhid merupakan pondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa "tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah SWT", " dan tidak ada pemilik langit, bumi, dan isinya, selain dari pada Allah SWT" karena Allah SWT adalah pencipta alam semesta dan seisinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu Allah SWT adalah pemilik yang hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk "memiliki" untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka. Sesuai hasil penelitian yang didapat bahwa tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" sering memberikan bantuan kepada karyawannya yang sedang mengalami kesulitan dalam ekonomi. Hal ini membuktikan bahwasanya harta benda yang kita miliki hanyalah sebuah titipan dari Allah SWT dan kita harus

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

memberikan pertanggungjawaban di akhirat kelak. Jadi, sebanyak apapun harta yang kita miliki harus kita gunakan dengan baik dengan cara menyisihkannya untuk membantu orang lain yang membutuhkan.

Kedua, kita harus menerapkan sikap *'adl* atau adil dalam kegiatan ekonomi. Allah SWT adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifat-Nya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara dzalim. Penerapan dalam kegiatan ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan berkotak-kotak dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan mendzalimi golongan yang lain, sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia. Masing-masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar dari pada usaha yang dikeluarkannya karena kerakusannya. Menurut hasil penelitian ini, peneliti menemukan bahwasanya pengusaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN"sudah menerapkan sikap adil dalam menjalankan strategi pemasaran internalnya yaitu kepada karyawannya. pimpinan usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" selalu bersikap adil kepada semua karyawan dan harus diperlakukan dengan baik secara adil tanpa harus membeda-bedakan karyawan yang sudah lama bekerja atau bahkan karyawan yang masih baru. Siapun yang berbuat salah pasti akan mendapat teguran, tidak peduli karyawan baru atau karyawan lama. Karena dengan menerapkan

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

sikap adil tersebut akan bisa memunculkan hubungan yang harmonis antara pimpinan dan karyawan. Sesuai dengan firman Allah SWT QS al-Hujurat, 49: 9, yaitu:

وَإِن طَآئِفَتَانِ مِنَ ٱلۡمُؤۡمِنِينَ ٱقۡتَتَلُواْ فَأَصۡلِحُواْ بَيۡنَهُمَاۖ فَإِنۢ بَغَتۡ إِحۡدَىٰهُمَا عَلَى ٱلۡأُخۡرَىٰ فَقَٰتِلُواْ ٱلَّتِي تَبۡغِي حَتَّىٰ تَفِيٓءَ إِلَىٰٓ أَمۡرِ ٱللَّهِۚ فَإِن فَآءَتۡ فَأَصۡلِحُواْ بَيۡنَهُمَا بِٱلۡعَدۡلِ وَأَقۡسِطُوٓاْۖ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلۡمُقۡسِطِينَ ٩

Artinya: "dan kalau ada dua golongan dari mereka yang beriman itu berperang hendaklah kamu damaikan antara keduanya! tapi kalau yang satu melanggar Perjanjian terhadap yang lain, hendaklah yang melanggar Perjanjian itu kamu perangi sampai surut kembali pada perintah Allah. kalau Dia telah surut, damaikanlah antara keduanya menurut keadilan, dan hendaklah kamu Berlaku adil; Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang Berlaku adil."(QS al-Hujurat, 49: 9)[102]

Ketiga, kita harus menerapkan sikap *nubuwwah* (kenabian) dalam berbisnis. Untuk umat muslim, Allah SWT telah mengirimkan "manusia model" yang terakhir dan sempurna untuk diteladani sampai akhir zaman, Nabi Muhammad SAW. Sifat-sifat utama sang model yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya, dimana sikap *nubuwwah* (kenabian) ini dibedakan menjadi empat yaitu sidiq, amanah, fathonah, tabligh. Berikut penjelasannya yaitu:

[102] Baitul Maal Hidayatullah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 516.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

a. Sidiq

Sifat sidiq (benar, jujur) harus menjadi visi hidup setiap muslim karena hidup kita berasal dari Yang Maha Benar, maka kehidupan di dunia pun harus dijalani dengan benar, supaya kita dapat kembali pada pencipta kita, Yang Maha Benar. Dengan demikian, tujuan hidup muslim sudah terumus dengan baik dari konsep sidiq ini, kemudian muncullah konsep turunan khas ekonomi dan bisnis yang efektif (mencapai tujuan yang tepat, benar) dan efisien (melakukan kegiatan dengan benar, yakni menggunakan teknik dan metode yang tidak menyebabkan kemubadziran. Karena kalau mubadzir berarti tidak benar.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan di tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka di Sukowono, peneliti menemukan fakta bahwasanya pemilik usaha ini sudah menerapkan sikap jujur dalam menjalankan usahanya. Karena menurut hasil observasi, peneliti melihat bahwa Bapak Agus dan Ibu Juhariyah selalu membiasakan sifat jujur kepada karyawan-karyawannya dalam hal apapun, baik dalam kegiatan produksi, kegiatan pelatihan karyawan, kegiatan pengawasan, keuangan, dan pelayanan karyawan. Karena menurut pimpinan tempat usaha pengecambahan biji semangka "CAPARAN", dengan membiasakan sikap jujur kepada karyawan, maka usaha yang dijalankan akan berjalan dengan baik. Selain itu sikap jujur juga

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

menjadi hal utama dalam menjalankan bisnis ini. Karena jujur merupakan modal utama dalam keberlangsungan bisnis ini. Jujur selalu diterapkan dalam kegiatan apapun. Baik dalam memperlakukan karyawan, melatih karyawan, melakukan pelayanan, kegiatan produksi dan dalam melakukan transaksi.

b. Amanah

Amanah (tanggung jawab, dapat dipercaya, kredibilitas) menjadi misi hidup setiap muslim. Karena seorang muslim hanya dapat menjumpai Sang Maha Benar dalam keadaan ridha dan diridhai, yaitu manakala mencapai amanat yang telah dipikulkan kepadanya. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap invidu muslim. Kumpulan individu dengan kredibilitas dan tanggung jawab yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi oleh saling percaya antar anggotanya. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

Menurut hasil penelitian, bisnis tersebut telah memiliki karyawan-karyawan yang bertanggung jawab, tidak hanya karyawannya saja tetapi pimpinan dari tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" juga sangat menjunjung tinggi sikap tanggung jawab karena sikap tanggung jawab juga perlu dimiliki oleh karyawan-karyawan dan juga

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pimpinannya juga harus bisa memenuhi tanggung jawab kepada karyawan. Sebagai pimpinan, bertanggung jawab untuk memberikan gaji yang pantas dan sesuai dengan pekerjaan karyawan. Pimpinan juga wajib melatih karyawan untuk membiasakan sikap tanggung jawab dan bisa dipercaya. Dengan memiliki sifat tersebut, mereka akan bisa bekerja dengan baik. Jika sudah tanggung jawab, mereka akan menghasilkan produk berupa jasa yang berkualitas pula sehingga menjadi daya tarik untuk para pelanggan dan calon pelanggan.

c. Fathonah

Sifat fathonah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Karena untuk mencapai Yang Maha Benar, seorang muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh-Nya. Potensi yang paling berharga dan termahal yang hanya diberikan kepada manusia adalah akal (intelektualitas). Sedangkan penerapannya dalam kegiatan pemasaran internal yaitu sebagai seorang pemilik usaha jasa kita harus mempunyai kecerdikan atau kemampuan dalam melatih mereka dalam menghasilkan jasa yang berkualitas untuk para pelanggan.

Menurut hasil penelitian yang diperoleh, pimpinan tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka “CAPARAN” memang memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam produksi

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pengecambahan biji semangka sehingga pimpinan bisnis jasa "CAPARAN" bisa melatih karyawan-karyawan mereka dalam melakukan kegiatan pengecambahan sehingga menghasilkan bibit semangka yang unggul dan berkualitas serta bisa menjadi ciri khas dari tempat usaha jasa ini. Terbukti dengan kualitas semangka yang dihasilkan tempat ini memang sangat baik.

d. Tabligh

Sifat tabligh (komunikasi, keterbukaan, pemasaran) merupakan teknik hidup muslim karena setiap muslim mengemban tanggung jawab dakwah, yakni menyeru, mengajak, memberitahu. Sifat ini bila sudah mendarah daging pada setiap muslim, apalagi yang bergerak dalam ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar yang tangguh dan lihai. Karena sifat tabligh merupakan prinsip ilmu komunikasi (personal maupun massal), pemasaran, penjualan, periklanan, pembentukan, opini massa, *open management,* iklim keterbukaan, dan lain-lain. Dengan demikian, kegiatan ekonomi dan bisnis manusia harus mengacu pada prinsip-prinsip yang telah diajarkan oleh nabi dan rasul. Nabi misalnya mengajarkan bahwa "yang terbaik diantara kamu adalah yang paling bermanfaat bagi manusia."

