

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN LAPORAN PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran umum pisang keju h. Kadap

Pisang keju H. Kadap adalah sebuah usaha yang menjual makanan yang berupa pisang, didirikan pada tahun 2008 sekitar 10 tahun yang lalu, tempat penjualan pertama di jalan viteran (kuripan) yang didirikan oleh bapak murjani, sebelum didirikannya usaha ini terlebih dahulu pernah menggunakan gerobak sampai akhirnya membangun sebuah kios, seiring berjalanya waktu usaha ini makin berkembang hingga membuka cabang. Sekarang pisang keju H. Kadap sudah dikenal banyak masyarakat sekitar khususnya di Banjarmasin yang mana usaha ini dikelola oleh keluarga sendiri seperti istri dan anak.

Melihat kemajuan dan perkembangan usaha yang dijalankan sangat baik dengan konsumen yang meningkat pisang keju H. Kadap ini banyak diminati masyarakat dan makin ramai didatangi pengunjung. Dengan kemajuan usaha yang baik, bapak murjani memanfaatkannya dengan membuka cabang pada akhir tahun 2014 di jalan cempaka raya kayu tangi dan pertengahan tahun 2015 di jalan perdagangan komp. HKSN permai blok 11A, beliau mengaplikasikan usaha pisang keju ini sama dengan di jalan viteran simpang kuripan. Sehingga meningkatnya omset atau pendapatan pada usaha pisang keju ini. Tempat yang strategis dan harga yang terjangkau membuat masyarakat tetap ramai berkunjung untuk membeli.

2. Diskripsi data

Selama di lapangan peneliti memperoleh data mengenai cara atau proses pengembangan usaha yang dilakukan oleh pemilik usaha pisang keju. Kadap yang akan dipaparkan dalam deskripsi data dibawah ini, yaitu:

a. Identitas Responden

Nama	: Murjani
Jabatan	: Pemilik
Alamat	: Jl. Viteran simp. Kuripan
Pendidikan terakhir	: SMP

b. Uraian data

Awal mula didirikannya usaha ini, bapak murjani hanya mencoba coba dan resep pun hanya mencoba karna tidak ada usaha lagi, modal awal yang beliau keluarkan untuk membangun usaha tersebut 400.000 rupiah dan hanya menggunakan gerobak untuk berjualan, melihat banyaknya usaha yang sejenis beliau berinovasi dengan menambahkan banyak rasa dan isi yang banyak sehingga tidak sama dengan pisang keju yang lain, awal rasa yang disediakan hanya 3 yaitu susu, keju dan coklat, walau pun sekrang sudah ada 9 rasa yang disediakan beliau tetap menamai usaha itu pisang keju haji Kadap 7 rasa karna beliau suka angka 7, di sekolah pun beliau suka diberi nilai 7 dibandingkan 10.

Sebelum membangun usaha ini beliau sempat jadi sopir taksi selama 20 tahun dimana nama H. Kadap terinspirasi dari teman beliau yang berkulit hitam (gelap/Kadap), kata Kadap pun berasal dari bahasa daerah jadi beliau menamai usaha tersebut pisang keju H. Kadap supaya tahu usaha ini dari Banjarmasin.

Semakin hari semakin banyak orang yang menyukai pisang keju H. Kadap, beliau terpikir untuk membangun sebuah toko untuk mempermudah usahanya tersebut dan pengunjung lebih mudah mendatangi. Pada awal 2010 didirikan lah toko tersebut, seiring dengan perjalanan ternyata pisang keju H. Kadap banyak diminati konsumen-konsumen, baik itu orang banjar asli atau pun orang orang selain banjar karena memiliki kualitas rasa yang enak dan khas. Melihat kemajuan dan perkembangan usaha yang dijalankan sangat baik dengan konsumen yang meningkat , bapak murjani mengembangkan usahanya dengan melakukan inovasi setiap tahunnya agar konsumen tidak bosan, inovasi yang dilakukan seperti dengan menambah rasa dan memperbanyak isinya. Pisang keju H. Kadap banyak diminati masyarakat dan makin ramai didatangi pengunjung.

