

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Tentang Usaha Online Kitchen Taiyaki.

Kitchen Taiyaki merupakan sebuah usaha yang menjual berbagai produk makanan olahan melalui media Online, seperti Instagram, Line@, WhatsApp, dan layanan pesan antar dan ojek berbasis aplikasi. Untuk melakukan pembelian, konsumen bisa menggunakan aplikasi *Go-Food*, dengan mengetikkan kata kunci “Kitchen_Taiyaki”, lalu memilih makanan yang diinginkan, kemudian melakukan pemesanan. Atau juga bisa melalui sosial media instagram, dengan mengetikkan nama pengguna “kitchen_taiyaki” pada pencarian, kemudian memilih menu yang tersedia pada galeri yang ditampilkan, kemudian melakukan pemesanan melalui whatsapp, atau line@.

Kitchen Taiyaki dengan salah satu produknya Taiyaki merupakan hal baru di Banjarmasin, melihat bahwa kebiasaan masyarakat yang cenderung suka mencoba sesuatu hal baru, & mengikuti tren, adalah salah satu alasan dipilihnya Taiyaki sebagai salah satu produk usahanya, pruduk baru dan unik, yang dikemas dengan menarik, akan membuat masyarakat terlebih anak muda penasaran untuk mencoba.

Kitchen Taiyaki pernah membuka kedai pada tahun lalu, namun hanya bertahan beberapa bulan, karena tidak ada peningkatan penjualan yg terlalu

signifikan, selain itu penjualan yang jauh lebih efektif menggunakan media online, karena alasan itulah pada akhirnya Kitchen Taiyaki kembali hanya mengandalkan media online untuk memasarkan produknya. Karena dengan begitu Kitchen Taiyaki tidak perlu mengeluarkan biaya untuk menyewa tempat, dan menggaji karyawan untuk berjaga ditempat usahanya, yang artinya dapat menghemat biaya pengeluaran dan meningkatkan laba, selain itu penjualan melalui media online juga memberikan waktu yang lebih leluasa mengingat pemilik usaha yang sekarang masih menjalani kuliah.

2. Proses Produksi

Kitchen Taiyaki dikelola langsung oleh pemilik usaha, produk yang dipesan oleh konsumen biasanya juga dimasak langsung, kecuali jika pesanan sedang banyak, biasanya dia minta bantuan keluarga terdekatnya seperti sepupu atau tantenya, bahan-bahan yang digunakan merupakan bahan yang halal dengan kualitas dan standar tertentu. Setiap bahan dipilih dengan sangat selektif, setiap bahan yang akan dimasak jenisnya harus sama dan sesuai dengan standar yang dia tetapkan, hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas produk miliknya. Sebagian besar bahan yang dipakai untuk pembuatan produk makanan olahan usaha Kitchen Taiyaki mudah didapat karena bahan tersebut biasa digunakan untuk kebutuhan sehari-hari, seperti sayuran, daging ayam, dan lainnya, sebagian bahan lainnya yang dapat bertahan dalam waktu yang lama dipesan dari pulau jawa dengan jumlah banyak, sehingga bisa disimpan untuk stok. Kitchen Taiyaki sangat jarang

atau bahkan tidak pernah kehabisan bahan untuk dimasak, karena bahan-bahan tersebut dikelola dengan baik, sehingga setiap pesanan yang dilakukan oleh konsumen bisa langsung dibuatkan.

3. Pemasaran Produk

Dalam hal pemasaran, media online seperti instagram, whatsapp, line@, dan layanan ojek & pesan antar berbasis aplikasi merupakan alat utama yang diandalkan oleh usaha online Kitchen Taiyaki, hal itu dilakukan karena melihat perkembangan teknologi yang begitu pesat, hampir semua orang terlebih di wilayah perkotaan sudah memiliki sosial media, dan hampir setiap hari berinteraksi dengan sosial media, melihat peluang tersebut membuat usaha Kitchen Taiyaki memanfaatkan perkembangan teknologi. Terlebih banyak orang sekarang mulai malas jika harus pergi ketempat makan, dan menunggu antrian untuk dibuatkan makanan yang dipesan, berbeda jika menggunakan media online, konsumen tidak perlu repot pergi ke tempat makan yang dia inginkan, konsumen hanya tinggal memilih menu yang dia inginkan melalui instagram atau aplikasi go-jek, setelah itu tinggal menunggu pesanan diantarkan kerumah atau kantornya.

