

BAB IV

PEMAPARAN HASIL PENELITIAN

4.1 Paparan Data Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Obyek Penelitian Pabrik Kata-Kata JOGER Bali

Kata JOGER merupakan gabungan dari 5 Huruf yaitu J.O.G.E.R jika dicari di kamus bahasa Indonesia kata ini belum memiliki arti, itu pasti karena kata JOGER itu sendiri bukan di ambil dari kata yang ada Sebelumnya. Pada tahun 1980 Pak Joseph Theodorus Wulianadi (pemilik JOGER) mengawali usahanya di sebuah pertokoan di Jl. Sulawesi 37, Denpasar. Awalnya Joseph Theodorus Wulianadi belum memiliki nama untuk Toko kecilnya itu tidak seperti toko-toko yang berada di sekitarnya hingga Dinas Perdagangan Denpasar meminta agar Toko yang dimilikinya segera di berikan nama sehingga mudah di bedakan antara toko-toko yang berada di sekitarnya.

Pada tanggal 9 bulan 9 tahun 1951 Joseph Theodorus Wulianadi merenungkan diri di atas tempat tidurnya beliau merenungkan nama apa yang cocok untuk tokonya itu, yang jelas Joseph Theodorus Wulianadi tidak ingin nama tokonya di berikan dengan nama yang umum atau yang biasa

dilihat di pasar-pasar atau toko biasa, beliau ingin nama tokonya itu bernama yang Unik artinya nama yang muncul dari dalam hati nurani.

Seiring detik jam berjalan Tuan Joseph Theodorus Wulianadi teringat dengan jasa besar dari Mr. Gerhard dimana dia telah memberikan dana sebesar \$ 20.000 sebagai hadiah pernikahan Joseph Theodorus Wulianadi dengan Istri tercintanya Ery Kusdarijati, Mr. Gerhard merupakan teman sekolahnya dulu di Hotelfachshule, Bad Wiesee, Jerman Barat, tahun 1970-an. Dengan berjalannya waktu detik jam akhirnya tuan Joseph menggabungkan nama "Joseph" dan nama temannya "Gerhard" sehingga dari nama tersebut diambil 2 karakter dari kiri dari nama Joseph=JO dan 3 karakter dari kiri Gerhard=GER sehingga jika digabungkan menjadi JOGER.

Dan pada tanggal 19 Januari 1981 merupakan hari lahir JOGER dimana nama JOGER pertama kalinya digunakan sebagai nama Toko tuan Joseph namun nama Tokonya saat itu belum murni JOGER tapi "ART & BATIK SHOP JOGER" awalnya masyarakat belum mengetahui dan belum tertarik dengan produk yang di jual oleh toko ini, namun karena seiring berjalannya waktu dan tren yang terus bergerak akhirnya produk-produk toko JOGER di terima dan menarik banyak masyarakat karena setiap barang seperti Kaos dan souvenir-souvenir lainnya terdapat kata-kata yang unik

khas JOGER, hingga akhirnya nama JOGER menjadi nama besar dan harum. Setelah itu JOGER mulai masuk Kuta sejak awal tahun 1986 dengan mendirikan JOGER Ketiga yang waktu itu diberi nama “JOGER Handicraft Centre”, tapi kemudian Pada tanggal 7 Juli 1987 diputuskan bahwa JOGER hanya akan di buka di satu toko di Bali dimana hanya akan bisa di jumpai di Jl. Raya Kuta, Bali. dan sejak tahun 1990-an hingga saat ini JOGER disebut sebagai Pabrik Kata-Kata JOGER.



Gambar. 4.1. Logo *Brand* Pabrik Kata-Kata JOGER Bali
Sumber: www.JOGERbali.wordpress.com

Kendati demikian, JOGER ingin membuka atau hanya ingin punya TEMAN JOGER (Tempat Penyeaman JOGER) saja. Oleh karena itu menuliskan beberapa alasan atau motivasi yang menyebabkan Mr. JOGER beserta seluruh anggota sampai merasa pantas, perlu, mampu, berkeinginan, berhasrat, berencana untuk membuka atau punya Teman JOGER di desa Luwus, Baturiti, Tabanan, Bali. Adapun alasan untuk membuka Teman JOGER tersebut diantaranya: 1) Menciptakan suasana yang lebih nyaman bagi para pelanggan, pencinta maupun pengunjung Pabrik Kata-Kata JOGER

yang terlalu sempit untuk menampung membludaknya pengunjung maupun untuk menampung jumlah stock barang yang di sediakan untuk memuaskan para pelanggan, pencinta serta pengunjung; 2) Permintaan, dorongan, desakan serta tuntutan dari $\pm$ 580 guide yang secara positif, aktif dan rutin mengantar para tamu yang kebanyakan memang minta diantar ke Pabrik Kata-Kata JOGER Bali; 3) Untuk mengurangi kemacetan arus lalu lintas yang sering terjadi di sepanjang Jl. Raya Kuta, Kuta Bali; 4) Untuk mengurangi urbanisasi dari daerah Tabanan ke Kuta atau ke Badung dan Denpasar; 5) Menambah jumlah/kuantitas lapangan pekerjaan yang berkualitas sehingga dapat mensejahterakan masyarakat Bali; 6) Untuk bisa lebih banyak lagi menyetor pajak kepada pemerintah sehingga mampu lebih berhemat dan lebih jujur dalam memanfaatkan serta mengelola uang rakyat maupun kekayaan alam untuk kesejahteraan serta kemaslahatan bersama; 7) Untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga JOGER yang heterogen secara optimal dan dalam arti seluas-luasnya, yaitu mensejahterakan diri (keluarga JOGER) secara adil, beradab dan berkesinambungan.