Menurut hasil penelitian diperoleh fakta bahwa pimpinan tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN"

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

selalu bersikap terbuka dan berkomunikasi dengan baik dengan para karyawan agar setiap keluhan yang mereka rasakan akan bisa ditampung dan bisa diperbaiki jika ada kesalahan dalam mengarahkan mereka ataupun dalam bekerja sama dengan mereka. Selain itu pimpinan tempat usaha jasa tersebut pun juga selalu memberi tahu mereka jika ada pekerjaan karyawan yang salah dan keliru agar mereka selalu memperbaiki cara kerja mereka, jadi harus ada sikap keterbukaan antara pimpinan dengan para karyawan.

Keempat yaitu khilafah. Sebagai pelaku bisnis kita harus menerapkan sikap khilafah dalam menjalankan bisnis, dalam hal ini khususnya bisnis dibidang jasa. Dalam al-Qur'an Allah SWT berfirman bahwa manusia diciptakan untuk menjadi *khalifah* di bumi artinya untuk menjadi pemimpin dan pemakmur bumi Nabi Muhammad SAW bersabda, *"setiap dari kalian adalah pemimpin, dan akan dimintai pertanggungjawaban terhadap yang dipimpinnnya."* Ini berlaku bagi semua manusia, baik dia sebagai individu, kepala keluarga, pemimpin masyarakat atau kepala negara. Nilai ini mendasari prinsip kehidupan kolektif manusia dalam Islam (siapa memimpin siapa). Fungsi utamanya adalah untuk menjaga keteraturan interaksi (muamalah) antar kelompok termasuk dalam bidang ekonomi agar kekacauan dan keributan dapat dihilangkan, atau dikurangi.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Menurut hasil penelitian ditemukan bahwasanya Bapak Agus sebagai pemilik usaha ini selalu berusaha menjadi pemimpin yang baik bagi semua karyawannya. Karena sebagai seorang pemimpin di dalam bisnis jasa ini, maka harus selalu berusaha untuk menjadi pemimpin yang baik untuk semua karyawan saya dengan cara memberikan pengarahan yang baik, bersikpa tegas, memberikan pelayanan yang baik kepada karyawan, dan juga menjadi contoh yang baik untuk mereka. Karena kunci keberhasilan usaha ini terletak kepada karyawan. Hal ini memang sangat tepat karena sebagai seorang pemimpin di perusahaan, kita harus mampu memberikan tanggung jawab kepada orang yang bekerja untuk kita agar kita bisa menjadi penengah disetiap permasalahan dan juga sebagai penggerak untuk kemajuan usaha jasa yang kita kelola.

Kelima yaitu *ma'ad. Ma'ad* juga diartikan sebagai imbalam/ganjaran. Implikasi nilai ini dalam kehidupan ekonomi dan bisnis misalnya, difokuskan oleh Al-Ghazali yang menyatakan bahwa motivasi para pelaku bisnis adalah untuk mendapatkan laba, baik laba dunia maupun akhirat. Karena itu konsep profit mendapatkan legistimasi dalam Islam.

Pemberian imbalan merupakan bentuk motivasi tak langsung. Motivasi tak langsung adalah pemberain motivasi dalam bentuk fasilitas-fasilitas pendukung dalam menunjang gairah kerja atau kelancaran tugas agar karyawan senang atau betah dan bersemangat

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dalam kerjanya. Misalnya menyediakan mesin-mesin yang baik, ruangan kerja yang nyaman dan terang, sarana pekerjaan yang serasi, serta penempatan yang tepat, sehingga dapat merangsang karyawan untuk bekerja dengan semangat dan meningkatkan produktivitas kerja.[103]

Menurut hasil penelitian yang didapat, pimpinan tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" memberikan imbalan atau gaji yang pantas dan sesuai kepada karyawan kami sesuai dengan kinerja mereka. Selain gaji yang mereka peroleh setiap bulannya, pimpinan juga memberikan imbalan tambahan kepada mereka yang memiliki kinerja yang baik dan memiliki perilaku yang baik sebagai bentuk penghargaan atas jasa mereka agar mereka lebih termotivasi untuk bekerja lebih baik dan lebih menunjukkan loyalitasnya kepada bisnis jasa "CAPARAN".

2. Strategi Pemasaran Eksternal Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

Menurut hasil penelitian yang diperoleh, ditemukan adanya aktifitas pemasaran eksternal dari tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember telah menerapkan strategi

[103] Andri Feriyanto dan Endang Shynta Triana, *Pengantar Manajemen (3 in 1),* (Yogyakarta: Mediatera, 2015), 88.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pemasaran eksternal. Terbukti dengan adanya aktifitas segmentasi pasar, dimana pengusaha jasa ini lebih memprioritaskan jasa pengecambahan biji semangka karena tingginya permintaan jasa tersebut dikarenakan banyaknya para petani semangka di sekitar tempat usaha ini sehingga mudah tersebar luasnya eksistensi tempat usaha jasa ini keluar daerah melalui banyaknya pelanggan dari daerah sekitar yang menyebarkan tentang baiknya pelayanan jasa di tempat "CAPARAN" ini melalui mulut ke mulut. Selain segmentasi pasar yang dilakukan oleh Bapak Agus selaku pengusaha jasa "CAPARAN" ini, Bapak Agus juga melakukan target pasar yaitu lebih menargetkan usaha jasa ini untuk para petani di daerah sekitar dan luar daerah agar permintaan jasa terjadi secara bergiliran.

Jadi langkah pertama yang dilakukan oleh pengusaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" harus menentukan *product* atau jenis jasa apa yang ingin ditawarkan. Menurut hasil penelitian yang diperoleh, dalam hal ini memilih usaha jasa pengecambahan biji semangka karena kondisi lingkungan tempat tinggal dan banyaknya sumber daya manusia di lingkungan sekitar yang mau bekerja di tempat "CAPARAN". Kedua, pengusaha jasa harus menentukan *price* atau harga. Dalam penentuan harga pimpinan dari bisnis jasa ini sudah melakukan banyaknya pertimbangan. Memang harga jasa yang ditawarkan sedikit lebih tinggi dibandingkan tempat jasa pengecambahan biji semangka yang ada di tempat lain. Hal

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

ini dikarenakan kualitas jasa yang dijual memang berbeda dengan tempat lain.

Ketiga, menentukan *place* atau sistem penyampaiannya atau bisa juga disebut sistem distribusinya. Dalam hal ini dianggap tidak terlalu penting untuk menentukan sistem distribusi karena dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, pelanggan akan lebih puas jika mereka datang sendiri ke tempat usaha jasa dan menerima jasanya secara langsung agar merasakan kepuasannya. Menurut hasil penelitian, peneliti juga menemukan fakta bahwasanya para pelanggan datang langsung ke tempat Bapak Agus untuk membeli jasa pengecambahan biji semangka tanpa adanya perantara dari Bapak Agus.

Keempat, menentukan *promotion* atau promosi apa yang harus dilakukan. Menurut hasil penelitian diperoleh fakta bahwasanya dalam melakukan kegiatan promosi pimpinan usaha jasa "CAPARAN" menggunakan strategi dari mulut ke mulut.

Kelima, menentukan *people* atau kualitas dan kuantitas sumber daya manusianya atau karyawannya yang akan memberikan pelayanan jasa kepada para pelanggan karena karyawanlah yang menjadi produk dalam usaha jasa dan karyawan-karyawan dalam bisnis jasa ini memang memiliki kualitas dengan baik, mereka bisa bekerja dengan baik dan memiliki loyalitas yang tinggi kepada perusahaan.

