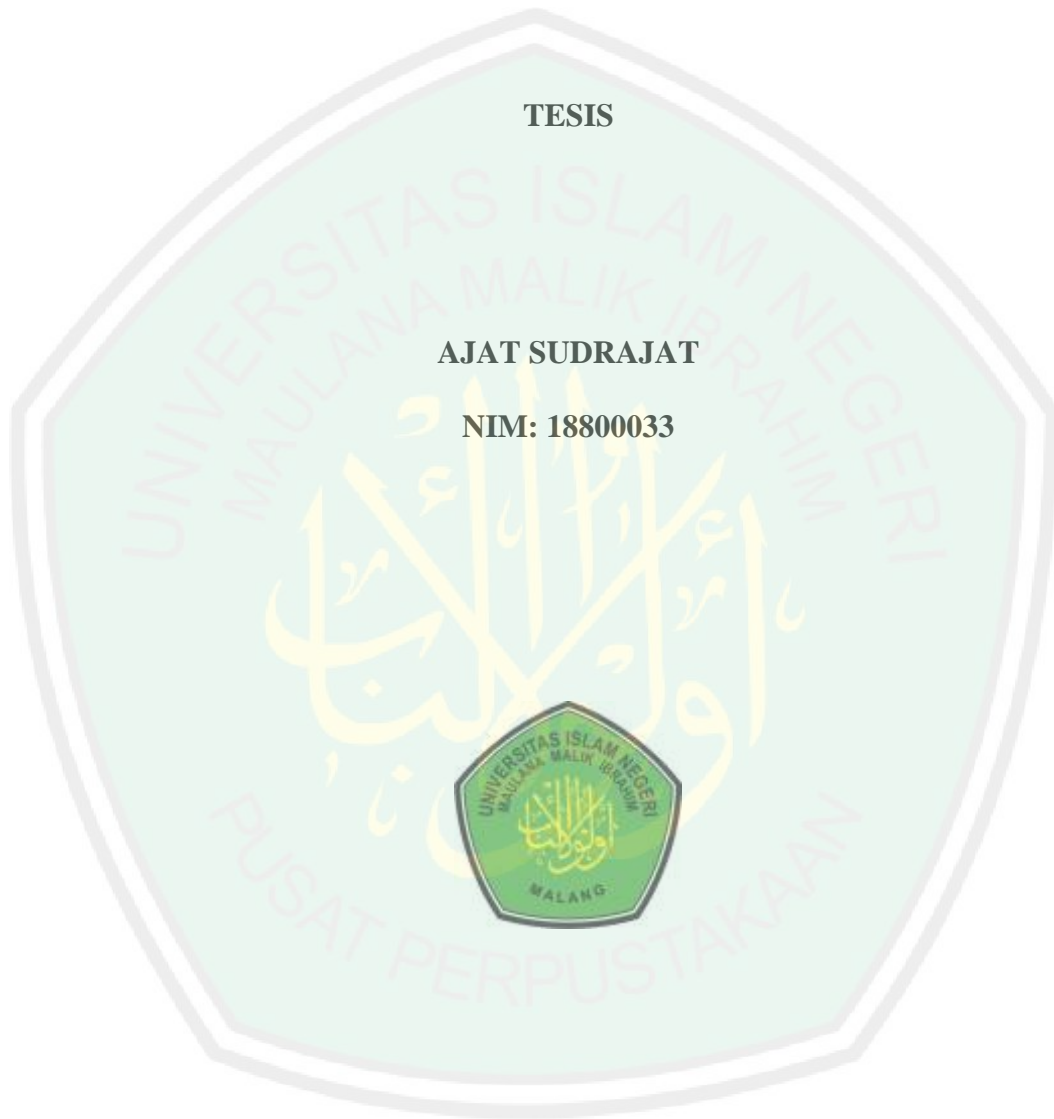


**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER  
DALAM PRESPEKTIF ETIKA ISLAM  
(Studi Kasus pada Usaha Duta *Catering* Ibu Djito Batu)**

TESIS

AJAT SUDRAJAT

NIM: 18800033



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA  
MALIK IBRAHIM MALANG**

**2020**

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER DALAM  
PRESPEKTIF ETIKA ISLAM**

**(Studi Kasus pada Usaha Duta *Catering* Ibu Djito Batu)**

**TESIS**

Diajukan kepada

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan  
program Magister Ekonomi Syariah

Dosen Pembimbing:

Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, S.H.,M.Ag

Dr. Hj. Umrotul Khasanah, M.Si

Oleh :

**AJAT SUDRAJAT**

**Nim: 18760010**



**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH**

**PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2020**


**LEMBAR PENGESAHAN**

Tesis yang berjudul: "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner dalam Prespektif Etika Islam (Studi Kasus pada Usaha Duta Catering Ibu Djito Batu" ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 12 Januari 2021.


Dewan Penguji.

  
Prof. Dr. HA. Muhtadi Ridwan, M.Ag  
NIP. 195503021987031004


Penguji Utama

  
Amur Rofiq, Lc., M.Ag., Ph.D.  
NIP. 196709282000031001

Ketua

  
Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, S.H., M.Ag  
NIDK. 2029094901

Anggota

  
Dr. Hj. Umrotul Khasanah, M.Si  
NIP. 196702271998032001

Anggota

Mengetahui,

Direktur/Paseasarjana UIN Malang



Prof. Dr. Hj. Erni Sumbulah, M.Ag  
NIP. 196108261998032002

iii

## Persetujuan Ujian Tesis

Nama : Ajat Sudrajat  
NIM : 18800033  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Judul Tesis : Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner dalam Perspektif Etika Islam (Studi Kasus Pada Usaha Duta *Catering* Ibu Djito Batu)


Setelah diperiksa dan dilakukan perbaikan seperlunya, Tesis dengan judul sebagaimana di atas disetujui untuk diajukan sidang tesis.

Pembimbing I



Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, S.H., M.Ag  
NIDK.2029094901

Pembimbing II



Dr. Hj. UmrotulKhasanah, M.Si  
NIP. 196702271998032001

Mengetahui  
Ketua Program Studi



Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc., M.A  
NIP. 197307192005011003

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ajat Sudrajat

Nim : 18800033

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis ini benar-benar karya saya sendiri, bukan plagiasi dari karya tulisan orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan. Pendapat atau temuan penelitian orang lain yang terdapat dalam tesis ini dikutip atau dirujuk sesuai kode etik penulisan karya ilmiah. Apalagi dikemudian hari ternyata dalam tesis ini terbukti ada unsur plagiasi, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Batu, Desember 2020

Hormat Saya

  
Ajat Sudrajat  
NIM. 18800033

## MOTTO

وَأَتَّبِعْ فِي مَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۗ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ وَأَحْسِنَ  
 كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۗ وَلَا تَتَّبِعِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Al-Qur'an Surah Al-Qoshash Ayat 77

## PERSEMBAHAN

Tesis ini penulis persembahkan untuk:

1. Bapak Sukarna dan Ibu Dedeh, kedua orang tuaku yang paling berjasa dalam hidup, yang senantiasa membimbing, mendoakan, serta mendukung setiap langkah baik secara moral maupun materiil.
2. Ayukku Nunung, Yuyun Yumiati dan Abangku Yuyu Wahyudin, yang tidak luput memberikan dukungan dan mengingatkan tugas dan kewajiban yang harus dikerjakan.
3. Untuk orang yang spesial dalam perjalanan hidup ini yaitu Istiqomah terimakasih telah slalu memberikan suport dan slalu mengingatkan untuk slalu mengerjakan tesis ini, semangat dan perhatian darimulah yang membuat tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Guru-guruku yang tidak dapat disebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat dan ta'dhim kepada beliau semua yang telah ikhlas dan ridho atas ilmu yang diberikan.

## ABSTRAK

**Sudrajat, Ajat. 2020. *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Prepektif Etika Islam (Studi Kasus Pada Usaha Duta Catering Ibu Djito Batu)*. Tesis, Prpgram Studi Magister Ekonomi Syari'ah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing 1 : Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, SH. M.Ag Pembimbing II : Dr. Hj. Umrotul Khasanah, S.Ag., M.Si**

---

**Kata Kunci :** Strategi Pengembangan. Bisnis Kuliner. Etika Islam

Bisnis yaitu suatu kegiatan usaha yang mengorganisasikan untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Semakin maju perkembangan jaman dan perubahan pola hidup manusia menyebabkan kebutuhan manusia juga berubah, terutama dalam primer yang salah satunya adalah makanan dan minuman. Semakin meningkatnya kebutuhan pangan tersebut, tentunya akan mendatangkan peluang-peluang bisnis yang dapat dilakukan oleh masyarakat. Salah satunya usaha penyedia makanan dan minuman jadi adalah usaha catering. Salah satu usaha catering yang berada di Kota Batu adalah Duta Catering Ibu Djito. Duta Catering Ibu Djito merupakan salah satu bisnis catering terbaik dan menduduki peringkat No. 01. Untuk di kota Malang dan No. 02 untuk se Provinsi Jawa Timur. Dari permasalahan tersebut, maka fokus penelitian dalam penelitian ini, yaitu. Bagaimana strategi pengembangan bisnis kuliner di duta catering ibu djito, dan Bagaimana strategi pengembangan bisnis kuliner duta catering ibu djito dalam prespektif etika Islam.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field reseach*), dengan menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan metode obsevasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif berupaya menemukan data penelitian dari fakta lapangan yang ada pada kasus tertentu secara rinci. Disini peneliti melakukan penelitian dengan terjun kelapangan, mendeskripsikan dan mengonstruksi realitas yang ada serta melakukan pendekatan terhadap sumber informasi, sehingga diharapkan data yang didapatkan akan lebih maksimal.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh Duta Catering Ibu Djito yaitu strategi kombinasi bersama, yakni startegi integritas vertikal (strategi integritas ke depan, startegi integritas kebelakang, dan strategi integritas horizontal), strategi intensif (strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk), dan strategi diversifikasi menerapkan strategi diversifikasi terkait/konsentrik. Jika dianalisis dengan etika Islam, strategi-strategi yang diterapkann Duta Catering Ibu Djito secara umum sudah sesuai dengan teori yang ada. Dalam hal ini Duta Catering Ibu Djito tidak hanya terfokus pada strategi-strategi secara umum, namun Duta Catering Ibu Djito juga tidak melupakan hal-hal yang diatur oleh Agama Islam.



## ABSTRAK

**Sudrajat, Ajat. 2020. *Analysis of Culinary Business Development Strategies in Islamic Ethics Prepective (Case Study on Duta Catering Business Mrs. Djito Batu)*. Thesis, Master Program in Sharia Economics, Postgraduate of the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang. Supervisor 1: Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, SH. M.Ag Supervisor II: Dr. Hj. Umrotul Khasanah, S.Ag., M.Si**

---

**Keywords: Development Strategy. Culinary business. Islamic Ethics,**

Business namely a business activity that organizes to produce (profit) or sells goods and services in order to gain profits in meeting community needs. The more advanced the times and changes in the pattern of human life cause human needs to change, especially in the primary, one of which is food and drink. The increasing need for food, of course, will bring business opportunities that can be carried out by the community. One of them is a food and beverage provider business is a catering business. One of the catering businesses located in Batu City is Duta Catering Mrs. Djito. Duta Catering Mrs. Djito is one of the best catering businesses and is ranked No. 01. For the city of Malang and No. 02 for all East Java Province. From these problems, the focus of research in this study, namely. What is the strategy for developing the culinary business in the catering ambassador, Ibu Djito, and the strategy for developing the culinary business for the catering ambassador, Ibu Djito, in the perspective of Islamic ethics.

This research is a type of field research (*field reseach*), using two types of data sources, namely primary data and secondary data. Data collection was carried out by observation, interview and documentation methods. Analysis using a qualitative approach seeks to find research data from field facts that exist in certain cases in detail. Here the researcher conducts research by plunging into the field, describing and constructing the existing reality and making an approach to information sources, so that it is hoped that the data obtained will be maximized.

Based on the research results, it can be concluded that the business development strategy adopted by Duta Catering Mrs. Djito is a joint combination strategy, namely vertical integrity strategy (forward integrity strategy, backward integrity strategy, and horizontal integrity strategy), intensive strategy (market penetration strategy and product development strategy), and a diversification strategy implementing a related / concentric diversification strategy. If analyzed with Islamic ethics, the strategies adopted by Duta Catering Ibu Djito are generally in accordance with the existing theory. In this case, Duta Catering Ibu Djito does not only focus on general strategies, but Catering Duta Ibu Djito also does not forget the matters regulated by Islam.

## مستخلص البحث

سودرجات، أجات، 2020م، تحليل استراتيجية تنمية أعمال الطهي في منظور أخلاقيات العمل الإسلامية (دراسة حالة في شركة دوتا كيترينج إيو جيتو بمدينة باتو) رسالة الماجستير قسم الإقتصاد الشرعية كليات الدراسات العليا جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج، مشرف البحث : (1) أ.د. مُجَد جعفر ، (2) د. امرأة الحسنة.

**كلمات مفتاحية :** استراتيجية التنمية ، أعمال الطهي ، أخلاقيات الإسلامية.

العمل التجاري هو نشاط تجاري منظم أو بيع سلع معين وخدمات في تلبية احتياجات المجتمع من أجل الحصول على الربح ، كلما تقدمت الأزمنة مع تغيرات نمط حياة الإنسان أدت إلى تغير احتياجات الإنسان، خاصة في الإحتياجات الأولية وهي الأكل والشرب. وإن الحاجة المتزايدة للغذاء ، بالطبع تتيح فرص العمل للمجتمع، من ضمنها أعمال الطهي، وإحدى شركات الموجودة في مدينة باتو هي شركة دوتا كيترينج. تعتبر شركة دوتا كيترينج واحدة من أفضل شركات لأعمال الطهي وهي تحتل المرتبة الأولى على مستوى مدينة مالانج، والمرتبة الثانية على مستوى جاوا الشرقية. وانطلاقاً من تلك الإنجازات يختار الباحث عنوان بحثه بعنوان "ما هي استراتيجية تنمية أعمال الطهي لشركة أعمال الطهي إيو جيتو ؟ وكيف استراتيجية تنمية أعمال الطهي إيو جيتو في منظور الأخلاقيات الإسلامية؟

هذا البحث هو نوع من البحث الميداني، باستخدام نوعين من مصادر البيانات، وهما البيانات الأولية والبيانات الثانوية. تم جمع البيانات من خلال المراقبة والمقابلة والتوثيق، أما أسلوب تحليل البيانات باستخدام منهج الظواهر، وهي الطريقة المستخدمة للكشف عن الواقع والتجربة التي يمرُّ بها الأفراد وللكشف والفهم عن شيء غير مرئي من التجربة الذاتية للفرد. يأتي الباحث إلى ميدان العمل والقيام بتوصيف الواقع الحالي والإقتراب لمصادر المعلومات للحصول على المعلومات المرجوة.

بناءً على نتائج البحث ، يمكن الاستنتاج أنّ استراتيجية تنمية أعمال الطهي التي نفذتها شركة دوتا كيترينج إيو جيتو هي استراتيجية الدمج المشتركة ، وهي استراتيجية التكامل العمودي (الإستراتيجية التكاملية نحو الأمم ،

والإستراتيجية التكاملية الخلفية ، والإستراتيجية التكاملية الأفقية) ، إستراتيجية مكثفة (إستراتيجية اختراق السوق و إستراتيجية تطوير المنتج) ، وإستراتيجية التنوع وهي تُطَبَّق الإستراتيجيات المرتبطة بها. وقد تمّ الملاحظة على الإستراتيجيات المستخدمة في تلك الشركة في منظور أخلاقيات العمل **الإسلامية** فيمكن القول بأنها تتناسب مع النظريات الموجودة.



## KATA PENGANTAR



Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “**Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner dalam Prespektif Etika Islam (Studi Kasus pada Usaha Duta Catering Ibu Djito Batu)**”. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW, semoga Rahmat Allah selalu tercurahkan kepada beliau, beserta keluarga, para sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman. Aamiin.

