

BAB IV

DATA DAN ANALISIS DATA

A. Data

1. Data Lokasi Desa Pematang Panjang Kecamatan Gambut

a. Gambaran geografis

Desa Pematang Panjang adalah salah satu desa yang berada wilayah Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar dengan luas $\pm 3.750 \text{ km}^2$. Secara geografis desa Pematang merupakan salah satu desa di Kelurahan Gambut yang terbagi menjadi 27 RT. Adapun wilayah desa Pematang Panjang adalah desa yang terdiri dari RT 01 sampai dengan RT 04.

Jarak antara desa ini dengan Kantor Kecamatan (Gambut) $\pm 1 \text{ km}$, jarak dengan ibu kota Kabupaten (Martapura) $\pm 25 \text{ km}$, dan jarak dengan ibu kota provinsi (Banjarmasin) $\pm 14 \text{ km}$.

Keadaan alam Desa Pematang Panjang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar adalah merupakan daerah persawahan dan dataran rendah, dengan perbatasan wilayah sebagai berikut: Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Bangku Dua, sebelah timur berbatasan dengan Desa Pemajatan, sebelah utara berbatasan dengan Desa Banyu Hirang, dan sebelah selatan berbatasan dengan jalan lingkar utara.

b. Gambaran penduduk

Jumlah penduduk yang tinggal di Desa Pematang Panjang terdiri dari laki-laki 1000 orang, perempuan 964 orang, jadi total keseluruhan penduduk 1964

orang yang terdiri dari 577 kepala keluarga yang tersebar di RT 1, 2, 3, dan 4.¹

c. Gambaran mata pencaharian

Desa Pematang Panjang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar merupakan daerah dataran rendah yang merupakan areal persawahan dan pertanian. Oleh karena itu mata pencaharian penduduk Desa Pematang Panjang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar sebagian besar dari mereka adalah sebagai petani dan peternak sedangkan sebagian kecil lainnya dari penduduk bekerja sebagai pedagang, buruh, PNS, dan lain-lain. Adapun sebagian kecil lainnya bekerja pada sektor jasa dan industri rumahan.²

d. Gambaran Usaha Tapai

Usaha tapai merupakan sebuah usaha yang menjual tapai ketan dan singkong, mulai dari kegiatan produksi tapai, mengemas tapai, kemudian menjualnya. Usaha ini ditekuni oleh masyarakat Desa Pematang Kecamatan Gambut sudah dari turun temurun dan masih tetap berjalan hingga sekarang. Pengusaha tapai ini ada yang hanya memproduksi tapai ketan, singkong, ataupun keduanya. Mereka memproduksi tapai secara berkala tergantung seberapa besar penjualan setiap harinya.

Adapun bahan dan peralatan yang digunakan untuk produksi tapai diantaranya seperti, bahan yang terdiri dari beras ketan, singkong, ragi, daun katuk, sedangkan peralatannya terdiri dari panci, mangkok besar, mangkok kecil, dan kompor untuk memasak beras ketan.

¹Rekapitulasi Data perkembangan penduduk kelurahan Gambut Kecamatan Gambut tahun 2016

²Wawancara langsung dengan ketua RT. 02 Bapak Bahrul Ilmi, Data Profil Desa dan Jumlah penduduk, Senin 2 Mei 2016 pada pukul 10.00 WITA.

Cara membuat tapai ketan:

- 1) Cuci bersih beras ketan sampai air bekas cucian tidak berwarna putih susu lagi (bening).
- 2) Tiriskan beras yang telah dicuci hingga benar-benar kering
- 3) Campurkan beras tadi dengan bubuk daun katuk dan aduk hingga merata
- 4) Kukus beras yang sudah diberi warna hijau tadi kedalam panci besar
- 5) Angkat dan dinginkan diatas mangkok besar
- 6) Taburkan ragi yang sudah dihancurkan diatas beras ketan yang sudah dikukus
- 7) Bentuk bulat semua beras ketan yang sudah ditabur ragi tapai tadi, yang sekekali tangan telah dicelupkan keair rendaman ragi, kemudian masukan kedalam tempat untuk difermentasi kurang lebih 2 malam.
- 8) Tapai siap untuk dijual

Untuk proses pembuatan tapai singkong, langkah-langkahnya sama saja dengan pembuatan tapai ketan, hanya saja mengganti bahan utamanya menjadi singkong.

Jumlah beras ketan yang diproduksi berbeda-beda setiap pengusaha, paling banyak mereka memproduksi hingga 40 liter beras ketan dan 20 kg singkong. Sehingga modal awalnya pun berbeda-beda kisaran Rp. 200.000,00–Rp. 400.000,00³. Dalam memilih bahan membuat tapai, harus baik karena akan mempengaruhi hasil akhir tapai tersebut. Kesalahan dalam pemilihan ragi akan

³Wawancara langsung dengan Ibu Hamimah, pengusaha tapai. Selasa, 03 Mei 2016 pada pukul 16.00 WITA

mengakibatkan hasil tapai yang kurang manis dan enak. Pada umumnya pengusaha tapai membeli ragi tapai kepada pembuat ragi yang lokasi nya tidak jauh dari tempat mereka, dengan harga Rp. 500,00 per biji ragi dan akan diberi harga yang lebih murah jika membeli dalam jumlah banyak.