Keenam, menentukan *Process* atau proses operasi kerja. Hal ini merupakan hal terpenting dalam kegiatan produksi jasa. Karena setiap

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pelaku bisnis harus bisa menciptakan jasa yang berbeda dengan para pesaing yang ada disekitarnya. Menurut hasil penelitian, dalam memproduksi produk jasa, tempat ini memiliki metode atau proses produksi yang berbeda dengan jasa pengecambahan biji semangka yang lain. Perbedaannya terletak kepada formula yang dipakai untuk mengecambahkan biji semangka sehingga menghasilkan bibit semangka yang bagus. Formula inilah yang menentukan baik tidaknya bibit semangka. Inilah yang menjadi ciri khas jasa yang dijual di tempat jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN".

Bauran pemasaran yang terakhir yaitu menentukan *physical evidance* atau bukti fisik. Hal ini dikarenakan produk berupa jasa tidak dapat dilihat dan diraba. Jadi pelaku bisnis dianggap perlu untuk membuat jasa tersebut seakan-akan berwujud karena wujud fisik ini akan menjadi salah satu pertimbangan pasar sasaran. Menurut hasil penelitian, bisnis jasa "CAPARAN" milik Bapak Agus ini sudah memberikan bukti fisik untuk para pelangganya. Terbukti dengan peralatan produksi yang lengkap, tempat yang bersih, adanya ahli pembuat formula yang bisa menciptakan produk bibit semangka yang unggul dan berkualitas.

Akan tetapi, strategi pemasaran eksternal tersebut harus berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam atau sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam antara lain: tauhid (keimanan),

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

‘adl (keadilan), nubuwaah (kenabian), khilafah (pemerintah), dan ma’ad (hasil). Kelima nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk menyusun teori-teori Ekonomi Islam. Namun teori yang kuat dan baik tanpa diterapkan menjadi sistem, akan menjadikan Ekonomi Islam hanya sebagai kajian ilmu saja tanpa memberi dampak pada kehidupan ekonomi. Karena itu, dari kelima nilai-nilai universal tersebut, dibangunlah tiga prinsip derivatif yang menjadi ciri-ciri dan cikal bakal sistem Ekonomi Islami. Ketiga prinsip derivatif itu adalah *multitype ownership, freedom to act,* dan *social justice.*

Pertama, kita harus menerapkan sikap tauhid (keimanan) dalam kegiatan ekonomi. Tauhid merupakan pondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa “tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah SWT”, “ dan tidak ada pemilik langit, bumi, dan isinya, selain dari pada Allah SWT” karena Allah SWT adalah pencipta alam semesta dan seisinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu Allah SWT adalah pemilik yang hakiki.

Sesuai hasil penelitian yang didapat bahwa tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka “CAPARAN” tidak menerapkan sistem riba dalam menjalankan usahanya. Karena dalam menjalankan usaha kita tidak boleh terlalu memaksakan penghasilan yang kita dapatkan dengan menggunakan cara ynag dilarang oleh Allah SWT.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Kedua, kita harus menerapkan sikap *'adl* atau adil dalam kegiatan ekonomi. Allah SWT adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifat-Nya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara dzalim. Penerapan dalam kegiatan ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan berkotak-kotak dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan mendzalimi golongan yang lain, sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia. Masing-masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar dari pada usaha yang dikeluarkannya karena kerakusannya. Menurut hasil penelitian ini, peneliti menemukan bahwasanya pengusaha jasa pengecambahan biji semangka sudah menerapkan sikap adil dalam menjalankan strategi pemasaran eksternalnya. Usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" selalu bersikap adil kepada semua pelanggannya.

Ketiga, kita harus menerapkan sikap *nubuwwah* (kenabian) dalam berbisnis. Untuk umat muslim, Allah SWT telah mengirimkan "manusia model" yang terakhir dan sempurna untuk diteladani sampai akhir zaman, Nabi Muhammad SAW. Sifat-sifat utama sang model yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya, dimana sikap *nubuwwah*

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

(kenabian) ini dibedakan menjadi empat yaitu sidiq, amanah, fathonah, tabligh. Berikut penjelasannya yaitu:

a. Sidiq

Sifat sidiq (benar, jujur) harus menjadi visi hidup setiap muslim karena hidup kita berasal dari Yang Maha Benar, maka kehidupan di dunia pun harus dijalani dengan benar, supaya kita dapat kembali pada pencipta kita, Yang Maha Benar. Penerapan prinsip jujur dalam kegiatan pemasaran, jujur adalah kesesuaian antara berita yang disampaikan dan fakta, antara fenomena dan yang diberitakan, serta antara bentuk dan substansi.

Syariah memang senantiasa mengajak orang-orang saleh untuk jujur dalam menjalankan segala urusan terutama dalam bermuamalah dan ini sangat dituntut dalam bidang bisnis syariah. Seperti halnya larangan menyembunyikan barang cacat, mengurangi timbangan, ukuran, dan sebagainya.

Syariah memang senantiasa mengajak orang-orang saleh untuk jujur dalam menjalankan segala urusan terutama dalam bermuamalah. dan ini sangat dituntut dalam bidang bisnis syariah. Seperti halnya larangan menyembunyikan barang cacat, mengurangi timbangan, ukuran, dan sebagainya. Seperti hadis Nabi Muhammad SAW yang berbunyi:

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْبَيِّعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَفْتَرِقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَتْ الْبَرَكَةُ مِنْ بَيْعِهِمَا

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> Artinya: Diriwayatkan dari Hakim bin Hizam r.a.: Rasulullah SAW, pernah bersabda, "penjual dan pembeli memiliki hak untuk menyimpan atau mengembalikan barang (yang diperjualbelikan) selama mereka belum atau hingga mereka berpisah, dan apabila kedua belah pihak mengatakan yang sesungguhnya (berkata benar) dan menjelaskan kekurangan dan kualitas barang (yang diperjualbelikan), maka transaksi jual beli mereka akan diberkahi (Allah), tetapi apabila mereka berdusta atau menyembunyikan sesuatu (mengenai barang yang diperjualbelikan), maka tidak ada berkah (Allah) atas transaksi jual beli mereka.[104]

Oleh karena itu, sifat terpenting bagi pebisnis yang diridhai Allah SWT adalah kejujuran dan kejujuran merupakan faktor penyebab keberkahan bagi pedagang dan pembeli.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan di tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Sukowono, peneliti menemukan fakta bahwasanya pemilik usaha ini sudah menerapkan sikap jujur dalam memasarkan dan memberikan pelayan jasa yang di jualnya. Setiap jasa yang jual harus memiliki kualitas yang baik agar para pelanggan tidak kecewa dan merasa senang telah membeli jasa disini. Bapak Agus dan Ibu Juhariyah juga hanya menjual biji semangka yang baik dan bagus. Jika ada bibit yang jelek dan buruk maka akan diganti dengan bibit yang bagus. Karena kualitas jasa menjadi hal utama dalam bisnis jasa di tempat pengecambahan biji semangka di tempat ini.

