

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Profil Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi

Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang penjualan makanan dan minuman, terutama dikenal karena penjualannya yang khas dan terkenal dengan durian. Durian merupakan buah yang sangat populer di Indonesia dan dikenal dengan aroma yang kuat dan rasa yang khas. Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi menjadi salah satu tempat favorit bagi pecinta durian untuk menikmati berbagai olahan durian dan minuman yang menyegarkan.

Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi ini berdiri pada tahun 2020 sampai sekarang 2024. Di saung durian ini banyak memiliki destinasi durian yang menawarkan pengalaman unik dalam menikmati buah durian berkualitas tinggi. Terletak di lokasi yang strategis dekat jalan raya Desa Sindangsari Kecamatan Pabuaran Kabupaten Serang, Banten dan tidak jauh dengan Kampus Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Sindangsari. Dengan komitmen untuk menyajikan durian segar terbaik kepada para pecinta durian.

Dengan suasana saung tradisional yang hangat dan ramah, pelanggan dapat menikmati berbagai jenis durian pilihan yang dipetik langsung dari kebun durian terbaik. Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi buka pada hari senin, selasa, rabu kamis, sabtu dan minggu pukul

09.00 WIB sampai pukul 23.00 WIB. Sedangkan di hari jum'at Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi buka mulai dari pukul 14.00 WIB sampai pukul 23.00 WIB. Dengan memprioritaskan kualitas durian dan memberikan pengalaman makan durian yang autentik dan memuaskan konsumen. Adapun jenis-jenis durian yang dijual yaitu durian Musang King, Durian Simentega, Durian Siesih, Durian Siiceu dan Durian Sidenok. Mulai dari harga Rp 50.000 - 150.000. Selain menawarkan durian segar, Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi juga menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman mulai dari harga Rp. 10.000 seperti sop durian, sop duren spesial, nasi goreng, pecel lele, pecel ayam, jus buah, es kopi durian, es kelapa muda original, es durian cendol dawet spesial, sop durian alpukat, es jeruk nipis, es jeruk peras, es buah spesial, mix sop duren spesial, dengan menekankan nilai-nilai kejujuran, integritas, dan pelayanan yang berkualitas tinggi.

4.2 Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen yang Digunakan Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi

Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada pemilik, karyawan dan konsumen saung durian jatohan abah haji hanafi bahwa mereka tidak memiliki strategi pemasaran khusus yang mereka gunakan. Mereka mengaku bahwa kegiatan pemasaran yang dijalankan oleh mereka adalah ide-ide yang timbul dari pemikiran mereka, tanpa terlebih dahulu melakukan sebuah pelatihan khusus. Mereka hanya berencana dan menjalankan strategi pemasaran sesuai dengan situasi dan kondisi

kebutuhan. Bahkan mereka tidak paham betul tentang teori strategi pemasaran.

Kenyataannya peneliti melihat bahwa apa yang mereka lakukan itu sudah termasuk kegiatan strategi pemasaran yang sesuai teori, hanya saja mereka tidak menyadari bahwa mereka sudah menjalankan strategi pemasaran pada kegiatan usaha mereka. Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi (Marissa, 2022). Berdasarkan pengertian tersebut, strategi pemasaran merupakan sebuah rencana terarah perusahaan untuk menjalankan kegiatan pemasaran guna mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan secara optimal.

Berdasarkan observasi peneliti, Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi secara tidak langsung sudah menerapkan bauran pemasaran *marketing mix* 4p yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan tempat (*place*). Adapun strategi pemasaran yang digunakan oleh Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi adalah sebagai berikut :

a. Produk (*Product*)

Produk dalam syariah adalah produk yang harus sesuai dengan prinsip syariah Islam yaitu haruslah halal dan tidak mengandung hal-hal yang dilarang dalam Al-Qur'an dan Hadits agar terhindar dari kecurangan pelaku usaha menjaga kualitas atau mutu dari

produknya. Menurut Bapak Azizi selaku *Owner* Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi mengatakan :

“Sebagai seorang muslim, saya percaya bahwa bisnis harus dilakukan dengan penuh integritas, kejujuran, dan keadilan sesuai dengan ajaran Islam. Produk dari Durian Jatohan Abah Haji Hanafi yang telah dikenal luas dan dihargai oleh masyarakat karena kualitasnya yang unggul. Maka dari itu, penting bagi kami untuk memastikan bahwa setiap transaksi dan interaksi dengan pelanggan dilakukan dengan penuh kejujuran, transparansi, dan saling menguntungkan. Kami berkomitmen untuk menjaga standar etika yang tinggi dalam setiap aspek bisnis kami, termasuk dalam produksi, pemasaran, dan layanan pelanggan. Strategi produk saung durian jatohan abah haji hanafi juga kami membuat inovasi produk baru, yaitu kami mengeluarkan menu makanan dan minuman terbaru yaitu untuk menu makanan kami buat nasi goreng, pecel lele, pecel ayam dan untuk minuman kami buat mix sop durian spesial.” (Pak Azizi, *Owner* Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Selasa 28 Mei 2024).