Selain ketepatan dalam pemilihan ragi, pemilihan untuk bahan pewarna tapai ketan juga harus bagus. Jika daun katuk sulit untuk didapat dan diganti dengan pewarna makanan, kualitas tapai ketan pun akan berbeda juga. Harga beli bahan baku pun tidak luput dari kendala dalam pembuatan tapai ini, harga beli beras ketan yang relatif meningkat secara berkala membuat pengusaha tapai sulit dalam menentukan harga jualnya. Sedangkan harga jual tapai sudah datar sehingga tidak mudah untuk menaikkan harganya, maka mereka memilih untuk sedikit mengecilkan ukuran bulatan tapai ketan agar tetap bisa menghasilkan tapai dalam jumlah banyak dan masih bisa dijual dengan harga normal.

Setiap pengusaha yang memproduksi tapai menghasilkan tapai yang berbeda-beda. Walaupun dari segi bentuk atau tampilan yang sama, namun jika pemilihan bahan baku dan proses pembuatan yang kurang diperhatikan akan menghasilkan tapai dengan rasa yang berbeda, sehingga pada akhirnya juga akan mempengaruhi tingkat penjualan.

Desa Pematang Panjang dengan pengusaha tapai yang banyak, membuat persaingan yang cukup ketat diantara pengusaha tersebut. Namun, mereka memiliki cara tersendiri dalam hal pemasarannya agar lebih dikenal masyarakat luar. Diantaranya ada yang memasarkan melalui sosial media atau *internet*, menitipkan ke warung-warung, ataupun menjajakannya. Untuk yang menjajakan,

mereka menggunakan tenaga mereka sendiri, setelah selesai membuat dan mengemas, mereka kemudian memasarkan sendiri dengan menjajakan menggunakan sepeda, sekitar pukul 09:00 WITA mereka berangkat menjual dan petang sekitar pukul 18:00 WITA mereka kembali bahkan ada yang hingga malam jika tapai yang dijajakan belum habis terjual semua.

Untuk tapai yang diantarkan ke warung-warung, mereka mempekerjakan orang lain khusus untuk tenaga pengantaran saja, upah perhari untuk pengantaran sebesar Rp. 20.000,00 dan untuk tenaga kerja membentuk bulatan tapai diberi upah sebesar Rp. 4.000,00 perliter.

Penghasilan yang mereka dapatkan dari usaha tapai ini, berkisar Rp.200.000,00–Rp. 700.000,00 modal awal yang mereka dapatkan berasal dari modal sendiri. Harga jual tapai ketan yang dititip ke warung–warung seharga Rp. 4.000,00 satu bungkus yang berisi 10 biji tapai ketan, dan dijual kembali oleh pemilik warung seharga Rp. 5.000,00. Kemasan kecil yang berisi 5 biji tapai ketan dan dijual pemilik warung seharga Rp. 3.000,00 sedangkan tapai yang dipesan dengan menggunakan toples, diberi harga Rp. 3.000,00 untuk toplesnya dan Rp. 500,00 untuk perbiji tapai ketan, sehingga harga tapai yang dijual menggunakan toples berbeda-beda tergantung besarnya toples dan banyaknya isi tapai ketannya.

Sebagian dari pengusaha tapai tersebut, mereka memiliki usaha lain diluar dari memproduksi tapai tersebut, sehingga jika tapai tidak habis terjual mereka tidak kesulitan mendapat pemasukan walaupun tidak begitu signifikan, usaha sampingan seperti menjual kue atau nasi bungkus, memahat kayu untuk kuburan (*atang*), dan membuka kios kecil.

2. Data Usaha Tapai di Desa Pematang

Berdasarkan hasil wawancara langsung yang penulis lakukan kepada para informan tentang usaha tapai di Desa Pematang Panjang.

a. Informan I

Nama : Hamimah

Umur : 42 tahun

Pendidikan : SMP

Status : Kawin

Alamat : Jl. Pematang Panjang km. 4 RT. 02 RW. 01 Kecamatan
Gambut

Ibu Hamimah bekerja sebagai pengusaha tapai sejak tahun 1996 sampai dengan sekarang sudah berjalan sekitar 21 tahun. Usaha ini telah dijalankan oleh keluarga Ibu Hamimah secara turun temurun, sehingga memang mempunyai keahlian dalam memproduksi tapai. Modal awal usaha ini sekitar Rp. 200.000,00 dengan banyaknya produksi awal tapai sekitar 10 liter beras ketan, daun katuk kering yang sudah dihaluskan secukupnya, dan 1 biji ragi untuk setiap liter beras. Ibu Hamimah khusus memproduksi tapai ketan saja, namun jika ada permintaan pelanggan akan tapai singkong, barulah Ibu Hamimah membuatnya. Proses fermentasi tapai berlangsung selama 2 malam. Ibu Hamimah memiliki karyawan harian khusus untuk membentuk bulat tapai yang diberi upah sebesar Rp. 4.000,00 per liter dan Rp. 25.000,00 untuk karyawan yang mengantarkan tapai ke warung-warung untuk setiap harinya. Hingga sekarang Ibu Hamimah mampu memproduksi 40 liter tapai ketan perharinya. Tapai buatan ibu Hamimah dijual

dalam kemasan Rp. 4.000,00 dengan isi 10 biji tapai ketan dan ukuran cup mini isi 5 biji dan dijual seharga Rp. 2.000,00. Dan untuk toplesan, tapai diberi harga Rp. 500,00 perbijinya, sehingga harga tapai ketan didalam toples berbeda-beda tergantung besar ukuran toplesnya.