Selain melakukan penjualan langsung secara online, Kitchen Taiyaki juga menawarkan usahanya untuk bekerjasama dengan kantor, kampus, atau sekolah-sekolah, untuk menyediakan makan siang, atau makanan pada saat ada acara. Untuk sekarang ada dua tempat yang sudah berlangganan dengan usaha Kitchen Taiyaki, yaitu Universitas Muhammadiyah, dan Bank Kalsel.

Cara lain yang ditempuh agar produk dari Kitchen Taiyaki dikenal luas oleh masyarakat Banjarmasin khususnya adalah melalui siaran radio, pada program radio tentang UKM, pemilik usaha Kitchen Taiyaki menjadi narasumber dan menjelaskan tentang produk Kitchen Taiyaki, namun cara ini kurang efektif, dikarenakan sekarang sudah tidak banyak lagi orang yang mau mendengarkan radio, sehingga cara promosi ini jarang dilakukan.

4. Keuntungan & Pengelolaan Keuangan

Omset rata-rata usaha online Kitchen Taiyaki setiap harinya berkisar antara Rp.300.000 sampai Rp.500.000 pada hari biasa, dan mencapai Rp.800.000, pada hari libur, atau kurang lebih Rp. 9.000.000 sampai Rp.15.000.000 perbulan, dengan laba bersih kurang lebih Rp. 3000.000 sampai Rp.4.000.000 per bulan.

Keuntungan yang didapat Kitchen Taiyaki dalam setiap produk taiyaki yang dijual rata-rata antara 40% sampai 50%, margin yang ditetapkan lumayan tinggi, namun hal tersebut merupakan hal yang wajar mengingat produk yang dijualnya adalah produk makanan yang resiko kerugiannya lebih tinggi karena masa kadaluarsanya yang cepat.

Dalam hal pengelolaan keuangan, usaha online Kitchen Tiyaki hanya menggunakan pengelolaan sederhana, hasil yang didapat dari usaha tersebut dibagi 3, yang pertama untuk bahan pokok yang nantinya akan digunakan kembali untuk membuat produk taiyaki, yang kedua dana yang disimpan sebagai dana cadangan jika suatu saat terjadi sesuatu yang tidak terduga yang

mengharuskan mengeluarkan biaya, yang ketiga yaitu dana pribadi, dana yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

B. Analisis Data

Berdasarkan penelitian lapangan yang telah penulis lakukan yang dibuat penyajian datanya pada bagian atas bab ini, maka analisis berikut akan menjawab rumusan masalah yang terdapat pada bab pertama skripsi ini.

Upaya pengembangan produk merupakan upaya yang dilakukan untuk mengembangkan produk usaha Kitchen Taiyaki.

1. Upaya Pengembangan Produk Online Kitchen Taiyaki

Penulis akan menganalisis Upaya Pengembangan Produk Online yang dilakukan oleh Kitchen Taiyaki menggunakan strategi pertumbuhan bisnis menurut Philip Kotler ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

Menurut Kotler ada 3 pilihan yang bisa dilakukan untuk membuat sebuah usaha tumbuh dan berkembang dan menjaga agar tujuan, keahlian dan sumber daya organisasi sesuai dengan peluang pasar yang terus berubah. Pilihan yang diambil tersebut menyesuaikan kondisi usaha, target yang ingin dicapai dan peluang pasar, pilihan tersebut antara lain :

- a. Pertumbuhan Intensif
- b. Pertumbuhan Integratif
- c. Pertumbuhan Diversifikasi

Pilihan pertama, dilakukan dengan cara mengidentifikasi peluang untuk menumbuhkan lebih lanjut bisnis perusahaan saat ini (peluang pertumbuhan intensif). Pilihan kedua, dilakukan dengan cara mengidentifikasi peluang membangun atau memperoleh bisnis yang berkaitan dengan bisnis saat ini (peluang pertumbuhan integratif). Sedangkan pilihan ketiga, dilakukan dengan cara mengidentifikasi peluang untuk menambah bisnis menarik yang tidak berkaitan dengan pertumbuhan bisnis saat ini (peluang pertumbuhan diversifikasi).