Sedangkan Menurut Bapak Dayat selaku manajer saung durian jatohan mengatakan :

“Strategi produk di saung durian jatohan abah haji hanafi ini selain mengeluarkan produk baru, kami juga meningkatkan mutu produk atau kualitas produk, terutama untuk bahan baku masakan memilih bahan yang berkualitas, agar masakan di saung durian jatohan selalu enak dan memiliki cita rasa yang khas, dengan meningkatkan mutu produk, supaya menu-menu makanan ini selalu digemari dan disukai konsumen.” (Bapak Dayat, Manajer Saung Durian Jatohan Abah Haji hanafi, Hasil Wawancara pada hari Jum’at 7 Juni 2024).

Berkenaan dengan hal tersebut, mereka fokus pada produk durian yang halal dan sesuai dengan prinsip syariah. Durian yang dijual berasal dari sumber yang jelas dan tidak melibatkan praktik yang bertentangan dengan nilai-nilai agama Islam. Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi juga fokus pada menyediakan durian berkualitas tinggi dan segar kepada pelanggan. Mereka menawarkan berbagai jenis durian yang menarik dan berkualitas unggul untuk memenuhi beragam selera konsumen. Selain itu, mereka juga menawarkan berbagai jenis menu makanan dan minuman terbaik untuk memberikan pengalaman kuliner yang memuaskan bagi pelanggan.

Makanan halal adalah makanan yang sesuai diajarkan dalam syariat Islam yaitu *halalan thayyiban* (halal dan baik) setiap makanan halal pasti akan baik namun sebaliknya makanan yang baik belum tentu halal, maka dari itu agar umat Islam terhindar dari makanan yang haram, maka seharusnya umat Islam selalu menghadirkan makanan yang halal. Allah Swt. memerintahkan manusia untuk makan makanan yang halal dan thayib (الالح) dalam surat al-Baqarah ayat 168. Kata “*halalan*” berarti halal atau *البي يط* membolehkan sesuatu.

Menurut tafsir Ath-Thabari, maksud penyebutan kata “*halalan*” dalam ayat ini adalah menjelaskan kesalahan orang musyrik Mekah yang telah mengharamkan berbagai kenikmatan yang sebenarnya tidak diharamkan Allah. Ayat ini membatalkan keharaman beberapa makanan tertentu yang mereka haramkan sendiri atas diri mereka, dan menghalalkan makanan-makanan yang tidak baik yang diharamkan oleh Allah. Menurut Tafsir Kemenag, bahwa frasa *halalan thayyiban* artinya makanan yang dihalalkan Allah adalah makanan yang berguna bagi tubuh, tidak merusak, tidak menjijikkan, enak, tidak kadaluarsa, dan tidak bertentangan dengan perintah Allah, karena tidak diharamkan, sehingga kata “*thayyiban*” menjadi “*illah*” atau alasan dihalalkan sesuatu dari makanan. Segala sesuatu yang dihalalkan Allah Swt. adalah

bermanfaat bagi manusia itu sendiri, baik bagi fisik maupun mental (Auliya Izzah Hasanah *et al.*, 2021).

Dalam Tafsir al-Misbah dijelaskan bahwa seruan kehalalan makanan ditujukan kepada seluruh manusia, apakah beriman kepada Allah Swt. atau tidak. Namun demikian, tidak semua makanan dan minuman yang halal otomatis *thayyib*, dan tidak semua yang *thayyib* adalah halal sesuai dengan kondisi masing-masing. Ada yang halal dan baik untuk seseorang yang memiliki kondisi kesehatan tertentu, dan ada juga yang kurang baik untuknya, walaupun baik untuk yang lain. Ada makanan yang baik tetapi tidak bergizi, dan ketika itu menjadi kurang baik. Karena itu, makanan yang sangat dianjurkan adalah makanan yang halal dan *thayyib* (Auliya Izzah Hasanah *et al.*, 2021).

b. Harga (*Price*)

Pemasaran syariah mengatur penetapan harga uang sesuai dengan perspektif islam. Aturan penetapan harga tersebut yaitu seorang penjual dilarang menjual pada harga yang lebih tinggi daripada biaya input dan margin keuntungan. Bapak Azizi selaku *Owner* dari Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi mengatakan bahwa :

“Pada dasarnya, dalam islam, harga suatu barang seharusnya mencerminkan nilai sebenarnya tanpa adanya penipuan atau manipulasi. Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, menetapkan harga yang adil dan tidak merugikan pihak lain. Oleh karena itu,

ketika kami menetapkan harga durian, penting untuk kami mempertimbangkan nilai sebenarnya dari produk tersebut serta memastikan bahwa harga yang ditawarkan tidak melanggar prinsip-prinsip etika bisnis dalam islam.” (Pak Azizi, Owner Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Selasa 28 Mei 2024).