[104]Imam Az-Zabidi, *Ringkasan Shahih Al-Bukhari* (Bandung: Mizan, 1997), 392.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

b. Amanah

Amanah (tanggung jawab, dapat dipercaya, kredibilitas) menjadi misi hidup setiap muslim. Karena seorang muslim hanya dapat menjumpai Sang Maha Benar dalam keadaan ridha dan diridhai, yaitu manakala mencapai amanat yang telah dipikulkan kepadanya. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap invidu muslim. Kumpulan individu dengan kredibilitas dan tanggung jawab yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi oleh saling percaya antar anggotanya. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

Menurut hasil penelitian yang diperoleh, bahwasanya para karyawan selalu menjunjung tinggi sikap tanggung jawab dalam melayani semua pelanggan yang datang. Apapun yang diungkapkan tentang kualitas jasa yang dijual, pasti akan dipertanggungjawabkan dengan bukti kualitas semangka yang dihasilkan memang sangat baik.

c. Fathonah

Sifat fathonah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Karena untuk mencapai Yang Maha Benar, seorang muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh-Nya.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Potensi yang paling berharga dan termahal yang hanya diberikan kepada manusia adalah akal (intelektualitas). Sedangkan menurut hasil penelitian, penerapan kegiatan pemasaran eksternal di tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" yaitu pemilik usaha jasa ini mempunyai kecerdikan atau kemampuan dalam melatih karyawan dalam menghasilkan jasa yang berkualitas untuk para pelanggan sehingga para pelanggan menjadi tertarik untuk selalu membeli jasa di tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" milik Bapak Agus dan Ibu Juhariyah.

d. Tabligh

Sifat tabligh (komunikasi, keterbukaan, pemasaran) merupakan teknik hidup muslim karena setiap muslim mengemban tanggung jawab dakwah, yakni menyeru, mengajak, memberitahu. Sifat ini bila sudah mendarah daging pada setiap muslim, apalagi yang bergerak dalam ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar yang tangguh dan lihai. Karena sifat tabligh merupakan prinsip ilmu komunikasi (personal maupun massal), pemasaran, penjualan, periklanan, pembentukan, opini massa, *open management,* iklim keterbukaan, dan lain-lain. Dengan demikian, kegiatan ekonomi dan bisnis manusia harus mengacu pada prinsip-prinsip yang telah diajarkan oleh nabi dan rasul. Nabi misalnya mengajarkan bahwa "yang

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

terbaik diantara kamu adalah yang paling bermanfaat bagi manusia."

Menurut hasil penelitian, pemilik usaha dan juga karyawan jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" selalu bersikap terbuka dan berkomunikasi dengan baik dengan para pelanggan terkait produk jasa yang dijual. Apapun kelemahan dan kekurangannya pasti akan diutarakan kepada mereka agar para pelanggan merasa yakin kepada jasa yang ditawarkan. Akan tetapi ada hal yang menjadi privasi dalam bisnis tersebut yaitu terkait racikan dan juga bahan kimia atau formula yang digunakan dalam melakukan proses produksi sehingga bisa menghasilkan bibit yang unggul.

Keempat yaitu khilafah. Sebagai pelaku bisnis kita harus menerapkan sikap khilafah dalam menjalankan bisnis, dalam hal ini khususnya bisnis dibidang jasa. Dalam al-Qur'an Allah SWT berfirman bahwa manusia diciptakan untuk menjadi *khalifah* di bumi artinya untuk menjadi pemimpin dan pemakmur bumi Nabi Muhammad SAW bersabda, *"setiap dari kalian adalah pemimpin, dan akan dimintai pertanggungjawaban terhadap yang dipimpinnnya."* Ini berlaku bagi semua manusia, baik dia sebagai individu, kepala keluarga, pemimpin masyarakat atau kepala negara. Nilai ini mendasari prinsip kehidupan kolektif manusia dalam Islam (siapa memimpin siapa). Fungsi utamanya adalah untuk menjaga keteraturan

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

interaksi (muamalah) antar kelompok termasuk dalam bidang ekonomi agar kekacauan dan keributan dapat dihilangkan, atau dikurangi.

Menurut hasil penelitian ditemukan bahwasanya Bapak Agus sebagai pemilik usaha ini mengaku selalu berusaha menjadi pemimpin yang baik di dalam bisnis yang dikelolanya.

Hal ini memang sangat tepat karena sebagai seorang pemimpin di perusahaan, kita harus memapu memberikan tanggung jawab kepada orang yang bekerja untuk kita agar kita bisa menjadi penengah disetiap permasalahan dan juga sebagai penggerak untuk kemajuan usaha jasa yang kita kelola.

Kelima yaitu *ma'ad. Ma'ad* juga diartikan sebagai imbalam/ganjaran. Implikasi nilai ini dalam kehidupan ekonomi dan bisnis misalnya, difokuskan oleh Al-Ghazali yang menyatakan bahwa motivasi para pelaku bisnis adalah untuk mendapatkan laba, baik laba dunia maupun akhirat. Karena itu konsep profit mendapatkan legistimasi dalam Islam. Menurut hasil penelitian, Tempat usaha jasa ini memberikan potongan harga kepada pelanggan setia dan juga kepada pelanggan yang membeli jasa dalam jumlah yang sangat banyak.

3. Strategi Pemasaran Interaktif Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Dalam pemasaran interaktif inilah para pengusaha harus menggerakkan para karyawan melakukan serangkaian cara terbaik untuk menarik minat pelanggan agar usahanya mendapatkan keunggulan bersaing jangka panjang. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah dengan menunjukkan penampilan fisik layanan seperti peralatan alat produksi yang lengkap dan juga tempat produksi yang bersih dan higienis. Menurut hasil penelitian, peneliti melihat bahwasanya pada usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" ini sudah menggunakan peralatan produksi yang lengkap, tempat yang bersih dan higienis serta luas.

Langkah selanjutnya dalam pemasaran interaktif yaitu kita harus bisa memberikan pelayanan jasa yang secara ramah, hangat dan bersahabat. Karena dengan langkah tersebut kita akan bisa menarik minat para pelanggan. Menurut hasil penelitian, peneliti melihat bahwasanya pihak "CAPARAN" sudah melayani para pelanggan dengan sikap yang sangat ramah dan sangat bersahabat dengan para pelanggan yang datang untuk membeli jasa di tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" milik Bapak Agus ini.

Langkah selanjutnya dalam melakukan pemasaran interaktif yaitu kita sebagai pelaku bisnis yang bergerak dibidang jasa harus bisa merespon dan juga selalu merasa siap dalam melayani pelanggan yang datang supaya pelanggan merasa bahwa mereka sangat penting dan merasa diperhatikan dengan baik. Menurut hasil penelitian yang

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

diperoleh, tempat usaha jasa "CAPARAN" ini selalu menampung setiap kritikan dan juga keluhan yang disampaikan pelanggan, karena hal itu menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kualitas jasa yang dijual. Jika ada masalah mereka selalu berusaha untuk berintrospeksi diri dan usahakan untuk menyelesaikan masalah dengaan musyawarah. Misalnya dari salah jadwal pengambilan biji semangka. Mereka selalu bermusyawarah dengan pelanggan.

Selanjutnya, sebagai pelaku bisnis jasa kita harus bisa menjaga konsistensi atas produk jasa yang kita jual. Karena dengan tetap menjaga kualitas, para pelanggan akan merasa percaya dan akan tetap terus menggunakan jasa dari bisnis yang kita kelola. Pemasaran usaha layanan yang memiliki karakteristik unik memang memerlukan strategi pemasaran yang khusus. Salah satu cara utama mendiferensiasikan perusahaan jasa adalah dengan memberikan pelayanan berkualitas lebih tinggi dari pada pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa pelanggan sasaran. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman lampaunya, pembicaraan dari mulut ke mulut dan iklan perusahaan jasa. Pelanggan memilih penyedia jasa berdasarakan hal-hal ini. Setelah menerima jasa, mereka membandingkan jasa yang dialaminya dengan jasa yang diharapkan.[105]

[105] Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan*, 201-203.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Menurut hasil penelitian, tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" memberikan pelayan yang konsisten. Setiap ada pelanggan selalu dilayani dengan baik dan juga mendapat jasa yang sama-sama berkualitasnya

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan untuk memperkuat validitas data hasil observasi, maka dalam analisis data akan difokuskan pada strategi pemasaran interaktif yang berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam atau sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam antara lain: tauhid (keimanan), 'adl (keadilan), nubuwaah (kenabian), khilafah (pemerintah), dan ma'ad (hasil). Kelima nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk menyusun teori-teori Ekonomi Islam. Namun teori yang kuat dan baik tanpa diterapkan menjadi sistem, akan menjadikan Ekonomi Islam hanya sebagai kajian ilmu saja tanpa memberi dampak pada kehidupan ekonomi. Karena itu, dari kelima nilai-nilai universal tersebut, dibangunlah tiga prinsip derivatif yang menjadi ciri-ciri dan cikal bakal sistem Ekonomi Islami. Ketiga prinsip derivatif itu adalah *multitype ownership, freedom to act,* dan *social justice.*

Pertama, kita harus menerapkan sikap tauhid (keimanan) dalam kegiatan ekonomi. Tauhid merupakan pondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa "tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah SWT", " dan tidak ada pemilik langit,