Usaha Online Kitchen Taiyaki, merupakan usaha rumahan atau *home industry*, dimana semua kegiatan usaha mulai dari produksi hingga pemasaran ditangani langsung oleh pemiliknya. Sebagai usaha rumahan, fokus utama Kitchen Taiyaki adalah menemukan konsep terbaik, agar usahanya dapat berjalan maksimal dan seefisien mungkin. Kitchen Taiyaki membaca peluang untuk terus menumbuhkan usahanya, jika dilihat secara praktek Kitchen Taiyaki telah melakukan strategi intensif, yaitu dengan mengidentifikasi peluang untuk menumbuhkan lebih lanjut bisnis perusahaan saat ini, yang kemudian akan mempengaruhi strategi yang akan dipilih selanjutnya. Strategi tersebut antara lain strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk, dan strategi diversifikasi.

a. Strategi Penetrasi Pasar

Salah satu langkah yang dilakukan oleh usaha online Kitchen Taiyaki untuk mengembangkan usahanya adalah dengan penetrasi pasar, yaitu berusaha meraih pangsa pasar yang lebih luas dengan produk yang ada dipasarnya sekarang ini. Usaha yang dilakukan tersebut yaitu dengan memanfaatkan media online sebagai penjualan dan perluasan pasar. Karena teknologi dibidang ponsel pintar, internet, dan sosial media berkembang dengan sangat pesat belakangan ini, perkembangan tersebut pada akhirnya juga mempengaruhi pola hidup dan pola interaksi masyarakat, tidak terkecuali pola bisnis atau usaha. Jika melihat kondisi saat ini, hampir setiap orang, terlebih masyarakat perkotaan telah menggunakan media online untuk berinteraksi satu sama lain, banyaknya orang yang menggunakan media online tersebut menunjukkan adanya pasar yang bisa dimanfaatkan untuk menunjang kegiatan usaha.

Hal tersebutlah yang menjadi salah satu alasan yang mendorong usaha Kitchen Taiyaki melakukan penjualan dan perluasan pasar menggunakan media online, yaitu melalui sosial media Instagram, layanan perpesanan seperti whatsapp, line@, dan layanan pesan antar berbasis aplikasi Go-Jek (go-food).

Berikut ini strategi yang dilakukan usaha Kitchen Taiyaki untuk melakukan penetrasi pasar menggunakan media-media tersebut :

- 1) Memanfaatkan Sosial Media Instagram

Instagram merupakan salah satu sosial media terpopuler saat ini, aplikasi ini bersifat gratis sehingga bisa digunakan oleh siapa saja. Seseorang dapat mengunggah foto atau video disertai dengan keterangan atau *caption* apasaja sesuai keinginannya selama tidak melanggar panduan komunitas instagram, dengan instagram pula seseorang dapat membuat galeri pribadinya. Tampilan foto dan video instagram yang disertai dengan *caption* ini dapat mendukung sebuah bisnis, sebuah bisnis dapat membuat galeri foto atau video yang menampilkan produk usahanya, hal itulah yang dilakukan oleh usaha Kitchen Taiyaki, Kitchen Taiyaki menggunakan instagram dengan akun @kitchen_taiyaki sebagai galeri untuk menampilkan produk-produk olahannya, namun begitu setelah menampilkan produk-produknya di instagram tidak serta merta membuat produk tersebut laku lalu disukai orang, ada strategi-strategi yang harus dilakukan agar orang tertarik untuk membeli, strategi yang dilakukan Kitchen Taiyaki untuk memperkenalkan produknya dan menarik pembeli melalui instagram antara lain.

a) Menampilkan foto dan video original dengan kualitas yang baik.