Berkenaan dengan hal tersebut, harga produk di Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi adil dan tidak merugikan konsumen. Harga yang ditetapkan transparan dan tidak melibatkan riba atau praktik keuangan yang dilarang dalam Islam. Selain itu, Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi juga menetapkan harga yang kompetitif namun tetap menguntungkan. Mereka memperhitungkan nilai dari durian yang mereka tawarkan, kualitasnya, serta harga pasar untuk memastikan harga yang adil bagi pelanggan. Strategi penetapan harga yang bijaksana membantu menjaga kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas.

Ibnu Taimiyah dalam (Fatimah *et al.*, 2023) memberikan perhatian tentang hak dan keuntungan penjual. Beliau mengatakan bahwa penjual berhak memperoleh keuntungan yang dapat diterima secara umum tanpa merusak kepentingannya dan kepentingan pelanggannya. Karena keuntungan merupakan bagian dari harga. Dari harga yang ditetapkan akan memperoleh keuntungan. Keuntungan yang adil adalah keuntungan normal yang diterima

secara umum dan diperoleh dari berbagai macam model perdagangan tanpa saling merugikan.

Konsep harga yang setara menurut Ibnu Taimiyah harus mempertimbangkan nilai subjektif dari pembeli dan nilai objektif dari penjual. Ibnu Taimiyah dalam menetapkan harga yang setara menganjurkan adanya pertimbangan apabila barang tersebut tidak ada disuatu tempat. Nilai subjektif penjual artinya bagaimana harga yang ditetapkan oleh penjual dipengaruhi oleh faktor-faktor internal untuk menetapkan harga. Menurut Ibnu Taimiyah penjual berhak memperoleh keuntungan secara umum (*al-ribh al-ma'ruf*) tanpa merusak kepentingannya dan kepentingan pelanggannya. Keuntungan yang setara artinya keuntungan yang normal yang diperoleh dari berbagai macam model perdagangan tanpa saling merugikan. Ibnu Taimiyah tidak memperbolehkan keuntungan yang tidak biasa, yang bersifat mementingkan kepentingan pribadi dan mendayagunakan pihak yang lain, dimana masyarakat tidak memperhatikan kondisi pasar yang ada. Ia juga berpendapat bahwa seseorang yang memperdagangkan barang untuk memperoleh keuntungan tidak boleh menarik biaya dari orang yang membutuhkan untuk meraih keuntungan yang lebih tinggi dari yang biasanya dan tidak meningkatkan harganya bagi orang yang sangat membutuhkan.

c. Promosi (*Promotion*)

Promosi bertujuan sebagai media yang dimanfaatkan suatu perusahaan atau sosial demi memudahkan informasi dan memberi tahu pelanggan secara langsung atau tidak langsung mengenai produk yang ditawarkan. Jika prinsip kebenaran dan kejujuran diterapkan pada promosi maka akan menjadi positif dimata konsumen. Segala sesuatu dalam cacatan pada promosi harus menganut syariat Islam dengan memuat hal yang baik.

Dalam Al-Qur'an tidak ada larangan mempromosikan produk, baik barang atau jasa dengan sistem periklanan. Bahkan periklanan pun dapat digunakan untuk mempromosikan kebenaran bagaimana seharusnya usaha bisnis dalam Islam. Namun, periklanan yang berisi tentang pernyataan-pernyataan yang berlebihan termasuk ke dalam bentuk penipuan. Menurut *Owner* Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi bahwa :

“Dalam mengembangkan strategi promosi Durian Jatohan, kami selalu memastikan bahwa setiap langkah yang diambil tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip bisnis Islam. Kami berkomitmen untuk menjaga transparansi, kejujuran, dan integritas dalam setiap promosi yang kami lakukan. Selain itu, kami juga memperhatikan nilai-nilai keadilan, kesetaraan, dan keberkahan dalam setiap langkah promosi kami. Dengan demikian, kami yakin bahwa strategi promosi Durian Jatohan Abah Haji Hanafi tidak

hanya efektif secara bisnis, tetapi juga sesuai dengan etika bisnis Islam yang kami anut. Adapun strategi promosi saung durian jatohan ini, pertama kita ada strategi dari mulut ke mulut, lewat media sosial seperti whatsapp, promosi di setiap grup komunitas yang ada di whatsapp, instagram, pemasangan banner atau spanduk di pinggir jalan, selain itu ada juga promosi penjualan personal yang kami lakukan yaitu kami harus bersikap ramah ke konsumen, kami juga melakukan pelayanan yang baik untuk konsumen dan juga mengenalkan menu-menu yang ada di saung durian jatohan abah haji hanafi kepada konsumen, gunanya agar konsumen itu tidak beralih ke saung durian atau usaha bisnis lain, makanya kami selalu melakukan pelayanan yang memuaskan untuk konsumen.” (Pak Azizi, Owner Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Selasa 28 Mei 2024).