Namun, akhir-akhir ini pada tahun 2013 Teman JOGER sempat ditutup karena ada beberapa konflik dengan warga sekitar dan hal yang tidak diinginkan dengan pihak Manajemen JOGER, akan tetapi banyak permohonan dari pelanggan, pencinta dan pengunjung JOGER untuk di

buka kembali Teman JOGER tersebut sehingga dapat bermanfaat bagi semua khalayak secara berkesinambungan.

4.1.2 Visi & Misi Pabrik Kata-Kata JOGER Bali

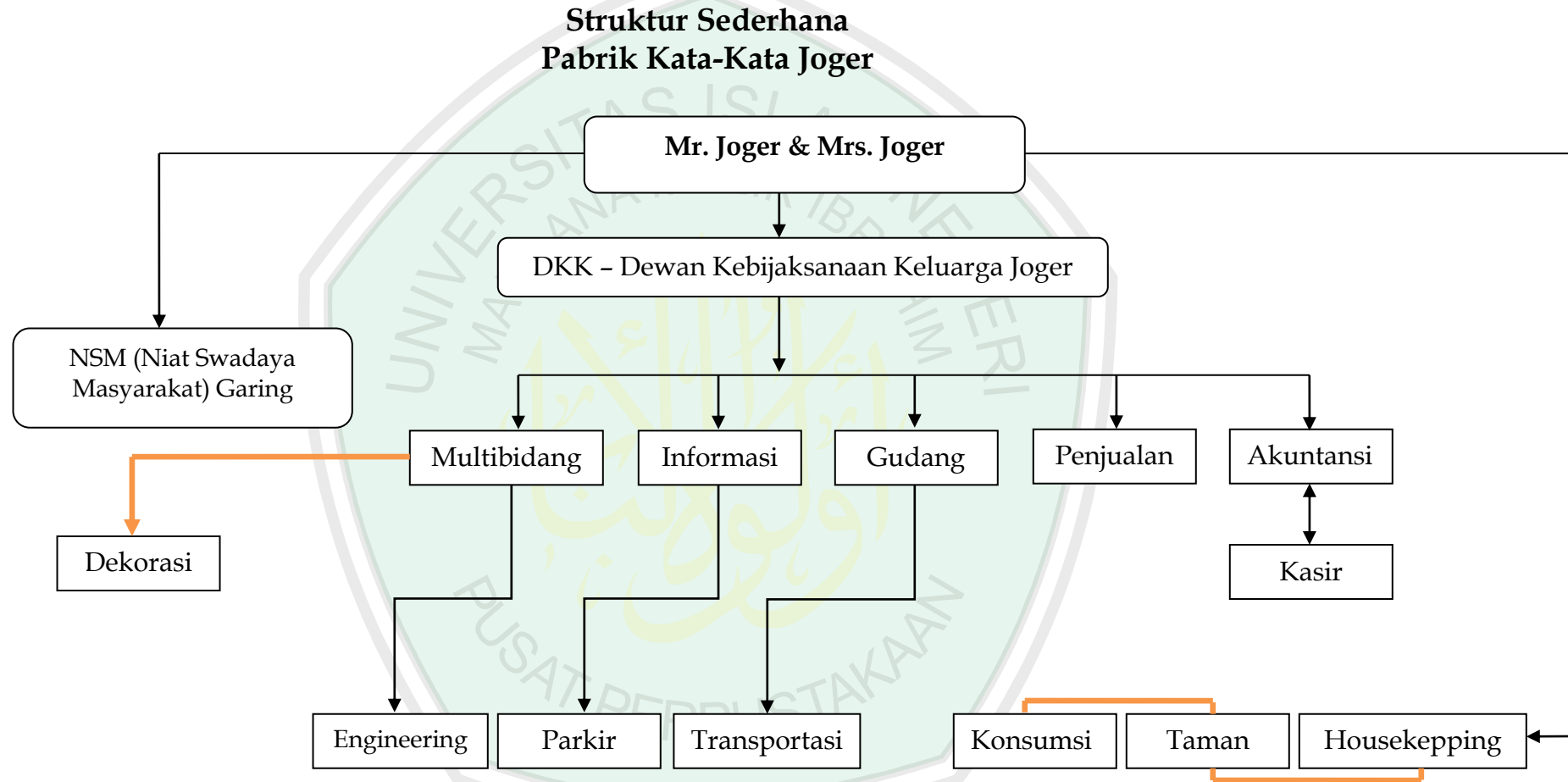
Visi dan Misi Pabrik Kata-Kata JOGER Bali adalah "*Happiness Oriented*" atau berorientasi pada kebahagiaan. Kata "*Happiness Oriented*" berarti bahwa JOGER berorientasi pada pencapaian kebahagiaan. Rasa bahagia adalah perasaan jika seseorang sudah mau dan bisa mensyukuri kenyataan, tidak peduli apakah kenyataan itu sesuai atau tidak sesuai dengan keinginan kita semula. Seseorang bisa mengalami kebahagiaan, hanyalah jika orang tersebut memiliki kesadaran dan keyakinan bahwa sebagai manusia kita memang boleh mempunyai berbagai keinginan, tetapi untuk memutuskan apakah keinginan itu pantas dan boleh terwujud, hanyalah Tuhan yang Maha Berhak menentukannya.