Dalam memilih bahan baku, ibu Hamimah memilih beras ketan dengan kualitas bagus dan pemasok beras yang mengirimkannya ke rumah ibu Hamimah sebanyak 4-6 karungnya setiap kali pengiriman. Dalam pemilihan ragi, ibu Hamimah membeli kepada pembuat ragi yang dekat dengan rumah yang sudah terpercaya kualitas ragi buatannya seharga Rp. 500,00 per biji nya untuk 1 liter beras ketan.

Selain menitipkan di warung-warung makan, Ibu Hamimah juga memasarkan secara online, yaitu melalui media sosial, seperti *BlackBerry Messenger*, dan *WhatsApp* sehingga memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas.

Sejauh ini, permintaan akan tapai Ibu Hamimah sampai kedaerah Samarinda dengan menggunakan jasa pengiriman dan ongkos pengiriman ditanggung oleh pembeli. Untuk permintaan wilayah Landasan Ulin, Banjarbaru dan sekitarnya pengantaran dilakukan langsung oleh karyawan Ibu Hamimah dengan ongkos pengiriman sekitar Rp. 5.000,00–Rp.10.000,00 tergantung jaraknya dan gratis ongkos kirim untuk pembelian tapai ketan minimal Rp. 100.000,00.

Meskipun banyak hadirnya saingan secara langsung atau tidak langsung, tidak membuat semangat Ibu Hamimah luntur, beliau tetap optimis dengan

permintaan tapai yang selalu ada setiap harinya terutama yang dititipkan ke warung selalu habis dengan banyak kemasan maksimal 300 bungkus setiap harinya.

Dari segi pemasaran, ibu Hamimah juga menambahkan label nama dan nomor *handphone* disetiap kemasannya, sehingga mudah dikenal dan konsumen yang ingin memesan tapai ibu Hamimah dapat dengan mudah menghubunginya.

b. Informan II

Nama : Hj. Hamdanah

Umur : 47 Tahun

Pendidikan : SMP

Status : Kawin

Alamat : Jl. Pematang Panjang km. 4 RT. 02 RW. 01 Kecamatan
Gambut

Ibu Hj. Hamdanah memulai usaha tapai di Desa Pematang sejak tahun 1994 hingga sekarang, beliau telah menjalani usaha ini selama 23 tahun. Modal awal yang diperlukan ibu Hj. Hamdanah untuk memulai usaha tapai ini hanya sebanyak 5 liter beras ketan, yaitu sekitar Rp. 100.000,00. tapai yang diproduksi ibu Hj. Hamdanah hanya dikhususkan pada tapai ketan saja, namun jika ada permintaan akan tapai singkong dengan jumlah yang banyak, maka ibu Hj. Hamdanah akan memproduksi juga. Ibu Hj. Hamdanah memproduksi tapai setiap hari dengan lama proses fermentasi selama 2 malam, sehingga tapai yang siap untuk dijual akan selalu tersedia setiap harinya. Setiap hari ibu Hj. Hamdanah memproduksi tapai sebanyak 10 liter beras ketan. Ibu Hj. Hamdanah tidak

mempekerjakan karyawan untuk membentuk bulat tapai ketan, namun dibantu secara sukarela oleh Hj. Nur Laila saudarinya yang memang satu rumah dengan beliau. Tapai yang dihasilkan sekitar 1000 biji yang dikemas dalam kemasan mika ukuran $\frac{1}{4}$ liter dengan isi 10 biji tapai ketan, dan ukuran cup mini dengan isi 5 biji tapai ketan, sehingga berjumlah 80 bungkus ukuran besar dan 40 bungkus untuk ukuran cup mini.

Harga jual untuk ukuran besar Rp. 4.000,00 dan cup mini seharga Rp.2.000,00 dan untuk pembelian yang menghitung perbiji, dijual dengan harga Rp. 500,00 per biji tapai ketan dengan wadah toples seharga Rp.3.000,00.

Dalam pemilihan bahan baku, ibu Hj. Hamdanah membeli ragi kepada seorang pembuat ragi yang memang sudah terpercaya kualitas raginya, yang berlokasi tidak jauh dari rumah ibu Hj. Hamdanah. Dari segi pewarnaan, ibu Hj. Hamdanah memilih untuk menggunakan daun katuk tanpa mencampuri dengan pewarna makanan agar menghasilkan tapai dengan kualitas yang baik, selain itu pemilihan beras ketan juga tidak sembarangan, berkali-kali mengganti beras dengan pemasok beras yang berbeda dan pada akhirnya menemukan pemasok beras dengan kualitas bagus. Pada intinya pemilihan yang tepat pada bahan baku tapai ketan sangat mempengaruhi hasil akhir dari tapai tersebut, yang tentunya akan mempengaruhi permintaan akan tapai tersebut.