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

bumi, dan isinya, selain dari pada Allah SWT" karena Allah SWT adalah pencipta alam semesta dan seisinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu Allah SWT adalah pemilik yang hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk "memiliki" untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka. Karena itu segala aktifitas manusia dalam hubungannnya dengan alam dan sumber daya serta manusia (muamalah) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah SWT. Karena kepada-Nya manusia akan mempertanggungjawabkan segala perbuatan, termasuk aktifitas ekonomi dan bisnis. [106]

Sesuai hasil penelitian yang didapat bahwa tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" selalu berkomuniasi dengan baik dengan para pelanggan yang datang karena dalam hal ini, harus terjadi kontak langsung antara pihak perusahaan dengan para pelanggan. Jadi, kita harus bisa memberikan pelayan terbaik karena segala sesuatu yang kita dapatkan baik itu pendapatan dan keuntungan lebih yang kita punya hanyalah sebuah titipan dari Allah SWT. Segala kegiatan ekonomi yang kita jalankan harus kita sesuaikan dengan jalan kebenaran, yaitu jalan yang sesuai dengan syariat Islam. Dalam menjalankan bisnis tentunya kita pasti akan menemui banyak rintangan dan juga hambatan. Sebagai pelaku bisnis yang baik dan juga hamba Allah SWT yang baik, maka kita harus bisa menjalaninya dengan sabar

[106] Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, 12.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dan tidak terlalu memaksakan penghasilan yang tinggi dengan cara yang tidak baik karena sesungguhnya harta yang kita punya ialah milik Allah SWT semata yang dititipkan kepada kita.

Kedua, kita harus menerapkan sikap *'adl* atau adil dalam kegiatan ekonomi. Allah SWT adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifat-Nya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara dzalim. Penerapan dalam kegiatan ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan berkotak-kotak dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan mendzalimi golongan yang lain, sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia. Masing-masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar dari pada usaha yang dikeluarkannya karena kerakusannya. Menurut hasil penelitian ini, peneliti menemukan bahwasanya pengusaha jasa pengecambahan biji semangka sudah menerapkan sikap adil kepada semua pelanggan dalam menjalankan strategi pemasaran interaktifnya. Baik adil dalam penentuan harga dan juga adil dalam bentuk pelayanan dan juga adil dalam kualitas jasa yang diberikan. Karena dimata mereka semua pelanggan adalah saudara. Jadi harus dilayani dengan baik. Harga yang kita tentukan sudah berdasarkan kualitas jasa pengecambahan biji semangka yang mereka berikan.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Ketiga, kita harus menerapkan sikap *nubuwwah* (kenabian) dalam berbisnis. Untuk umat muslim, Allah SWT telah mengirimkan "manusia model" yang terakhir dan sempurna untuk diteladani sampai akhir zaman, Nabi Muhammad SAW. Sifat-sifat utama sang model yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya, dimana sikap *nubuwwah* (kenabian) ini dibedakan menjadi empat yaitu sidiq, amanah, fathonah, tabligh. Berikut penjelasannya yaitu:

a. Sidiq

Sifat sidiq (benar, jujur) harus menjadi visi hidup setiap muslim karena hidup kita berasal dari Yang Maha Benar, maka kehidupan di dunia pun harus dijalani dengan benar, supaya kita dapat kembali pada pencipta kita, Yang Maha Benar.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan di tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka di Sukowono, peneliti menemukan fakta bahwasanya pemilik usaha ini sudah menerapkan sikap jujur dalam memasarkan dan memberikan pelayan jasa yang di jualnya. Mereka hanya menjual jasa yang memiliki kualitas yang baik sebagai bukti fisik dari jasa yang dijual agar para pelanggan tidak kecewa dan merasa senang telah membeli jasa disini. Bapak Agus dan Ibu Juhariyah juga hanya menjual bibit semangka yang baik dan bagus. Jika ada bibit yang jelek dan buruk maka akan diganti dengan bibit yang bagus.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Karena kualitas jasa menjadi hal utama dalam bisnis jasa di tempat pengecambahan biji semangka di tempat ini. Hal ini merupakan suatu bukti nyata yang diperikan pihak "CAPARAN" kepada para pelanggan karena dalam hal ini terjadi kontak langsung antara pihak "CAPARAN" dengan pelanggan. Pelanggan harus bisa memenuhi harapannya atas kebutuhan jasa yang diinginkan dengan pelayanan yang nyata dari pihak "CAPARAN".

b. Amanah

Amanah (tanggung jawab, dapat dipercaya, kredibilitas) menjadi misi hidup setiap muslim. Karena seorang muslim hanya dapat menjumpai Sang Maha Benar dalam keadaan ridha dan diridhai, yaitu manakala mencapai amanat yang telah dipikulkan kepadanya. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap invidu muslim. Kumpulan individu dengan kredibilitas dan tanggung jawab yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi oleh saling percaya antar anggotanya. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

Menurut hasil penelitian, selain sifat jujur yang wajib diterapkan dalam kegiatan bisnis jasa "CAPARAN", sikap tanggung jawab juga perlu dimiliki oleh semua karyawan dan juga harus diterapkan kepada semua pelanggan yang datang. Mereka

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

sangat menjaga tanggung jawab mereka dalam memasarkan jasa mereka. Apapun yang mereka ungkapkan tentang kualitas jasa yang mereka jual, pasti akan mereka pertanggungjawabkan ucapan mereka dengan bukti semangka yang dihasilkan.

c. Fathonah

Sifat fathonah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Karena untuk mencapai Yang Maha Benar, seorang muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh-Nya. Potensi yang paling berharga dan termahal yang hanya diberikan kepada manusia adalah akal (intelektualitas). Sedangkan penerapannya dalam kegiatan pemasaran eksternal yaitu sebagai seorang pemilik usaha jasa kita harus mempunyai kecerdikan atau kemampuan dalam melatih mereka dalam menghasilkan jasa yang berkualitas untuk para pelanggan sehingga para pelanggan menjadi tertarik untuk selalu membeli jasa di tempat kita.

Menurut hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN". Beliau mengungkapkan bahwasanya beliau memang memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam produksi pengecambahan biji semangka sehingga mereka bisa melatih karyawan-karyawan mereka dalam melakukan kegiatan pengecambahan sehingga menghasilkan bibit semangka yang

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

unggul dan berkualitas serta bisa menjadi ciri khas dari tempat usaha jasa ini.

d. Tabligh

Sifat tabligh (komunikasi, keterbukaan, pemasaran) merupakan teknik hidup muslim karena setiap muslim mengemban tanggung jawab dakwah, yakni menyeru, mengajak, memberitahu. Sifat ini bila sudah mendarah daging pada setiap muslim, apalagi yang bergerak dalam ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar yang tangguh dan lihai. Karena sifat tabligh merupakan prinsip ilmu komunikasi (personal maupun massal), pemasaran, penjualan, periklanan, pembentukan, opini massa, *open management*, iklim keterbukaan, dan lain-lain. Dengan demikian, kegiatan ekonomi dan bisnis manusia harus mengacu pada prinsip-prinsip yang telah diajarkan oleh nabi dan rasul. Nabi misalnya mengajarkan bahwa "yang terbaik diantara kamu adalah yang paling bermanfaat bagi manusia."

Menurut hasil penelitian, tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" selalu bersikap terbuka dan berkomunikasi dengan baik dengan para pelanggan terkait produk jasa yang mereka jual. Apapun kelemahan dan kekurangannya pasti akan mereka utarakan kepada para pelanggan merasa yakin kepada jasa yang mereka tawarkan. Akan tetapi ada hal yang

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

menjadi privasi dalam bisnis ini yaitu terkait racikan dan juga bahan kimia atau formula yang mereka gunakan dalam melakukan proses produksi sehingga bisa menghasilkan bibit yang unggul.