Dengan kemajuan usaha yang baik, bapak Murjani memanfaatkannya dengan membuka cabang pada akhir tahun 2014 di jalan Cempaka Raya Kayu Tangi, di cabang bapak Murjani mengaplikasikan usahanya sama dengan pisang keju H. Kadap di jalan Viteran simpang Kuripan. seiring berjalannya waktu pisang keju H. Kadap terus berkembang dan juga banyak dikunjungi oleh pengunjung, beliau juga membuka cabang di jalan perdagangan kompleks HKSN permai blok 11A pada pertengahan tahun 2015. Responnya pun sama dengan cabang yang ada di jalan Viteran Simpang Kuripan, sehingga meningkatkan omset pendapatan pada usaha pisang keju H. Kadap ini.

Dalam menjalankan suatu usaha visi dan misi sangatlah penting untuk mencapai tujuan. awalnya bapak murjani menjalankan usaha ini hanya tidak ada pekerjaan lain dan juga untuk memenuhi kebutuhan hidup, karena itu bapak

murjani tidak membuat pernyataan visi dan misi tertulis. usaha ini terletak ditempat yang sangat strategis karena berada dipinggir jalan, selain itu juga didepan toko tertapat spanduk besar yang jelas mencirikan identitas dari pisang keju H. Kadap ini. Sebagai pemilik dari usaha pisang keju H. Kadap ini bapak murjani yang mengambil alih semua kegiatan seperti manajer, yang berhubungan dengan pengelolaan keuangan, mengatur dan mengarahkan karyawan yang mana untuk memberikan pelayanan yang baik dan ramah pada konsumen.

Dalam pengambilan keputusan yng berkaitan dengan pengembangan pisang keju H. Kadap merupakan kebijakan dari bapak murjani sendiri yaitu sebagai pemilik, karyawan dibagian produksi kurang lebih 14 orang dan yang menjadi pelayanan 10 orang jadi total semua karyawan 24 dalam semua cabang, semua karyawan baik itu bagian produksi atau pun yang dibagian yang lain melaksanakan sesuai tugasnya masing-masing.

Budaya kerja pada pisang keju H. Kadap didasarkan pada budaya kekeluargaan, kepribadian yang harus dibangun karyawan pada usaha ini adalah kejujuran, bertanggung jawab, kerja keras dan ada kemauan untuk belajar. dalam setiap pekerjaan kejujuran merupakan menjadi hal yang penting karena dengan kejujuran maka seorang karyawan dapat dipercaya untuk melakukan pekerjaan. selain itu juga karyawan harus memiliki rasa tanggung jawab tinggi pada pekerjaannya dan berkemauan untuk bekerja keras, serta berkemauan belajar yang tinggi maka seseorang karyawan akan mudah beradaptasi dan berinteraksi dengan lingkungan dan dapat menguasai hal-hal baru. bapak Murjani sebagai pemilik usaha pisang keju H. Kadap menginginkan agar setiap karyawan bekerja dengan

baik dan sungguh-sungguh agar dapat memberikan pelayanan yang baik pada konsumen.

3. Pengembangan Usaha Pisang Keju H. Kadap

Usaha pisang keju H. Kadap didirikan oleh bapak murjani sebagai pemilik pada tahun 2008, pada saat itu usahanya masih atau hanya menggunakan gerobak, kemudian pada tahun 2010 beliau membuka toko, usaha ini dikelola oleh beliau sendiri yang dibantu istri dan anak. dimana manajemen yang dikelola tidak seperti perusahaan pada umumnya. disini beliau memanajemen berdasarkan pemilik/manajer dan karyawan. dalam proses pengembangan usaha yang beliau jalankan , pertama beliau menggunakan strategi dan memperkenalkan produk dari pisang keju H. Kadap kemudian pada saat respon masyarakat atau konsumen bagus, baru beliau bentuk usaha ini lebih besar untuk mengembangkan usaha.

Dalam mengembangkan usaha pisang keju H. Kadap beliau melakukan inovasi tiap tahunnya, tujuan dari pada melakukan inovasi ini adalah untuk mempertahankan pelanggan karena bisa saja pelanggan bosan terhadap apa yang disediakan, maka dari itu dilakukan inovasi tiap tahunnya. dalam strategi harga yang beliau gunakan yaitu harga bisa bersaing dipasaran, dimana harga yang beliau tetapkan yaitu yang sesuai dengan kantong masyarakat, tetapi menurut beliau sekarang harga tidak menjamin untuk menarik pelanggan karena dalam zaman sekarang masyarakat tidak terlalu peduli dengan harga tetapi masyarakat lebih kepada kualitas dan pelayanan yang memuaskan.