Untuk penjualan tapai, ibu Hj. Hamdanah meminta anaknya yang bernama Ahmad Hidayat untuk melakukan pengantaran tapai yang sudah dikemas serta diberi label untuk diantarkan ke warung-warung dan diberi upah sebesar Rp. 20.000,00 per hari. Jam pengantaran antara pukul 07:00 WITA sebanyak 40

bungkus ukuran besar dan 20 bungkus ukuran cup mini. Dan kembali menitipkan tapai ke warung pukul 13:00 WITA sekaligus mengambil uang pendapatan yang pertama. Harga jual tapai ukuran besar Rp. 4.000,00 dan dijual diwarung Rp. 5.000,00 dan untuk cup mini seharga Rp. 2.000,00 dan warung menjual kembali seharga Rp. 3.000,00. Tapai yang dititip ke warung tersebut selalu habis untuk setiap hari, sehingga omset yang didapat perhari sekitar Rp. 400.000,00.

Penjualan tapai ibu Hj. Hamdanah biasanya meningkat jika ada hari besar tertentu, misalnya pada Hari Raya Islam yaitu Idul Fitri dan Idul Adha, permintaan akan tapai biasanya meningkat hingga 2 kali lipat dari penjualan dihari biasa.

Selain mendapat penghasilan dari penjualan tapai, ibu Hj. Hamdanah bersama saudaranya, juga menjual nasi bungkus dan kue-kue lainnya yang dititipkan ke warung setiap pagi, sehingga ibu Hj. Hamdanah mempunyai pemasukan lain demi menambah pendapatan.

Sejauh ini, penjualan tapai milik ibu Hj. Hamdanah belum merambah hingga luar kota, hanya sampai Landasan Ulin dan Banjarbaru saja, itu pun dikenal melalui mulut kemulut atau dikenal melalui label yang ditempel dikemasan tapai ukuran besar.

c. Informan III

Nama : Hamsani

Umur : 50 tahun

Pendidikan : SD

Status : Kawin

Alamat : Jl. Pematang Panjang km. 4 RT. 02 RW. 01 Kecamatan
Gambut

Bapak Hamsani memulai usaha tapai di Desa Pematang Panjang sejak tahun 2000, sudah sekitar 17 tahun yang lalu. Bapak Hamsani memilih usaha tapai karena hanya usaha inilah yang bisa ditekuni dan tidak memerlukan keahlian khusus untuk melakukannya. Modal awal yang dibutuhkan untuk usaha tapai Bapak Hamsani sekitar 5 liter beras ketan dan 5 kg singkong, jadi sekitar Rp. 100.000,00. Tapai yang dibuat oleh Bapak Hamsani dan Istri ada 2 jenis, yaitu tapai ketan dan tapai singkong. Lama proses fermentasi tapai olahan Bapak Hamsani selama 2 malam, yang dibungkus dengan daun pisang.

Bapak Hamsani menjual tapai olahannya bersama istri dengan cara menjajakan dengan sepeda milik sendiri, dengan harga jual tapai ketan Rp.500,00 per biji dan untuk harga jual tapai ketan bisa ditentukan sendiri oleh pembeli dan banyak tapai singkong yang dikira-kira oleh Bapak Hamsani sendiri.

Tapai yang dijual Bapak Hamsani tidak memiliki kemasan khusus, jika ada yang membeli langsung diambilkan dan dimasukkan kedalam plastik biasa. Selain itu juga ada tapai yang dikemas dalam plastik dengan memberi harga tertentu berbagai ukuran kemasan plastik dari harga Rp.2000,00-Rp.5.000,00.

Setiap pagi Bapak Hamsani berangkat untuk menjual tapai olahan nya pada pukul 09.00 WITA, yang sebelumnya tapai yang sudah siap untuk dijual dimasukan kedalam keranjang yang ditutup rapat dengan daun pisang dan teakhir ditutup dengan plastik agar tidak terkena debu saat menjajakannya. Bapak Hamsani biasanya menjajakan ke daerah KM. 7 kecamatan Kertak Hanyar dan

kembali ke rumah pada pukul 17.00 WITA, namun setiap hari jam pulang tidak selalu sama, kadang lebih cepat bahkan lebih lambat tergantung kondisi penjualan atau perjalanannya.

Namun jika cuaca tidak mendukung, Bapak Hamsani tidak menjual tapai dulu hingga cuaca kembali normal.

Bapak Hamsani tidak memerlukan jasa orang lain dalam hal penjualan tapainya, beliau menjual sendiri. Sehingga beliau tidak perlu mengeluarkan biaya untuk upah.

Bapak Hamsani sangat jarang mendapati dagangan tapai nya yang habis semua, sisa dagangan dibawa pulang dan keesokan harinya Bapak Hamsani menjual tapai kembali namun diganti dengan yang baru agar tapai yang dijual tetap dengan rasa yang manis dan enak.