Keempat yaitu khilafah. Sebagai pelaku bisnis kita harus menerapkan sikap khilafah dalam menjalankan bisnis, dalam hal ini khususnya bisnis dibidang jasa. Dalam al-Qur'an Allah SWT berfirman bahwa manusia diciptakan untuk menjadi *khalifah* di bumi artinya untuk menjadi pemimpin dan pemakmur bumi Nabi Muhammad SAW bersabda, *"setiap dari kalian adalah pemimpin, dan akan dimintai pertanggungjawaban terhadap yang dipimpinnnya."* Ini berlaku bagi semua manusia, baik dia sebagai individu, kepala keluarga, pemimpin masyarakat atau kepala negara. Nilai ini mendasari prinsip kehidupan kolektif manusia dalam Islam (siapa memimpin siapa). Fungsi utamanya adalah untuk menjaga keteraturan interaksi (muamalah) antar kelompok termasuk dalam bidang ekonomi agar kekacauan dan keributan dapat dihilangkan, atau dikurangi.

Menurut hasil penelitian ditemukan bahwasanya Bapak Agus sebagai pemilik usaha ini mengaku selalu berusaha menjadi pemimpin yang baik di dalam bisnis yang dikelolanya beliau sudah menjadi pemimpin yang baik, tegas, bijaksana dan bertanggung jawab. Sedangkan para karyawan juga harus bisa tetap menjaga kualitas kerja dengan cara memberikan hasil kerja yang baik dan juga bisa memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggan.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Kelima yaitu *ma'ad. Ma'ad* juga diartikan sebagai imbalam/ganjaran. Implikasi nilai ini dalam kehidupan ekonomi dan bisnis misalnya, difokuskan oleh Al-Ghazali yang menyatakan bahwa motivasi para pelaku bisnis adalah untuk mendapatkan laba, baik laba dunia maupun akhirat. Karena itu konsep profit mendapatkan legistimasi dalam Islam.

Menurut hasil penelitian, Tempat usaha jasa ini memberikan potongan harga kepada pelanggan setia dan juga kepada pelanggan yang membeli jasa dalam jumlah yang sangat banyak. Sedangkan salah satu pelanggan juga menyatakan bahwasanya selain mendapat potongan harga, Ia juga mendapatkan keramahan, kesabaran dan juga kesopanan dari pemilik dan juga karyawan di tempat ini sebagai bentuk imbalan yang sangat baik.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang telah dijelaskan dan dianalisis pada bab sebelumnya, maka untuk memberikan pemahaman yang lebih singkat, tepat, dan terarah, kesimpulan dari penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Internal Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.

Pengusaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" sudah menerapkan strategi pemasaran internal dengan Ekonomi Islam. Terlihat dari hasil temuan yang diperoleh sudah sangat membuktikan bahwa kegiatan strategi pemasaran internal sudah berjalan dengan baik, karena prinsip yang dimiliki oleh Bapak Agus selaku pemilik dari usaha jasa pengecambahan biji semangka yaitu karyawan harus memilki sikap jujur, tanggung jawab, dapat dipercaya dan juga kompeten dalam melakukan proses pengecamabahn biji semangka serta adanya sikap saling percaya antara pimpinan usaha dengan karyawannya. Jadi, dari hasil penelitian ini ada hubungan antara karyawan dan pimpinan usaha sudah berjalan baik. Dan juga karyawan sudah menunjukkan dedikasinya saat bekerja, dari

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

keseriusan ini akan mampu menghasilkan kualitas jasa yang bisa diandalkan dan berdaya saing tinggi. Tidak hanya itu, pimpinan dari usaha ini juga sudah menjalankan bisnisnya sesuai dengan apa yang diatur oleh agama Islam dalam kegiatan ekonomi dengan cara memperlakukan karyawan salah satunya dengan baik dan adil. Dilihat dari perlakuan bapak Agus Jamzuri yang tidak membeda-bedakan karyawan yang sudah lama bekerja atau bahkan karyawan yang berbuat salah pasti mendapat teguran. Menurut beliau dengan menerapkan sikap adil akan memunculkan hubungan yang harmonis antara pimpinan dan karyawan.

2. Strategi Pemasaran Eksternal Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.

Pengusaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember sudah menggunakan strategi pemasaran jasa eksternal dengan baik dan sudah menerapkan prinsip-prinsip Ekonomi Islam. Hal ini terbukti dengan adanya kegiatan segmentasi pasar, penentuan target pasar dan juga dilakukannya bauran pemasaran jasa yang sangat terencana dan direncanakan dengan baik. Dalam penetuan harga, pengusaha jasa pengecambahan biji semangka CAPARAN sudah melakukan banyak pertimbangan. Terlihat dari jasa yang beliau

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

tawarkan memang sedikit lebih tinggi dibandingkan tempat jasa yang lainnya, akan tetapi harga yang diberikan sebanding dengan kualitas jasa yang diterima. Hal ini bisa dilihat dari pertumbuhan biji semangka yang panennya tepat waktu dari perjanjian yang telah disepakati, kualitas semangka juga dijamin bagus dan rasanya manis. dikarenakan kualitas jas yang kami jual memang berbeda dengan yang. Bisa dilihat dari pertumbuhan biji semangka yang tepat waktu. Dan juga kualitas semangkanya dijamin bagus dan manis.

3. **Strategi Pemasaran Interaktif Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.**

Pengusaha dan karyawan usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember sudah menerapkan strategi pemasaran interaktif dengan prinsip-prinsip Ekonomi Islam. Terbukti dengan cara mereka dalam melayani pelanggan dengan cara yang ramah, hangat dan juga bersahabat serta menggunakan bahasa yang baik dan sopan sehingga para pelanggan merasa sangat puas dengan pelayanan jasa di tempat usaha ini. Selain itu juga terjadi komunikasi yang baik antara pihak pengusaha dengan para pelanggannya baik dalam hal penawaran, pelayanan, pemberian kritik dan saran maupun dalam hal transaksi jual beli jasa. Tempat usaha jasa pengecambahan

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

biji semangka "CAPARAN" ini juga terus menjaga konsistensi kualitas pelayanan jasa dari waktu ke waktu sehingga para pelanggan menjadi loyal kepada tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN". Strategi pemasaran interaktif di dalam usaha ini juga sangat menjunjung tinggi prinsip-prinsip Ekonomi Islam. Yaitu dengan menerapkan sikap terbuka dan berkomunikasi yang baik dengan para pelanggan terkait produk jasa yang ditawarkan.

B. Saran

1. Bagi Pemilik Usaha Jasa
   a. Sebagai pengusaha yang bergerak dibidang jasa, tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember harus terus melakukan evaluasi terkait hal pelayanan dan pengelolaan sumberdaya manusianya agar mampu meningkatkan kualitas jasa yang ditawarkan dalam bisnis tersebut.
   b. Sebagai pengusaha, alangkah baiknya jika mampu membaca kebutuhan pasar agar bisa lebih mengembangkan usaha dibidang pertanian sehingga usaha yang dikelola tidak hanya terpaku kepada biji semangka.
   c. Dalam kegiatan ekonomi, kita seharusnya terus melakukan inovasi dalam menjalankan bisnis di bidang jasa karena seiring perkembangan zaman, akan semakin tinggi pula kebutuhan manusia.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

d. Tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember sudah memegang teguh prinsip-prinsip Ekonomi Islam dengan baik. Jadi, prinsip ini harus bisa dipertahankan dalam setiap kegiatan ekonomi.

2. Bagi Karyawan
   a. Sebagai karyawan seharusnya lebih meningkatkan kinerja sehingga bisa menghasilkan kualitas jasa yang baik dimata pelanggan
   b. Sebagai karyawan seharusnya harus lebih bisa memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, karena jika pelayanan karyawan sudah baik maka pelanggan akan loyal kepada karyawan yang bersangkutan, produk, maupun kepada perusahaan.
   c. Seharusnya bisa mempertahankan sikap jujur, tanggung jawab dan juga bisa dipercaya sehingga akan tercipta suatu hubungan yang harmonis antara pimpinan, karyawan, sesama karyawan dan juga kepada pelanggan.
   d. Alangkah baiknya jika karyawan selalu bisa berkomunikasi dengan baik dengan pimpinan agar bisa memberikan masukan demi kemajuan perusahaan.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta

Arikunto, Suharsimi. 1991. *Prosedur Penelitian Menurut Pendidikan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.

_____. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Baitul Maal Hidayatullah. 2012. *Al-Qur'an dan Terjemahannya.* Surabaya: Lentera Optima Pustaka.

Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kaulitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Departemen Pendidikan Nasional. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Jakarta: Balai Pustaka.