Foto dan video original dengan kualitas baik merupakan salah satu kunci untuk menarik minat konsumen di instagram, foto dan video adalah hal pertama yang dilihat oleh konsumen, foto dan video yang baik akan memberikan kesan professional dan menumbuhkan rasa penasaran konsumen pada sebuah akun bisnis instagram dibandingkan dengan foto yang diambil dari situs lain

kemudian diupload ulang, atau foto buram yang justru akan membuat konsumen tidak tertarik untuk melihat. Untuk itu Kitchen Taiyaki, selalu mengupayakan agar foto dan video yang diuploadnya adalah original, hasil foto sendiri dengan kualitas yang bagus, pemotretan dilakukan jika ada menu baru, untuk membuat foto dengan kualitas bagus kuncinya adalah pencahayaan yang baik, pemilihan latar yang sesuai dan sudut pengambilan gambar yang pas. Pemotretan biasanya dilakukan diluar ruangan pada pagi hari dibawah jam 10, atau sore antara jam 2 sampai jam 4, karena pada waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk mendapatkan pencahayaan yang baik

b) *Caption* yang menarik

Setelah menumbuhkan rasa penasaran dan kesan professional konsumen dengan tampilan visual berupa foto dan video original dengan kualitas yang baik, *caption* atau keterangan merupakan hal yang penting untuk dicantumkan, karena dengan *caption* konsumen dapat mengetahui tentang produk lebih jelas. Karena itu penting untuk menuliskan *caption* informasi produk, nama produk dan harga atau informasi lain yang perlu untuk dicantumkan. Dalam setiap postingan harus selalu mencantumkan *caption* yang perlu konsumen ketahui, mulai dari nama produk, harga produk, dan lainnya. Selain kelengkapan keterangan, untuk menjaga kepercayaan konsumen, *caption* yang dibuat harus sesuai dengan kondisi produk.

c) Upload foto dan atau video dari pelanggan

Cara lainnya untuk dapat lebih menarik minat dan membangun kepercayaan konsumen di instagram adalah dengan mengupload foto atau video produk dari konsumen. Untuk konsumen tertentu kadang-kadang diminta untuk mengirimkan foto dengan memegang produk Kitchen Taiyaki.

d) Memperbanyak *Followers* (pengikut)

Kualitas Foto yang baik dan *caption* saja belum cukup untuk membuat konsumen berdatangan, karena itu semua tidak akan berguna jika tidak ada yang melihat postingan tersebut, dalam instagram dikenal istilah *followers* dan *following*, *followers* adalah orang-orang yang mengikuti setiap postingan yang diupload oleh pemilik akun, sedangkan *following* adalah orang-orang yang diikuti oleh pemilik akun. Dalam hal berjualan menggunakan instagram, *followers* adalah hal yang penting karena, *followers* lah yang akan melihat setiap postingan produk, dan informasi yang dibagikan oleh pemilik akun bisnis. Kitchen Taiyaki, memiliki *Followers* sebanyak 1557, artinya ada 1557 orang yang berpotensi untuk melihat setiap postingan produk yang diupload oleh akun instagram @Kitchen_Kaiyaki. Untuk memperbanyak *followers*-nya strategi yang dilakukan yaitu dengan cara memberikan diskon kepada pelanggan yang mau mempromosikan akun @kitchen_taiyaki dengan cara mengupload foto mereka yang memegang produk

Kitchen Taiyaki di akun sosial media mereka, lalu menandai akun @Kitchen_taiyaki.

2) Memanfaatkan Whatsapp & Line@

Whatsapp dan line@ digunakan untuk melengkapi galeri produk yang sudah dibuat menggunakan instagram, berfungsi untuk menerima pesanan. Untuk memesan produk yang sudah dipilih melalui instagram, selanjutnya konsumen akan melakukan pemesanan ke nomor whatsapp, atau akun line@ Kitchen Taiyaki yang tertera pada bagian *caption* produk atau, dibagian biodata akun @kitchen_taiyaki.