B. Analisis Data

1. Gambaran Usaha Tapai

Sesuai dengan data diatas maka diketahui bahwa usaha tapai di Desa Pematang Panjang merupakan salah satu cara sebagian masyarakat mencari rezeki untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, hal ini sesuai dengan perintah Allah Swt. agar berusaha dan bekerja, dalam Surah *at-Taubah/9:105*

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ

وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ١٠٥

“dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan

kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”

Pada ayat di atas mengisyaratkan kita harus berusaha dengan semaksimal mungkin dan hal tersebut akan diperhitungkan oleh Allah Swt.

Dari keseluruhan informan dari penelitian ini dapat diketahui bahwa pelaku usaha tapai ini telah menjalankan usaha ini dalam jangka waktu yang cukup lama, seperti informan I yang telah menjalankan usaha ini selama 21 tahun dan informan kedua yang telah menjalankan usaha ini selama 23 tahun sedangkan informan yang ketiga telah menjalankan usaha ini selama 17 tahun. Lamanya para pengusaha menjalankan usaha ini menunjukkan bahwa mereka merupakan orang-orang yang berpengalaman dan telah mempunyai keahlian yang dapat dipercaya oleh para konsumen.

Proses produksi dari tapai ini dimulai dengan melakukan pemilihan bahan baku. Para pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang hanya menggunakan bahan baku yang berkualitas sehingga hasil produksi tapainya pun juga berkualitas. Para pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang tidak menggunakan bahan yang kurang berkualitas karena hal tersebut akan menyebabkan tapai yang dihasilkan juga kurang bagus sehingga akan mengakibatkan para pelanggan kurang puas dan berpindah ke pengusaha tapai lain.

Selain memilih bahan baku, dalam proses produksi pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang juga memperhatikan waktu fermentasi dari tapai yang diproduksi yang memakan waktu 2 hari. Semua pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang memproduksi tapai setiap hari meskipun waktu fermentasi dari

tapai tersebut adalah 2 (dua) hari sehingga setiap hari selalu ada tapai yang siap untuk dipasarkan, tidak menunggu sampai 2 (dua) hari.

2. Strategi pemasaran

a. Strategi produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.⁴

Sebagai modal dasar berproduksi, Allah telah menyediakan bumi beserta isinya bagi manusia untuk diolah demi kemaslahatan bersama seluruh umat manusia.⁵ Hal ini terdapat dalam Q.S *al-Baqarah/2: 22*.

الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ
الَّتَمْرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ فَلَا تَجْعَلُوا لِلَّهِ أَنْدَادًا وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ٢٢

“Dialah yang menjadikan bumi sebagai hamparan bagimu dan langit sebagai atap, dan Dia menurunkan air (hujan) dari langit, lalu Dia menghasilkan dengan hujan itu segala buah-buahan sebagai rezeki untukmu; karena itu janganlah kamu mengadakan sekutu-sekutu bagi Allah, Padahal kamu mengetahui.”⁶

Ayat diatas jelas menerangkan bahwa jalan yang utama untuk memperoleh rezeki dari Allah dengan bekerja dan berusaha karena Allah telah melimpahkan rezekinya dimuka bumi ini. Manusia dianjurkan untuk bekerja bahkan berkewajiban bekerja untuk menafkahi keluarganya. Bagi seorang pengusaha

⁴Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), edisi 1, hlm. 172.

⁵Mustafa Edwin Nasution, et al, *Pengenalan Eksklusid Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 107.

⁶Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahnya* (Semarang: CV.Asy Syifa’, 1998),Hlm. 5.

memproduksi produk yang berkualitas adalah hal yang penting, dengan produk yang baik akan mendatangkan manfaat yang baik pula bagi usahanya.

Produk tapai yang dijual oleh para pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang merupakan tapai yang berkualitas karena para pengusaha sudah sangat terampil dalam membuat tapai tersebut dengan pengalaman membuat dan berjualan selama bertahun-tahun. Bahkan pada informan I, keahlian membuat tapai merupakan keahlian yang didapatkan dari orang tua beliau karena usaha ini adalah usaha turun temurun keluarga sehingga sudah sangat terpercaya kualitas dari tapai yang beliau produksi. Mempertahankan kualitas dari tapai memang hal utama yang harus dilakukan untuk mempertahankan produk dimata para penikmat tapai ini. Dengan mempertahankan kualitas ini seorang pelanggan berusaha untuk tidak mengecewakan pelanggannya.

Para pengusaha juga melakukan beberapa strategi produk guna menjaga pelanggan setianya selain dengan cara mempertahankan kualitas tapai salah satunya dengan cara menjual tapai yang mereka produksi dengan cara dimasukkan kedalam kemasan. Kemasan yang digunakan para pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang terbagi menjadi dua jenis yaitu kemasan besar yang berisi 10 biji tapai dan kemasan dengan ukuran lebih kecil yang berisi 5 biji tapai. Strategi ini dilakukan oleh informan I dan II selain mereka juga menjual tapai dengan cara perbiji sebagaimana yang dilakukan oleh informan III meskipun terkadang beliau juga menjual tapai yang dikemas dalam plastik dengan memberi harga tertentu tergantung ukuran kemasan plastik tersebut.