Dalam strategi distribusi menurut beliau tempat yang berada di jalan Viteran simpang Kuripan merupakan kawasan jalan raya dan pasar, tempat yang

strategis untuk berwirausaha khususnya pisang keju H. Kadap. untuk cabang di jalan Cempaka Raya Kayu Tangi merupakan kawasan sekolah dan kampus dimana pisang keju sangat digemara anak-anak mau pun remaja, dan di jalan perdagangan komp. HKSN blok 11A itu pun sangat strategis dimana wilayah perumahan, sekolah dan jalan raya.

Untuk strategi promosi, pemilik memakai periklanan yaitu melalui spanduk dan dari mulut kemulut, melakukan promosi penjualan dengan menarik pelanggan pisang keju H. Kadap, setiap harga naik beliau pun menambahkan lebih banyak lagi isi dari pisang keju. Beliau pun juga mengikuti kegiatan pameran-pameran untuk menarik pelanggan dan juga melakukan penjualan langsung.

4. Kendala Kendala Usaha Pisang Keju H. Kadap

Dalam melakukan bisnis atau sebuah usaha sudah pasti tidak terlepas dari kendala yang mungkin saja akan mempengaruhi dari hasil proses mengembangkan, ini merupakan hal yang wajar dalam menjalankan sebuah usaha. Dari hal tersebut para pelaku usaha dapat mengembal pelajaran demi kemajuan usahanya. Kendala bisa dihadapi oleh setiap pelaku usaha, perusahaan atau bisnis lainnnya, baik itu dari skala yang besar, menengah sampai yang berskala kecilpun.

Keterbatasan sumber daya alam yang mempengaruhi usaha pisang keju H. Kadap, misalnya saja kenaikan dan kelangkaan barang seperti, pisang, keju dan coklat yang susah dicari barangnya. Sedangkan pisang keju H. Kadap ciri khasnya adalah pisang yang bercampur keju dengan coklat yang penuh, jika

barang melonjak naik dan langka maka akan berpengaruh sekali terhadap usaha pisang keju H. Kadap, bahkan bisa menjadi ancaman bagi usaha ini karena pada saat barang naik dan langka maka otomatis ini akan berdampak pada usaha pisang keju.

Pernah sewaktu ke luar kota membeli barang seperti keju dan susu beliau tertipu karena barang digudang habis dan tidak teliti membeli, barang yang dibeli beliau sudah tidak luarsa lagi dan kerugian pun hampir 40 Juta rupiah.

Tetapi dari semua itu bapak Murjani bisa menanganinya kembali yaitu dengan mencari agen untuk membeli barang supaya tidak susah lagi mencari, dan misalkan harga naik bapak murjani tetap membeli dengan harga sekian, dalam produk beliau tetap dengan harga pada umumnya dan sesuai dengan takarannya meskipun untungnya kecil sekali tetapi konsumen tetap setia atau loyal terhadap produk beliau. Tetapi sebaliknya jika harga barang turun maka bapak murjani untung besar dalam hal ini karena pada saat harga barang naik beliau hanya mengambil sedikit untung tetapi pada saat harga turun beliau untung besar dalam hal ini beliau namakan dengan strategi promosi terhadap konsumen.¹

B. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dilapangan dan dibuat dalam bentuk penyajian data, maka analisis berikut ini adalah jawaban rumusan masalah yang ada pada bab sebelumnya. Adapun analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

¹Murjani, pemilik pisang keju H. Kadap, *wawancara pribadi*, Banjarmasin, 18 nov 2018.

1. Pengembangan usaha pisang keju H. Kadap

Manajemen adalah melakukan sesuatu agar lebih baik. Perbuatan yang baik dilandasi dengan niat atau rencana yang baik, tata cara pelaksanaan sesuai dengan syariat dan dilakukan dengan penuh kesungguhan dan tidak asal asalan sehingga tidak bermanfaat, seperti hadist berikut:

حَدَّثَنَا هِشَامُ بْنُ عَمَّارٍ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ شُعَيْبٍ بْنُ شَابُورٍ حَدَّثَنَا
الْأَوْزَاعِيُّ عَنْ قُرَّةَ بْنِ عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ حَيَوَيْلٍ عَنْ الزُّهْرِيِّ عَنْ أَبِي سَلَمَةَ
عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ حُسْنِ إِسْلَامِ
الْمَرْءِ تَرْكُهُ مَا لَا يَغْنِيهِ

Rasulullah bersabda: “Diantara tanda baiknya keislaman seseorang adalah meninggalkan perbuatan yang tidak bermanfaat.”