Secara lebih jauh, Visi dan Misi Pabrik Kata-Kata JOGER yang berbunyi "*Happiness Oriented*" ini mengartikan bahwa JOGER tidak memanfaatkan semua peluang yang ada yang bertujuan agar orang lain juga mempunyai kesempatan untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Tidak memanfaatkan semua kesempatan hanya untuk menambah PMDN (Penanaman Modal Dunia Nyata), melainkan meluangkan juga waktu untuk

menambah PMA (Penanaman Modal Akhirat), dengan melakukan kebaikan-kebaikan, karena mungkin tidak ada lagi jalan lain menuju kebahagiaan, kecuali secara jujur, ramah, dan sadar mau mendengarkan suara hati yang sebenarnya adalah merupakan wakil Tuhan yang telah diletakkan olehNya dalam jati diri setiap umat manusia biasa.

Dapat diambil sebuah kesimpulan dari Visi dan Misi JOGER Bali tersebut, bahwa bagi pengusaha yang ingin kaya dan bahagia, tidaklah ada jalan baginya kecuali dengan berbekal niat yang benar-benar baik, berusaha, berdoa dan berkarya sebaik-baiknya sesuai dengan segala kekuatan-kekuatan maupun kelemahan-kelemahannya, melakukan yang terbaik untuk kesejahteraan dan kemaslahatan para *stakeholder*-nya, kemudian bersyukur atas kenyataan, dalam artian, sadarilah, pamilah, terimalah dan kembangkanlah segala kenyataan yang belum baik menjadi baik, atau yang baik-baik menjadi lebih baik dan lebih bermanfaat bagi diri kita sendiri juga bersama *stakeholder*.

4.1.3 Struktur Sederhana Pabrik Kata-Kata Joger Bali



Sumber : Divisi Kabag. Dekorasi Pabrik Kata-Kata JOGER Bali, 2013

4.1.4 Paparan Hasil Analisis Data Penelitian

4.1.4.1 Data Hasil Observasi

Berdasarkan pengamatan dan observasi yang dilakukan oleh Peneliti pada tanggal 1 s/d 4 April 2013 menyatakan bahwa JOGER Bali memiliki keunikan tersendiri dalam mengkomunikasikan *brand*nya melalui pelayanan yang ramah, produknya berkualitas sehingga *brand* JOGER Bali disegani oleh konsumen, selain itu JOGER Bali tidak pernah sepi oleh pengunjung dalam sehari-harinya. Selain beberapa keunikan di atas, dengan berani JOGER mengusung slogan “Bali Bagus, JOGER Jelek”. Hal ini sungguh terbilang keberanian yang sangat besar. Di saat produsen lain sibuk mengusung slogan yang mengunggulkan produknya dengan menampilkan segala kelebihan yang dimiliki, JOGER justru mengklaim produknya sebagai produk yang jelek.

4.1.4.2 Data Hasil Wawancara

Dalam ranah hasil analisis data, peneliti melakukan wawancara dengan Pimpinan/Manajer Pabrik Kata-Kata JOGER yakni Bapak. Joseph Theodorus Wulianadi dan User/pengguna produk *brand* JOGER pada 7-8 Juni 2013 guna untuk mengetahui *brand* kharismatik Pabrik Kata-Kata JOGER. Dari hasil wawancara dengan Pimpinan JOGER Bali dapat diurai dalam strategi membangun *brand* kharismatik pada JOGER ini.

Peneliti : Bagaimana strategi JOGER Bali dalam membangun *brand* kharismatik yang di terapkan bapak ?. Mr. Joseph mengutarakan :

“Sebenarnya kami tidak menggunakan strategi melainkan dengan sebuah Sikap **BAJU2RA6BER** dalam artian semua hal yang dilakukan oleh JOGER Bali harus Baik, Jujur, Ramah, Rajin, Bertanggungjawab, Berimajinasi, Berinisiatif, Berani, Bersyukur, dan sehingga JOGER pun bisa benar-benar Bermanfaat bukan hanya bagi diri sendiri melainkan juga bermanfaat bagi para *stakeholder* (sesama) maupun bagi lingkungan hidup secara wajar (adil & beradab) dan berkesinambungan”. (wawancara 7 Juni 2013)

Hal tersebut diatas yang di lakukan oleh Pabrik Kata-Kata JOGER Bali sangatlah mutlak dan menjadi *key success* dalam membangun *brand* kharismatik.