Strategi pemasaram dari segi produk selanjutnya yang dilakukan oleh para

pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang dalam memasarkan tapai mereka yaitu dengan cara memberi label didalam kemasan tapai yang mereka jual. Label tersebut berisi nama dan nomor *handphone* pembuat. Strategi seperti ini hanya dilakukan oleh informan I dan II, sedangkan untuk informan III belum melakukan strategi seperti ini.

Strategi produk dengan cara membuat kemasan dan dengan cara memberi label merupakan strategi yang sesuai dengan teori yang di angkat oleh peneliti. Meskipun strategi yang lain seperti membuat logo dan merek yang mudah diingat belum dilakukan oleh para pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang karena mengingat usaha ini masih dalam lingkup yang kecil.

b. Strategi Harga

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk yang ditawarkan.⁷ Harga mempunyai pengaruh langsung terhadap permintaan. Hal ini disebabkan karena pada dasarnya harga merupakan sesuatu yang ditawarkan pengusaha kepada konsumen atau pembeli.

Strategi pemasaran dalam hal penentuan harga yang dimiliki oleh Rasulullah berbeda dengan pedagang lain. Sebagai contoh, dalam menentukan harga yang harus diperhatikan adalah penentuan pesaing sebagai batas atas dan biaya (*cost*) sebagai batas bawah. Harga yang ditetapkan tidak boleh lebih tinggi dari harga yang ditawarkan oleh pesaing atau lebih rendah dari biaya yang dikeluarkan⁸.

Penentuan harga jual dari tapai yang diproduksi oleh para pengusaha tapai

⁷Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran Principles of Marketing*, hlm. 48

yang ada di Desa Pematang Panjang sangat terjangkau dan tidak jauh berbeda bahkan sama dengan harga jual tapai di tempat-tempat lain namun tentu saja tidak melupakan beberapa pertimbangan dalam menentukan harga suatu produk yaitu biaya bahan baku, dan biaya yang lainnya. Penentuan harga yang dilakukan oleh para pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang sesuai dengan teori penentuan harga suatu produk.

Penentuan harga jual tapai yang disesuaikan dengan kemampuan daya beli masyarakat dan harga yang berkembang dipasaran serta mempertimbangkan biaya-biaya dalam memproduksi produk tersebut dengan memperhatikan kerelaan penjualnya sesuai dengan firman Allah Swt. Q.S. *an-Nisā'*/4:29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۲۹

“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.”⁹

Serta dalam hadis Rasulullah Saw.:

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدَّمَشَقِيُّ. حَدَّثَنَا مَرْوَانُ بْنُ مُحَمَّدٍ. حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحِ الْمَدَنِيِّ. عَنْ أَبِيهِ قَالَ: سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيَّ يَقُولُ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ.¹⁰

Hadis yang diriwayatkan oleh Ibnu Majāh nomor. 2185 dapat diartikan:

telah menceritakan kepada kami Abbās bin Waḥid ad-Dimasqī, telah menceritakan

⁸Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad* (Bandung: Madani A Prima, 2007), hlm. 51

⁹Departemen Agama RI, *op. cit.*, hlm. 65.

¹⁰Abī Abdullah Muḥammad bin Yazīd al-Qazwīnī, *Sunan Ibnu Mājah*, juz 1 (Beirut Libanon: Dar Al-Fikri, 1995), hlm. 687.

kepada kami Marwān bin Muhammad, telah menceritakan kepada kami Abdul ‘Azīz bin Muhammad dari Dāud bin Ṣōleh al-Madanī, dari ayahnya telah berkata: saya telah mendengar Abbās Sa’īd al-Khudrī berkata: Rasulullah Saw. bersabda: Sesungguhnya jual beli dilakukan atas dasar suka sama suka.

c. Strategi promosi

Promosi adalah aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengkomunikasikan, mengenalkan, dan mempopulerkan produk dan bisnisnya kepada pasar sasarannya.¹¹ Kegiatan dan rencana mengkomunikasikan produk terdiri dari kegiatan penjualan perorangan (*personal selling*), iklan (*advertising*), promosi penjualan (*selling promotion*), publikasi (*publication*), *sponsorship*, dan komunikasi diperoleh ketika konsumen akan membeli. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.¹²

Para pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang melakukan promosi yang sesuai dengan teori tentang strategi promosi. Strategi promosi yang mereka lakukan antara lain memasarkan melalui media sosial, yaitu melalui *BlackBerry Messenger* sehingga jangkauan pemasarannya menjadi lebih luas seperti yang dilakukan oleh informan I. Selain itu, mereka juga menerima pesanan dari dalam maupun luar kota yang dilakukan oleh informan I dan II, meskipun untuk saat ini mereka masih sangat mengandalkan pemasaran dari informasi mulut ke mulut.

Islam menganjurkan agar dalam melakukan promosi, nilai kebenaran dan

¹¹Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2011), hlm. 393.

¹²Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: CV. Alfabeta, 2010), hlm. 16.

kejujuran harus dijunjung tinggi untuk mewujudkan suatu tujuan luhur dalam berbisnis sebagaimana dalam hadis berikut.