Perbuatan yang tidak ada manfaatnya adalah sama dengan perbuatan yang tidak pernah direncanakan. Jika perbuatan itu tidak direncanakan, maka tidak termasuk dalam kategori yang baik. Adapun langkah-langkah menerapkan manajemen syariah yang berkualitas adalah bekerja dengan sungguh-sungguh, dilakukan secara terus menerus, tidak asal-asalan, dilakukan secara bersama-sama dan mau belajar dari keberhasilan dari kegagalan dari diri orang lain.²

Dalam penelitian yang penulis teliti, bapak Murjani membuat perencanaan secara terus menerus dalam menjalankan usaha pisang keju H. Kadap ini beliau bersungguh-sungguh untuk mengembangkan usahanya baik itu rugi maupun untung beliau tidak takut gagal dalam menjalankan usaha ini dan mau belajar

²Muhammad bin Yazid Al Qazwini, *Sunan Ibn Majah*, juz 2 (Beirut: Dar Al-Fikr, 1995), hlm. 487.

terus menerus untuk mengembangkan usaha ini beliau selalu memikirkan atau merencanakan untuk kedepan, strategi apa yang pas untuk tetap selalu usaha ini dikunjungi konsumen.

Dalam manajemen usaha ini bapak Murjani memakai manajemen usaha kecil. Faktor-faktor yang harus dimiliki seorang pengusaha atau wirausahanya dalam menjalankan bisnis atau usahanya adalah *entrepreneurship* yang sering diartikan dengan kewirausahaan sebagaimana yang dikemukakan oleh Kreitner adalah sebuah proses dimana seseorang menjawab sebuah peluang sekalipun ketersediaan sumberdaya yang dimiliki terbatas.³ Seorang enterprener atau wirausaha yang berfikir positif untuk berusaha mengubah keadaan menjadi lebih baik, meskipun harus menanggung resiko yang ada. Bapak Murjani dapat dikatakan sebagai seorang *entrepreneurship* karena berani mengambil resiko yang harus ditanggung dalam menjalankan usaha pisang keju H. Kadap yang pada awalnya bermodal uang sebesar Rp 400.000, dengan bermodalkan uang tersebut beliau hanya mencoba-coba bikin pisang keju yang resepnya pun *batarawahan*.

Bapak Murjani berani mengambil resiko untung atau rugi, memang seharusnya seorang wirausaha yang ingin sukses harus berani menanggung untng atau rugi. dengan semangat dan kerja keras Bapak Murjani yakin usahanya dapat berkembang sesuai dengan hadis Nabi:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟
قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَرْزُورٍ . رواه البزار

³Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, Pengantar Manajemen Edisi Pertama, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2005). hlm. 414

“Dari Rifa’at Ibn Rafi’i ra sesungguhnya Nabi SAW pernah ditanya oleh seorang (pemuda) tentang : pekerjaan apakah yang paling baik ? Beliau menjawab : ialah pekerjaan seseorang yang dilakukan dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang dengan cara yang baik.”HR Bazar.

Di dalam hadis ini Nabi menyuruh kita bekerja dengan tangan sendiri untuk bekerja sesuai dengan kekuatan artinya kita disuruh bekerja dengan sungguh-sungguh untuk mendapatkan hasil yang sesuai dan dapat menjadi lebih baik dari sebelumnya. Penting dilakukan dengan cara yang professional. Professional disini artinya mengelola sumberdaya manusianya yang ada ditempatkan sesuai dengan tempatnya. Usaha yang dipilih harus juga sesuai dengan orang yang menjalankannya.

Bapak Murjani dalam menjalankan usahanya ini sesuai dengan manajemen usaha kecil dengan benar sehingga usaha nya dapat bertahan sampai sekarang. Misalkan dengan berinovasi karena perubahan karakteristik dan jumlah konsumen, pesaing, dan ketersediaan pasokan dalam menjalankan usaha. Inovasi yang dilakukan oleh Bapak Murjani dengan cara membuat menu baru atau rasa baru yang belum ada pada pilihan rasa yang dulu, artinya bapak Murjani menjalankan usahanya selalu berinovatif untuk mengatasi konsumen agar tidak jenuh atau merasa bosan dengan rasa yang sudah disediakan.