Pemilihan whatsapp sebagai aplikasi yang digunakan untuk menerima pesanan adalah karena aplikasinya yang ringan dan mudah digunakan, selain itu mayoritas orang lebih banyak menggunakan aplikasi ini dibanding aplikasi perpesanan lain. Sedangkan line@ digunakan bagi konsumen yang menggunakan line, karena aplikasi ini juga masih cukup populer. Kelebihan line@ adalah, aplikasi perpesanan ini didesain khusus untuk bisnis, sehingga dapat lebih memudahkan untuk mengurus bisnis, salah satu yang membantu dalam bisnis adalah fitur balas otomatis, dengan fitur ini, aplikasi line@ akan otomatis membalas pesan konsumen walaupun pemilik usaha sedang sibuk dan tidak bisa membalas pesan dengan cepat, fitur lainnya adalah pesan selamat datang yang bisa dikirimkan otomatis saat konsumen menambahkan akun line@ Kitchen Taiyaki, dan banyak fitur line@ lain yang dapat lebih memudahkan dalam usaha.

3) Memanfaatkan Go-Jek (Go-food)

Go-jek merupakan salah satu layanan pesan antar dan ojek online berbasis aplikasi terpopuler di Indonesia, dengan go-jek orang-orang bisa pergi kemana saja ke tempat yang dia inginkan selama masih dalam jangkauan go-jek, hanya dengan melakukan pemesanan menggunakan ponsel pintar yang dimiliki, seseorang bisa memesan untuk pergi ketempat yang dituju, dan dapat dengan jelas mengetahui harga dan *driver* yang akan mengantar.

Ada salah satu fitur menarik dari go-jek, yaitu go-food. Dengan go-food seseorang pelanggan dapat memesan makanan atau minuman yang dia inginkan hanya melalui aplikasi go-jek di ponsel pintarnya. Populernya go-jek dan go-food membuka pasar baru bagi pelaku usaha dibidang kuliner, termasuk Kitchen Taiyaki. Kitchen Taiyaki memanfaatkan go-food sebagai upaya untuk memperluas pasar usahanya, menjual produk di go-food dapat mendapatkan calon pelanggan potensial, karena orang-orang yang membuka go-food pada umumnya memang ingin membeli makanan atau minuman.

Untuk berjualan di go-food, Kitchen Taiyaki terlebih dahulu mendaftarkan usahanya secara langsung di kantor go-jek, dan memberitahukan informasi tentang usaha dan makanan yang dijual, selanjutnya sudah bisa memasukkan atau merubah sendiri menu yang ingin dijual melalui aplikasi yang disediakan. Pada umumnya Kitchen

Taiyaki menaikkan harga dari setiap menu yang dijualnya melalui go-food sekitar 20% dari harga normal, karena pada setiap penjualan pihak go-jek akan mendapat fee 20%.

b. Strategi Pengembangan Pasar

Selain upaya untuk memperluas pasar yang sudah ada, untuk terus mengembangkan usahanya Kitchen Taiyaki juga melakukan pengembangan pasar, dengan berusaha menemukan pasar baru untuk produk taiyaki. Beberapa cara yang telah dilakukan untuk menemukan pasar baru yaitu :

1) Menawarkan ke Kampus dan Perkantoran.

Untuk dapat menemukan pasar baru, tidak hanya memasarkan produknya secara online, Kitchen Taiyaki juga menawarkan produknya ke kantor dan kampus. Saat ini ada dua institusi yang secara rutin memesan produk dari Kitchen Taiyaki, yaitu Bank Kal-Sel pusat, dan Universitas Muhammadiyah. Strategi yang digunakan yaitu mencari “*orang dalam*” untuk membantu memasarkan produknya, salah satu teman pemilik yang bekerja di Bank Kalsel Pusat akan diundang untuk mencoba secara gratis saat ada varian baru yang dikeluarkan oleh Kitchen Taiyaki, lalu diminta kepada temannya tersebut untuk menawarkan kepada rekan kerjanya di kantor. Strategi tersebut cukup berhasil melihat pesanan rutin dari Bank Kalsel hampir setiap minggu dan tidak kurang dari 300 ribu tiap pembelian.