Ungkapan rasa Terimakasih yang tak terhingga, Semoga Allah SWT membalas dengan pahala yang berlipat ganda, penulis sampaikan dengan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Ayahandaku Sukarna dan Ibundaku Dedeh yang telah memberikan do'a dan dukungan bagi saya untuk menyelesaikan studi ini.
2. Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Prof. Dr. H. Abdul Haris, M.Ag dan para Wakil Rektor.
3. Direktur Pascasarjana, Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah, M.Ag, atas semu akses akademik dan fasilitas yang telah diberikan selama menempuh studi.
4. Ketua dan skretaris Prodi Magister Ekonomi Syariah, Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc.,M.A dan Dr. H. Aunur Rofiq, Lc., M.Ag atas motivasi dan kemudahan akses akademik selama studi.

5. Dosen Pembimbing I, Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, S.H.,M.Ag, atas bimbingan, kritik, saran dan koreksinya selama penulisan tesis.
6. Dosen Pembimbing II, Dr. Hj. Umrotul Khasanah, S.Ag.,M.Si, atas bimbingan, kritik, saran, dan koreksinya selama penulisan tesis.
7. Semua dosen Pascasarjana yang telah memberikan ilmu, wawasan dan inspirasi bagi penulis untuk meningkatkan kualitas akademik.
8. Semua staf dan tenaga kependidikan Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang memberikan layanan akademik dan administratif selama penulis melaksanakan studi.
9. Semua teman-teman Magister Ekonomi Syariah kelas A angkatan 2018 semester ganjil yang memberikan dukungan dan motivasi dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis hanya bisa mengucapkan terimakasih dan semoga semua amal baik yang telah mereka lakukan diberikan balasan yang berlipat ganda oleh Allah SWT. Semoga karya ini bermanfaat dan mendapat keridhoan dari Allah SWT. Aamiin.

Batu, Desember 2020

Penulis

Ajat Sudrajat

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam tesis ini menggunakan pedoman transliterasi berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 tahun 1987 dan No. 0543 b/U/1987 yang secara garis dapat diuraikan sebagai berikut:

### A. Huruf

ا	=	A	ز	=	Z	ق	=	Q
ب	=	B	س	=	S	ك	=	K
ت	=	T	ش	=	Sy	ل	=	L
ث	=	Ts	ص	=	Sh	م	=	M
ج	=	J	ض	=	Dl	ن	=	N
ح	=	H	ط	=	Th	و	=	W
خ	=	Kh	ظ	=	Zh	ه	=	H
د	=	D	ع	=	'	ء	=	,
ذ	=	Dz	غ	=	Gh	ي	=	Y
ر	=	R	ف	=	F			

### B. Vokal Panjang

Vokal (a) panjang = â

Vokal (i) panjang = î

Vokal (u) panjang = û

### C. Vokal Diphthong

أُ = Aw

أَيَّ = Ay

أُو = û

إِي = î

## DAFTAR ISI

LEMBAR SAMPUL PENGAJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK INDONEISA.....	viii
ABSTRAK INGGRIS.....	ix
ABSTRAK ARAB.....	x
KATA PENGANTAR.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Kontek Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Orisinalitas Penelitian.....	13
F. Defenisi Istilah.....	17
 <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Konsep Strategi Bisnis.....	19
1. Pengertian Strategi.....	19
2. Fungsi Strategi.....	20
3. Klasifikasi Strategi.....	21
4. Strategi Bisnis Islam.....	34

B. Bisnis dalam Islam.....	39
1. Pengertian Bisnis Islam. ....	43
2. Tujuan Bisnis Islam. ....	44
3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis dalam Islam. ....	47
C. Strategi Pengembangan Bisnis dalam Islam.....	49
D. Kerangka Berfikir. ....	56
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan Jenis Penelitian.....	57
B. Kehadiran Penelitian.....	59
C. Latar Penelitian.....	60
D. Data dan Sumber Data Penelitian.....	62
E. Pengumpulan Data.....	63
F. Analisis Data.....	66
G. Keabsahan Data.....	68
<b>BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	70
B. Paparan Data.....	92
1. Strategi Pengembangan Bisnis yang diterapkan di Duta Catering Ibu Djito .....	92
2. Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Duta Catering Ibu Djito dalam Prespektif etika Islam.....	98
C. Hasil Penelitian.....	108
1. Strategi Pengembangan Bisnis yang diterapkan di Duta Catering Ibu Djito. .....	108
2. Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Duta Catering Ibu Djito dalam Prespektif etika Islam.....	111
<b>BAB V PEMBAHASAN</b>	
A. Strategi Pengembangan Bisnis yang diterapkan di Duta Catering Ibu Djito	116
1. Strategi Integritas Vertikal.....	116
2. Strategi Intensif.....	126
3. Strategi Diversifikasi.....	128



B. Konsep Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Duta Catering Ibu Djito dalam Prespektif Etika Islam.....	130
1. Jujur dalam Takaran.....	130
2. Menjual barang yang Baik Mutunya.....	132
3. Di larang Menggunakan Sumpah.....	133
4. Longgar dan Bermurah Hati. ....	134
5. Membangun Hubungan Baik. ....	135
6. Tertib Administrasi. ....	136
7. Menetapkan Harga dengan Transparan.....	137
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	138
B. Saran. ....	140
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>142</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Orisinalitas Penelitian. ....	13
Tabel 4.2 Jumlah Pesanan Tahun 2019. ....	85
Tabel 4.3 Kegiatan Produksi. ....	88
Tabel 4.4 Daftar Harga Jual Perpaket. ....	92
Tabel 4.5 Penerapan Strategi Duta Catering Ibu Djito. ....	106
Tabel 4.6 Penerapan Etika Duta Catering Ibu Djito. ....	109



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Karangka Berfikir.....	56
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	76



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Surat keterangan penelitian
2. Hasil wawancara
3. Dokumentasi penelitian
4. Riwayat hidup



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Kontek Penelitian

Kata bisnis merupakan serapan dari kata “*business*” dalam Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha.<sup>1</sup> Sedangkan secara terminologis bisnis adalah suatu aktivitas usaha individu yang mengorganisasikan untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang serta jasa, guna memperoleh profit untuk mencukupi kebutuhan masyarakat.<sup>2</sup>

Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien.<sup>3</sup> Ada beberapa pendapat ahli sebagaimana yang dikutip oleh Yusnanto dan Karebet. Pertama Skinner, ia mendefenisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Sementara itu, menurut Anoraga dan Soegiastuti, bisnis memiliki makna dasar sebagai “*the buying and selling of goods and services*”. Adapun

---

<sup>1</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang: Walisongo press, 2008). 20.

<sup>2</sup> Muhammad dan R Lukman, *Visi AL-Qur'an Tentang Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Salamba Diniyah, 2002). 60.

<sup>3</sup> Akhmad Nur Zaroni, “Bisnis dalam Prespektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi),” *Mazhab* 4, no. 2 (6 Desember 2007), <https://doi.org/10.21093/mj.v4i2.507>.

dalam pandangan Straub dan Attner, bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.<sup>4</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan usaha untuk memperoleh keuntungan sesuai tujuan dan target dalam berbagai bidang, baik dilihat dari segi kuantitas, kualitas maupun waktu. Keuntungan merupakan tujuan utama dalam dunia bisnis, terutama bagi pemilik bisnis baik jangka pendek maupun jangka panjang. Keuntungan yang dimaksud adalah keuntungan finansial,<sup>5</sup> barang seta jasa yang dibutuhkan untuk kehidupan masyarakat sehari-hari. Salah satu bentuk bisnis yang menjanjikan untuk dijalankan adalah bisnis makanan atau kuliner. Prospek usaha ini akan terus cemerlang mengingat makanan merupakan kebutuhan pokok bagi semua manusia.<sup>6</sup>

Bisnis kuliner memiliki banyak katagori, mulai dari makanan ringan (camilan), minuman, hingga makanan pokok. Semua katagori di bisnis kuliner ini (cemilan, minuman, makanan pokok) punya potensi yang sangat bagus, tergantung cara kita memasarkannya. Salah satu bisnis di bidang kuliner yang marak dijalankan adalah bisnis *catering*.<sup>7</sup> Usaha *catering* menjadi tren bisnis belakangan ini yang dibuktikan dengan

---

<sup>4</sup> Muhammad Ismail Yusnanto dan Muhammad Karebet, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002).h. 15

<sup>5</sup> Dedi Purwana dan Nurdin Hidayat, *Studi Kelayakan Bisnis* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018). 2.

<sup>6</sup> Yourname, "Bisnis Kuliner Jurnal," diakses 19 Maret 2020, <http://banaz4butt.blogspot.com/2019/04/bisnis-kuliner-jurnal.html>.

<sup>7</sup> Rima Nurani Sukma, Suwandi Sumartias, dan Nuryah Asri Sjaforah, "Pengalaman Komunikasi Pelaku Bisnis Keluarga dalam Mengembangkan Bisnis Kuliner di Kota Sukabumi," *Jurnal Kajian Komunikasi* 4, no. 1 (1 Juli 2016): 28–42, <https://doi.org/10.24198/jkk.v4i1.7853>.

adanya peningkatan jumlah pengusaha *catering* yang kemudian meningkatkan pula persaingan di dalam bisnis tersebut.<sup>8</sup>

Makin modern perubahan zaman dan perubahan gaya hidup manusia membuat keperluan manusia juga berubah, seperti halnya dalam keperluan primer yakni kebutuhan pangan. Di sisi lain pertumbuhan manusia di Indonesia yang setiap tahunnya semakin mengalami peningkatan hal ini membuat keperluan masyarakat Indonesia terhadap pangan makin melonjak pula. Hal ini dapat dilihat pada hasil sensus penduduk tahun 2009 berjumlah 239,3 juta jiwa yang terus mengalami kenaikan mencapai 266,91 juta jiwa saat tahun 2019. Rata-rata peningkatan jumlah kenaikan penduduk dari tahun 2009 sampai 2019 sebesar 1,29% pertahun.<sup>9</sup>

Laju pertumbuhan jumlah dan perkembangan manusia ini berimplikasi pada meningkatnya kebutuhan akan pangan baik kuantitas maupun kualitas. Bagi orang yang jeli, hal ini pastinya akan mendatangkan peluang-peluang bisnis yang dapat dikerjakan. Lebih lagi pada zaman modern ini. Sokongan perkembangan ilmu-ilmu pengetahuan serta ilmu-ilmu teknologi membuat setiap masyarakat (pada umumnya) merubah orientasi hidupnya,<sup>10</sup> begitu pun dalam mengambil sebuah keputusan.

---

<sup>8</sup> “Biar Makin Laris Manis Jualannya! Ini Strategi Bisnis Kulineran yang Paling Jitu,” *Lifepal Media* (blog), 4 April 2019, <https://lifepal.co.id/media/strategi-bisnis-kuliner/>.

<sup>9</sup> “Agama di Indonesia | Indonesia Investments,” diakses 10 Maret 2020, <https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/agama/item69?>; “Agama | Indonesia.go.id,” diakses 10 Maret 2020, <https://www.indonesia.go.id/profil/agama>.

<sup>10</sup> Putri Anggun Rohmalia dan Yenni Merlin Djajalaksana, “Pengelolaan Bisnis Catering dengan Memanfaatkan Sistem Informasi Berbasis Web (Studi Kasus pada Anggun Catering),” *Jurnal Sistem Informasi* 8, no. 2 (September 2013): 181–201.

Keputusan masyarakat modern cenderung lebih bijak, praktis dan efisien. Misalnya orientasi dan budaya kerja masyarakat yang semakin tinggi dan berbeda dengan yang dahulu. Hal ini menimbulkan permasalahan terhadap kebutuhan makan dan minuman para pekerja, sehingga untuk memenuhinya tidak jarang perusahaan akan menentukan kebijakan yang lebih memudahkan. Salah satu pilihannya adalah dengan menggaet perusahaan *catering* untuk makan karyawannya.

Sebagaimana telah peneliti jelaskan sebelumnya, bahwa salah satu peluang bisnis yang menjanjikan dari makanan adalah usaha *catering*. Selain sisi peluang, bisnis ini sangat banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena mereka menganggap bisnis ini mempunyai tingkat pengembalian kas/modal yang sangat cepat dan dapat memenuhi kebutuhan primer/pangan masyarakat.<sup>11</sup> Hal tersebut terlihat dari semakin berkembangnya jumlah usaha *catering* yang sukses dan berkembang pesat.

Banyaknya orang yang memilih jalur usaha ini juga menimbulkan peningkatan persaingan.<sup>12</sup> Hal ini tentunya akan menimbulkan adanya persaingan bisnis yang sangat ketat, sehingga menjadikan bisnis ini berada pada posisi yang mudah diserang. Siapa pun yang siap untuk bersaing dengan berbagai inovasi, improvisasi dan kreatifitas, dialah yang akan memenangkan persaingan itu. Secara umum memang begitu, namun ada satu sisi eskatologis yang tidak boleh dilewatkan, khususnya bagi para

---

<sup>11</sup> Agnes Yo, *Cara Pinter & Kaya Jadi Pengusaha Katering* (Yogyakarta: Indonesia Cerdas, 2018). 1

<sup>12</sup> Ricky Pradipta Hutama Putra, "Analisis Perumusan Strategi Pengembangan Bisnis Pada Umkm Kuliner Krr's Otentik," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 8, no. 2 (18 Mei 2020), <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6564>.



pengusaha muslim. Selain harus cermat dalam bersaing, mereka haruslah lebih cermat dalam mengkaji aspek-aspek syari'at dalam aktivitas bisnis yang dijalankan.<sup>13</sup>

Penjelasan diatas mengisyaratkan pada pentingnya strategi dalam pengembangan bisnis bidang kuliner. Sebagaimana kita tahu, bahwa strategi bisnis berkaitan dengan trik-trik yang dipakai oleh suatu perusahaan untuk mendapatkan keunggulan persaingan di dalam setiap usaha bisnisnya. Strategi pengembangan bisnis yang sesuai akan memberikan stabilitas arah dan orientasi yang konsisten untuk beradaptasi dengan lingkungan.

Strategi untuk mengembangkan bisnis dalam kerangka pandang ajaran Islam merupakan hal yang lumrah. Namun, dalam menyusun serta mengimplementasikan strategi bisnis, Islam mempunyai prinsip-prinsip yang harus diperhatikan. Ada pun prinsip-prinsip tersebut antara lain: sebuah bisnis harus terbebas dari unsur *dharar* (bahaya), *jahalah* (ketidakjelasan), dan *zhulm* (merugikan atau tidak adil). Oleh sebab itu, dalam memilih strategi bisnis yang selaras dengan ajaran islam, seorang muslim harus memerhatikan prinsip-prinsip tersebut. Dengan demikian strategi yang digunakan merupakan strategi yang akan membawa pada keberkahan dan keridhaan dari Allah SWT. Secara rinci, orang Islam dalam berbisnis harus membebeaskan diri dari unsur MAGHRIB (*masyir, aniaya, gharar,*

---

<sup>13</sup> Fita Nurotul Faiza, "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam pada UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobogan" (Semarang, UIN Walisongo, 2015).

*haram, riba, Ikhtikar, bathil*).<sup>14</sup> Ketujuh unsur tersebut akan menghindarkan dari bahaya, ketidakjelasan dan kedzholiman.

Prinsip dan tata etika dalam mengembangkan bisnis menurut ajaran Islam di atas memiliki korelasi dengan syarat pemerolehan laba. Islam hanya membolehkan bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah.<sup>15</sup> Rezeki yang berkah haruslah diperoleh dengan cara yang benar, cara mendapatkan rezeki dapat dipahami dalam dua macam : (1) cara yang positif; (2) cara yang negatif. Cara memperoleh rezeki yang positif ialah cara memperoleh harta yang dibenarkan oleh kacamata agama maupun oleh kaca mata norma. Adapun cara memperoleh rezeki yang negatif adalah cara memperoleh rezeki yang tidak dibenarkan oleh agama. Seperti berbuat curang sehingga merugikan pihak lain. Rezeki yang halal akan berkah. Seseorang yang mendapatkan keberkahan rezeki hidupnya akan terlihat tenang, senang dan bahagia. Apabila mereka mendapatkan rezeki yang sedikit mereka merasa cukup. Jika mereka diberi lebih mereka akan berbagai rezeki dengan orang lain.<sup>16</sup>

Berbisnis pada dasarnya berkaitan dengan proses jual beli. Begitu pun dalam bisnis *catering*. Menurut ajaran Islam, jual beli menjadi suatu hal yang halal jika proses terjadinya kesepakatan tidak merugikan kedua belah pihak (*'an taradhin*). Oleh sebab itu, demi adanya keridhaan antara penyedia jasa dengan pelanggan serta keberkahan dan keridhaan Tuhan,

<sup>14</sup> Veizal Rival, *Islamic Marketing* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013)...h. 314.