Salah satu kunci keberhasilan usaha adalah jaringan. Semakin luas jaringan yang dapat dibangun oleh usaha kecil, maka semakin besar peluang usaha kecil untuk mengembangkan usahanya dalam jangka waktu yang panjang. Keramahan kerajinan atau semangat yang tinggi, pengalaman yang cukup, dukungan yang cukup dari keluarga, dan jaringan yang baik merupakan faktor-

faktor keberhasilan usaha atau bisnis.⁴ Hal ini sudah dimiliki oleh Bapak Murjani sehingga usaha dapat berkembang dan bertahan sampai sekarang.

Jantung dari perencanaan pemasaran adalah strategi pemasaran. Untuk kemajuan usaha yang dijalankan perencanaan dalam memasarkan produk yang dihasilkan haruslah tepat. Bauran pemasaran artinya bagaimana perusahaan menentukan bagaimana menyajikan penawaran produknya pada segmen pasar tertentu yang merupakan sasaran pasar yang ditentukan, dalam hal ini bagaimana pengusaha pisang keju H. Kadap menentukan sasaran pasarnya. Bapak Murjani tentunya juga menjalankan empat strategi yang harus dijalankan seorang pengusaha yaitu, strategi produk, strategi harga, strategi penyaluran atau distribusi, dan strategi promosi.

Strategi produk yang dimaksud bagaimana cara dan menyediakan produk yang tepat bagi sasaran pasar, sehingga dapat memuaskan para konsumen dan dapat bertahan meningkatkan keuntungan usaha dalam jangka panjang. Strategi produk yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan atau pengusaha, menurut Kasmir adalah menentukan logo motto dan menciptakan merek. Merek haruslah mudah diingat, terkesan hebat, memiliki arti, dan menarik perhatian, hal ini sudah dilakukan oleh Bapak Murjani yang sebagai pengelola sekaligus pemilik usaha, dengan merek pisang keju H. Kadap, merek tersebut menurut penulis sudah memiliki daya tarik produk dan memenuhi pertimbangan dalam menciptakan merek.

⁴Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *loc. cit.* hlm.156

Peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan atau usaha, disamping untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan. Menurut penelitian yang dilakukan penulis harga yang ditetapkan oleh pemilik sudah kompetitif, dapat bersaing dengan banyak para pesaing dalam usaha pisang keju, yang tentunya sudah memperhitungkan biaya produksi. Beberapa faktor yang mempengaruhi dalam menentukan harga adalah faktor langsung dan tidak langsung. Faktor langsung meliputi harga bahan baku, biaya produksi, dan biaya pemasaran, sedang faktor tidak langsung meliputi harga produk sejenis. Harga menu-menu yang disajikan dengan kotak kecil dan besar, untuk kotak kecil mulai harga Rp. 8000-Rp. 10.000, dan untuk kotak besar mulai harga Rp. 12.000-Rp 13.000.

Tempat pendistribusian merupakan hal yang sangat dipertimbangkan, karena tempat yang strategis akan mempermudah konsumen untuk membeli apa yang disediakan. Bapak Murjani sebagai pengelola sekaligus pemilik menurut penulis sudah menjalankan pentingnya memilih tempat yang strategis, misalkan cabang pertama pisang keju H. Kadap yang terletak di jalan Veteran, jalan Cempaka Raya Kayu Tangi, jalan perdagangan komp.HKSN permai blok 11A yang merupakan jalan yang banyak dilalui oleh orang.

Promosi adalah jenis kegiatan pemasaran untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen atau penjual. Dengan kegiatan promosi yang dilakukan, perusahaan akan berusaha membujuk calon pembeli atas

produk yang dipasarkan.⁵ Promosi yang dilakukan oleh Bapak Murjani dengan cara memasang spanduk dan promosi secara langsung yang dilakukan dengan dari mulut ke mulut baik itu dari konsumen sendiri maupun Bapak Murjani beserta keluarga.

2. Kendala-Kendala Usaha Pisang Keju H. Kadap

Menjalankan bisnis atau usaha tidak akan pernah terlepas dari masalah-masalah atau kendala yang dihadapi, untuk itu sebagai seorang yang menjalankan usaha haruslah siap dengan segala kendala, hambatan, dan masalah yang harus mampu dilewati agar usahanya tetap berjala dengan semestinya.