Peneliti : Bagaimana mengkomunikasikan *brand* yang diterapkan oleh JOGER Bali yang semula kecil hingga sekarang mencapai *brand* kharismatik yang di segani semua kalangan ?. Bpk. Joseph menyatakan:

“Pada dasarnya *brand* JOGER yang dahulu kecil ini hingga besar dan harum saat ini di lakukan dengan biasa-biasa saja, namun pelanggan, konsumen atau pengunjunglah yang menilai Pabrik Kata-Kata JOGER ini memiliki Kharisma tersendiri bagi penggunanya, kami pun melakukannya secara kekeluargaan artinya meskipun tidak ada pimpinan, semua berjalan dengan baik, karena perusahaan ini milik bersama (kekeluargaan). Tidak lain kami hanya menerapkan dengan sungguh-sungguh dan konsisten sikap hidup yang telah dikemukakan tadi”. (wawancara 7 Juni 2013)

Peneliti : Bagaimana meyakinkan orang dengan istilah *brand* JOGER ?.

Mr. Joseph menyatakan:

“Pada awalnya masyarakat belum tau dan belum tertarik dengan istilah *brand* JOGER dan produknya. Namun karena seiring dengan berjalannya waktu dan tren yang terus bergerak *brand* dan produk JOGER dapat diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, dalam meyakinkan istilah JOGER pada orang lain adalah hal yang utama, karena dengan hal demikian JOGER mampu bertahan dan harum hingga saat ini. Dengan kata lain kami pun tidak segan-segan mengklaim *brand* JOGER “jelek buat kami, namun belum tentu jelek bagi anda” artinya dalam hal ini kami meyakinkan konsumen dengan jujur dan konsisten akan *brand* JOGER yang kami istilahkan sehingga konsumen merasa mempunyai nilai mengenakan *brand* JOGER”. (wawancara 7 Juni 2013)

Peneliti : Keunggulan *brand* Pabrik Kata-Kata JOGER Bali dengan *brand* lain

?, Mr. Joseph menjelaskan:

“Sebenarnya dalam bisnis yang berbasis kreatifitas dan inovasi kami tidak mengenal persaingan, kami di JOGER memang memilih untuk lebih leluasa menciptakan konsep, dan sejak kami di luar JOGER dan ini salah satu cara yang dicurigai sebagai taktik, padahal tidak, namun kami hanya punya sikap dan komitmen yang kami jalankan secara konsisten dan konsekuen, dengan kata lain *brand* JOGER ini mempunyai keunggulan yang unik dari segi kata-kata yang berbeda dengan *brand* lain yang menjiplak karya orang lain. Meskipun kata-kata yang dilontarkan oleh JOGER nyeleneh, namun pada akhirnya dapat diterima dan memiliki nilai unggul oleh orang lain”. (wawancara 7 Juni 2013)

Selanjutnya dalam ranah ini, peneliti melakukan wawancara dengan *user/pengguna brand JOGER Bali*. Peneliti : Bagaimana perasaan saudara ketika mengenakan *brand JOGER Bali* ?

Menurut Bapak Rifki (31) selaku karyawan BRI Situbondo asal Situbondo mengatakan bahwa:

“Dalam mengenakan *brand JOGER* biasa saja, namun meskipun demikian setiap kali ke Bali pasti mampir ke JOGER ini”. kalau membeli produk JOGER untuk oleh-oleh sanak family di rumah, sehingga kami memiliki rasa bangga tersendiri mengenakan *brand Pabrik Kata-Kata* milik Mr. JOGER ini”. (wawancara 8 Juli 2013)

Selain itu, saudara Tsalis (25) asal Jepara Jawa Tengah juga mengungkapkan:

“Meskipun saya baru satu kali ke JOGER, saya sangat bangga dengan *brand JOGER* dari segi kualitas, pemakaiannya di bandingkan dengan *brand* lain yang ada”. Selain untuk oleh-oleh khas Bali, Mahasiswa STIE Atma Bhakti Solo ini juga menambahkan bahwa “bangga dengan ciri khasnya JOGER yang terkenal dan lebih tertarik dengan *brandnya* karena memiliki keistimewaan tersendiri dari pada *brand* lokal lainnya yang ada”. (wawancara 8 Juli 2013)

Selanjutnya, Sysil (23) asal Tulungagung Jawa Timur berpendapat bahwa:

“ *Brand JOGER* itu kental dengan *image* khas Balinya, kalau dengar JOGER pasti Bali. Jika ke Bali pasti ke JOGER, jadi kurang sempurna rasanya kalau ke Bali nggak mampir Pabrik Kata-Kata JOGER ini. Ketika mengenakan *brand JOGER* pun merasa percaya diri karena *brandnya* yang terkenal dan memiliki ciri khas tersendiri dengan *brand* lain walaupun sudah banyak yang menjiplak *brand*

JOGER Bali tersebut. Namun, saya yakin *brand* JOGER yang dikenakan oleh pembeli/pengunjung tersebut pastilah mereka bangga dengan *brand* asli JOGER". (wawancara 8 Juli 2013)