<sup>15</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009). 196.

<sup>16</sup> Aditya Pradipta, "Makna Keberkahan Rezeki Bagi Pengusaha Laundry Muslim (studi kaus di lavender laundry di Gebeng Kartajaya Surabaya)" 2 (2015):187. di akses tanggal 9 maret 2020

maka Islam menggariskan etika dalam berbisnis. Bagi masyarakat muslim, berbisnis bukanlah hal yang asing, sebab Nabi Muhammad dalam tinjauan sejarah dikenal sebagai pelaku bisnis yang sukses.

Sebagai sosok pembimbing umat, Nabi memiliki sepak terjang yang sangat baik dalam berbisnis. Mental pekerja keras Nabi Muhammad dibentuk sejak kecil sewaktu diasuh Halimah Assa'diyah hingga dewasa. Bersama anak-anak Halimah, Nabi yang saat itu berusia 4 tahun mengembala kambing. Pengalaman ini kemudian ia jadikan sebagai pekerjaan pengembala kambing-kambing milik penduduk Mekkah. Sejak usia 12 tahun kecenderungan dan kepiawaian Nabi dalam berbisnis mulai terasah. Ia mulai disibukkan dengan kegiatan berdagang pada usia muda itu. Kesibukan sehari-harinya ini mengantarkannya menjadi pelaku bisnis yang profesional yang begitu bretika bisnis. Profesi ini ditekuninya hingga ia berusia 40 tahun ketika ia resmi menjadi rasul.<sup>17</sup>

Sepak terjang Nabi dalam berbisnis tersebut kemudian menjadi inspirasi sekaligus panduan bagi umatnya dalam menggeluti dunia bisnis. Etika-etika bisnis yang dicontohkannya penuh dengan nilai-nilai kemaslahatan, sehingga keridhaan Tuhan sekaligus harmonitas sosial tetap mengalir. Adapun etika dalam berbisnis yang Rasulullah SAW contohkan antaralain Jujur, tanggung jawab, fathanah (cerdas), tabligh (*komunikatif*), murah hati, profesional, niat suci ibadah.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Muhammad Saifullah, "Etika Bisnis Islam dalam Praktek Bisnis Rasulullah, " *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 19, no. 1 (7 Juni 2011): 127–56, <https://doi.org/10.21580/ws.19.1.215>.

<sup>18</sup> Saifullah.

Laju pertumbuhan usaha *catering* terus mengalami peningkatan, begitu juga yang terjadi di Kota Malang. Usaha *Catering* yang sudah ada di Malang tercatat sebanyak 99 usaha bisnis *catering*.<sup>19</sup> Agaknya tradisi menggunakan jasa *catering* sudah menjadi kebutuhan hidup bagi masyarakat Malang, Untuk membantu kelancaran dan kesuksesan dalam sebuah acara. Salah satu *catering* yang berada di Malang dan terletak di Kota Batu adalah Duta *Catering* Ibu Djito. Usaha ini merupakan salah satu usaha *catering* yang berkembang sangat pesat, bahkan menempati peringkat pertama di Kota Malang.<sup>20</sup>

Duta *Catering* Ibu Djito merupakan salah satu usaha yang dibangun oleh Hj. Kustina atau yang biasa dipanggil dengan Ibu Djito, dengan dukungan suaminya Bapak H. Sulaiman Suhardjito yang kerap dipanggil Bapak Djito. Bisnis *catering* ini terletak di jalan Ir. Soekarno, Dusun Areng-areng, Rt 01/Rw.03 Nomer 26, Desa Dadaprejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur. Bisnis ini dirintis sejak tahun 1995 yang bermula dengan usaha kecil-kecilan perusahaan ini telah mencapai perkembangan yang di tempuh berbarengan dengan naik-turunnya omset. Sementara saat ini menjadi *catering* yang cukup ternama di Malang atau Jawa Timur. Ibu Djito, sapaan akrab pemilik *catering* ini menjalankan usahanya dengan memberikan kepuasan konsumen menjadi tolak ukur pentingnya perusahaan ini pun semakin berkembang.

---

<sup>19</sup> “10 *Katering* Terbaik di Malang,” diakses 8 Maret 2020, <https://www.starofservice.co.id/dir/east-java/malang/malang/katering>.

<sup>20</sup> Nukiyar, Woko, *Wawancara Karyawan Duta Catering Ibu Djito*, 17 Januari 2020

Awal berdirinya Duta Catering ini berawal dari kegiatan rutin Bank BPR Gunung Ringgit tempat Pak Djito bekerja, dimana dalam kegiatan itu Bank mengundang para nasabahnya untuk makan bersama. Dan kebetulan pada saat itu Pak Djito diutus sebagai panitia pelaksana acara, namun terdapat kendala yaitu Pak Djito harus menggunakan jasa catering hanya dengan anggaran yang sangat minim, yaitu Rp. 2.750 per orang.<sup>21</sup> Bapak Djito sendiri awalnya tidak yakin bisa mendapatkan jasa catering dengan harga yang tidak memungkinkan, namun karena keberanian dan rasa tanggung jawab sebagai panitia pelaksana akhirnya beliau bertekad untuk mengemban amanah yang telah diberikan kepadanya. Akhirnya beliau mulai mencari setiap jasa catering di daerah Malang, namun hasilnya nihil, tidak ada yang mau menerima jasa catering dengan harga yang minim itu.<sup>22</sup>

Dengan rasa tanggung jawab akhirnya bapak djito bertekad untuk mengusahakan agar istrinya (Ibu Djito) memasak beberapa menu untuk acara tersebut. Dengan dibantu oleh 10 orang pekerja, akhirnya ibu djito berusaha untuk bekerja dengan maksimal, baik dari masakannya, penataan prasmanan hingga peralatannya. Alhasil acara berjalan dengan lancar dan semua pihak merasa puas terhadap usaha keras pak djito beserta istrinya. Pak djito pun merasa senang, awalnya beliau khawatir semua biaya yang dikeluarkan akan mengalami kerugian, namun ternyata anggaran yang

---

<sup>21</sup> Sulaiman Suhardjito, *Wawancara Pemilik Usaha Duta Catereing Ibu Djito*, 18 November 2019

<sup>22</sup> Hj. Kustina, *Wawancara istri dari Sulaiman Suhardjito pemilik perusahaan*. 18 November 2019

diberikan oleh Bank masih tersisa. Karena dirasa menguntungkan, akhirnya pak djito mulai berfikir untuk memulai usaha jasa *catering*.<sup>23</sup>

Setelah usaha yang dirintis berjalan sangat baik, mulai berfikir tentang bagaimana cara mengembangkannya. Mengembangkan suatu usaha tidak akan dapat berjalan dengan sendirinya, akan tetapi dengan melakukan beberapa cara dan strategi yang telah direncanakan sebelumnya. Strategi merupakan senjata untuk mencapai suatu tujuan. Strategi diartikan juga sebagai sebuah pola yang mencakup didalamnya baik strategi yang direncanakan maupun strategi yang pada awalnya tidak direncanakan oleh perusahaan, akan tetapi menjadikan strategi yang dipertimbangkan bahkan dipilih oleh perusahaan untuk diimplementasikan.<sup>24</sup> Hal ini pun dilakukan oleh Duta Catering Ibu Djito sehingga menjadi usaha yang sukses.

Sebagai salah satu usaha yang tergolong unggul, Duta *Catering* Ibu Djito memiliki segmentasi pasar yang luas. Segmentasi pasar ini, di antaranya pada area Kota Malang, Kota Batu, Kapanjen, Surabaya, Lumajang, Pasuruan, Jombang Madura, Bondowoso, Mojokerto dan Jember.<sup>25</sup> Ini merupakan prestasi yang cukup baik yang didapatkan oleh bisnis catering tersebut, dan juga pada usaha bisnis Duta *Catering* Ibu Djito ini mempunyai penghasilan dalam satu minggu bisa meraih profit kurang lebih Rp 1 M rupiah.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Bram, *Wawancara Menantu Pemilik perusahaan*, 19 November 2019

<sup>24</sup> Ismail Solihin, *Manajemen Strategik* (Bandung: Erlangga, 2012).64.

<sup>25</sup> Woko, Hery, *Wawancara*, 18 januari 2020

<sup>26</sup> H. Sulaiman Suhardjito, *Wawancara* 14 November 2019

Demi menjaga kelangsungan bisnisnya, Duta Catering Ibu Djito tentu saja menerapkan strategi-strategi khusus, dalam pengembangan bisnisnya. Duta *Catering* Ibu Djito menciptakan produk-produk yang berkualitas dan halal dengan variasi menu dan rasa. Harga pun ditentukan dengan strategis. Sementara para konsumennya pun beragam latar belakang, mulai dari kelas sosial, suku, tempat bahkan agama.

Pengembangan yang dilakukan merupakan sesuatu proses peningkatan kesuatu arah yang lebih baik melalui proses-proses yang dilakukan secara terencana oleh sebuah perusahaan.<sup>27</sup> Ada beberapa alasan yang mendukung suatu pengembangan usaha, antara lain yaitu potensi terhadap penciptaan dan perluasan lapangan pekerjaan bagi pengangguran, dalam meningkatkan pendapatan masyarakat disekitar, dan juga untuk menimbulkan skill yang dimiliki oleh masyarakat.<sup>28</sup> Serta adanya penerapan-pererapan spiritual, seperti: Pengajian rutin setiap malam kamis, membantu semua masyarakat di Desa Areng-areng jikalau terjadi kematian Bapak Djito slalu menanggung biaya pengurusan jenazah dari mulai biaya pembelian kain kafan sampai biaya penguburan. Dengan adanya usaha Duta Catering Ibu Djito telah nyata mampu memberdayakan masyarakat sekitar, sehingga kebermanfaatannya begitu terasa.

Atas dasar latar belakang inilah, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai strategi pengembangan bisnis kuliner yang

---

<sup>27</sup> Fadlika Fatchur Rochman, "Strategi Pengembangan Bisnis PT. Ojid Kharisma Nusantara" (Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2011).

<sup>28</sup> Soni Sumarsono, *Ekonomi Manajemen dan Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan* (Jakarta: Graha Ilmu, 2013).109.

ada pada usaha Duta Catering Ibu Djito Kota Batu. Penelitian yang akan penulis lakukan ini berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner dalam Prespektif Etika Islam (Studi Kasus pada Usaha Duta Catering Ibu Djito Batu)”. Peneliti berharap hasil penelitan ini akan menjadi salah satu acuan/rujukan dalam bisnis pada bidang catering yang dapat digunakan oleh siapa pun agar berhasil dalam merintis serta mengembangkan bisnis kulinernya.

### **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks latar belakang penelitian yang penulis telah jabarkan sebelumnya, maka fokus penelitian ini penulis rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep strategi pengembangan bisnis yang diterapkan di Duta Catering Ibu Djito?
2. Bagaimana konsep strategi pengembangan bisnis kuliner Duta Catering Ibu Djito dalam prespektif etika Islam?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan fokus penelitian yang telah penulis ajukan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan konsep strategi pengembangan bisnis yang di terapkan di Duta Catering Ibu Djito Batu
2. Untuk mendiskripsikan dan menganalisis konsep strategi pengembangan bisnis yang di terapkan di Duta Catering Ibu Djito Batu yang di kaitkan dalam prespektif etika Islam



## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan akan mampu memberikan beberapa manfaat dalam bidang akademis, diantaranya:

- a. Memberikan mermanfaat untuk pengembangan pengetahuan dibidang bisnis.
- b. Memberikan konstribusi untuk membangun ilmu, Terutama ilmu ekonomi Islam sehingga dapat di jadikan sebagai bahan acuan referensi untuk penelitian selanjutnya.

### **2. Manfaat praktis**

Adapun secara praktis, penelitian yang penulis ajukan ini diharapkan akan dapat digunakan dalam beberapa hal sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi dan referensi mengenai strategi pengembangan bisnis pada Duta Catering Ibu Djito kota Batu.
- b. Bagi para pembisnis diharapkan penelitian ini menjadi acuan/rujukan ketika akan memulai suatu bisnis misalnya dalam berbisnis makanan dan minuman, seperti yang diterapkan pada Duta Catering Ibu Djito Kota Batu.

## **E. Orisinalitas Penelitian**

Orisinalitas penelitian menjadi sebuah rujukan dalam sebuah penelitian karena disini tinjauan pustaka sangat mempunyai peran penting dalam sebuah penelitian dan menjadi pembeda antara beberapa penelitian

yang telah dahulu melakukan sebuah penelitian, dan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain :

1. Wahyuniarso Tri D S (2013) dalam penelitiannya yang berjudul “*Strategi Pengembangan Industri Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang*”. Penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi SDM pada industri tersebut dalam kondisi buruk, sedangkan kondisi pemasaran kurang baik. Dalam hal ini strategi yang dilakukan untuk memberdayakan industri tersebut adalah dengan memperluas pasar, sehingga barang lebih terkenal dan peningkatan teknologi tepat guna. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi pengembangan bisnis, namun beda dalam analisisnya. Dalam penelitian lebih fokus analisis strategi pengembangan bisnis yang di terapkan di Duta Catering Ibu Djito ditinjau dari prespektif Etika Islam. Bukan menganalisis pada analisis penerapan strategi.
2. Fadlika Fatchur Rochman (2011), “*Strategi Pengembangan Bisnis PT. Ojid Kharisma Nusantara*”. Dalam penelitian ini, menganalisis mengenai kondisi lingkungan perusahaan yang berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang selanjutnya dianalisis menggunakan matriks IFE dan matriks EFE pada input data, matriks IE dan matriks SWOT pada tahap pencocokan, dan matriks QSPM untuk tahap perumusan strategi. Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang strategi pengembangan bisnis, sedangkan yang membedakan dalam penelitian sebelumnya dalam analisisnya. Dimana

dalam penelitian ini lebih menekankan dan menjelaskan pada strategi pengembangan bisnis yang tepat diterapkan pada Duta Catering Ibu Djito, bukan pada analisis terhadap lingkungan perusahaan.

3. Ulfatun Nisa', "*Strategi Pengembangan Usaha Pengusaha Batik Tulis Lasem*". Dalam penelitian ini, memaparkan bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh pengusaha Batik Tulis Lasem sebagian besar sudah sesuai dengan strategi pengembangan dalam Islam, karena sebagian besar pengusaha Batik Tulis Lasem sudah menerapkan kejujuran, pertanggung jawaban, menjalin hubungan baik terhadap pelanggan maupun pengusaha yang lain, dan bersaing dalam perdagangan dengan cara yang sehat. Persamaan dalam penelitian adalah sama-sama membahas tentang strategi pengembangan bisnis. Namun berbeda dalam fokus penelitiannya. Dimana dalam penelitian ini lebih menjelaskan pada strategi pengembangan yang dilakukan, bukan pada analisis tentang strategi dalam memperebutkan pangsa pasar.
4. Agus Santoso (2008), dengan judul penelitian "*Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus di UKM Kambing Desa Cikarawang Kecamatan Darmaga Kabupaten Bogor, Jawa Barat)*". Dalam penelitian ini, menganalisa kondisi lingkungan perusahaan menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) untuk pengumpulan dan pengolahan data, yang berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang selanjutnya dianalisis menggunakan

matriks IFE dan matriks EFE pada tahap input data, matriks IE dan matriks SWOT pada tahap pencocokan dan matriks QSPM untuk tahap perumusan strategi. Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang strategi pengembangan bisnis, akan tetapi berbeda dalam analisisnya. Dalam penelitian ini difokuskan pada analisis strategi pengembangan dalam prespektif etika Islam di Duta Catering Ibu Djito.