Feriyanto, Andri dan Shynta Triana, Endang. 2015. *Pengantar Manajemen (3 in 1).* Yogyakarta: Mediatera.

Ghony, M. Djunaidi & Almanshur, Fauzan. 2012. *Metodologi Penelitain Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Hakim, Zikrul. 2006. *Islamic Business Strategy For Entrepreneurship*. Jakarta Timur: Multitama.

Herdiansyah, Haris. 2013. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

Huberman & Miles. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UI Press.

Moleong, Lexy J. 1990. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mujahidin, Akhmad .2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Mundir. 2013. *Merode Penelitian Kualittaif & Kuantitatif*. Jember: STAIN Jember Press.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Prastowo, Andi. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian.* Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Rivai, Veithzal. 2012. *Islamic Business and Economic Ethics: Mengacu pada al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Kuangan dan Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Purnama, Lingga. 2002. *Strategic Marketing Plan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Singarimbun, Masri dan Efendi, Sofyan. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.

Skripsi M. Ridho Akbar. 2015. *Strategi Pemasaran Jasa Perdagangan Saham di PT. BNI Securities Yogyakarta*. (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta).

Skripsi Mar'atush Sholihah. 2012. *Strategi Pemasaran Pengusaha Muslim (Studi Kasus Perusahaan Krupuk Cipta Rasa di Lingkungan Wonosari Kelurahan Mangli Jember),* (Jember: IAIN Jember) .

Skripsi Muhammad Safi'i. 2010. *Strategi Pemasaran Roti Mawar Menurut Konsep Ekonomi Islam di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang,* (Jember: IAIN Jember).

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

_____. 2010. *Mentode Penelitian Kualitatif, dan R&D. Cet 11*. Bandung: CV Alfabeta.

Suparyanto, RW dan Rosard. 2015. *Manajemen Pemasaran.* Bogor: In Media.

Tim Penyusun. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah.* Jember: IAIN Jember Press.

Yafie, Ali, dkk. 2003. *Fiqh Perdagangan Bebas.* Jakarta Selatan: Teraju.

Zone, Fahmy. "*Pengertian Ekonomi Islam"*

http://fahmyzone.blogspot.co.id/2013/04/pengertian-ekonomi-islam.html?m=1

(30 September 2016).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Lampiran 1

MATRIK PENELITIAN

Judul	variabel	Sub variabel	Indikator	Sumber data	Metode penelitian	Fokus Penelitian
Strategi Pemasaran Jasa Pengecambahan Biji Semangka "Caparan" Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.	1. Strategi pemasaran jasa 2. Ekonomi Islam	Prinsip-prinsip Ekonomi Islam	1. Strategi pemasaran internal 2. Strategi pemasaran eksternal 3. Strategi pemasaran interaktif 1. Tauhid (keimanan) 2. 'Adl (keadilan), nubuwaah (kenabian) 3. Khilafah (pemerintah) 4. Ma'ad (hasil).	5. Informan : pemilik usaha, karyawan, dan konsumen 6. Dokumentasi 7. Kepustakaan	1. Pendekatan dan jenis: pendekatan kualitatif jenis studi kasus 2. taknik pengumpulan data: Observasi, angket, dan dokumentasi 3. teknik penentuan informan : *Purposive Sampling* 4. lokasi penelitian : tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. 5. Teknik Analisa data: kualitatif deskriptif. Keabsahan data: triangulasi sumber	1. Bagaimana strategi pemasaran eksternal jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Tahun 2016? 2. Bagaimana strategi pemasaran internal jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" Menurut Perspektif

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

						Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Tahun 2016? 3. Bagaimana strategi pemasaran interaktif jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Tahun 2016?

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

JASA PENGECAMBAHAN BIJI SEMANGKA "CAPARAN"
Jl. Semeru No. 09 RT 003 RW 002 Dusun Potok Barat
Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini pemilik tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Menerangkan degan sebenar-benarnya bahwa mahasiswa di bawah:

Nama	: Rilo Dwi Gilang Permana
NIM	: 083 122 062
Tempat tanggal lahir	: Jember, 07 april 1994
Semester	: IX (Sembilan)
Fakultas/Jurusan/Prodi	: Syariah /Hukum Ekonomi /Muamalah
Judul	: "Strategi Pemasaran Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember Menurut Perspektif Ekonomi Islam."

Mahasiswa tersebut benar-benar telah menyelesaikan penelitian terkait judul diatas dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi).

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 06 januari 2017

Pemilik Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN"

AGUS JAMZURI

KEMENTRIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS SYARI'AH
Jl. Mataram No 1 Mangli, Telp: (0331)48750, 427005. Fax.(0331) 427005 KodePos 68136
Website : http//iain-jember.cjb.net-syari'ah.iainjember@gmail.com

Nomor : B- 856 In.20/4/a/PP.00.9/ XII /2016 Jember, 14 Desember 2016
Lampiaran : -
Perihal : **Izin Penelitian Skripsi**

Kepada Yth. **Agus Jamzuri (Pemilik CAPARAN)**
Di –
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program Sarjana S-1 di Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, mohon berkenan kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin penelitian kepada mahasiswa dengan identitas berikut:

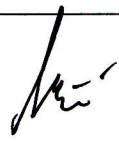
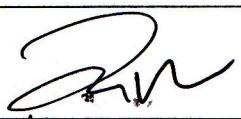
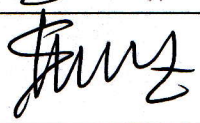
Nama	: Rilo Dwi Gilang Permana
NIM	: 083 122 062
Semester	: IX (Sembilan)
Prodi	: Muamalah
Jurusan	: Hukum Ekonomi
Fakultas	: Syari'ah
Alamat	: Dusun Baban Timur RT. 001/RW.008 Desa Mulyorejo, Kec. Silo, Kab. Jember
No. TLP	: 082 257 183 878
Judul Skripsi	: **Strategi Pemasaran Jasa Pengecambahan Biji Semangka "CAPARAN" di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono KabupatenJember**

Demikian Surat izin ini, atas perkenan dan kerja samanya disamapaikan terimakasih.

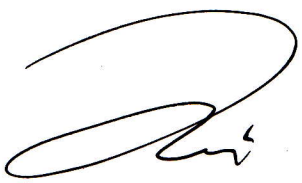
Wassalamualaikum Wr.Wb.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Pengembang Lembaga

Dr. Pujiono, M.Ag
NIP.19700401 200003 1 002

13.	27 Desember 2016	Mewawancarai karyawan tentang strategi pemasaran interaktif	
14.	28 Desember 2016	Mewawancarai pelanggan tentang strategi pemasaran interaktif	
15.	29 Desember 2016	Melakukan dokumentasi	
16.	30 Desember 2016	Melengkapi data yang kurang	
17.	6 Januari 2016	Meminta surat selesai penelitian	

Jember, 6 Januari 2016
Pimpinan Pemilik jasa pengecambahan biji semangka
"CAPARAN



AGUS JAMZURI

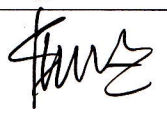
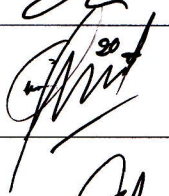
Lampiran 3

JURNAL PENELITIAN

JASA PENGECAMBAHAN BIJI SEMANGKA "CAPARAN"

Jl. Semeru No. 9 RT 003 RW 002 Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono

Kabupaten Jember

No	Hari dan Tanggal	Kegiatan	TTD
1.	15 Desember 2016	Menyerahkan surat izin penelitian	
2.	16 Desember 2016	Melakukan observasi tentang aktifitas di tempat usaha jasa pengecambahan biji semangka	
3.	17 Desember 2016	Mewawancara Bapak Agus tentang usaha jasa pengecambahan biji semangka	
4.	18 Desember 2016	Mewawancarai pimpinan tentang strategi pemasaran internal	
5.	19 Desember 2016	Mewawancarai karyawan tentang strategi pemasaran internal	
6.	20 Desember 2016	Mewawancarai karyawan tentang strategi pemasaran internal	
7.	21 Desember 2016	Melakukan observasi tentang strategi pemasaran eksternal dan kegiatan produksi	
8.	22 Desember 2016	Mewawancarai pimpinan dan karyawan tentang strategi pemasaran eksternal	
9.	23 Desember 2016	Mewawancarai pimpinan tentang strategi pemasaran dan nilai-nilai Ekonomi Islam	
10.	24 Desember 2016	Mewawancarai pelanggan tentang strategi pemasaran eksternal	
11.	25 Desember 2016	Melakukan observasi tentang strategi pemasaran dan kegiatan pelayanan jasa	
12.	26 Desember 2016	Mewawancarai pimpinan tentang strategi pemasaran interaktif dan prinsip Ekonomi Islam	