Berdasarkan hasil dan data dengan pemaparan dari pimpinan Pabrik Kata-Kata JOGER Bali dan *user*/pengguna, maka dapat ditarik benang merah mengenai strategi membangun *brand* kharismatik yang diterapkan oleh JOGER Bali tersebut yaitu :

1. Hasil observasi peneliti menyatakan bahwa JOGER Bali memiliki keunikan tersendiri dalam mengkomunikasikan *brand*nya melalui pelayanan yang ramah, produknya berkualitas sehingga *brand* JOGER Bali disegani oleh konsumen, selain itu JOGER Bali tidak pernah sepi oleh pengunjung dalam sehari-harinya. Selain itu, dengan berani JOGER mengusung slogan "Bali Bagus, JOGER Jelek".
2. Pada dasarnya Pabrik Kata-Kata JOGER Bali tidak menggunakan strategi atau taktik dan teori-teori yang mendukung dalam menerapkan dan membangun *brand* kharismatik. Meskipun demikian, JOGER Bali bisa sukses mewujudkan Visi Misi/Prinsip Hidup, tetap eksis dan sangat disegani masyarakat serta memiliki pancaran keistimewaan bagi penggunanya.
3. Dari pernyataan Informan/*user* mengungkapkan bahwa *brand* JOGER Bali memiliki nilai lebih dari *brand* lain yang ada, merasa bangga dan

percaya diri menggunakannya. Walaupun ada kata-kata yang nyeleneh, namun pada akhirnya orang lain dapat menerima.

4. JOGER Bali menggunakan dan mengeksplor dengan kata-kata yang diciptakannya untuk membangun dan mengkomunikasikan *brand* kharismaniknya.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *brand* kharismanik yang terjadi pada Pabrik Kata-Kata JOGER Bali ini, menghasilkan dalam penentuan membangun *brand* kharismanik lebih ditekankan kepada konsep sikap BAJU2RA6BER dalam artian semua hal yang dilakukan oleh JOGER Bali harus Baik, Jujur, Ramah, Rajin, Bertanggungjawab, Berimajinasi, Berinisiatif, Berani, Bersyukur, dan Bermanfaat. Dengan kata lain, sikap tersebut harus dilakukan dengan konsisten dan konsekuen.

Merujuk pada konsep sikap JOGER Bali yakni BAJU2RA6BER diatas, meskipun keyakinan (agama) dari Pimpinan (keluarga) JOGER Bali berbeda, Namun dalam pandangan syariat Islam sangat menganjurkan hal demikian. Dalam ajaran Islam misalnya setiap individu/kelompok dianjurkan untuk berperilaku Baik, sebagaimana Allah Swt. berfirman dalam Al-Quran surat Luqman (31) ayat 17:

يَبْنِي أَقِمِ الصَّلَاةَ وَأْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَانْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأَصْبِرْ عَلَى مَا أَصَابَكَ إِنَّ ذَلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ ﴿١٧٤﴾

"Hai anakku, dirikanlah shalat dan suruhlah (manusia) mengerjakan yang baik dan cegahlah (mereka) dari perbuatan yang mungkar dan bersabarlah terhadap apa yang menimpa kamu. Sesungguhnya yang demikian itu Termasuk hal-hal yang diwajibkan (oleh Allah)."

Ayat diatas diperkuat Hadist, sesuai sabda Nabi Muhammad Saw.:

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم أيها الناس إن الله طيب لا يقبل إلا طيباً... (رواه مسلم)

Rasulullah Saw bersabda: *"Wahai Manusia! Sesungguhnya Allah itu baik, tidak menerima sesuatu kecuali yang baik (HR. Muslim)"*

Selanjutnya, dalam aspek apapun terlebih dalam bisnis setiap individu/organisasi agar selalu bersikap jujur, baik pada diri sendiri terlebih pada orang lain atau *customer*, dengan tujuan tidak ada yang dirugikan dari sisi manapun. Rasulullah Saw. menuntun kepada umat-umatnya agar selalu jujur dalam sabdanya yang diriwayatkan Imam Bukhori:

عن النبي صل الله عليه سلم قال إن الصدق يهدي إلى البر وإن البر يهدي إلى الجنة وإن الرجل ليصدق حتى يكون صديقاً وإن الكذب يهدي إلى الفجور وإن الفجور يهدي إلى النار وإن الرجل ليكذب حتى يكتب عند الله كذاباً

Rasulullah Saw. bersabda: *"Kejujuran mendatangkan kebaikan, kebaikan menunjukkan ke surga, sesungguhnya seseorang berbuat jujur hingga menjadi orang yang jujur. Kebohongan menunjukkan kejelekan, kejelekan menunjukkan ke neraka, orang yang pasti berbohong sehingga ditulis oleh Allah sebagai pembohong"*

Dalam Al-Quran telah dianjurkan agar berbuat jujur yang berbunyi:

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴿١١٩﴾

"Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar". (QS. At-Taubah (9): 119)

وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَالرَّسُولَ فَأُولَٰئِكَ مَعَ الَّذِينَ أَنْعَمَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ مِنَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ وَالصَّالِحِينَ وَحَسُنَ أُولَٰئِكَ رَفِيقًا ﴿٦٩﴾