Tabel 1.1. Penelitian Terdahulu

NO	Nama/Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Wahyuniarso Tri D S (2013) " <i>Strategi Pengembangan Industri Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang</i> ".	Persamaan penelitian ini membahas tentang strategi pengembangan bisnis, namun dalam analisisnya berbeda.	penelitian ini lebih fokus analisis strategi pengembangan bisnis yang diterapkan di Duta catering ibu djito di tinjau dalam prespektif etika bisnis Islam. bukan menganalisis pada analisis penerapan strateginya.
2.	Fadlika Fatchur Rochman (2011), " <i>Strategi Pengembangan Bisnis PT. Ojid Kharisma Nusantara</i> ".	sama-sama membahas tentang strategi pengembangan bisnis,	Dimana dalam penelitian ini lebih menekankan dan menjelaskan pada analisis strategi pengembangan bisnis yang di terapkan pada Duta Catering Ibu Djito, bukan pada analisis terhadap lingkungan perusahaan.
3.	Ulfatun Nisa' " <i>Strategi pengembangan</i>	sama-sama membahas tentang strategi	berbeda dalam fokus penelitiannya. Dimana dalam penelitian ini

	<i>Usaha Pengusaha Batik Tulis Lasem</i> ".	pengembangan bisnis.	menjelaskan analisis strategi pengembangan yang di lakukan, bukan analisis sttaretegi dalam memperebutkan pangsa pasar.
4.	Agus Santoso (2008), " <i>Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus di UKM Kambing Desa Cikarawang Kecamatan Darmaga Kabupaten Bogor, Jawa Barat)</i> ".	Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang strategi pengembangan bisnis,	dalam analisisnya. Penelitian ini difokuskan pada analisis strategi pengembangan dalam prespektif etikia bisnis Islam. di Duta Catering Ibu Djito.

#### F. Defenisi Istilah

Secara istilah penelitian ini. Penulis defenisikan sebagai proses analisis penulis terhadap strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Duta Catering Ibu Djito, analisis strategi tersebut. Berdasarkan pada Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam seperti. Jujur dalam takaran, menjual barang yang baik mutunya, dilarang menggunakan sumpah, longgar dan bermurah hati, membangun hubungan baik, tertib administrasi.

1. Strategi Pengembangan bisnis: Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu. Sedangkan Pengembangan Bisnis, adalah setiap bisnis memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang

maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi memengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan (Hafsah, 2004). Selanjutnya Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis adalah cara memperbaiki setiap usaha mulai dari pelaksanaan, pekerjaan, Perluasan dalam sebuah suatu usaha yang dijalankan.

2. **Bisnis Kuliner** : Secara umum adalah kegiatan yang berhubungan dengan memasak atau aktivitas memasak. Kuliner juga dapat dimaknai sebagai hasil olahan yang berupa masakan berupa lauk pauk, pangan maupun minuman. Kuliner tidak terlepas dari kegiatan masak memasak yang erat kaitanya dengan konsumsi makanan sehari hari.
3. **Etika Bisnis** : Merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah, yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. KONSEP STRATEGI BISNIS

##### 1. Pengertian Strategi

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*strategos*” (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya “*generalship*” atau sesuatu yang dilakukan oleh para jendral perang dalam membuat *plening* (rencana) untuk memenangkan peperangan.<sup>29</sup> Berdasarkan kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran secara khusus.<sup>30</sup>

Selain yang disebutkan diatas beberapa defenisi strategi dari beberapa dapat disajikan sebaga berikut;

Menurut Supriyono (1990:2) mengatakan bahwa: Strategi adalah satu kesatuan rencana perusahaan atau organisasi yang komprehensif dan terpadu yang diperlukan.

Menurut Peace dan Robinson (1997): 2) mengatakan bahwa: strategi adalah rencana manajer yang berskala besar dan berorientasi

---

<sup>29</sup> Nurul Mubarak, “STRATEGI PEMASARAN ISLAMIS DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA BUTIK CALISTA,” *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 3, no. 1 (12 Oktober 2017): 73–92.

<sup>30</sup> Departemen Nasiona Pendidikan, *Kamus Bahasa Indonesia*, ketiga (Jakarta: Balai Pustaka, 2005).1092

kepada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan pesaing guna mencapai sasaran-sasaran perusahaan.<sup>31</sup>

Pengetahuan yang bagus terhadap konsep strategi dan konsep-konsep lainnya yang berkaitan, sangatlah menentukan suksesnya akan strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Distinctive Competence* : sikap yang dikerjakan oleh perusahaan supaya dapat mengerjakan kinerja lebih baik dibandingkan dengan pesaing yang lain. Apabila suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing dipandang sebagai perusahaan yang memiliki *Distinctive Competence*.
- b. *Competitive Advantage* : kegiatan yang khusus dikembangkan oleh perusahaan supaya dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaing lainnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dikerjakan perusahaan untuk merebut peluang pasar.<sup>32</sup>

## 2. Fungsi Strategi

Kegunaan strategi pada dasarnya adalah berusaha supaya keputusan atau perencanaan langkah-langkah bisnis yang disusun dapat diimplementasikan secara tepat. Maka dari itu, ada beberapa fungsi yang wajib dikerjakan yaitu :

---

<sup>31</sup> Amirullah, *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*, Pertama (Jakarta: Mtra Wacana Media, 2015). 4

<sup>32</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis AWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997).4-6.



- a. Membicarakan akan tujuan (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
- b. Menggabungkan keunggulan atau kekuatan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- c. Menggunakan kesuksesan dan keberhasilan yang didapat saat ini sekaligus melihat adanya peluang-peluang baru.
- d. Meningkatkan dan menghasilkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan saat ini.
- e. Mengkordinasikan sekaligus memberi arah kegiatan aktivitas organisasi kedepan.
- f. Cepat tanggap dan siap beraksi atas keadaan yang baru dihadapi setiap hari.<sup>33</sup>

### 3. Klasifikasi Strategi

Strategi memiliki beberapa jenis, ada pun jenis-jenis strategi yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut ini: Strategi Integrasi Vertikal, Strategi Intensif, Strategi Divertifikasi, Strategi Defensif, Strategi Kombinasi, dan akan di jelaskan sebagai berikut:<sup>34</sup>

#### a. Strategi Integrasi vertikal (*Vertical Integration Strategi*)

Yaitu penggabungan dari proses produksi, penjualan, atau proses ekonomi lainnya yang secara teknologi berbeda dalam batas-

<sup>33</sup> Sofian Assauri, *Strategic Management: Sustanble Competitive Advantage* (Jakarta: Rajawali Press, 2013).7-8.

<sup>34</sup> Astrid Dwi Anjani, Caria Ningsih, dan Ilham Fajri, "Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Makan Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung," *Gastronomy Tourism Journal* 4, no. 2 (2018): 8–21.

batas satu perusahaan tunggal.<sup>35</sup> Strategi Integrasi Vertikal di pisahkan menjadi tiga bagian yaitu : Strategi Integritas ke Depan, Strategi Integritas ke Belakang, Strategi Integritas Herizontal, yang akan dijelaskan sebagai berikut.

1) Strategi Integritas ke Depan (*Forward Integration Strategy*)

Strategi integritas kedepan berkaitan dengan usaha agar menghasilkan kendali atau kepemilikan yang lebih besar atas distributor.<sup>36</sup> Ada beberapa hal yang menjadi faktor pertimbangan untuk melakukan strategi integritas vertikal kedepan, di antaranya adalah :

- a) Apabila distributor yang bekerja sama saat ini sudah sangat mahal serta tidak mampu memenuhi keperluan perusahaan, serta ketersediaan distributor kualitasnya sangat minim.
- b) Apabila kondisi distributor yang ada saat ini mempunyai keuntungan yang cukup tinggi.
- c) Ketika perusahaan industri sangat pesat dan berkesinambungan.
- d) Ketika perusahaan mempunyai dana/modal, manajemen, dan sumber daya manusia yang dibutuhkan dalam mengelola bisnis yang baru.

---

<sup>35</sup> Michael Porter, *Competitive Strategi*, diterjemahkan oleh Agus Maulana "Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing (Jakarta: Erlangga, 1990).263.

<sup>36</sup> Rachmat, *Manajemen Strategik*, Satu (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014).144.

e) Ketika proses produksi cukup normal, maka melalui strategi ini diharapkan dapat meningkatkan permintaan atas produk/jasa yang dihasilkan.<sup>37</sup>

## 2) Strategi Integritas ke Belakang (*Backward Integration Strategy*)

Strategi integritas kebelakang merupakan suatu strategi perusahaan agar pengawasan terhadap bahan baku ditingkatkan, apabila para pemasok sudah dinilai tidak menguntungkan bagi perusahaan, seperti keterlambatannya dalam penyediaan bahan, kualitas bahan yang merosot, biaya yang melonjak tinggi sehingga tidak dapat lagi diandalkan.<sup>38</sup>

Dalam melaksanakan strategi integrasi ke belakang, maka perlu diperhatikan faktor-faktor penentu kapan strategi ini dapat dilaksanakan dengan baik, di antaranya sebagai berikut :

- a) Apabila pemasok pada saat ini sudah dianggap terlalu mahal dan tidak sanggup memenuhi keperluan perusahaan.
- b) Ketika jumlah pemasok minim dan jumlah pesaing banyak.
- c) Apabila pertumbuhan industri tumbuh dengan sangat cepat.
- d) Ketika perusahaan memiliki banyak modal, manajemen, maupun sumber daya manusia untuk mengelola bisnis pemasokan bahan mentahnya sendiri yang baru.

<sup>37</sup> Hutabarat Jemsly dan Huseini Martani, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo 2006).164.

<sup>38</sup> Huseini Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Rajawali Press, 2010).30.

- e) Ketika pemasok saat ini memiliki margin laba yang tinggi menunjukkan bahwa bisnis pemasokan produk atau jasa disuatu industri layak untuk di kembangkan.<sup>39</sup>

### 3) Strategi Integrasi Herizontal (*Horizontal Integration Strategy*)

Strategi ini bertujuan agar perusahaan meningkatkan pengawasan terhadap para pesaing perusahaan walaupun harus memilikinya. Jadi, tujuan strategi ini adalah untuk mendapatkan kepemilikan atau meningkatkan pengendalian para pesaing.<sup>40</sup>

Dalam melaksanakan strategi integrasi horizontal, maka agar efektifitasnya tinggi, perlu diperhatikan beberapa faktor, diantaranya adalah sebagai berikut :

- a) Apabila keunggulan bersaing perusahaan menjadi besar seiring dengan meningkatnya skala ekonomi.
- b) Jika industri yang digeluti perusahaan seang tumbuh.
- c) Ketika perusahaan memiliki modal, manajemen dan sumber daya manusia yang baik untuk mengelola perusahaan.
- d) Ketika perusahaan mengalami kesulitan dalam sumber daya dan dukungan tertentu.<sup>41</sup>

#### b. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Strategi ini dapat dilakukan pada saat memilih strategi atas produk baru, penawaran produk baru dipasar yang ada maupun

<sup>39</sup> Jemsly dan Martani, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Opersionalisasi Strategi*.165.

<sup>40</sup> Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*.31.

<sup>41</sup> Jemsly dan Martani, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Opersionalisasi Strategi*.166-167

pasar yang baru.<sup>42</sup> Strategi ini dibedakan menjadi 3 yaitu Strategi Penetrasi Pasar, Strategi Pengembangan Pasar, Strategi Pengembangan Produk.<sup>43</sup>

#### 1) Strategi Penetrasi Pasar (*Market Penetration Strategy*)

Penetrasi pasar adalah strategi yang mengusahakan meningkatnya pangsa pasar untuk produk dan jasa yang ada dipasar saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar.<sup>44</sup> Adapun beberapa kondisi atau faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam pengaplikasian strategi penetrasi pasar, diantaranya adalah :

- a) Ketika pasar belum bosan dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- b) Apabila terjadinya peningkatan skala ekonomi, untuk membangun keunggulan bersaing
- c) Ketika pangsa pasar pesaing utama mengalami penurunan sementara penjualan industri meningkat.
- d) Ketika adanya korelasi secara historis yang cukup tinggi antara penjualan dengan biaya pemasaran.<sup>45</sup>

#### 2) Strategi Pengembangan Pasar (*Market Development Strategy*)

<sup>42</sup> *Manajemen Strategik*...h.144.

<sup>43</sup> Adiatma Yang Adi, "STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA DEPOT CURLYCURRY," *Agora* 7, no.1 (28 Januari 2019), <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8169>.

<sup>44</sup> *Ibid*, h.145.

<sup>45</sup> Jemsly dan Martani, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi*.172.

Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ada sekarang ke daerah-daerah yang secara geografis merupakan new daerah.<sup>46</sup> Beberapa situasi atau faktor-faktor tertentu yang perlu diperhatikan dalam penerapan strategi pengembangan pasar, antaranya yaitu :

- a) Apabila kondisi perusahaan cukup maksimal dan berhasil, maka strategi ini sangat efektif.
- b) Pasar yang dimasuki tidak jenuh terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- c) Apabila industri yang digeluti perusahaan semakin global.
- d) Apabila saluran distribusi yang baru tersedia dan mempunyai kualitas yang sangat baik, dapat diandalkan serta murah.
- e) Ketersedian modal sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan untuk membantu mengelola ekspansi usaha.
- f) Strategi ini diterapkan bila perusahaan mempunyai kapasitas produksi lebih.<sup>47</sup>

### 3) Strategi Pengembangan Produk (*Product Development Strategy*)

Pengembangan produk adalah strategi yang mengupayakan meingkatnya penjualan dengan cara memodifikasi dan memperbaiki produk atau jasa yang ada saat ini.<sup>48</sup> Strategi pengembangan produk biasanya terbagi tiga jenis

<sup>46</sup> Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*.h.32.

<sup>47</sup> Jemsly dan Martani, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Opersionalisasi Strategi*. h. 173-174

<sup>48</sup> *Manajemen Strategik*...h.145

kegiatan, yaitu mengembangkan dan meluncurkan produk baru, mengembangkan variasi mutu produk lama, dan mengembangkan model dan bentuk-bentuk tambahan terhadap produk lama tersebut.<sup>49</sup>

Inovasi-inovasi baru sangat dibutuhkan untuk memuaskan konsumen mengingat kepuasan konsumen cenderung akan sering mengalami perubahan seiring dengan berubahnya kemampuan ekonomi dan pola hidup masyarakat.<sup>50</sup> Dalam penerapan strategi pengembangan produk perlu sangat diperhatikan faktor-faktor penentu kapan strategi tersebut dapat dilakukan dengan baik, antara lain :

- a) Kemampuan riset dan pengembangan perusahaan. Strategi ini efektif jika perusahaan memiliki kemampuan dalam riset dan pengembangan yang kuat, dengan demikian produk baru dapat diluncurkan dengan cepat, diterima pasar dan terus menurun.
- b) Daur hidup produk dan keberhasilan produk dimata pelanggan. Bila produk telah mencapai tahap dewasa dalam daur hidup produk serta produk berhasil dimata pelanggan, maka strategi ini efektif untuk dilakukan, dengan harapan agar pelanggan tersebut tertarik untuk mencoba produk baru yang diluncurkan.

---

<sup>49</sup> Sondang P Siagian, *Manajemen Stratejik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004).147.

<sup>50</sup> Johan Suwinjo, *Studi Kelayakan Pnegembangan Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).23.

- c) Perkembangan teknologi. Strategi ini sangat cocok diterapkan bila persaingan industri dalam pengembangan teknologi sangat cepat.
- d) Persaingan produk dipasar. Strategi ini efektif dilakukan pada saat pesaing sedang gencar-gencarnya melancarkan produk baru dengan biaya, mutu dan waktu yang lebih baik.
- e) Pertumbuhan industri. Strategi ini efektif jika perusahaan bersaing dalam industri dengan pertumbuhan yang sangat tinggi.<sup>51</sup>

Strategi pengembangan produk ini dapat dilakukan dengan beberapa tahapan, diantaranya :

- a) Dilakukan dengan tahapan mengembangkan (memodifikasi) ciri atribut produk.
- b) Dengan tahapan mengembangkan produk yang memiliki berbagai tingkatan kualitas.
- c) Dengan tahapan mengembangkan produk dengan berbagai ukuran dan model.
- d) Dengan tahapan melakukan inovasi produk.<sup>52</sup>

#### c. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategi*)

Strategi ini menuntut perusahaan agar tumbuh dengan cara meningkatkan produk atau devisi yang berbeda dengan produk atau

<sup>51</sup> Jemsly dan Martani, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi*.,h.173.