Strategi tersebut juga diterapkan pada temannya yang ada di Universitas Muhammadiyah Banjarmasin yang bertindak sebagai *reseller*, yaitu dengan memesan produk Kitchen Taiyaki sesuai harga awal, lalu menjual lagi produk tersebut dengan harga yang sudah dinaikkan. Karena orientasinya adalah keuntungan, potongan harga sering diberikan jika pesanan dari *reseller* banyak.

2) Bekerjasama dengan usaha lain

Kitchen Taiyaki juga menyediakan bahan setengah jadi untuk usaha lain yang menjual salah satu varian yang ada pada usaha Kitchen Taiyaki, bahan setengah jadi tersebut biasanya dipesan oleh pemilik usaha setiap 4 atau 5 hari sekali.

c. Strategi Pengembangan Produk

Pengembangan produk atau inovasi produk merupakan salah satu hal yang penting untuk dilakukan dalam menjalankan usaha agar pelanggan tidak cepat bosan dengan produk yang disediakan, inovasi juga dapat menghindarkan sebuah usaha dari penurunan yang terus menerus yang dapat mengakibatkan usaha menjadi mati pada akhirnya. Adanya sentuhan inovasi pada setiap titik-titik kritis, akan mengembalikan posisi usaha pada titik sebelumnya, untuk selanjutnya meningkat lagi seperti yang dirumuskan oleh Ropke dalam teori perkembangan daur hidup bisnis.

Kitchen Taiyaki memahami karakter konsumen yang sering mengalami kebosanan, untuk itu inovasi sering dilakukan terhadap produk-produk yang dijual Kitchen Taiyaki, secara berkala dilakukan eksperimen

untuk membuat varian baru, sehingga Kitchen Taiyaki memiliki banyak stok varian yang akan dikeluarkan sewaktu-waktu saat konsumen mulai bosan dengan menu yang telah ada.

2. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Upaya Pengembangan Produk Online Kitchen Taiyaki

Dalam sebuah usaha atau bisnis, etika merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, etika juga menentukan apakah sebuah usaha akan bertahan dalam waktu yang lama atau tidak, karena hal ini erat kaitannya dengan kenyamanan konsumen, yang nantinya akan berdampak pada keberlangsungan usaha tersebut, Islam juga memandang etika sebagai suatu hal yang penting, namun etika dalam Islam tujuannya bukan hanya keuntungan dan keberlangsungan usaha semata, tapi juga keberkahan, dan orientasi terhadap akhirat. Berikut ini penulis menjabarkan etika bisnis Islam yang dilakukan oleh usaha online Kitchen Taiyaki dalam proses pengembangan usahanya.

a. Etika Bisnis Islam dalam proses Produksi

Proses Produksi produk Kitchen Taiyaki dilakukan langsung oleh pemiliknya, kecuali saat pesanan sedang banyak, kadang meminta orang terdekat untuk membantu. Meski masih memiliki ikatan keluarga bukan berarti bisa dimanfaatkan untuk bekerja tanpa harus dibayar. Saat ada

keluarga terdekat yang membantu untuk memproduksi produk Kitchen Taiyaki, pembayaran dilakukan langsung pada hari itu juga tidak menahan dan menunda pembayarannya yang dapat menjadikan pelakunya jatuh kedalam perbuatan zalim. Hal ini sesuai dengan yang diajarkan didalam Islam untuk memenuhi hak dan tidak berbuat zalim. Nabi Saw bersabda:

الظُّلْمُ ظُلْمَاتٌ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

“Sesungguhnya kezaliman itu akan menuai kezaliman pula pada hari kiamat”. (HR Muslim)

Untuk mempertahankan kualitas, pemilihan bahan baku yang akan digunakan untuk memproduksi, juga sangat selektif. Bahan yang digunakan haruslah sesuai dengan standar yang telah dia tetapkan, jika bahan diperlukan sedang tidak ada dipasar, bahan tidak diganti dengan bahan yang lebih murah yang dapat mengurangi kualitas rasa, bahan juga ditakar dan ditimbang agar sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan, usaha mempertahankan kualitas tersebut secara tidak langsung memberikan keadilan kepada konsumen