Muslim nomor 1532:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى. حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ عَنْ شُعْبَةَ. ح وَحَدَّثَنَا عَمْرُو بْنُ عَلِيٍّ. حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ وَعَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ مَهْدِيٍّ. قَالَا: حَدَّثَنَا شُعْبَةُ عَنْ قَتَادَةَ, عَنْ أَبِي الْخَلِيلِ, عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ الْحَارِثِ, عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ, عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ. قَالَ: **الْبَيْعَانِ بِلُخْيَارِ مَا لَمْ يَتَّفَقَا. فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا. وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا.**¹³

“Muhammad bin Al Mutsanna menceritakan kepada kami, Yahya bin Sa’id menceritakan kepada kami Syu’bah (Rangkaian *sanad* dari jalur lain menyebutkan) Amr bin Ali juga menceritakan kepada kami, Yahya bin Sa’id dan Abdurrahman bin Mahdi menceritakan kepada kami dari Qatadah, dari Abu al Khalil, dari Abdullah bin Al Harits, dari Hakim bin Hizam, dari Nabi SAW, beliau bersabda, “penjual dan pembeli berhak khiyar selagi mereka belum berpisah. Apabila keduanya jujur dan menerangkan (barang yang diperjual-belikan), maka keduanya akan diberkahi dalam jual-belinya. Tapi jika keduanya bohong dan merahasiakan (apa yang harus diterangkan tentang barang yang diperjual-belikan), maka keberkahan jual-belinya akan dihapuskan.”¹⁴ (H.R. Muslim no. 1532)

Dari hadis tersebut dapat dipahami bahwa dalam mempromosikan produk, seorang muslim tidak boleh berbohong. Kaitannya dengan promosi yang dilakukan oleh para pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang adalah mereka memang melakukan promosi seperti melalui media sosial namun dalam promosi tersebut mereka tidak memberikan informasi yang berlebihan tentang produk tapai yang mereka jual, mereka melakukan promosi sesuai dengan realita yang ada.

d. Strategi tempat/distribusi

Tempat dalam produk merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan

¹³Al Imām Abī al- Husaini Muslim bin al-Hajjājil Qusyairī, *Ṣaḥīḥ Muslim*, juz 2 (Beirut Libanon: Darul Fikri, 1993), hlm. 11.

¹⁴Imam An- Nawawi; penerjemah Ahmad Khatib, *Syarah Shahih Muslim (10)* (Jakarta: pustaka Azzam, 2011) hlm. 523

atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Dalam hal ini para pengusaha tapai di Desa Pematang lebih memilih menitipkan tapai yang mereka produksi ke warung-warung sehingga pada saat para konsumen berbelanja di warung tersebut mereka bisa sekaligus membeli tapai yang ada di sana. Strategi seperti ini merupakan strategi yang tepat karena menurut informan I semua tapai yang dititipkan di warung-warung selalu habis di beli oleh konsumen dan untuk permintaan ke luar kota seperti Banjarbaru, Landasan Ulin, dan sekitarnya mereka mempekerjakan seorang pekerja yang bertugas untuk mengantarkan tapai-tapai yang mereka produksi sampai ke tangan para pembeli. Strategi seperti ini dilakukan oleh informan I dan II. Sedang untuk permintaan dari daerah Samarinda pendistribusian tapai-tapainya dikirimkan melalui jasa pengiriman dengan ongkos ditanggung oleh pembeli. Hal ini hanya dilakukan oleh informan I karena jangkauan pemasarannya lebih luas.

Dalam hal distribusi Rasulullah menekankan masalah menjaga *jani* dan menyerahkan barang-barang yang dipesan tepat waktu. Beliau pun senantiasa menunjukkan tanggung jawab dan integritas yang tinggi dalam berbisnis.¹⁵

Sedangkan informan III lebih memilih untuk menjajakan sendiri tapai yang diproduksinya ke berbagai tempat.

3. konsep pemasaran syariah

Berbicara tentang marketing yang jujur, maka di dunia ini hanya ada satu manusia yang paling jujur dan paling dipercaya (*al-Amin*) yaitu Nabi Muhammad

¹⁵Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*, (Jakarta: Great Publisher, 2010), hlm. 39

Saw. Beliau bukan hanya seorang nabi tetapi beliau juga seorang pengusaha yang sukses. Apa yang telah beliau laksanakan dalam berdagang sangatlah menarik untuk diperhatikan terlepas dari kapasitasnya sebagai seorang utusan Allah Swt., tetapi sebagai seorang pedagang.

Empat konsep yang diajarkan Rasulullah dalam melakukan bisnisnya adalah:¹⁶

- a. *Shiddiq*, yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Para pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang sedang menegakkan kejujuran, ini dapat dilihat dari perilaku informan III yang tidak mau menjual kembali tapai-tapai yang tidak terjual pada hari kemarin meskipun sebenarnya para konsumen sebelum membelinya tidak dapat mengetahui seandainya yang beliau jual adalah tapai sisa kemarin.
- b. Mencintai konsumen, dalam berdagang Rasulullah sangat mencintai konsumen seperti dirinya sendiri. Itu sebabnya dia melayani pelanggan dengan sepenuh hati. Bahkan dia tak rela pelanggan tertipu saat membeli. Mencintai konsumen diterapkan oleh para pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang dengan cara mereka tidak mau menipu pembeli seperti dengan cara menjual tapai sisa kemarin serta melayani pembeli dengan ramah.
- c. Amanah/ tepat janji. Dalam dunia pemasaran, Rasulullah selalu memberikan value produknya seperti yang dilakukan atau dijanjikan, dan untuk itu butuh