<sup>52</sup> Muhammad Suwarsono, *Manajemen Strategik Konsep dan Analisis* (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Majeman YKPN, 2009).296-297.



devisi yang sudah ada.<sup>53</sup> Hal demikian biasanya dilakukan saat perusahaan berada pada pada industri yang telah terkonsolidasi dan pertumbuhannya menjadi terbatas. Dengan diversifikasi, perubahan peluang meningkat besar lagi,<sup>54</sup> Strategi diversifikasi dibedakan menjadi 2 bagian, yaitu : Strategi Devirsifikasi Terkait, Strategi Diversifikasi tidak Terkait.

1) Strategi Diversifikasi Terkait/Konsentrik (*Concentric Diversification Strategy*)

Strategi ini dapat dikerjakan dengan cara menambah produk , jasa baru, tetapi masih saling berkesinambungan. Strategi ini dapat dilakukan apabila perusahaan memiliki posisi bersaing yang kuat, akan tetapi daya tarik industrinya sangat lemah.<sup>55</sup> Beberapa faktor yang perlu diteliti lagi dalam melakukan strategi diversifikasi konsentrik, diantaranya yaitu :

- a) Apabila siklus produk dan jasa yang digeluti perusahaan berada dalam tahap lagi menurun.
- b) Apabila perkembangan industrinya lambat atau sama sekali tidak berkembang.
- c) Apabila perusahaan memiliki sistem dana manajemen yang sangat baik atau kuat serta didukung oleh sumber daya yang cukup optimal.

<sup>53</sup> Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*.,h.25

<sup>54</sup> M. Taufik Amir, *Manajemen Strategi: Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: Rajawali Press, 2011).135.

<sup>55</sup> Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*.,h.25.

d) Apabila meningkatkan produk atau jasa, diharapkan produk dapat terjual dengan harga yang relatif bersaing dan dapat meningkatkan penjualan secara signifikan.<sup>56</sup>

2) Strategi Diversifikasi Tidak Terkait/Konglomerat (*Conglomerat Divercification Strategy*)

Strategi ini dapat dikerjakan dengan cara meningkatkan produk atau jasa baru yang tidak saling berhubungan.<sup>57</sup>

Pertimbangan serta kondisi yang perlu diperhatikan dalam penerapan strategi diversifikasi konglomerat, antara lain adalah:

- a) Pasar yang dijalani oleh perusahaan saat ini sudah mulai jenuh.
- b) Penjualan, keuntungan perusahaan mengalami penurunan, sehingga untuk mengelakkan kondisi ini, maka diperlukan bisnis baru yang bertujuan untuk menstabilkan kondisi perusahaan.
- c) Ketersedian modal, sumber daya yang dimiliki dalam menunjang keberhasilan bisnis baru.
- d) Anti monopoli yang bermaksud untuk menguasai dan konsentrasi pada industri tertentu agar bisa dikuasai secara monopoli.
- e) Sinergi dalam hal keuangan.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> Jemsly dan Martani, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi...*,h.159.

<sup>57</sup> Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*,h.34.

<sup>58</sup> Jemsly dan Martani, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi...*,h.161.

d. Strategi Defensif (*Defensive Strategy*)

Disamping strategi *integrative*, *intensive*, dan *diversification*, perusahaan juga dapat melakukan strategi bertahan (*defensive strategi*),<sup>59</sup> yang terdiri atas tiga bagian yaitu : Strategi Penciutan, Strategi Divestasi, Strategi Likuiditas, yang akan di jelaskan sebagai berikut.

1) Strategi penciutan (*Retrenchmen Strategi*)

Strategi ini adalah strategi yang dilakukan perusahaan besar, yang digunakan perusahaan untuk memperbaiki kinerja yang lagi turun, terutama pada krisis uang dan laba. Pengaplikasian strategi penciutan secara efektif perlu diperhatikan kondisi dan faktor-faktor sebagai berikut :

a) Strategi penciutan (*Retrenchmen Strategi*)

Strategi ini adalah strategi untuk melakukan perubahan besar dalam perusahaan untuk memperbaiki kinerja yang sedang turun, terutama pada krisis uang dan laba. Penerapan strategi penciutan secara efektif perlu diperhatikan kondisi atau faktor-faktor sebagai berikut :

- 1) Apabila Perusahaan mempunyai kompetensi yang jelas akan tetapi gagal untuk mencapai sasaran dan tujuan perusahaan secara konsisten.

---

<sup>59</sup> Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*,h.34.

- 2) Jikalau perusahaan tumbuh sangat pesat dan perusahaan menjadi besar, diperlukan strategi penciutan untuk mengatur stabilitas perusahaan.
  - 3) Apabila perusahaan tidak berhasil mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal baik peluang maupun ancaman, maka diperlukan strategi penciutan untuk mengadakan perbaikan lingkungan internal.
  - 4) Jika perusahaan terganggu. Dengan profit yang rendah, moral karyawan yang jelek, dan tekanan dari pemegang saham untuk merehabilitas kinerja.
  - 5) Jikalau posisi perusahaan tidak terlalu signifikan didalam industri relatif terhadap pesaing.<sup>60</sup>
- b) Strategi Divestasi (*Divestiture Strategy*)

Divestasi adalah strategi menjual perusahaan atau inti utama dari perusahaan. Untuk hal ini dengan melihat kondisi atau alasan perusahaan untuk melakukan strategi divestasi dengan efektif, diantaranya :

- a) Kebutuhan isi kas. Apabila perusahaan pengeluaran uang kas yang cepat dalam jumlah besar sementara sumber lain untuk memperoleh pendapatan tidak ada.

---

<sup>60</sup> Jemsly dan Martani, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi...*,h.177-179

- b) Rugulasi pemerintahan. Strategi ini diterapkan bila pemerintah menerapkan anti monopoli yang menentang kombinasi industri atau perusahaan dengan tujuan monopoli.
- c) Keserasian/ kesesuaian terhadap perusahaan. Devisi tidak sesuai dengan pengelompokan/organisasi. Ini dapat dihasilkan dari pelanggan, pasar, karyawan, meneger, nilai atau kebutuhan yang berbeda.
- d) Formasi divisi. Apabila berpengaruh negatif terhadap kinerja organisasi dan memerlukan sumber daya yang besar untuk memperbaikinya.<sup>61</sup>

c) Strategi Likuiditas (*Liquidation Strategy*)

Likuiditas yaitu menjual seluruh aset perusahaan secara terperinci untuk kekayaan berwujud.<sup>62</sup> Beberapa alasan atau kondisi perusahaan menerapkan strategi divestasi, antara lain adalah :

- a) Apabila alternatif bangkrut, jadi likuiditas mejadi strategi paling pas untuk mendapatkan kas terbesar untuk aset perusahaan.
- b) Menimalisasi rugi perusahan. Dengan penerapan strategi ini, maka pemegang saham perusahaan dapat meminimalkan kerugiannya.<sup>63</sup>

<sup>61</sup> *Ibid*, h.179

<sup>62</sup> Rachmat, *Manajemen Strategik*.,h.146

<sup>63</sup> Jemsly dan Martani, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Opersionalisasi Strategi*.,h. 180.

#### e. Strategi Kombinasi (*Combination Strategy*)

Untuk menerapkan, strategi-strategi tersebut dapat dikombinasikan atau digabungkan dengan satu atau lebih strategi strategi yang lain, ini lah yang kemudian disebut dengan strategi kombinasi (*Combination Strategi*). Penggunaan strategi kombinasi dapat dibagi menjadi dua yaitu:

1. Strategi kombinasi yang menggunakan dua bahkan jika lebih strategi dasar secara serentak atau bersama..
2. Strategi kombinasi yang menggunakan dua atau lebih strategi dasar secara terus-menerus. Strategi ini biasanya dikerjakan oleh perusahaan yang menghadapi siklus kehidupan produk atau jasa utamanya.<sup>64</sup>

#### 4. Strategi Bisnis Islam

Sebagaimana kita ketahui, kegiatan Nabi Muhammad SAW sebelum menjadi Rasul adalah seorang pedagang yang sukses.<sup>65</sup> Adapun petunjuk Rasulullah SAW dalam hal strategi bisnis yang diperbolehkan dalam Islam diantaranya adalah:

##### 1. Jujur (Siddiq)

Pada kegiatan bisnis, sikap jujur bisa dilihat dalam bentuk keseriusan dan ketetapan, baik ketetapan janji, pelayanan, pelaporan, waktu yang tepat, memberi pengakuan kelemahan dan kekurangan

<sup>64</sup> Sukristono, *Perencanaan Strategis Bank* (Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, 1992). 385.

<sup>65</sup> Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah...*h 269

(tidak menutup-nutupi) dan selanjutnya memperbaiki secara terus-menerus, kemudian menjauh dari berbuat bohong dan menipu.<sup>66</sup> Jujuran didalam bisnis sangatlah penting artinya karna nilai kerja akan menjadi merosot jikalau diikuti dengan penenman sikap kejujuran.<sup>67</sup> Hal in tertera di dalam Al-Qur'an, keharusan berperilaku jujur dalam berbisnis seperti berjualan, berniaga, atau jual beli, sudah diterangkan dengan jelas dan tegas sebagaimana firman Allah SWT :

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ  
 الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ  
 مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾ ﴾

Atinya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan dan timbanglah dengan timbangan yang lurus dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.<sup>68</sup>

Ayatini menjelaskna bahwa sesungguhnya Allah SWT telah menghimbau kepada semua umat manusia dan pada umumnya, khususnya kepada para pembisnis agar bersikap jujur dalam melakukan perputaran bisnisnya dalam bentuk apapun. Ciri-ciri kejujuran tersebut, antara lain tidak mengurangi ukuran atau takaran,

<sup>66</sup> Kartajaya dan Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT Indeks, 2013).h. 124

<sup>67</sup> Sentot Imam Wahjono, *Bisnis Modern* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010).h. 16

<sup>68</sup> Departemen Agama, Al-Qur'an . . .,(QS. Asy Syu'ara: 181-183)

tidak memplagiasi barang, tidak mengurangi kualitas, dan lain sebagainya.<sup>69</sup>

## 2. Tanggung Jawab (Amanah)

Amanah berarti dapat dipercaya, dan bertanggung jawab.<sup>70</sup>

Sifat amanah ditampilkan dengan keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang baik, dan ihsan (kebijakan) dalam semua hal. Sifat amanah wajib dimiliki oleh pembisnis muslim, dikarenakan tidak hanya untuk kepentingan muamalah semata tetapi berkaitan dengan status iman seseorang sebagaimana Rasulullah SAW mengingatkan “tidak sempurna iman seseorang yang tidak mempunyai sifat amanah dan juga tidak sempurna keislaman seseorang yang tidak mempunyai komitmen” (HR. Ahmad).<sup>71</sup>

Pentingnya bersikap amanah (tanggung jawab) dalam berbisnis sudah dicontohkan oleh Baginda Muhammad SAW sewaktu beliau menjalankan bisnisnya.<sup>72</sup> Muhammad SAW selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun barang sisa.<sup>73</sup>

## 3. Fathanah (Cerdas)

Fathanah dapat diartikan intelektual, kebijakan atau kecerdikan. Seseorang pembisnis yang mampu memahami, menghayati, dan mengenal tugas serta tanggung jawab yang baik.

<sup>69</sup> Azrul Tanjung dkk, *Merai Surga Dengan Berbisnis* (Jakarta: Gema Insani, 2013).h. 89

<sup>70</sup> Kartajaya dan Syakir Sula,, *Syariah Marketing...*h. 125

<sup>71</sup> Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*. h. 191

<sup>72</sup> Arifin, *Etika Bisnis Islam....* h. 157

<sup>73</sup> Rival, *Islamic Marketing.....*h. 179



Melalui sifat tersebut, seseorang pembisnis mampu menimbulkan kreativitas dan kemampuannya dalam melakukan inovasi-inovasi yang bermanfaat bagi perusahaan.

#### 4. Tabligh (Komunikatif)

Sikap tabligh yaitu komunikatif dan argumentatif. Seseorang yang memiliki sikap tabligh akan menyampaikan sesuatu yang benar dan dengan tutur kata yang tepat.<sup>74</sup> Seseorang pembisnis harus bisa menyampaikan kelebihan-kelebihan produk dengan menarik dan tepat sasaran serta tidak meninggalkan kejujuran dan kebenaran.

#### 5. Murah Hati

Murah hati artinya, senantiasa berperilaku ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab. Sikap seperti inilah yang akan menjadikan magnet tersendiri untuk seorang pembisnis ataupun pedagang yang dapat menarik para konsumen.

Pentingnya menanamkan sifat murah hati dalam bisnis tertera dalam sabda Nabi Muhammad SAW : *“Allah berbelas kasih terhadap orang yang murah hati, ketika ia menjual, bila membeli, atau ketika menuntut hak”* (HR. Bukhari). Artinya dengan penerapan sifat murah hati dapat melahirkan belas kasih terhadap orang lain,

---

<sup>74</sup> Sula, *Syariah Marketing*....h.132

dengan selalu bersikap yang demikian maka akan lebih gampang menarik perhatian orang lain.<sup>75</sup>

## 6. Profesional

Profesional berasal dari kata profesi, (pekerjaan) yang menunjukkan kepada suatu bidang pekerjaan yang didasari pendidikan, keahlian, keterampilan atau spesialisasi tertentu.<sup>76</sup>

Profesional yang dipadukan dengan sikap jujur dan ikhlas merupakan dua sisi yang saling memberi keuntungan. Muhammad SAW memberikan gambaran bahwa seorang yang profesional mempunyai sikap selalu berusaha maksimal dalam memecahkan suatu masalah.<sup>77</sup>

Dalam kaitan sikap profesionalisme, Rasulullah SAW bersabda, “Apabila urusan (manajemen) diserahkan kepada yang belum ahlinya, maka tunngulah kehancura”.<sup>78</sup> Sabda Rasulullah SAW tersebut dengan tegas mengharuskan umat Islam untuk berserah diri dari segala persoalan kepada ahlinya. Sabda ini juga memaparkan bahwa seseorang pembisnis harus mengukur kemampuan diri, tidak terlalu memaksakan terhadap sesuatu yang berada diluar kemampuannya.<sup>79</sup>

<sup>75</sup> Rival, *Islamic Marketing*...h. 180

<sup>76</sup> Tanjung, *Merai Surga Dengan Berbisnis*.h.152

<sup>77</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah* (Banjarmasin: Antasari Press, 2011).h.41

<sup>78</sup> Sula, *Syariah Marketing*...h.50

<sup>79</sup> Tanjung, *Merai Surga Dengan Berbisnis*...h.42

## 7. Niat Suci dan Ibadah

Untuk seorang Muslim menjalankan usaha (bisnis) merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niatan yang suci, cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula.<sup>80</sup> Bila niatnya salah arah, maka usahanya akan mengarah ke arah yang salah. Sebaliknya apabila niatnya baik tentu arah usahanya akan baik, seperti sabda Rasulullah SAW yang artinya “Sesungguhnya pekerjaan-pekerjaan itu tergantung niat. Dan sesungguhnya bagi setiap orang akan memperoleh sesuai dengan apa yang dia makan.”(HR. Bukhari Muslim).<sup>81</sup>

### B. Bisnis dalam Islam

Agama Islam merupakan agama yang memberikan panduan terhadap apa pun kegiatan dalam kehidupan manusia. Bukan saja mengatur urusan dalam lingkup ibadah saja, agama Islam juga mengatur dalam urusan sosial dan ekonomi.<sup>82</sup> Urusan sosial dan ekonomi terkondensasi dalam peraturan muamalah umat Islam. Kegiatan muamalah yang secara khusus membahas masalah penghidupan manusia atau ekonomi di dunia ini pun diatur seperti perniagaan, perdagangan, jual beli

---

<sup>80</sup> Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah*...42

<sup>81</sup> Mardani, *Hukum Bisnis Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015).h. 99

<sup>82</sup> Irma Fatimah Maskur Puri, Amrullah Hayatudin, dan Muhammad Yunus, “Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli Susu Murni di KUD Puspa Mekar Desa Cihideung Lembang Jawa Barat,” *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 0, no. 0 (25 Januari 2019): 200–208.

bahkan juga bisnis.<sup>83</sup> Hal ini telah dipaparkan pada salah satu firman Allah di dalam Q.S Al-Baqarah: 275 dan ayat 198, sebagaimana berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



Artinya: Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ

Artinya: Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam[125]. dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan Sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.