"dan Barangsiapa yang mentaati Allah dan Rasul(Nya), mereka itu akan bersama-sama dengan orang-orang yang dianugerahi nikmat oleh Allah, Yaitu: Nabi-nabi, orang-orang jujur, orang-orang yang mati syahid, dan orang-orang saleh. dan mereka Itulah teman yang sebaik-baiknya". (QS. An-Nisaa' (4): 69)

قَالَ اللَّهُ هَذَا يَوْمُ يَنْفَعُ الصَّادِقِينَ صِدْقُهُمْ ۚ لَهُمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا ۖ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ ۚ ذَٰلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ﴿١١٩﴾

"Allah berfirman: "Ini adalah suatu hari yang bermanfaat bagi orang-orang yang benar kebenaran mereka. bagi mereka surga yang dibawahnya mengalir sungai-sungai; mereka kekal di dalamnya selama-lamanya; Allah ridha terhadapNya. Itulah keberuntungan yang paling besar". (QS. Al-Ma'idah (5): 119)

Disisi lain, senada dengan konsep sikap JOGER Bali dalam kondisi yang memungkinkan atau tidak agar setiap pribadi untuk ramah, baik dalam pelayanan terhadap pelanggan maupun lingkungan (benda hidup/mati) yang ada. Sejalan hal tersebut, Islam menganjurkan agar bersikap ramah sebagaimana Nabi Muhammad Saw. bersabda:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا

الْفَتْحَى (رواه بخاري)

Rasulullah Saw. bersabda: “Allah Swt. merahmati seseorang yang ramah ketika menjual, membeli dan membayar hutang” (HR. Bukhori)

Allah Swt. berfirman dalam Al-Quran Surat Al-Hujarat (49) ayat 3:

إِنَّ الَّذِينَ يَغُضُّونَ أَصْوَاتَهُمْ عِنْدَ رَسُولِ اللَّهِ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ امْتَحَنَ اللَّهُ قُلُوبَهُمْ
لِلتَّقْوَىٰ لَهُمْ مَغْفِرَةٌ وَأَجْرٌ عَظِيمٌ ﴿٣﴾

“Sesungguhnya orang yang merendahkan suaranya di sisi Rasulullah mereka Itulah orang-orang yang telah diuji hati mereka oleh Allah untuk bertakwa. bagi mereka ampunan dan pahala yang besar.”

ثُمَّ كَانَ مِنَ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ وَتَوَاصَوْا بِالْمَرْحَمَةِ ﴿١٧﴾

“dan Dia (tidak pula) Termasuk orang-orang yang beriman dan saling berpesan untuk bersabar dan saling berpesan untuk berkasih sayang.” (QS. Al-Balaad (90): 17)

Salah satu kunci kesuksesan adalah rajin dan tekun dalam setiap melakukan setiap pekerjaan, oleh karena itu setiap manusia (individu/kelompok) yang ingin meraih kesuksesan maka dia harus rajin dan berjuang apa yang ia inginkan sebagaimana yang telah di lakukan oleh. Senada dengan hal tersebut, Islam selalu mengajarkan buah arti rajin, tekun dan bekerja keras, Sebagaimana Allah Swt. berfirman dalam Al Quran surat Al-Baqarah (2) ayat 22:

الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ
الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَّكُمْ ۖ 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 rizki untukmu; karena itu janganlah kamu Mengadakan sekutu-sekutu bagi Allah Padahal kamu mengetahui.”

Seorang pimpinan/manajer maupun bawahan dalam sebuah organisasi, instansi dan perusahaan pastilah memiliki rasa tanggungjawab mengenai apa yang dikerjakannya, dan akan di pertanggungjawabkan atas tindakannya, sehingga terciptalah suasana harmoni dalam ruang lingkup tersebut. Hal tersebut tertuang dalam Firman Allah Swt yang berbunyi:

سَمْعُونََ لَلْكَذِبِ أَكْثَلُونَ لِلْشُّحِّ فَإِنْ جَاءُوكَ فَاحْكُم بَيْنَهُمْ أَوْ أَعْرِضْ عَنْهُمْ
وَإِنْ تُعْرِضْ عَنْهُمْ فَلَنْ يَضُرُّوكَ شَيْئًا وَإِنْ حَكَمْتَ فَاحْكُم بَيْنَهُم بِالْقِسْطِ إِنَّ اللَّهَ
مُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ ﴿٤٢﴾

“mereka itu adalah orang-orang yang suka mendengar berita bohong, banyak memakan yang haram. Jika mereka (orang Yahudi) datang kepadamu (untuk meminta putusan), Maka putuskanlah (perkara itu) diantara mereka, atau berpalinglah dari mereka; jika kamu berpaling dari mereka Maka mereka tidak akan memberi mudharat kepadamu sedikitpun. dan jika kamu memutuskan perkara mereka, Maka putuskanlah (perkara itu) diantara mereka dengan adil, Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang adil. (QS. Al-Ma’idah (5): 42)