Wawancara dengan pamilik CAPARAN, Bapak Agus Jamzuri

Wawancara dengan istri pemilik CAPARAN, Ibu Juhariyah

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Wawancara dengan karyawan CAPARAN, Bapak Dan

Wawancara Dengan pelanggan CAPARAN, Bapak Iksan

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Proses pencampuran bibit dan formula

Proses Caparan

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Proses merapikan bibit yang sudah dicampur dengan formula

Proses pemilahan bibit yang sudah diberi formula

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Proses penataan bibit

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Lampiran 2

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah berdirinya tempat usaha jasa pengecamabahan biji semangka "CAPARAN" ini?
2. Bagaimana cara anda dalam melatih karyawan anda tentang tata cara tmelakukan pengecambahan biji semangka?
3. Bagaimana cara anda membiasakan karyawan anda untuk selalu bekerja dengan baik?
4. Bagaimana cara anda dalam memotivasi karyawan anda agar giat bekerja?
5. Apa saja yang menjadi bahan pertimbangan anda dalam memilih karyawan yang nantinya akan bekerja di tempat usaha anda?
6. Bagaimana cara anda dalam membentuk karyawan yang memiliki sikap dan perilaku yang baik dalam melayani pelanggan?
7. Apakah karyawan yang akan melamar ke tempat usaha anda harus sudah memiliki kemmpuan dalam pembentukan biji semangka?
8. Apakah anda memberikan penghargaan kepada karyawan anda yang memiliki kinerja yang baik (jujur, kompeten, jujur dll) atau sudah alama bekerja di tempat anda? Jika *Iya* berikan alasannya jika *Tidak* berikan alasannya?
9. Apakah anda memberikan petunjuk secara langsung kepada karyawan anda saat bekerja? Jika *Iya* berikan alasannya jika *Tidak* berikan alasannya?
10. Bagaimana cara anda mempromosikan jasa anda kepada calon konsumen dan pelanggan?
11. Apakah anda melakukan segmentasi pasar? Jika *Iya* berikan alasannya jika *Tidak* berikan alasannya?

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

12. Apakah anda menentukan target pasar untuk usaha anda? Jika *Iya* berikan alasannya jika *Tidak* berikan alasannya?
13. Apa keunggulan dari jasa yang anda tawarkan?
14. Berapa harga jasa yang anda tawarkan?
15. Seberapa sering pelanggan membeli jasa anda dalam periode tertentu?
16. Kapan pelanggan membeli jasa anda dalam periode tertentu?
17. Mengapa memilih membuka usaha jasa pengecambahan biji semangka di Dusun Potok Barat Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember?
18. Bagaimana langkah-langkah dalam melakukan pengecambahan biji semangka ?
19. Bagaimana cara anda melayani konsumen?
20. Bagaimana cara anda dalam meningkatkan kualitas pelayanan anda kepada pelanggan?
21. Apakah anda menggunakan peralatan dan fasilitas yang baik dalam usaha ini untuk menarik perhatian para pelanggan? Jika *Iya* berikan alasannya jika *Tidak* berikan alasannya?
22. Apakah anda beriskap ramah, hangat dan bersahabat dalam melayani para pelanggan?
23. Usaha apa yang anda lakukan untuk meningkatkan kualitas jasa yang anda jual?
24. Bagaiman sistem jam kerja karyawan?
25. Apakah anda membatasi permintaan dengan penjadwalan atau antrian? Jika *Iya* berikan alasannya jika *Tidak* berikan alasannya?
26. Apakah anda memberikan bantuan kepada karyawan anda yang mengalami kesulitan dalam hal keuangan? Jika *Iya* berikan alasannya jika *Tidak* berikan alasannya?
27. Apakah anda menjauhi sifat riba dalam bisnis anda?
28. Apakah atasan anda memberikan bantuan kepada anda jika anda mengalami kesulitan dalam hal keuangan?

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

29. Apakah pemilik usaha jasa ini menetapkan harga yang wajar?
30. Apakah anda bersikap adil kepada semua pelanggan dan calon konsumen anda dalam hal penentuan harga, pelayanan dll? Berikan alasannya!
31. Apakah anda bersikap jujur kepada para pelanggan anda Jika *Iya* berikan alasannya jika *Tidak* berikan alasannya?
32. Apakah pemilik usaha ini bersikap jujur saat melayani anda?
33. Apakah anda sudah menggunakan teknik dan metode yang benar dalam menjalankan usaha anda?
34. Apakah anda bertanggung jawab atas bisnis yang anda jalankan saat ini?
35. Apakah anda dapat dipercaya dalam menjual jasa anda dan dalam mempromosikan usaha anda?
36. Apakah pemilik usaha ini bertanggung jawab atas jasa yang mereka jual?
37. Apakah anda memang memiliki kemampuan dalam jasa pengecambahan biji semangka?
38. Apakah menurut anda pemilik dan juga karyawan tempat usaha ini memang memiliki kemampuan yang baik dalam membuat bibit semangka yang unggul? Berikan penjelasannya!
39. Apakaha alasan anda memilih tempat usaha pak Agus ini dari sekian banyak tempat usaha jasa pengecamabahan biji semangka?
40. Bagaimana kualitas jasa di temapi ini menurut anda?
41. Apakah kelebihan jasa di tempat Bapak Agus ini dengan jasa pengecambahan biji semangka di temapt lain?
42. Apakah anda bersikap terbuka kepada pelanggan anda terkait jasa yang anda jual?
43. Apakah anda berkomunikasi dengan baik pelngan anda? Berikan alasannya!
44. Apakah anda mempromisikan jasa nada dengan jujur? Berikan alasannya!

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

45. Apakah anda meberikan bonus atau discont kepada pelanggan anda? Berikan alasannya!
46. Apakah anda memberikan tambahan gaji kepada karyawan anda yang memilki kinerja yang baik?
47. Apakah anda mendapatkan bonus saat menerima gaji karena kinerja anda yang baik?
48. Apakah anda mendapatkan doscount saat membeli jasa di tempat usaha milik Bapak Agus?
49. Sebagai seorang pemimpin, apakah anda bisa memimpin dan mengarahkan karyawan anda?
50. Apakah atasan anda bisa memimpin karyawan dengan baik? Berikan penjelasannya!

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: **Rilo Dwi Gilang Permana**
NIM	: 083 122 062
Prodi/ Fakultas	: Muamalah/ Syariah
Institusi	: IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumber-sumbernya.

Jember, 22 Desember 2016
Saya yang menyatakan

Rilo Dwi Gilang Permana
NIM 083 122 062

BIODATA PENULIS

Rilo Dwi Gilang Permana dilahirkan di Jember, 07 April 1994. Tempat tinggal penulis berlokasi di dusun Baban Timur, Desa Mulyorejo Kecamatan Silo, Jember. Pendidikan taman kanak-kanak ditempuh di TK Theobroma, Pendidikan Sekolah Dasar ditempuh di SDN Mulyorejo 02. Pada tahun 2006 penulis melanjutkan pendidikan ke sekolah menengah pertama di SMPN 01 Silo dan selanjutnya melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas di SMA Ibrahimy, Sukorejo Situbondo, dan pada tahun 2012 penulis melanjutkan ke perguruan tinggi di IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Jember dan berkonsentrasi pada program studi Muamalah.

Organisasi yang ditekuni penulis saat di Sekolah Menengah Pertama yaitu Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS). Sedangkan di Sekolah Menengah Atas yakni Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS). Memasuki perguruan tinggi, penulis mengikuti organisasi KOPMA (Koperasi Mahasiswa), di organisasi ini penulis menjabat sebagai anggota bidang HUMAS.

IAIN JEMBER
IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id