<sup>83</sup> Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis*, Edisi Revisi (Malang: Uin-Malang Press, 2016). 209.

Dari beberapa hukum muamalah dalam syariah Islam dapat dipahami bahwa aktivitas perniagaan demi memenuhi kebutuhan hidup merupakan hal yang diperkenankan. Dalam istilah keagamaan dikenal dengan istilah diharamkan. Penghalalan ini juga tidak serta merta tanpa aturan demi kebaikan. Sebagaimana dalam kedua surat di atas, bahwa manusia dibolehkan Tuhan untuk mencari nafkah demi menghidupi kehidupan, akan tetapi manusia dilarang melakukan riba. Riba merupakan kegiatan yang merugikan orang lain dalam kaitannya perniagaan.<sup>84</sup>

Negara Indonesia, yang mayoritas penduduknya beragama Islam juga memiliki perundang-undangan (*qanun*) yang secara materil memiliki keselarasan dengan Islam.<sup>85</sup> Secara konstitusional, Indonesia menggunakan Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHUPdt) sebagai landasan dalam melakukan kegiatan perdata atau muamalah. Dalam konstitusi, perniagaan termasuk dalam hal yang diperbolehkan, namun ada haluan yang harus ditaati. Menurut pasal KUHUPdt, jual beli adalah suatu pertujuan dimana pihak yang satu berjanji mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Perlu dipahami pula bahwa inti jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda tau barang yang mempunyai nilai (manfaat) yang dilakukan atas dasar suka rela diantara kedua belah pihak, yang satu menyerahkan barang, sedangkan yang lain menerima

---

<sup>84</sup> Djakfar... *Hukum Bisnis*, Edisi Revisi (Malang: Uin-Malang Press, 2016). h. 210

<sup>85</sup> "Agama di Indonesia | Indonesia Investments."

susuai perjanjian. Semuanya ini harus sesuai pula dengan ketentuan hukum yang berlaku, baik hukum syara' maupun hukum positif yang berlaku.<sup>86</sup> Hal tersebut selaras dengan ajaran Islam, mengharamkan riba dan menekankan agar dalam aktivitas jual beli perlu dilakukan suka sama suka, dalam arti tidak ada paksaan di antara mereka, juga penuh dengan asas kejujuran.<sup>87</sup>

Agama Islam mempunyai pedoman dalam menuntun umatnya untuk menjalankan segala upaya memenuhi kebutuhan hidup,<sup>88</sup> termasuk bisnis maupun perniagaan. Al-Qur'an dan sunnah Nabi yang menjadi pedoman ajaran Islam telah memberikan haluan yuridis bagi umat Islam. Di dalam keduanya menawarkan prinsip-prinsip yang akan di terapkan didalam kegiatan usaha yang tentunya masih relevan dengan berkembangnya zaman.<sup>89</sup> Selain dua ayat Al-Qur'an yang telah penulis sebutkan sebelumnya, dapat kita lihat pulapada Al-Qur'an, Surat Al-Jumu'ah ayat 10, sebagai berikut:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا  
 اللَّهُ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: "Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung".<sup>90</sup>

<sup>86</sup> Soebekti R, *Aneka perjanjian*, 10 ed. (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1995). 1

<sup>87</sup> Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis*. Revis (Malang: Uin-Malang Press, 2016).210

<sup>88</sup> Zaroni, "Bisnis dalam Prespektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi)."

<sup>89</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Akademi Majemen Perusahaan YKPN, 2004). 7.

<sup>90</sup> Departemen Agama RI, *AL-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Pustaka Al Mubin, 2013). 554.

Ayat ini, menerangkan bahwa makhluk Allah (manusia) diperintahkan oleh Allah untuk mengerjakan suatu kegiatan usaha dan bisnis untuk menggapai atau memenuhi tujuan hidupnya. Tetapi, dalam kacamata Islam, manusia tidaklah boleh semata-mata sibuk mencari kekayaan sebagai tujuan hidup yang utama, melainkan berimbang antara kebutuhan materi dan rohani.

### 1. Pengertian Bisnis Islam

Menurut Yusanto dan Widjajakusuma, bisnis Islam diartikan sebagai sekumpulan aktivitas bisnis dalam berbagai variasinya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaannya hartanya (ada peraturan halal dan haram).<sup>91</sup> artinya, dalam Islam tidak serta merta bagaimana orang memperoleh profit, tapi ada etika yang disandarkan pada aturan muamalah.

Hal ini dapat dipahami, bahwa dalam Islam terdapat keharusan untuk memperoleh rezeki yang sangat mengharuskan (mewajibkan) unsur kehalalan didalamnya, baik dari sisi perolehan maupun penggunaannya (pembelanjaan dan pengelolaan). Sebagaimana dalam sebuah hadist Nabi Muhammad SAW, sebagai berikut:

لَا تَرُؤُلُ قَدَمًا عَبْدٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ حَتَّى يُسْأَلَ عَنْ أَرْبَعٍ عَنْ عُمُرِهِ  
فِيْمَا أَفْنَاهُ وَعَنْ جَسَدِهِ فِيْمَا أَبْلَاهُ وَعَنْ عِلْمِهِ مَاذَا عَمِلَ فِيْمَهُ

<sup>91</sup> Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002).

وَعَنْ مَالِهِ مِنْ أَيْنَ اكْتَسَبَهُ وَفِيمَا أَنْفَقَهُ (رَوَاهُ ابْنُ حِبَّانَ  
وَالْتِّرْمِذِيُّ)

Artinya:,"Kedua kaki seorang hamba tidaklah beranjak dari tempat hisabnya pada hari kiamat hingga ia ditanya mengenai empat hal: (1) umurnya, untuk apakah ia habiskan, (2) jasadnya, untuk apakah ia gunakan, (3) ilmunya, apakah telah ia amalkan, (4) hartanya, dari mana ia peroleh dan dalam hal apa ia belanjakan" (HR Ibnu Hibban dan at-Tirmidzi).

Hadits tersebut merupakan sebuah peringatan agar manusia mawas diri dan hati-hati dalam melangkah. Manusia harus memiliki perhatian yang besar terhadap aspek eskatologis atau aspek keakhiratan. Keseimbangan dalam menggapai profit demi kelangsungan hidup di dunia dan kepentingan ukhrawi akan membuat manusia hidup dengan tenang dan mampu menciptakan suasana yang menentramkan bagi sekeliling.

Islam mendorong setiap amal kelakuan hendaknya menghasilkan produk atau jasa tertentu yang bermanfaat bagi umat manusia atau yang dapat memperindah kehidupan, mendatangkan kemakmuran dan kesejahteraan bersama. Terhadap usaha tersebut, Islam memberi nilai lebih, sebagai ibadah kepada Allah dan jihad di jalannya.

## 2. Tujuan Bisnis Islam

Tujuan bisnis Islam, merupakan tujuan yang selaras dengan ajaran agama Islam. Alur bisnis dalam kerangka ajaran Islam selalu melandaskan pada syari'at sebagai kendali dalam menjalankan roda



bisnis.<sup>92</sup> Oleh sebab itu, kegiatan bisnis dalam Islam mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut:

a. Target hasil

Target atau hasil merupakan sesuatu yang ditujuan dari berjalannya sebuah proses. Dalam bisnis pun begitu, terdapat hal akhir yang menjadi muara atau tujuan dalam berbisnis. Target atau hasil dalam hal ini bisa berupa profit materi maupun keuntungan non materi. Hasil akhir dari sebuah usaha adalah :

- 1) Memperoleh profit dalam bentuk materi yang sebanyak-banyaknya dengan cara yang baik/halal, bukan dengan cara yang haram dan bukan pula dengan menghalalkan semua proses.
- 2) Mencari manfaat non materi baik internal maupun eksternal, seperti persaudaraan dan silaturahmi. Kepedulian sosial Islam yaitu membuka kesempatan kerja dan bersedekah yang semuanya dapat menjadi sasaran secara bersama-sama untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.<sup>93</sup>

b. Pertumbuhan Akan Terus Meningkat

Pertumbuhan merupakan sunatullah atau hukum alam, di mana setiap apa pun itu akan berubah melalui dinamika hidup.

Dalam berbisnis, dinamika kehidupan juga berpengaruh terhadap

<sup>92</sup> Amir Salim, "Analisis Pemahaman Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas Di Kota Palembang," *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah* 4, no. 1 (13 Agustus 2018): 57-74, <https://doi.org/10.36908/isbank.v4i1.55>.

<sup>93</sup> Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*. 6.

proses bisnis. Oleh sebab itu, perubahan positif berupa pertumbuhan yang meningkat dari sebuah bisnis menjadi hal yang sangat dikehendaki. Hal ini memiliki maksud supaya bisnis dapat dilakukan bukan sekedar untuk mengembalikan kas/modal atau memperoleh profit semata. Ini merupakan sebuah tujuan agar kedepannya dapat memperluas bisnis Islami tersebut lebih maju dan berkembang.

c. Keberlangsungan Menjalankan Bisnis

Keberlangsungan menjalankan bisnis bukan berarti setelah memperoleh berbagai profit akan tuntas. Melaksanakan bisnis juga bertujuan untuk semakin meningkatkan kualitas bisnisnya agar bisnis yang dikelola akan selalu tampil dalam dunia bisnis tersebut.

d. Keberkahan dan Keridhaan Allah

Salah satu tujuan berbisnis adalah demi mendapatkan keberkahan dan keridhaan Allah SWT.<sup>94</sup> Berkah atau barokah itu sendiri memiliki kandungan dan pemahaman yang sangat luas dan agung, yaitu berkembang, bertambah dan kebahagiaan. Yakni diharapkan dari suatu usaha akan menambah kebaikan yang bayak dan abadi. Unsur keberkahan dan ridho Allah SWT merupakan titik ujung kebahagiaan kehidupan manusia muslim. Bila ini tercapai, menandakan terpenuhinya 2 syarat diterimanya amal

---

<sup>94</sup> Arifin, *Etika Bisnis Islam*...h. 85-86.

manusia, yakni adanya keikhlasan niat dan cara yang sesuai dengan ketentuan syariat.<sup>95</sup>

### 3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis dalam Islam

Prinsip adalah asas (kebenaran yang menjadi pokok dasar berfikir, bertindak, dan sebagainya).<sup>96</sup> Syarat untuk meraih keberkahan atas nilai transenden seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam islam, antara lain:

#### a. Jujur dalam takaran (*quantity*)

Ini sangat penting untuk memperhatikan karena Tuhan sendiri secara jelas mengatakan dalam QS. Al-Muthafifin ayat 1-3, sebagai berikut.<sup>97</sup>

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾  
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang . (yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi,dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi).

#### b. Menjual barang yang baik mutunya (*quality*)

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yaitu berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeseimbangan (*balance*) antara memperoleh

<sup>95</sup> Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*....h. 21.

<sup>96</sup> Departemen, *Kamus*. . . h. 896.

<sup>97</sup> QS. Al-Muthafifin ayat 1-3

keuntungan (profit) dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik hukum, maupun etika dan adat.<sup>98</sup>

c. Dilarang menggunakan sumpah (al-qasm)

Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dikalangan para pedagang kelah bawah apa yang dikenal dengan obral sumapah. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk menyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas, dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya. Dalam Islam perbuatan semacam itu tidak dibenarkan karena juga akan menghilangkan keberkahan sebagaimana sabda Rasulullah SAW: Dari Abu Hurairah r.a, Saya mendengar Rasulullah SAW bersabda: *“Sumpah itu melariskan dagang, tetapi menghapuskan keberkahan”*. (HR. AbuDawud).<sup>99</sup>

d. Longgar dan bermurah hati (tasamuh dan tara’hum)

Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Rasulullah SAW bersabda: *“senyummu kepada saudaramu adalah sedekah bagimu”*. (HR. AlTurmudhi).<sup>100</sup>

e. Membangun hubungan baik (interrelationship/s *ilat al-rahim*)

Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapa pun, inklud antar sesama pelaku bisnis. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW yang

<sup>98</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis* (Jakarta: Penebar Plus, 2012). h. 36

<sup>99</sup> Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis Dialektika Etika dengan Realitas*, (Malang: UIN-Malang Press, 2009).h. 79

<sup>100</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Dalam Paradigma Spiritualitas dan Kearifan Lokal*, Edisi Revisi (Malang: Uin-Malang Press, 2019).h. 32

di riwayatkan oleh Al-Bukhari: *“bahwasannya Rasulullah SAW bersabda: barang siapa mengharap dimudahkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya, maka hendaklah ia menjalin hubungan silaturahmi”*(HR. Al-Bukhari)<sup>101</sup>

f. Tertib Administrasi

Dalam dunia perdagangan wajar terjadi praktik pinjam meminjam. Dalam hubungan ini Al-Qur'an mengajarkan perlunya administrasi hutang piutang tersebut agar manusia terhindar dalam kesalahan yang mungkin terjadi, sebagaimana firman-Nya :

Atinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya”.

g. Menetapkan Harga dengan transparan.

Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba.<sup>102</sup>

### C. Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Islam

Dari zaman Rasulullah SAW umat Islam telah menggeluti dunia bisnis dan sukses. Banyak di antara mereka para sahabat yang menjadi pembisnis sukses dan memperluas jaringan bisnisnya melewati batas teritorial Mekah ataupun Madinah. Dengan didasari ekonomi syariah dan

<sup>101</sup> Djakfar.etika ..h. 32

<sup>102</sup> Djakfar.

nilai-nilai keislaman, mereka mengembangkan kehidupan bisnisnya. Tak terkecuali dalam hal transaksi dan hubungan perdagangan dalam hal manajemen perusahaan pun mereka berpedoman pada nilai-nilai keislaman. Demikian juga dalam seluruh pengambilan keputusan bisnisnya.<sup>103</sup> Pengembangan bisnis sangat diperlukan guna mencapai tujuan bisnis yang salah satunya adalah keberlangsungan.

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan.<sup>104</sup> Dan bisnis yaitu suatu kegiatan usaha yang mengorganisasi untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat.<sup>105</sup> Strategi bisnis berkaitan dengan cara-cara yang digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan keunggulan persaingan di dalam setiap bisnisnya. Sebuah strategi bisnis memberikan stabilitas arah dan orientasi yang konsisten untuk beradaptasi dengan lingkungannya.

Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan sistem bisnis, yaitu harus terbebas dari unsur *dharar* (bahaya), *jahalalah* (ketidakjelasan), dan *zhulm* (merugikan atau tidak adil). Oleh sebab itu, dalam memilih strategi bisnis yang selaras dengan ajaran islam, seorang muslim harus memerhatikan prinsip-prinsip tersebut. Dengan demikian strategi yang digunakan meruakan strategi yang akan membawa pada keberkahan dan keridhaan dari Allah SWT. Secara rinci, dalam berbisnis harus

---

<sup>103</sup> ismail yusnanto dan Karebet, *Menggagas Bisnis Islami...* h. i

<sup>104</sup> Pendidikan, *Kamus Bahasa Indonesia...*h.538

<sup>105</sup> Muhammad dan R Lukman, *Visi AL-Qur'an Tentang Etika Bisnis Islam...*h.60

terbebas dari unsur-unsur MAGHRIB (masyir, aniaya, gharar, haram, riba, Ikhtikar, bathil).<sup>106</sup>

### 1. Maysir (Judi)

Maysir berasal dari kata al-yurs yang artinya mudah, suatu bentuk kegiatan yang mengandung unsur taruhan atau perjudian.<sup>107</sup>

Secara etimologis berarti memperoleh sesuatu dengan cara mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa kerja. Sedangkan menurut terminologis maysir merupakan segala sesuatu yang mengandung unsur perjudian atau spekulasi yang tinggi.<sup>108</sup>

perilaku masyir dalam pengembangan bisnis dilarang keras di dalam Al-Qur'an, Allah SWT berfirman :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْحَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَمُ رِجْسٌ  
مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah], adalah Termasuk perbuatan syaitan. maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.<sup>109</sup>

Dalam ayat tersebut jelas bahwa semua bentuk perjudian dilarang dan dianggap perbuatan yang dzalim dan sangat dibenci.