¹⁶Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), hlm. 54-56

upaya yang tidak kecil. Sesuai dengan firman Allah yang berbunyi: *Q.S. al-Anfāl* (8):24

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اسْتَجِيبُوا لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيكُمْ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَحُولُ
بَيْنَ الْمَرْءِ وَقَلْبِهِ وَأَنَّهُ إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ ۚ ٢٤

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah seruan Allah dan seruan Rasul apabila Rasul menyeru kamu kepada suatu yang memberi kehidupan kepada kamu[605], ketahuilah bahwa Sesungguhnya Allah membatasi antara manusia dan hatinya[606] dan Sesungguhnya kepada-Nyalah kamu akan dikumpulkan.”

d. Segmentasi pasar Nabi Muhammad sebagai pedagang dapat menjual barang dagangannya dengan baik dan mampu meraih keuntungan yang lebih banyak dibandingkan pedagang yang lainnya. Hal ini karena Nabi Muhammad dapat melihat segmen pasar secara kreatif dari berbagai sudut pandang dibandingkan para pengusaha yang lain pada saat itu. Hal yang sama juga dilakukan oleh Informan I yang melihat segmen pasar yang lebih dari semakin canggihnya media sosial. Informan I mampu menggunakan media sosial dengan baik untuk memasarkan tapai yang diproduksinya sehingga jangkauan segmen pasar usahanya menjadi lebih luas di bandingkan dengan yang lain dan tentunya akan membuat keuntungan yang didapatnya juga menjadi lebih besar dibandingkan dengan para pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang yang lain.

Dengan keempat prinsip diatas, maka akan melahirkan loyalitas pelanggan dan tentunya akan menambah penghasilan.

Etika bisnis memegang peranan penting dalam membentuk pola dan

sistem transaksi bisnis yang dijalankan seseorang. Pada dasarnya, etika dalam berbisnis secara keseluruhan mempunyai dua poin utama, yaitu tidak menipu dan tidak melanggar nilai-nilai kesopanan dalam masyarakat.¹⁷

Seorang pembisnis/pedagang pasti menginginkan usahanya selalu berkembang dari waktu ke waktu dan hal itu tidak mudah untuk dapat mewujudkan. Hal tersebut dapat terwujud dengan cara menerapkan aturan bisnis dalam islam, seperti jujur, amanah (tanggung jawab), toleransi, adil dan lain sebagainya.

Dengan melihat uraian dan penjelasan diatas, penulis menganggap sebagian para pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang sudah menerapkan nilai-nilai pemasaran syariah meskipun pengusaha tapai hanya berlatar belakang pendidikan hingga SMP saja namun dalam penerapannya mereka memahami bagaimana pemasaran secara syariah yang teorinya tidak mereka dapatkan dibangku sekolah, dalam hal ini dapat dilihat dengan para pengusaha telah berlaku jujur dalam menjual tapai yang mereka produksi, serta memberikan informasi tapai sesuai dengan apa yang ada saat memasarkannya. Selain berlaku jujur, pengusaha tapai juga menjaga kualitas bahan baku meskipun mereka menghadapi kendala seperti sulitnya mencari bahan baku yang berkualitas namun tetap berusaha menjaga kualitas tanpa ada unsur penipuan didalamnya seperti mencampurkan bahan baku berkualitas dengan yang kualitas buruk. Menurut penulis, hal tersebut sangat berpengaruh untuk membuat pelanggan tetap setia untuk membeli tapai kepada para pengusaha tapai.

¹⁷Oci Yunita Marhari, *Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad*, (Jakarta: Al Maghfirah, 2012), hlm. 30

Dalam hal periklanan tidak ada dilakukan oleh para pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang. Sebagaimana mereka hanya memasarkan tapai hasil produksi mereka dengan media *online* dan sangat mengandalkan pemasaran melalui mulut ke mulut. Sehingga para pengusaha tapai di Desa Pematang Panjang yang melakukan pemasaran melalui media apapun berkewajiban untuk memenuhi janji-janji seperti yang diberikan kepada konsumen.

Dalam strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Informan I, II, dan III hal yang sangat dominan dalam pemasaran tapai adalah strategi promosi dan tempat. Strategi promosi seperti pemasaran melalui media *online* membantu dalam hal perluasan pemasarannya seperti yang dilakukan informan I dan II yang telah merambah keluar dari daerah asal produksi tapai tersebut dan strategi tempat juga mempengaruhi, informan I dan II lebih memilih untuk menitipkan ke warung atau rumah makan yang ramai pengunjung dengan meletakkan di meja kasir agar konsumen yang membayar bisa langsung menarik perhatian konsumen untuk membeli tapai yang diletakkan disana, sedangkan informan III tidak melakukan hal tersebut namun memilih untuk menjajakan sendiri padahal hal tersebut sedikit menghambat pemasaran tapai karena konsumen tidak melihat langsung kondisi tapainya ketika dijajakan.