Dalam hal promosi, Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi menggunakan metode yang sesuai dengan prinsip syariah. Promosi dilakukan dengan cara yang tidak menyesatkan dan tidak melanggar nilai-nilai agama. Mereka melakukan promosi melalui berbagai saluran seperti media sosial whatsapp, facebook, instagram, pemasangan spanduk, dan program diskon. Strategi promosi yang kreatif dan efektif membantu memperkenalkan Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi kepada lebih banyak orang dan meningkatkan penjualan.

Menurut Madjid Fakhri dalam karangan Filiana promosi dalam Islam hendaknya : tidak mengobrol sumpah, dalam beriklan maupun promosi dilarang dengan mudahnya mengucapkan sumpah atau janji yang sekiranya tidak dapat ditepati. Bersumpah dengan berlebihan dalam promosi syariah dilarang tanpa sesuai kondisi sesungguhnya dapat merusak nilai Islam. Yang kedua jujur, Islam melarang keras tindakan memalsu atau menipu karena dapat menyebabkan kerugian dan timbulnya kezaliman hingga permusuhan. Seorang pedagang memiliki kemuliaan dan kedudukan tinggi disisi Allah Swt, maka kejujuran adalah kunci untuk seorang pedagang. Yang ketiga menjaga untuk selalu memenuhi akad serta kesepakatan antara penjual dan pembeli dan menghindari promosi palsu yang ditujukan untuk menarik perhatian pembeli. Model promosi seperti itu melanggar akhlaqul karimah, Islam telah mengatur tata cara hidup manusia secara menyeluruh tak terkecuali dalam pemasaran.

d. Tempat (*Place*)

Dalam penentuan tempat atau sarana distribusi, sebaiknya perusahaan Islami harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market, sehingga mendapat kemaslahatan.

Bapak Azizi selaku *Owner* mengatakan :

“Strategi tempat, kami memilih lokasi yang strategis agar mudah di temukan konsumen dan juga berdekatan dengan kampus untirta karena sebagian besar pelanggan kami dari para mahasiswa untirta, dengan begitu pelanggan di saung durian jatohan abah haji hanafi ini bisa meningkat dan kami juga menyediakan jasa delivery driver untuk konsumen yang memesan secara online, agar konsumen yang malas keluar rumah, keluar kostan dan kontrakan tetap bisa membeli dan mendapatkan pelayanan dari saung durian jatohan abah haji hanafi ini.” (Pak Azizi, *Owner* Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Selasa 28 Mei 2024).

Bapak Dayat selaku *Manajer* Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi mengatakan :

“Sebagai wakil dari bisnis ini, kami memahami pentingnya menjalankan bisnis dengan memperhatikan etika islam. Strategi tempat lokasi Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi kami didasarkan pada prinsip-prinsip bisnis yang sesuai dengan ajaran islam. Kami berkomitmen untuk menyediakan lingkungan yang bersih, nyaman, dan ramah bagi para pelanggan. Kami juga menjaga kejujuran dan transparansi dalam setiap interaksi dengan pelanggan dan mitra bisnis kami.” (Bapak Dayat, *Manajer* Saung

Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Jum'at 7 Juni 2024).

Sedangkan menurut Bapak Kosasih mengatakan :

“Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi memiliki beberapa keunggulan seperti kualitas durian yang unggul, terkenal dengan durian berkualitas tinggi. Durian yang disajikan di sini sering kali sangat manis, lezat, dan memiliki tekstur yang sempurna. Disini kami ini menawarkan berbagai varietas durian, sehingga pengunjung dapat mencoba berbagai jenis durian yang berbeda dalam satu tempat. Selain itu kami juga memiliki garansi produk yang dimana ketika pelanggan merasa tidak puas dengan buah durian yang kami sajikan atau buah duriannya jelek, kami akan membrikan garansi tersebut untuk mencoba durian yang lain.” (Pak Kosasih, Karyawan Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Jum'at 7 Juni 2024).

Berkenaan dengan hal tersebut, Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi memperhatikan tempat atau lokasi penjualan yang sesuai dengan prinsip syariah. Tempat penjualan harus bersih, dan tidak melanggar aturan agama. Selain itu, aksesibilitas tempat penjualan juga menjadi pertimbangan agar konsumen dapat dengan mudah mengakses produk durian yang ditawarkan. Strategi tempat Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi difokuskan pada penempatan yang strategis. Mereka memastikan durian mudah

diakses oleh pelanggan potensial dengan menempatkan saung durian mereka di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, yaitu di Jalan Raya Palka, Sindangsari, Kecamatan Pabuaran Kabupaten Serang, dan tidak jauh dengan Kampus Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Sindangsari. Selain itu jalan yang dilalui tersebut merupakan jalur yang digunakan dalam jalur wisata ke Pantai Anyer dan Pantai Carita. Hal ini membantu meningkatkan keterjangkauan produk dan memperluas jangkauan pasar mereka kepada para wisatawan.