Dalam Q.S. Alisra’/17:35 Allah Swt berfirman:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۗ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

*“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”*¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Alquran dan Terjemahnya* (Bandung, Diponegoro, 2011), hlm.285

b. Etika Bisnis Islam dalam Penetrasi Pasar

Upaya yang dilakukan untuk memperluas pasar yaitu dengan menjual produknya melalui media online seperti instagram, aplikasi perpesanan whatsapp dan line@, dan bekerjasama dengan pihak go-jek untuk menjual makanannya di go-food. Dengan kerjasama tersebut Kitchen Taiyaki lebih dimudahkan untuk menjual produknya, karena go-food merupakan aplikasi untuk memesan makanan yang populer, sedangkan go-jek juga mendapat keuntungan, karena setiap produk yang terjual melalui aplikasi go-food, go-jek mendapatkan bayaran 20% dari harga produk. Islam sangat menganjurkan untuk saling tolong menolong dalam kebaikan, termasuk bekerjasama dalam bisnis, karena dengan begitu kedua belah pihak jadi sama-sama terbantu. Allah Swt berfirman dalam Q.S Almaidah/5:2 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشُّهُرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا
 آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَتَتَعُونَ فُضُلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۖ وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۖ وَلَا
 يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا ۗ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ
 وَالتَّقْوَىٰ ۗ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-

menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”²

Dalam jual beli online sangat sering terjadi penipuan, dimana keterangan gambar tidak sesuai dengan kondisi barang, atau barang yang sampai dirumah tidak sesuai dengan yang dipesan. Kitchen Taiyaki selalu berupaya menghindari hal tersebut terjadi, karena kejujuran dan amanah sangat penting dalam menjalankan bisnis, karena kejujuran dan amanah tersebut akan mempengaruhi kepercayaan konsumen yang juga akan mempengaruhi keberlangsungan bisnis. Untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, foto dan keterangan makanan yang ditampilkan melalui akun instagramnya @kitchen_taiyaki dan go-food sesuai kondisi sebenarnya, dan benar-benar foto yang diambil sendiri, bukan foto hasil pencarian google atau mengambil dari situs lain. Tentang kejujuran ini Rasulullah Saw bersabda :

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا أَوْ قَالَ حَتَّى يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لُهُمَا فِي
بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِمَّتْ بَرَكَتُهُ بَيْنَهُمَا

“Hakim bin Hizam berkata: ‘Nabi Saw bersabda:’penjual dan pembeli, keduanya bebas menentukan (untuk membatalkan atau meneruskan) selama belum berpisah, atau sampai keduanya berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan (kondisi barang dengan benar), maka berkahlah jual beli keduanya. Dan jika menyembunyikan sesuatu dan berdusta, dihapuslah berkah jual beli keduanya”³

² Departemen Agama RI. *Op.cit.* hlm.106

³ Muhammad Fu’ad Abdul Baqi, *Hadits Shahih Bukhari Muslim*, Terj. Abu Firly Bassam Taqiy (Depok: Fathan Prima Media, 2017), hlm. 421

Selain kejujuran, untuk dapat menjaga kepercayaan konsumen, produk yang dikirim kepada harus sesuai seperti pesanan yang dibuat oleh konsumen, tidak mengganti dengan yang makanan lain, atau mengurangi porsi. Tentang kewajiban berlaku amanah ini Allah Swt berfirman dalam Q.S Alanfal/8:27:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.”⁴

Juga dalam Q.S An-nisa/4:58:

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”⁵

Dan Q.S Alqashash/28:26:

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ ۖ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

“Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena

⁴Departemen Agama RI. *Op.cit.* hlm 180

⁵*Ibid*, hlm. 87

sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya".⁶

c. Etika Bisnis Islam dalam Pengembangan Pasar

Sebagai upaya untuk mengembangkan usahanya, Kitchen Taiyaki juga berupaya untuk menemukan pasar baru untuk produknya yaitu dengan menawarkan produknya ke kantor dan kampus. Bank Kal-Sel dan Universitas Muhammadiyah yang secara rutin memesan produk Kitchen Taiyaki melalui salah seorang teman pemilik usaha, meski sebenarnya temannya yang ada di Bank Kal-Sel tidak meminta imbalan atas bantuannya menawarkan produk Kitchen Taiyaki kepada rekan kerjanya, namun Kitchen Taiyaki seringkali memberikan makanan gratis, terlebih saat ada menu baru yang akan dia keluarkan, juga seringkali mengurangi harga dari yang seharusnya jika pesanan yang dibuat banyak.. Dalam pandangan Islam sikap ini disebut Al-Ihsan atau murah hati yang ternyata juga sangat dianjurkan. Rasulullah Saw bersabda:

غَفَرَ اللَّهُ لِرَجُلٍ كَانَ قَبْلَكُمْ، كَانَ سَهْلًا إِذَا بَاعَ، سَهْلًا إِذَا اشْتَرَى، سَهْلًا إِذَا
اِفْتَضَى

“Semoga Allah mengampuni seseorang lelaki sebelum kalian. Dia adalah seorang yang mudah bila menjual, mudah bila membeli, dan mudah bila menagih”⁷

⁶ *Ibid.* hlm.388

⁷ Syaikh Muhammad Nashruddin Al-Albani, *op.cit.* hlm. 39

Begitupun untuk yang membantu memasarkan di Universitas Muhammadiyah dengan menjadi reseller, selain memberi potongan harga, biasanya temannya tidak membayar langsung, konsep yang digunakan kepada *reseller* yang membantu memasarkan di Universitas Muhammadiyah yaitu konsep kekeluargaan, Kitchen Taiyaki tidak menuntut pembayaran dilakukan secara langsung, boleh kapan saja saat bertemu atau saat produk yang dijual sudah terjual semua, biasanya uang tersebut akan disetorkan kepada setiap seminggu sekali. Sikap tersebut juga merupakan bagian dari murah hati, menurut al-Gazali terdapat tiga prinsip penerapan kebajikan: pertama, memberi kelonggaran waktu kepada pihak terutang untuk membayar hutangnya. Jika perlu mengurangi beban hutangnya. Kedua, menerima pengembalian barang yang telah dibeli. Ketiga, membayar utang sebelum waktu pembayaran tiba.⁸

Firman Allah Swt dalam Q.S. Albaqarah/2:272:

رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ، وَإِذَا اشْتَرَى، وَإِذَا اقْتَضَى

“Semoga Allah merahmati seorang hamba yang toleran bila menjual, toleran bila membeli, dan toleran bila menagih.”⁹

d. Etika Bisnis Islam dalam Pengembangan Produk

Menghindari kebosanan konsumen terhadap produknya, Kitchen Taiyaki secara berkala bereksperimen untuk membuat menu baru yang dapat dikeluarkan sewaktu-waktu saat konsumen mulai bosan dengan

⁸ Muhaimin, *op.cit.* hlm. 60

⁹ Syaikh Muhammad Nashruddin Al-Albani, *op.cit.* hlm. 39

menu yang itu itu saja. Namun berusaha mengembangkan produk dengan inovasi untuk membuat produk baru bukanlah hal yang mudah, ditengah kesibukan harus mengelola dan memasarkan usahanya, apalagi mengingat pemilik usaha Kitchen Taiyaki yang masih kuliah. Tentu saja diperlukan kerja keras untuk mengelola usaha, memasarkan produk, kuliah, dan berusaha terus berinovasi dengan produk. Islam memandang kerja keras merupakan hal yang penting untuk dilakukan, karena untuk berhasil dalam kehidupan seseorang muslim haruslah bekerja keras, bahkan pekerjaan dan dakwah yang dilakukan Rasul pun mencerminkan kerja keras, sehingga berhasil mencapai apa yang dicita-citakan.¹⁰ Dalam Q.S. Alimran/3:159 Allah Swt berfirman:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ وَأَحْسِنَ كَمَا
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ۗ

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”¹¹

¹⁰Ibid. 56

¹¹ Departemen Agama RI. *Op.cit.* hlm.71