Selain itu, Pabrik Kata-Kata JOGER Bali dalam aspek *brand* kharismaniknya selalu melakukan inovasi, imajinasi dan selalu berinisiatif dengan perubahan-perubahan sehingga dapat menghasilkan hal yang bermanfaat. Peneliti berpandangan bahwa inovasi sesungguhnya bersumber

pada suatu yang eksis di perusahaan, dan di luar perusahaan misalnya yang diterapkan oleh JOGER Bali melakukan swadaya masyarakat dalam bentuk perkumpulan dan naungan GARING (Tiga Piring). Dengan program GARING tersebut, JOGER Bali dapat mengeksplere inovasi dan kreativitas di luar perusahaan sehingga JOGER Bali pun dapat mengkomunikasikan *brandnya* secara bermanfaat. Selain itu, inovasi yang efektif yang telah dilakukan oleh JOGER Bali misalnya sederhana, fokus, menerima apa yang dikatakan orang, spesifik, jelas, dimulai dari yang kecil dan sesuai dengan gambaran/design serta penuh kehati-hatian.

Selaras dengan hal tersebut, pandangan Islam menganjurkan agar melakukan inovasi dan kreatifitas sehingga memiliki hal yang berbeda dengan yang lain sebagaimana telah di firmankan dalam Al-Quran surat Ar-Ra'd (13) ayat 11 yang berbunyi :

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۚ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۚ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

“..... Sesungguhnya Allah tidak merubah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.

Selain itu, mental dan sikap seorang pimpinan/manajer maupun bawahan dalam mengambil keputusan haruslah Berani, sehingga nama baik (*brand*) setiap yang di embannya dapat meraih tujuan (*goal*) yang diinginkan. Allah Swt. menuntun hamba-hambanya untuk berani dalam aspek apapun, sebagaimana tersirat dalam Al-Quran surat An-Nisaa' (4) ayat 77:

أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِينَ قِيلَ لَهُمْ كُفُّوا أَيْدِيَكُمْ وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ فَلَمَّا كُتِبَ عَلَيْهِمُ الْقِتَالُ إِذَا فَرِيقٌ مِنْهُمْ يَخْشَوْنَ النَّاسَ كَخَشْيَةِ اللَّهِ أَوْ أَشَدَّ خَشْيَةً وَقَالُوا رَبَّنَا لِمَ كَتَبْتَ عَلَيْنَا الْقِتَالَ لَوْلَا أَخَّرْتَنَا إِلَى أَجَلٍ قَرِيبٍ قُلْ مَتَّعَ الدُّنْيَا قَلِيلٌ وَالْآخِرَةُ خَيْرٌ لِمَنِ اتَّقَى وَلَا تُظْلَمُونَ فَتِيلًا ﴿٧٧﴾

"tidakkah kamu perhatikan orang-orang yang dikatakan kepada mereka: "Tahanlah tanganmu (dari berperang), dirikanlah sembahyang dan tunaikanlah zakat!" setelah diwajibkan kepada mereka berperang, tiba-tiba sebahagian dari mereka (golongan munafik) takut kepada manusia (musuh), seperti takutnya kepada Allah, bahkan lebih sangat dari itu takutnya. mereka berkata: "Ya Tuhan Kami, mengapa Engkau wajibkan berperang kepada kami? mengapa tidak Engkau tangguhkan (kewajiban berperang) kepada Kami sampai kepada beberapa waktu lagi?" Katakanlah: "Kesenangan di dunia ini hanya sebentar dan akhirat itu lebih baik untuk orang-orang yang bertakwa, dan kamu tidak akan dianiaya sedikitpun."

Rasa syukur merupakan suatu kenikmatan yang besar, sebarangpun hasil yang diperoleh jika manusia mensyukuri nikmat yang telah diberikan maka hasil tersebut tidak akan sia-sia melainkan bermanfaat, baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Sejalan dengan konteks ini, Islam menganjurkan agar setiap anak adam untuk bersyukur atas nikmat yang telah diberikan

oleh TuhanNya yang maha adil dan bijaksana, sebagaimana Allah Swt. berfirman:

ثُمَّ عَفَوْنَا عَنْكُمْ مِّنْ بَعْدِ ذَلِكَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿٥٢﴾

"Kemudian sesudah itu Kami maafkan kesalahanmu, agar kamu bersyukur." (QS. Al-Baqarah (2): 52)

ثُمَّ بَعَثْنَاكَم مِّنْ بَعْدِ مَوْتِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿٥٦﴾

"Setelah itu Kami bangkitkan kamu sesudah kamu mati, supaya kamu bersyukur." (QS. Al-Baqarah (2): 56)

Selain itu, dalam surat Ibrahim ayat (14) 7 dijelaskan yang berbunyi:

وَإِذْ تَأَذَّرَ رَبُّكُمْ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِنْ كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ ﴿١٤﴾

"Dan (ingatlah juga), tatkala Tuhanmu memaklumkan; "Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), Maka Sesungguhnya azab-Ku sangat pedih".