Yusuf Qardhawi dalam Fadilah (2020) mengemukakan, bahwa produksi adalah mendaya gunakan benda, bukan menciptakan benda. Maksudnya manusia hanya sekedar mengubah materi menjadi berguna, bukan menciptakan materi. Semua pekerjaan yang disebut produksi adalah mengambil bahan dari ciptaan Allah Swt. Sedangkan menurut M. Abdul Mannan, produksi berarti diciptakannya manfaat, produksi tidak berarti menciptakan secara fisik sesuatu yang tidak ada, karena tidak seorang pun dapat menciptakan benda. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa dalam Islam produksi bukan berarti menciptakan, akan tetapi mendayagunakan, dengan mengambil atau memanfaatkan sumber alam yang ada. Dalam memproduksi, manusia tidak sampai pada merubah substansi benda. Yang bisa dilakukan manusia berkisar pada mengambil dari tempat yang asli dengan mengeluarkan atau mengeksploitasi, memindahkan dari tempat yang tidak

membutuhkan ke tempat yang membutuhkan, atau menjaganya dengan cara menyimpan agar bisa dimanfaatkan di masa yang akan datang, atau mengolahnya dengan memasukkan bahan-bahan tertentu, atau mengubah dari satu bentuk menjadi bentuk yang lain.

4.3 Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Beli Konsumen yang Digunakan Saung Durian

Abah Haji Hanafi

Setiap usaha yang dijalankan pelaku bisnis pada umumnya memiliki aturan-aturan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Begitupun berbisnis dalam Islam juga memiliki etika yang bertujuan untuk menciptakan sebuah kesejahteraan masyarakat. Menurut Aziz dalam (Astuti Puji, 2018) Etika Bisnis Islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.

Berdasarkan pengertian di atas maka, etika bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas dan perilaku yang dilakukan seseorang atau organisasi pelaku usaha dalam melakukan kegiatan bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam, yaitu Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah Saw.

Saung Durian Jatohan Abah Haji telah menjalankan tahapan-tahapan dalam mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran dengan baik dan sesuai dengan etika bisnis Islam. Mulai dari mengidentifikasi dan mengevaluasi kesempatan ; menganalisis segmen pasar dan memilih target pasar ; merencanakan dan menerapkan bauran

pemasaran yang akan memberi nilai bagi pelanggan dan sesuai dengan tujuan dari organisasi yang meliputi variabel *product*, *price*, *promotion* dan *place*.

Berikut adalah pemaparan peneliti mengenai tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen yang digunakan oleh Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi :

1. Prinsip Ketaqwaan

Seorang muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah, bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dengan aktifitas mereka. Menurut para karyawan saung durian abah haji hanafi, mereka semua percaya dan selalu mengingat segala bentuk perintah dan larangan-larangan Allah Swt. Wawancara dengan Bapak Azizi selaku *Owner* Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, beliau mengatakan bahwa :

“Apa yang kami produksi dan kami jual haruslah produk yang tidak mengandung kemudharatan atau mencelakakan konsumen, jadi kami benar-benar menjaga kebersihan dan kehalalan produk.” (Pak Azizi, *Owner* Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Selasa 28 Mei 2024).

Wawancara dengan Bapak Kosasih selaku karyawan Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, menurut beliau :

“Usaha yang kami jalankan ini semata-mata hanya berniat mencari rizki yang halal dan diridhoi oleh Allah Swt. tentunya dengan cara yang baik dan juga tidak dilarang oleh agama. Ketika ada konsumen ramai dan waktu menunjukkan waktu untuk sholat, kami memakai sistem pergantian untuk melayani konsumen dan berjaga di saung durian. Jadi beberapa karyawan dipersilahkan sholat terlebih dahulu.” (Pak Kosasih, Karyawan Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Jum’at 7 Juni 2024).

Wawancara dengan Bapak Durkaman selaku konsumen, beliau mengatakan :

“Pengalaman saya di Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi sungguh luar biasa. Saya merasakan bahwa prinsip ketaqwaan benar-benar ditekankan di tempat ini. Mulai dari pelayanan yang ramah dan sopan hingga lingkungan yang tenang, semuanya mencerminkan nilai-nilai keagamaan yang sangat saya hargai. Saya merasa lebih menikmati hidangan lezat di sini, dan hal ini benar-benar memperkaya pengalaman kuliner saya.” (Pak Durkaman, Konsumen Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Sabtu 8 Juni 2024).

Berkenaan dengan hal tersebut, Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi selalu menerapkan prinsip ketaqwaan dalam menjalankan bisnisnya yang selalu bersyukur atas rezeki yang diterimanya, selalu berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya.

Berdasarkan wawancara-wawancara tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa penerapan prinsip ketaqwaan sudah dilakukan oleh Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, yaitu menjalankan pemasaran dengan cara yang halal dan menghindari pemasaran yang dapat mengakibatkan kemudharatan fisik dan moral masyarakat.