Penelitian yang penulis lakukan keterbatasan sumber daya alam menjadi kendala dalam usaha pisang keju H. Kadap. Ketika bahan baku mengalami kelangkaan dan kenaikan harga seperti, pisang, keju dan cokelat yang susah untuk diperoleh, maka akan sangat berpengaruh terhadap usaha pisang keju H. Kadap bahkan bisa menjadi ancaman keberlangsungan usaha pisang keju H. Kadap, karena ciri khas pisang keju H. Kadap adalah pisang goreng yang bercampur keju atau cokelat dan susu yang penuh.

Persediaan bahan baku seperti keju, cokelat, dan susu digudang habis bapak Murjani sedang berada diluar kota membeli bahan-bahan tersebut, karena kurang teliti dalam membeli Bapak Murjani mengalami penipuan. Bahan yang dibeli ternyata sudah kadaluarsa, kerugian yang timbul mencapai 40 juta. Pengalaman tersebut membuat Bapak Murjani untuk lebih hati-hati dan mencari agen atau

⁵Sofyan Assauri, *Manajemen Dasar Konsep & Strategi*, (Jakarta: Rajawali, 1992), Cet. Ke-4. Hlm. 265

pemasok yang dapat dipercaya barang yang dibeli dari dia masih dalam keadaan baik.

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Murjani yang penulis lakukan untuk mengatasi kelangkaan ataupun kenaikan bahan baku seperti pisang, keju, dan coklat, Bapak Murjani mengatasinya dengan cara mencari pemasok atau agen yang tetap agar terhindar dari sulitnya mencari bahan baku untuk membuat pisang keju H. Kadap.

3. Konsep Pemasaran Syariah

Pasar Syariah sering kali dikatakan sebagai pasar yang bersifat emosional sementara pasar konvensional adalah pasar yang rasional. Maksudnya adalah pasar syariah hanyalah karena alasan emosional keagamaan semata bukan karena mendapatkan keuntungan finansial saja, sedangkan pasar konvensional hanya mendapatkan keuntungan finansial semata atau sebesar-besarnya tanpa memperdulikan apakah menyimpang atau bertentangan dengan ajaran Islam.

Praktik bisnis dan pemasaran tengah mengalami pergeseran dan mengalami transformasi dari level intelektual (rasional) , ke emosional dan akhirnya ke spiritual.⁶ Di level spiritual, pemasaran sudah disikapi sebagai bisikan nurani dan panggilan jiwa. Prinsip-prinsip kejujuran, empati, cinta dan kepedulian terhadap sesama menjadi dominan. Dalam pemasaran syariah perusahaan atau usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, namun ada tujuan lain yaitu berkah. Perpaduan antara konsep keuntungan dan berkah akan menimbulkan atau melahirkan *Maslahah*. Dalam hal ini usaha pisang keju H. Kadap yang

⁶M. Nur Riato Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 18

dimiliki bapak Murjani tidak hanya mementingkan keuntungan untuk dirinya saja, namun mencari keberkehan dalam menjalankan usaha.

Pemasaran syariah dijalankan berdasarkan konsep keislaman yang telah diajarkan oleh Nabi Muhammad Saw. Menurut Hermawan Kartajaya, nilai inti dari pemasaran syariah adalah integritas dan transparansi, sehingga marketer kita tidak boleh bohong dan orang yang membeli sesuai dengan keinginan dan kebutuhan bukan karena diskonnya atau iming-iming belaka.⁷

Empat prinsip atau sifat Nabi Muhammad Saw dalam mengelola bisnis adalah:

- a. *Shiddiq* artinya benar atau jujur, dalam menjalankan bisnis kalau tidak dilandasi dengan kejujuran maka bisnis yang dijalankan tidak bisa bertahan dengan lama, karena bila konsumen dibohongi maka konsumen akan lari.
- b. *Amanah* artinya dapat dipercaya
- c. *Fathanah* artinya cerdas atau bijaksana
- d. *Tabliq* artinya komunikatif atau argumentative.⁸

Sebagai penguasa dalam bidang apapun kita harus lah memiliki empat sifat tersebut, bapak Murjani sebagai pengusaha menurut penulis dari wawancara dilakukan sudah menjalankan ke empat sifat tersebut sehingga usahanya terus berkembang di Banjarmasin khususnya.

⁷*Ibid*, hlm. 20.

⁸Herry Sutanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm 69.