Dalam sabda Rasulullah Saw. juga manusia yang baik adalah mereka yang selalu memperhatikan, memberikan pertolongan dan manfaat kepada orang-orang disekitar. Inilah ajaran yang telah dijelaskan oleh Rasulullah Saw melalui sabdanya:

خَيْرُ النَّاسِ مَنْ يَنْفَعُ لِلنَّاسِ (رواه متفق عليه)

Artinya : *"Sebaik-baik manusia adalah orang yang selalu memberi manfaat kepada manusia lain."* (HR. Muttafaqun Alaih).

Selain itu, dalam Al Quran surat Al-Imran (3) ayat 104 yang berbunyi :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar; merekalah orang-orang yang beruntung."

Demikianlah dalam pandangan Islam mengenai sikap yang menjadi sebuah pedoman dan prinsip JOGER Bali dalam mengkomunikasikan *brand* kharismaniknya dari aspek manapun sehingga *brand* JOGER Bali yang dahulu kecil, namun saat ini *brand* JOGER besar, harum, sukses dan bahagia (*happiness oriented*) dengan menghadirkan ide-ide dan inovasi yang tak terbantahkan.

Brand Pabrik Kata-Kata JOGER Bali merupakan salah satu *brand* yang memiliki kharismatik sebagaimana yang telah dipaparkan pada Bab II, misalnya *brand* JOGER Bali sangat disegani oleh khalayak umum dari semua kalangan, selain itu, mereka meyakini akan keberadaan *brand* JOGER Bali tersebut memiliki kekuatan, nilai tambah serta daya tarik yang berpotensi secara berkesinambungan.

Dengan adanya sebuah *brand* sangatlah tidak sia-sia, dengan *brand* itu sendiri bertujuan dan dapat memberi manfaat bagi semua pihak. Selaras dengan hal tersebut, peneliti merujuk pada Tjiptono (2005: 104) yang dijabarkan bahwa *brand* JOGER Bali sebagai Identitas, yang bermanfaat dalam membedakan produk JOGER dengan produk pesaingnya, *brand* JOGER Bali sebagai alat promosi yang memiliki daya tarik produk kepada konsumennya dan tidak kalah pentingnya *brand* JOGER Bali dapat membina citra, dengan memberikan keyakinan, jaminan kualitas, serta *prestise* tertentu kepada konsumen.

Kunci sebuah *brand* kharismatik tidak semudah membalik tangan, dengan upaya, segala kekuatan, motivasi yang tinggi, kerja keras baik raga maupun pikiran/ide yang menghasilkan gagasan yang fundamental. Selain itu, juga tidak kalah penting dalam membangun *brand* yang mempunyai kharisma harus memenuhi syarat. Senada hal demikian, sebagaimana yang dipaparkan Kertajaya (2006: 6) pada Bab II, Peneliti berpandangan bahwa JOGER memiliki *brand* yang unik dan luar biasa sehingga, JOGER juga memiliki daya tarik yang tinggi dan memiliki reputasi yang tinggi sehingga *brand* JOGER Bali sangat dihormati dan disegani oleh semua kalangan, serta JOGER Bali mampu menginspirasi dan mempengaruhi pelanggannya.

Dengan proses 4 aspek fundamental yang dijelaskan oleh Devina, (2012, 4 Juni), yakni Sensitivitas, Produktivitas, Elastisitas, dan Orisinilitas yang tinggi. Peneliti berpandangan sebuah inovasi dan kreatifitas yang berhasil, karena 4 aspek yang berjalan, dengan Sensitivitas, JOGER Bali tidak mengusik keberadaan *brand* lain, dengan Produktivitas, JOGER mampu menghasilkan banyak jawaban dari satu pertanyaan, dengan Elastisitas, JOGER mampu menciptakan pemikiran yang variatif melalui kata-kata yang unik, dengan Orisinilitas, JOGER dapat menghasilkan gagasan-gagasan yang unik dan terbaru yang belum pernah dikenalnya.

Dapat ditarik benang merah dari pemaparan data dan hasil penelitian oleh peneliti yang telah didiskusikan di atas dapat menghasilkan, yaitu:

1. Pabrik Kata-Kata JOGER Bali tidak menggunakan strategi/taktik yang ada dalam membangun *brand* kharismatik.
2. Teori tentang strategi membangun *brand* kharismatik yang ada dan relevan yang dipaparkan oleh Ahli Pemasar juga dibantah dan belum mencakup ruang lingkup oleh JOGER Bali
3. Meskipun Pimpinan (keluarga) Pabrik Kata-Kata JOGER Bali berbeda keyakinan dalam menerapkan ranah bisnisnya, akan tetapi banyak nilai-nilai Islam yang terkandung dalam sikap hidup JOGER Bali tersebut.

4. Peneliti menyatakan strategi yang mencakup ruang lingkup *brand* kharismatik Pabrik Kata-Kata JOGER Bali yaitu *Corporate religion* to *Brand religion* artinya brand JOGER Bali mampu memberikan keyakinan terhadap khalayak umum mengenai pandangan dan pancaran yang istimewa dalam *brand* kharismatik untuk mempertahankan keunggulan bersaing dan konsumen, pelanggan pun meyakini brand JOGER Bali memiliki keistimewaan dan keunikan tersendiri dari *brand* lain yang ada.