2. Prinsip Kejujuran

Prinsip kejujuran adalah nilai moral yang sangat penting dalam menjalankan usaha, termasuk di Saung Duriam Jatohan Abah Haji Hanafi. Menurut Bapak Azizi selaku *Owner* bahwa :

“Di Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, kami menekankan kejujuran dalam setiap interaksi dengan pelanggan, termasuk dalam memberikan informasi mengenai durian yang dijual, harga, dan kondisi produk secara transparan dan jujur.”

(Pak Azizi, *Owner* Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Selasa 28 Mei 2024).

Menurut Bapak Kosasih selaku karyawan saung durian jatohan abah haji hanafi mengatakan bahwa :

“Penerapan prinsip jujur, termasuk dalam takaran durian kepada pelanggan di Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, bahwa kami sebagai karyawan sudah menerapkan dan berupaya untuk menjunjung tinggi nilai jujur, termasuk dalam memberikan takaran yang sesuai dengan yang dijanjikan kepada pelanggan. Selain itu kami menyediakan informasi yang akurat dan tidak menyesatkan kepada pelanggan mengenai kualitas, harga, dan asal-usul durian yang dijual, dengan menjelaskan tepat berbagai jenis durian, kualitasnya dan harga yang sesuai. Dan jika ada biaya tambahan, kami selalu transparan dalam hal harga dan proses pembelian agar konsumen tidak merasa ditipu.” (Pak Kosasih, Karyawan Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Jum’at 7 Juni 2024).

Sedangkan menurut Bapak Durkaman bahwasanya :

“Salah satu hal yang membuat saya kembali ke Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi adalah prinsip kejujuran yang mereka terapkan. Saya selalu percaya bahwa apa yang disampaikan oleh mereka adalah sesuai dengan kenyataan. Di Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, prinsip kejujuran bukan hanya sekedar slogan, tapi benar-benar dijalankan dalam setiap interaksi dengan konsumen. Saya merasa nyaman dan percaya

dengan informasi yang diberikan oleh mereka. Dan juga pelayanan di Saung Durian Abah Haji Hanafi selalu memastikan bahwa durian yang dijualnya segar dan berkualitas tinggi, tidak pernah mencampur durian tua dengan yang muda, dan selalu memberikan informasi yang jujur tentang asal dan jenis durian kepada pelanggan.” (Pak Durkaman, Konsumen Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Sabtu 8 Juni 2024).

Berdasarkan wawancara-wawancara tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa penerapan prinsip kejujuran sudah dilakukan oleh Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, yaitu menjalankan pelayanan, pemasaran dengan cara yang transparan dan jujur. Hal ini menunjukkan komitmennya terhadap kejujuran.

3. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan dalam usaha adalah memberikan perlakuan yang sama kepada semua pihak yang terlibat dalam bisnis, tanpa diskriminasi atau preferensi yang tidak adil. Wawancara bersama Bapak Azizi Selaku *Owner* Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, bahwa :

“Kami menetapkan harga durian yang adil dan sesuai dengan kualitasnya, tanpa melakukan penyelewengan atau penipuan dalam penentuan harga. Selain itu juga kami memperlakukan semua pelanggan dengan adil tanpa diskriminasi

dan memberikan pelayanan yang sama baiknya kepada semua orang.” (Pak Azizi, Owner Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Selasa 28 Mei 2024).

Menurut Bapak Kosasih selaku karyawan Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, mengatakan :

“Disini kami selalu memperhatikan tentang prinsip keadilan dalam setiap aspek oprasional kami. Salah satunya dalam penentuan harga durian, kami selalu memastikan bahwa harga durian yang kami tetapkan adil dan tidak memberatkan konsumen.” (Pak Kosasih, Karyawan Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Jum’at 7 Juni 2024).

Menurut Bapak Durkaman selaku konsumen, mengatakan bahwa :

“Di Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, prinsip keadilan terlihat dari perlakuan yang sama diberikan kepada setiap konsumen. Saya merasa bahwa mereka sangat memperhatikan aspek keadilan dalam setiap transaksi dan layanan yang diberikan. Seperti keadilan dalam menentukan harga durian, yang selalu memastikan bahwa harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas durian dan terjangkau oleh semua kalangan.” (Pak Durkaman, Konsumen Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Sabtu 28 Juni 2024).

Berdasarkan wawancara-wawancara tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa penerapan prinsip keadilan sudah dilakukan oleh Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, yaitu menerapkan prinsip keadilan dalam menentukan harga durian, layanan yang transparan dan adil bagi pelanggan mengenai produk durian yang ditawarkan, harga, kualitas dan proses produksi.

4. Prinsip *Al-Amanah*

Al-Amanah merupakan salah satu prinsip penting dalam Islam yang menekankan pada kejujuran, tanggung jawab, dan keterpercayaan. Penerapan prinsip ini dalam dunia usaha, khususnya dalam hubungan dengan pelanggan, sangatlah esensial untuk membangun bisnis yang sukses dan berkelanjutan.