### 2. Aniaya (Zhulm)

<sup>106</sup> Rival, *Islamic Marketing*....h. 314.

<sup>107</sup> Ghufroon Ajib, *Fiqh Muamalah II Kontemporer Indonesia* (Semarang: CV Karya Abadi Jaya, 2015).33.

<sup>108</sup> Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2015).107-108

<sup>109</sup> Agama RI, *AL-Qur'an dan Terjemahnya*...(Al-Maidah: 90), h. 123

Secara terminologi, kata *Zhulm* mempunyai arti mengurangi, menyimpang, menindas, bertindak sewenang-wenang, dan tidak adil. Sedangkan secara terminologis, artinya transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi lainnya.<sup>110</sup> Pembisnis Islam seharusnya tidak menyakiti rekan bisnisnya.<sup>111</sup>

Dalam dunia bisnis, konsep *zhulm* berkaitan erat dengan *bat il* seperti tertara dalam QS. An-Nisa: 29 yang mengatakan bahwa memakan harta orang lain dengan cara yang *bat il* adalah suatu kezaliman, menzalimi orang lain dalam ekonomi berarti merusak dan membunuh kehidupannya. Oleh karena itu Allah melarang perdagangan dengan cara yang *bat il*.<sup>112</sup>

### 3. *Gharar* (Penipuan)

Kata *gharar* mengandung arti penipuan atau penyesatan.<sup>113</sup> Sedangkan menurut terminologi, *gharar* adalah transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali diatur lain dalam syariat.<sup>114</sup> Larangan *gharar* disamping mengandung pertaruhan atau ketidakpastian hasil, juga dimaksudkan menjaga harta agar tidak hilang dan menjaga terjadinya sikap permusuhan sebagai akibat terjadinya bisnis yang tidak jelas. Sebagaimana penjelasan hadits yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah sebagai berikut:

<sup>110</sup> Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*....h.113

<sup>111</sup> Dwi Suwiknyo, *Ayat-Ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010).59.

<sup>112</sup> Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000).40.

<sup>113</sup> Ibrahim Warde, *Islamic Finance* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009).126.

<sup>114</sup> Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*....h. 104



Artinya: “bahwa Nabi SAW melarang jual beli gharar (yang belum jelas harga, barang, waktu, dan tempatnya)”. (HR. Muslim)<sup>115</sup>

Hadist tersebut dengan jelas menerangkan bahwa praktik gharar tidak dibenarkan karena ketidakjelasan pada kualitas, kuantitas, harga dan waktu.

#### 4. Haram

Haram merupakan sesuatu yang dilarang oleh Allah dan Rasulnya. Sesuatu yang haram untuk dilakukan. Secara garis besar sesuatu yang diharamkan dikategorikan menjadi dua yakni haram secara zatnya dan haram karena cara memperolehnya.<sup>116</sup> Barang yang diharamkan dilarang diperjualbelikan, seperti babi, berhalal, bangkai, dan khamar (minuman yang memabukkan).<sup>117</sup> Hal tersebut terlihat jelas dalam firman Allah, sebagaimana berikut :

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ  
فَمَنْ أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya : Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah[108]. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah maha pengampun lagi maha penyayang.<sup>118</sup>

#### 5. Riba (Tambahan )

<sup>115</sup> Azrul, Tanjung, *Merais Surga Dengan Berbisnis*....h. 101

<sup>116</sup> Ismail Nawawi, *Ekonomi Islam - Prespektif Teori, Sistem, dan Analisis* (Surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2009).139.

<sup>117</sup> Abdul Rahman, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010).80.

<sup>118</sup> Agama RI, *AL-Qur'an dan Terjemahnya*.....(Al-Baqarah:173), h. 26.

Riba berasal dari kata Bahasa Arab, *al-ziyadah* yang berarti tambahan.<sup>119</sup> Secara terminologi, riba dapat diartikan sebagai pengambilan tambahan dari harta pokok secara bathil, sehingga hukumnya diharamkan.<sup>120</sup> Sesuatu yang mengandung riba, dilarang keras dalam Islam, karena akan merugikan salah satu pihak, yaitu pemimjam.<sup>121</sup> Dengan itu, Allah SWT memperjelas hukum riba dengan firmanNya :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ  
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.<sup>122</sup>

#### 6. *Ikhtikar* (Penimbunan)

Semua orang muslim boleh berbisnis, namun didalam berbisnis tidak diperbolehkan melakukan *ikhtikar*. *Ikhtikar* merupakan penimbunan barang dagang untuk menunggu melonjaknya harga.<sup>123</sup> Tindakan ini tentu saja merupakan kesengajaan dan merupakan tindakan yang sangat merugikan orang lain.<sup>124</sup> Rasulullah SAW

<sup>119</sup> Choirul Huda, *Ekonomi Islam* (Semarang: CV Karya Abadi Jaya, 2015).83.

<sup>120</sup> Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*....h.78.

<sup>121</sup> Dwi Suwiknyo, *Ayat-Ayat Ekonomi Islam*....h. 127

<sup>122</sup> Agama RI, *AL-Qur'an dan Terjemahnya*....(Al-Imran: 130), h.66

<sup>123</sup> Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003).152

<sup>124</sup> Dede Nurohman, *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Teras, 2011).22

bersabda : “ia yang menimbun adalah orang yang berdosa”. (H.R Muslim).<sup>125</sup>

## 7. Battil

*Al-bathil* bersal dari kata bathala yang berarti rusak, sia-sia tidak berguna, bohong.<sup>126</sup> Seorang pembisnis dalam menjalankan bisnisnya tidak diperbolehkan melakukan hal-hal yang mengandung unsur *bat-il*, hal ini dijelaskan pada firman Allah dalam QS. An-Nisa: 29 yang artinya sebagai berikut:

Artinya “Hai orang-orang yang beriman, jangan lah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bat il, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu.<sup>127</sup>

Ayat ini menjelaskan larangan memakan harta dengan cara yang *bat'il*. Memakan harta dengan cara yang *bat'il* ini mencakup dua pengertian, yaitu memakan harta diri sendiri dan memakan harta orang lain. Memakan harta dirinya sendiri dengan cara yang *bat'il* misalnya menggunakan harta itu untuk kepentingan maksiat. Sedangkan memakan harta orang lain dengan cara *bat'il* yaitu harta hasil riba, judi, termasuk juga memakan harta dari hasil perdagangan yang haram, seperti *khamr*, babi, bangkai, dan sebagainya.<sup>128</sup>

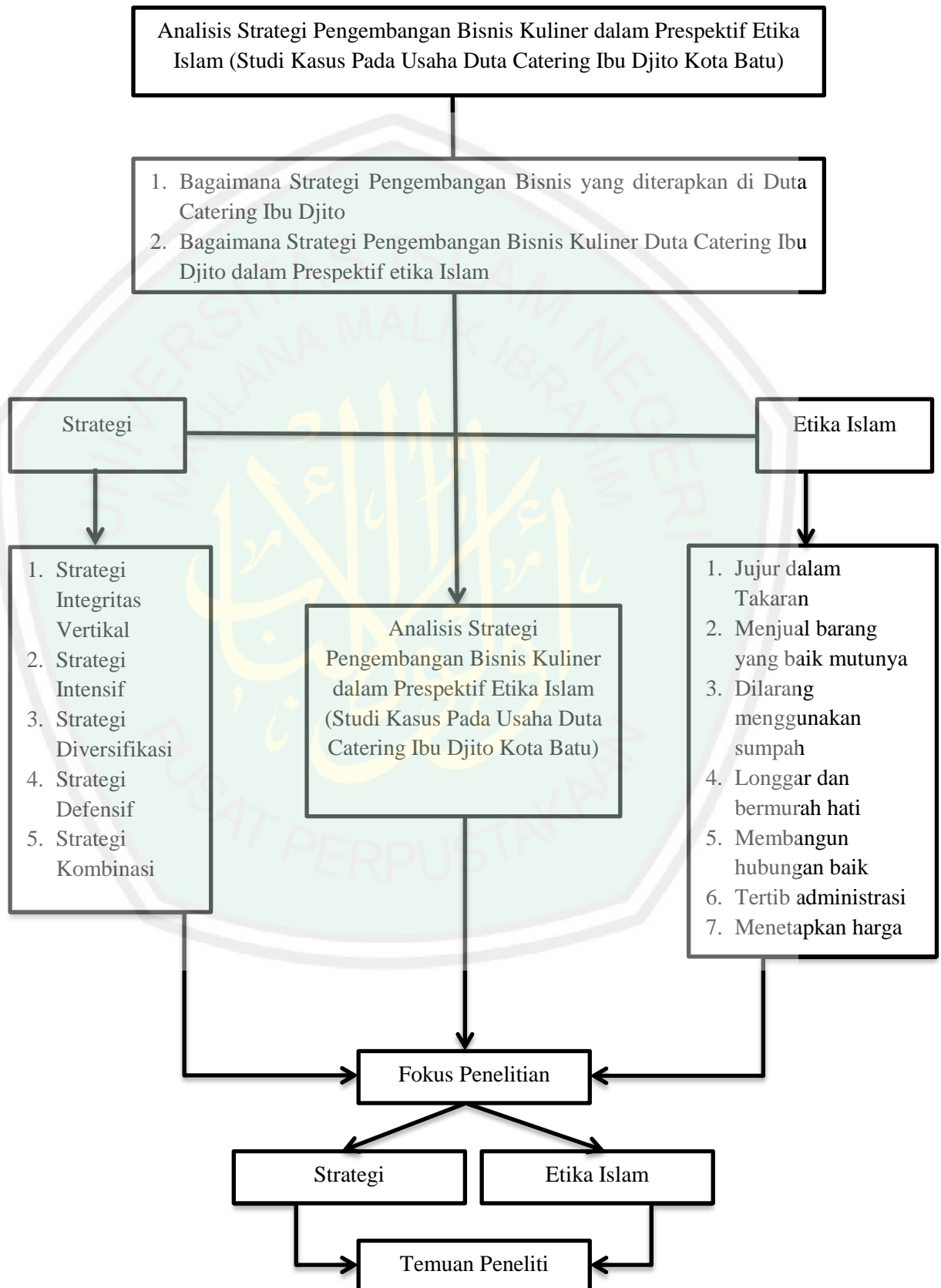
<sup>125</sup> Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam* (Jakarta: Erlangga, 2012).168

<sup>126</sup> Lukman, *Visi AL-Qur'an Tentang Etika Bisnis Islam...*h. 142

<sup>127</sup> Agama RI, *AL-Qur'an dan Terjemahnya...*(An-Nisa:29), h. 83

<sup>128</sup> Kwat Ismanto, *Manajemen Syariah...*h. 39

#### D. Kerangka Berfikir



### BAB III

## METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan yang dipilih bertujuan agar dapat memberikan jawaban atas permasalahan penelitian yang membutuhkan pemahaman mendalam dalam konteks masa dan keadaan yang saling bersangkutan, dilakukan secara wajar dan natural sebagaimana kondisi objektif yang apa adanya terjadi dilapangan melalui metode deskriptif.<sup>129</sup> Peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif berupaya menemukan data penelitian dari fakta lapangan yang ada pada kasus tertentu secara rinci.<sup>130</sup> Penelitian semacam ini dilakukan melalui interaksi yang intens atau panjang durasinya dengan para partisipan dalam sebuah keadaan yang naturalistik untuk melakukan investigasi atas kehidupan sehari-hari atau yang sesuatu luar biasa dari setiap individu, kelompok, masyarakat, dan organisasi.<sup>131</sup>

Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, bahwa penelitian ini menggunakan studi kasus sebagai metode yang digunakan. Penelitian studi kasus merupakan salah satu metode penelitian yang ada didalam domain

---

<sup>129</sup> Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012). 29

<sup>130</sup> Morisan, *Riset Kualitatif, Pertama* (Jakarta: Prenada Media Group, 2019). 15

<sup>131</sup> Matthew B. Miles, A. Micheal Huberman, dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook, Thrd* (Arizona: SAGE Publication, 2014). 28

penelitian kualitatif. Metode ini secara mendalam mengeksplorasi suatu kasus tertentu dengan melakukan pelibatan aneka sumber informasi.<sup>132</sup>Sederhananya, studi kasus merupakan studi mengenai sebuah fenomena untuk dipahami dan dijelaskan oleh peneliti dengan menggunakan sebanyak mungkin sumber data untuk meneliti individu-individu, kelompok-kelompok, masyarakat, organisasi-organisasi, atau peristiwa.<sup>133</sup>

Agar memudahkan dalam menggali dan menulis serta menganalisa data, maka tipe penelitian ini adalah tipe penelitian kualitatif yang deskriptif sekaligus eksplanatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang diarahkan untuk menggambarkan berbagai gejala, fakta, atau kejadian secara sistematis juga saksama mengenai sifat-sifat yang dimiliki oleh populasi atau daerah tertentu.<sup>134</sup> Penelitian yang bersifat deskriptif diarahkan untuk memberikan deskripsi atau gambaran atas fenomen-fenomena yang terjadi, baik yang bersifat natural maupun buatan manusia. Pada penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis atau dugaan tertentu, tapi sekedar menggambarkan secara apa adanya atas suatu variabel, gejala atau kondisi.<sup>135</sup>

Sedangkan penelitian tipe eksplanatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengungkap alasan akan terjadinya suatu kasus

---

<sup>132</sup> J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis Karakteristik dan Keunggulannya* (Jakarta: Grasindo, 2010). 49

<sup>133</sup> Morissan, *Riset Kualitatif*. 130

<sup>134</sup> Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosoal dan Pendidikan: Teori-Aplikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009). 47

<sup>135</sup> Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Bima Aksara, 1989). 310

penelitian.<sup>136</sup> Oleh karenanya, peneliti tidak dapat memasukkan dan mengembangkan asumsi-asumsinya didalam penelitiannya.<sup>137</sup> Disini peneliti melakukan penelitian dengan terjun ke lapangan, mendeskripsikan dan mengonstruksi realitas yang ada serta melakukan pendekatan terhadap sumber informasi, sehingga diharapkan data yang didapatkan akan lebih maksimal. Pendiskripsian penelitian tersebut berdasarkan pada usaha bisnis Duta Catering (Ibu Djito) Kota Batu.

## B. Kehadiran Penelitian

Untuk memperoleh data sebanyak mungkin, detail dan orisinal, maka selama penelitian di lapangan, peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat atau instrumen utama dalam penelitian ini. Menurut Sugiyon, penelitian kualitatif disebut sebagai *human instrumen*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan atas temuannya.<sup>138</sup> Maksudnya, peneliti berkedudukan sebagai instrumen penelitian yang memiliki tanggung jawab penting atas proses penelitian.

Penelitian ini berlangsung pada latar alamiah yang menuntut kehadiran peneliti di lapangan, oleh karena itu peneliti mengadakan pengamatan dengan mendatangi subyek penelitian atau informan secara langsung (*face to face*) dengan mendatangi lokasi penelitian yang ingin

---

<sup>136</sup> Morissan, *Riset Kualitatif*. 29

<sup>137</sup> J W Creswell *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*", di terjemah oleh : Achmad Fawaid, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014).hal.53

<sup>138</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2010).hal.306

penulis teliti. Keuntungan yang didapat dari kehadiran peneliti sebagai instrumen penelitian adalah subjek lebih tanggap akan kehadiran peneliti, peneliti dapat menyesuaikan diri dengan setting penelitian, keputusan yang berhubungan dengan penelitian dapat diambil dengan cara cepat dan terarah, demikian juga dengan informasi dapat diperoleh melalui sikap dan cara informan dalam memberikan informasi. Untuk itu validitas dan reliabilitas data kualitatif banyak tergantung pada keterampilan metodologis serta kepekaan dan integritas peneliti itu sendiri.