Bapak Azizi mengatakan bahwasanya :

“Kami di Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi menjaga kepercayaan pelanggan dengan memberikan produk durian yang sesuai dengan yang dijanjikan, baik dari segi kualitas maupun harga, mengelola bisnis durian dengan penuh tanggung jawab dan menjaga amanah dalam setiap transaksi bisnis yang kami lakukan.” (Pak Azizi, *Owner Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi*, Hasil Wawancara pada hari Selasa 28 Juni 2024).

Wawancara dengan Bapak Kosasih mengatakan :

“Di saung durian jatohan abah haji hanafi, prinsip Al-Amanah sangat dijunjung tinggi. Kami percaya bahwa kepercayaan dan amanah dari seorang konsumen adalah hal yang paling berharga. Sebagai karyawan, saya selalu berkomitmen untuk menerapkan prinsip Al-Amanah dalam setiap aspek pekerjaan saya.” (Pak Kosasih, Karyawan Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Jum’at 7 Juni 2024).

Sedangkan wawancara dengan Bapak Durkaman selaku konsumen Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi bahwasanya :

“Saya merasa yakin dengan prinsip Al-Amanah yang diterapkan di Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi. Mereka selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan baik dan memastikan setiap transaksi dilakukan dengan penuh integritas. Saya sudah menjadi pelanggan Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi selama beberapa tahun terakhir, selalu terkesan dengan kualitas duriannya yang segar dan lezat, serta pelayanan yang ramah dan penuh keramahan dari Bapak Azizi dan stafnya.” (Pak Durkaman, Konsumen Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Hasil Wawancara pada hari Sabtu 8 Juni 2024).

Berdasarkan wawancara-wawancara tersebut, peneliti menganggap bahwa penerapan prinsip *Al-Amanah* sudah dilakukan oleh Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, Penerapan prinsip *Al-Amanah* dalam usaha tidak hanya mendatangkan keuntungan bagi pelanggan, tetapi juga memberikan manfaat bagi bisnis secara keseluruhan.

Berdasarkan prinsip-prinsip praktik pemasaran dalam etika bisnis Islam, peneliti memperoleh data bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh saung durian jatohan abah haji hanafi tidak ditemukan usaha-usaha yang menyimpang dari aturan-aturan etika bisnis Islam dalam melakukan kegiatan perdagangannya. Tidak ada usaha saling menjatuhkan satu sama lain, mereka mempercayai bahwa rezeki mereka sudah diatur sebaik mungkin oleh Allah Swt. Semua pedagang berdagang dengan sportif dan menggunakan strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen. Pelayanan yang diberikan oleh para karyawan dalam melayani konsumen atau pelanggan sudah baik, yaitu melayani dengan sepenuh hati, sopan santun dan ramah tamah supaya usaha saung durian mereka berjalan dengan lancar dan tetap ramai pembeli.

4.4 Alternatif Strategi Pemasaran yang perlu digunakan Saung Durian

Jatohan Abah Haji Hanafi dalam Meningkatkan Pendapatan

Menurut Philip Kotler dalam Marissa (2022) pengertian strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran. Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi merupakan salah satu usaha kuliner yang menyajikan durian sebagai menu utamanya.

Lingkungan bisnis menurut Nabila Veren Estefany *et al.*, (2022) adalah segala sesuatu yang memiliki pengaruh pada setiap aktivitas bisnis atau usaha. Faktor-faktor tersebut bukan hanya didalam usaha (internal) namun juga ada pada diluar usaha (eksternal). Lingkungan internal adalah faktor yang berada pada kegiatan produksi dan langsung memengaruhi hasil produksi. Sedangkan lingkungan eksternal memiliki pengaruh pada kondisi luar dan *trend* didalam lingkungan usaha. Pada setiap usaha yang dijalankan tidak selalu mulus selain itu juga ada hambatan dan rintangan yang menghampiri. Hal tersebut juga dialami pelaku usaha saung durian jatohan abah haji hanafi.

Berdasarkan hasil wawancara di Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, untuk dapat bertahan dan bersaing dalam dunia bisnis diperlukan alat bantu untuk menentukan adanya keadaan internal dan keadaan eksternal dengan maksud agar setiap usaha mampu membuat strategi yang tepat. Berikut analisis SWOT sebagai metode perencanaan strategis yang

digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dalam menjalankan usaha.

Tabel 4.1 Analisis *Marketing Mix* berdasarkan SWOT

SWOT <i>Marketing Mix</i>	Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
Produk (<i>Product</i>)	Durian jatohan berkualitas tinggi, memiliki garansi produk. Banyak peminat buah durian.	Ketergantungan pada musim durian, Ketidakseragaman ukuran buah durian.	Perkembangan wisata kuliner, Kerjasama dengan mitra lain, Mengembangkan produk olahan durian.	Bencana alam, Produk musiman, kelangkaan produk, Adanya pesaing dengan produk durian sejenis.
Harga (<i>Price</i>)	Produk yang dijual dengan harga	Kurangnya strategi harga diskon atau promosi.	Program diskon untuk pelanggan setia, harga kompetitif.	Penurunan harga durian di pasar yang dapat

	terjangkau, harga mengikuti pasar.			memengaruhi margin keuntungan, persaingan harga dari penjual durian lain.
Promosi (<i>Promotion</i>)	Penggunaan media sosial, spanduk, promo dan penawaran khusus.	Kurangnya inovasi dalam strategi promosi, promosi yang tidak maksimal dalam media sosial.	Adakan atau mengikuti event festival khusus durian, memaksimalkan promosi di media sosial.	Persaingan promosi dari saung durian atau bisnis kuliner lain.
Tempat (<i>Place</i>)	Lokasi strategis saung durian, ketersediaan parkir yang memadai, mudah diakses oleh	Kurangnya promosi lokasi saung durian, kurangnya fasilitas pendukung di sekitar tempat, keterbatasan kapasitas tempat duduk.	Kerjasama dengan tempat wisata terkenal, ekspansi ke lokasi baru, memperluas area tempat duduk untuk pengunjung.	Adanya persaingan yang berdekatan dari bisnis sejenis.

	pengunjung, dekat dengan pusat kota, perkantoran dan kampus, di pinggir jalan jalur wisata.			
--	---	--	--	--

Berdasarkan data analisis marketing berdasarkan *Strenghts*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats* (SWOT) diatas, peneliti menganalisis lalu menyimpulkan beberapa alternatif Strategi yang dapat dilakukan oleh Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelatihan kepada karyawan. Karena pelatihan dapat membantu karyawan untuk memahami produk, layanan, dan kebijakan perusahaan dengan lebih baik. Pada akhirnya, tujuan utama dari meningkatkan kualitas pelayanan adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas dengan pelayanan yang mereka terima cenderung untuk kembali lagi dan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

2. Melakukan riset pasar untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Riset pasar merupakan langkah penting dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan melakukan riset pasar, Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi dapat menentukan strategi pemasaran yang efektif.
3. Membangun jaringan kerjasama dengan distributor dan pemasok durian lain. Dengan menjalin kerjasama dengan distributor dan pemasok durian yang terpercaya, Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi dapat memastikan bahwa mereka selalu memiliki stok durian yang cukup untuk memenuhi permintaan pelanggan. Hal ini penting untuk menjaga kepuasan pelanggan dan menghindari kekecewaan.
4. Membuat dan mengoptimalkan website dan media sosial. Website dan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dapat menjadi platform yang efektif untuk menjangkau pelanggan baru dan mempromosikan produk durian. Dengan membuat konten yang menarik dan informatif, serta menanggapi komentar dan pertanyaan pelanggan dengan cepat.
5. Menjalinkan kerjasama dengan influencer. Bekerja sama dengan influencer di media sosial dapat membantu menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan kredibilitas Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi.
6. Menjalinkan Kerjasama dengan Pihak atau Mitra Lain. Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi dapat bekerjasama dengan agen wisata atau mitra lain untuk menawarkan paket durian yang termasuk festival durian.

7. Menjadi pemasok durian untuk restoran dan kafe. Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi dapat menjadi pemasok durian untuk restoran dan kafe di daerah sekitar.
8. Menawarkan Promo dan Diskon. Menawarkan promo dan diskon pada waktu-waktu tertentu. Hal ini dapat membantu menarik pelanggan baru dan meningkatkan penjualan, Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi dapat menawarkan paket durian dengan harga yang menarik untuk menarik pelanggan yang ingin membeli durian dalam jumlah banyak.
9. Mengikuti Tren Pasar. Mengawasi tren pasar dan konsumen penting untuk selalu mengikuti tren pasar dan konsumen agar Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi dapat menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Dengan menerapkan alternatif strategi-strategi di atas, Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan mencapai kesuksesan yang lebih besar.

Strategi pemasaran yang ditinjau dari etika bisnis islam telah banyak diteliti oleh para peneliti di bidang ilmu ekonomi islam. Beberapa penelitian tersebut antara lain, (Rizqo & Handayani, 2022) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa strategi pemasaran yang dijalankan oleh Kedai Usaha Mie Jeng-Kang telah menerapkan etika bisnis Islam dengan baik. Para pelaku usaha telah membuat perencanaan yang matang sehingga dapat mengembangkan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip dan etika Islam. (Abidin, 2023) menjelaskan bahwa strategi pemasaran di Azolla Frozen Food didasarkan pada prinsip-prinsip Islam seperti

kejujuran, kepercayaan, pemahaman mendalam, dan menyampaikan pesan dengan baik, (Sulalah, 2023) menjelaskan strategi pemasaran yang dijalankan oleh para pemilik apotek di wilayah kerja Puskesmas Talang Kabupaten Pamekasan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Mereka menggunakan strategi pemasaran yang berbeda-beda untuk menarik minat konsumen, tidak saling menjatuhkan satu sama lain, dan mempercayai bahwa rezeki mereka sudah diatur sebaik mungkin oleh Allah Swt.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian ini mendukung pada penelitian sebelumnya pada strategi pemasaran yang ditinjau dari etika bisnis islam.