Adapun beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh peneliti saat mewawancarai informan adalah intonasi suara, kecepatan berbicara, sensitifitas pertanyaan, kontak mata, dan kepekaan nonverbal.<sup>139</sup> Dalam proses pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi dan wawancara, peneliti disini bertindak sebagai pengamat partisipan aktif. Maka untuk itu, peneliti harus bersikap sebaik mungkin, hati-hati dan sungguh-sungguh dalam menjaring data yang terkumpul agar benar-benar relevan dan terjamin keabsahannya.<sup>140</sup>

### C. Latar Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam karya tesis dilaksanakan di perusahaan Duta Catering Ibu Djito kota Batu dengan berlandaskan:

---

<sup>139</sup> E. Kristi Poerwandari, *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia* (Depok: LPSP3 UI, 2009).hal.117

<sup>140</sup> Poerwandari.hal.118



1. Duta Catering (Ibu Djito), merupakan usaha bisnis di bidang makanan dan minuman yang sangat banyak diminati oleh masyarakat Kota Malang, Kota Batu dan kota lainnya mempunyai pangsa pasar yang sangat luas.
2. Duta Catering (Ibu Djito), Merupakan salah satu catering terbaik di Malang dan menempati posisi tertinggi kedua sebagai Catering terbaik Se-Jawa Timur, dalam sehari catering ini mampu melayani 10-15 event bahkan lebih setara dengan 10.000 porsi setiap harinya dengan jumlah penghasilan 1 M rupiah dalam satu minggu.
3. Dalam proses kerjanya sangat terstruktur dengan baik dan strategis, baik dari kantor, gudang, tempat masak, gedung pertemuan, dan dari segi kinerjanya sangat baik dan terarah baik pegawai kantor itu sendiri, pegawai gudang ,pegawai masakan dan pekerja bagian lapangannya.
4. Dalam bidang kerohanian juga Duta Catering (Ibu Djito) memiliki keunggulan yang lebih di bandingkan dengan Usaha Catering yang lain: diantaranya dari pihak atasan sendiri Bapak dan Ibu Djito merupakan salah satu orang yang dermawan rendah hati baik terhadap masyarakat sekitar, karyawan dan slalu ringan tangan dalam artian luas slalu bersedekah dalam bentuk apapun , tidak lupa pula duta catering (ibu djito) slalu mengadakan pengajian rutin setiap malam kamis yang mana dalam pengajian tersebut sangat berguna bagi seluruh karyawan, masyarakat sekitar dan juga mahasiswa/wi yang berada dilingkungan usaha duta catering (Ibu Djito) ini.

#### D. Sumber Data Penelitian

Kegiatann awal dalam kerjaan penelitian adalah menentukan sumber data penelitian. Sumber yang tepat yakni keterangan yang berkaitan dengan fokus penelitian yang akan membuat data yang dicari menjadi terarah dan tepat.<sup>141</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data primer dan data sekunder.

##### a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan dari sumber pertama atau sumber asli.<sup>142</sup> Data tersebut diperoleh dari pihak Duta Catering (Ibu Djito). Melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

##### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah diterbitkan atau digunakan pihak lain.<sup>143</sup> Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data sekunder dari hasil dokumentasi, literatur, dan *website* yang menunjang penelitian.

Dari dua macam sumber data yang di paparkan, proses dan hasil penelitian ini harapan dapat menjelaskan dan mengungkap seperti apa penerapan strategi pengembangan bisnis kuliner dalam praspektiv etika Islam pada Duta Catering Ibu Djito.

---

<sup>141</sup> Salim dan Haidir, *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan dan Jenis*, ed. oleh Ihsan Satria Azhar, I (Jakarta: Kencana, 2019). 71

<sup>142</sup> Usman Rianse dan Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori dan Aplikasi)* (Bandung: Alfabeta, 2012).212.

<sup>143</sup> Suharyadi dan Purwantu, *Statistika : untuk Ekonomi Keungan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2011).14.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik penelitian menggunakan pendekatan kualitatif yang peneliti lakukan untuk menggali informasi dari subjek, seperti halnya pengalaman subjek, makna-makna dari pengalaman subjek. Informasi dari subjek dapat menambah pengetahuan dan wawasan dari peneliti, sehingga peneliti dapat mengembangkan kemampuannya dalam mengelola hasil penelitian sebagai keilmuan yang penting, metode pengumpulan data yang dilakukan meliputi:

### a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam studi pendahuluan terhadap *focus* dan *locus* penelitian ini. Metode ini telah membawa penulis menemukan permasalahan penelitian, sehingga layak untuk dilakukan penelitian lebih mendalam. Metode ini berkerja dengan cara diadakannya pertemuan antara peneliti dengan informan/responden untuk melakukan proses bertukar informasi serta ide dengan tanya-jawab. Proses ini memberikan peneliti informasi terkait fokus penelitian untuk kemudian dapat dikonstruksikan setiap makna dalam topik yang dibicarakan.<sup>144</sup> Metode wawancara dimulai dari asumsi bahwa ada kemungkinan untuk melakukan investigasi elemen-elemen sosial dengan meminta orang untuk berbincang, dan

---

<sup>144</sup> Sigiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 317

secara bersamaan peneliti melakukan konstruksi pengetahuan dengan mendengarkan dan menginterpretasikan apa yang didengarkan.<sup>145</sup>

Dalam kegiatan wawancara ini, peneliti melakukan wawancara langsung ke pemilik usaha bisnis Duta *Catering* (Ibu Djito). Adapun jenis wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara tidak terstruktur atau terbuka, yaitu peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa orang diantaranya yaitu:

1. H. Sulaiman Suhardjito, selaku pemilik perusahaan
2. Ibu Menik, selaku manager Duta *Catering* Ibu Djito
3. Bapak Udong, selaku HRD Duta *Catering* Ibu Djito
4. Bapak Mul, selaku kepala bagian peralatan Duta *Catering* Ibu Djito
5. Bapak Imam, selaku kepala bagian supir Duta *Catering* Ibu Djito
6. Bapak Sodik, selaku karyawan senior Duta *Catering* Ibu Djito
7. Bapak Nukiar, selaku karyawan senior Duta *Catering* Ibu Djito
8. Bapak Win, selaku karyawan bagian supir Duta *Catering* Ibu Djito

---

<sup>145</sup> Jennifer Mason, "Qualitative Interviewing : Listening, and Interpretating" dalam TIM MAY, *Qualitative Research in Action*. 225

## b. Observasi

Metode observasi (pengamatan) merupakan sebuah metode pengumpulan data yang otentik dan independen serta sangat membantu dalam sebuah penelitian kualitatif.<sup>146</sup> Observasi adalah sebuah teknik atau cara dalam mengumpulkan data penelitian dengan cara peneliti terjun kelapangan untuk melakukan pengumpulan data melalui pengamatan secara langsung pada hal atau kegiatan yang sedang berlangsung.<sup>147</sup> Banyak aspek yang dapat dijadikan sebagai subjek observasi, semua tergantung pada topik penelitian yang dilakukan, baik berupa karakteristik seseorang, interaksi antar orang, tindakan/kegiatan yang dilakukan baik manusia maupun alat, dan keadaan fisik sekitar lokus penelitian.<sup>148</sup>

Pengamatan yang dikerjakan dengan mencatat kejadian-kejadian yang terkait dengan bisnis Duta Catering (ibu djito) Kota Batu.

## c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah metode pengumpulan data penelitian dengan cara mencari data dalam dokumen-dokumen, majalah atau surat kabar, buku, catatan harian, agenda, catatan dering, dan sebagainya. Dengan kata lain, dokumentasi merupakan material yang ditulis atau secara elektronik tersimpan. Adapun material tersebut menjadi data bagi peneliti untuk dilakukan analisa secara mendalam,

---

<sup>146</sup> Robert K. Yin. *Qualitative Research from Strar to Finish*, 9 ed. (New York : The Guilford Press, 2011). 143

<sup>147</sup> Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*. 220

<sup>148</sup> Yin. *Qualitative Research from Strar to Finish*. 145

baik material yang terpublikasi maupun yang ada didalam institusi atau lokus penelitian yang kita ambil.<sup>149</sup> Adapun data dokumen yang kita ambil adalah data dokumen Duta Catering Ibu Djito, seperti profil perusahaan, kegiatan perusahaan, dana lain sebagainya.

#### F. Teknik Analisis Data

Menganalisis data merupakan tahapan lanjutan setelah data berhasil diperoleh. Dalam menganalisis data, analisis kualitatif merupakan bagian sangat penting. Analisis kualitatif ini merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk bekerja dengan hasil data, memilahnya secara adil menjadi satu-satuan yang dapat dikelola, disintesa, dicari polanya, untuk kemudian dapat dikemukakan pada orang lain.<sup>150</sup> Teknik analisis data yang penulis pergunakan dalam penelitian ini adalah teknik penelitian sebagaimana yang telah diteorikan oleh Miles, Hubberman dan Saldana.

Adapun teknik analisis data menurut ketiga ahli tersebut meliputi reduksi data, penyajian data, kesimpulan. Ketiga tahapan tersebut akan penulis jelaskan lebih rinci, sebagai berikut:

##### a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu sehingga bisa memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mencarinya bila diperlukan. Dan dalam

<sup>149</sup> Bill Gillham, *Study Research Methods* (Cornwall: Continuum, 2000). 45

<sup>150</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Revisi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007). 184

penelitian ini data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dipilah-pilah menjadi 2 fokus utama yaitu mengenai analisis strategi pengembangan bisnis dan Prespektif etika bisnis islam dalam pengembanganya.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah proses penyajian dari data kompleks yang sudah disederhanakan dan disusun secara sistematis sehingga mudah dipahami apa yang dimaksud dan tujuan dari penelitian. Dengan mendisplaykan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan untuk memahami apa yang telah dipahami tersebut dan kemungkinan untuk diambil kesimpulan.

Paparan data yang sudah dipilah-pilah dari hasil observasi dan wawancara mengenai strategi pengembangan bisnis yang dilakukan serta prespektif etika bisnis dalam menganalisis strateginya.

c. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan proses terakhir yang dilakukan peneliti dalam menganalisa data yang telah dilakukan secara terus menerus pada saat pengumpulan data dan setelah pengumpulan data. Pada awal pengumpulan data kesimpulan yang diambil bisa agak longgar dan terbuka karena didukung dengan temuan-temuan yang baru saat penelitian sehingga menjadi kredibel terinci sehingga lebih mengakar pada temuan pokok dalam penelitian.

## G. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data pada penelitian kualitatif sangat penting untuk dilakukan sebagai tolak ukur kebenaran atau kredibilitas data yang didapat. Untuk menguji kredibilitas data penelitian peneliti menggunakan teknis triangulasi. Teknik pengumpulan data triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat penggabungan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

Jika peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.<sup>151</sup>

Triangulasi dengan sumber artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Adapun untuk mencapai itu maka di tempuh langkah sebagai berikut;<sup>152</sup>

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara;
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikarakan secara pribadi;
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan oleh perusahaan
4. Perbandingan keadaan dan prespektif seseorang berpendapat sebagai konsumen, karyawan, pemilik perusahaan.

---

<sup>151</sup> Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*,...h. 330

<sup>152</sup> <https://8tunas8.wordpress.com/2011/07/23/metode-penelitian-triangulasi/> di akses 14 mai 2018



5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.



## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

##### **1. Sejarah Berdirinya Perusahaan Duta Catering Ibu Djito**

Duta Catering Ibu Djito merupakan salah perusahaan yang memproduksi usaha kuliner di Kota batu yang telah menerapkan pentingnya melakukan relations baik terhadap konsumen, pelanggan termasuk masyarakat sekitar. Duta catering ibu djito juga belum pernah menemukan/mendapatkan issue dan keluhan seputar relasi atau hubungan baik. Sebagai perusahaan yang berdiri sejak 1995, Duta Catering Ibu Djito sudah dikenal di Malang Raya dan daerah sekitarnya seperti Jombang, Kediri, Madiun, Surabaya, Tuban, Lumajang, dan Bojonegoro. Bahkan Duta Catering Ibu Djito juga merupakan vendor catering yang direkomendasikan di beberapa blog widding service di Malang dan blog personal yang memberikan testimoni tentang Duta Catering. Selain itu, Duta Catering juga telah memperoleh berbagai sertifikat baik nomer ijin depkes dan sertifikat halal dari MUI. Perusahaan yang memiliki karyawan 300 orang ini juga telah mampu mengelola konsumpsi pada beberapa event besar termasuk acara

kenegaraan di wilayah Jawa Timur. Bahkan beberapa waktu lalu telah ikut serta mensukseskan acara pameran kuliner di Matos.<sup>153</sup>

Duta Catering adalah perusahaan jasa boga yang dirintis oleh Hj. Kustina dengan dukungan suaminya Bapak H. Suhar Djito. Pelayanan yang diberikan oleh catering ini telah diakui oleh para pelanggannya. Berdiri sejak tahun 1995, bermula dengan usaha kecil kecilan perusahaan ini telah mencapai perkembangan yang ditempuh berbarengan naik turunnya omset dan kini menjadi cukup ternama di malang atau Jawa Timur. Ibu Djito sapaan akrab pemilik catering ini menjalankan usahanya dengan memberikan kepuasan menjadi tolak ukur pentingnya, perusahaan ini semakin berkembang.

Duta Catering Ibu Djito merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang jasa boga (*catering*). Duta Catering Ibu Djito berdiri pada tanggal 13 Oktober 1991. Awal berdirinya Duta Catering Ibu Djito ini berawal dari kegiatan rutin Bank BPR Gunung Ringgit tempat Pak Djito bekerja, dimana dalam kegiatan itu Bank mengundang para nasabahnya untuk makan bersama. Dan kebetulan pada saat itu Pak Djito diutus sebagai ketua panitia pelaksana acara, namun terdapat kendala yaitu Pak Djito harus menggunakan jasa catering hanya dengan anggaran yang sangat minim, yaitu Rp. 2.750 per orang. Bapak Djito sendiri awalnya tidak yakin bisa mendapatkan jasa catering dengan harga yang tidak memungkinkan, namun karena keberaniannya dan rasa tanggung jawab sebagai ketua panitia pelaksana

---

<sup>153</sup> Hasil wawancara dengan Bapak H. Suhardjito (Pemilik Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 30 September 2020, pukul 19:30.

akhirnya beliau bertekad untuk tetap mengemban amanah yang telah diberikan kepadanya. Akhirnya beliau mulai mencari setiap jasa catering di daerah Malang namun hasilnya nihil, tidak ada yang mau menerima jasa catering dengan harga yang minim itu.

Dengan rasa tanggung jawab akhirnya Bapak Djito bertekad untuk mengusahakan agar istrinya (Ibu Djito) memasak beberapa menu untuk acara tersebut. Dengan dibantu oleh 10 orang pekerja, akhirnya bu djito berusaha untuk bekerja dengan maksimal, baik dari masakannya, penataan prasmanan hingga peralatannya. Alhasil acara berjalan dengan lancar semua pihak merasa puas terhadap kerja keras Pak Djito beserta istrinya. Pak Djito pun merasa senang, awalnya beliau khawatir semua biaya yang dikeluarkan akan mengalami kerugian, namun ternyata anggaran yang diberikan oleh Bank masih tersisa. Karena dirasa menguntungkan, akhirnya Pak Djito mulai berfikir untuk memulai usaha jasa *catering*.<sup>154</sup>

Acara yang digelar rutin di Bank BPR Gunung Ringgit itu telah mengundang banyak pertanyaan dari berbagai pihak, terutama para tamu undangan yang merasakan puas dengan masakan yang dihidangkan, setelah mendapat informasi dari pihak Bank bahwa yang mengatur acara tersebut adalah pak djito akhirnya salah satu tamu tertarik dan ingin memakai jasa cateringnya untuk acara pernikahan anaknya. Akhirnya transaksi pun terjadi dan acara terlaksana dengan baik. Event pertama ini diselenggarakan di gedung SKODAM Malang. Dan dari situlah dimulai kegiatan komersial

---

<sup>154</sup> Dokumentasi, Kantor Duta Catering Ibu Djito, *Buku Pedoman Sejarah Berdirinya Duta Catering Ibu Djito 2019*, tgl 8 Oktober 2020.

Bapak Djito dan mulai dikenal konsumen. Saat itu sistem pemasarannya masih masih dari mulut ke mulut dan menawarkan jasa *catering*-nya kesetiap event (*door to door*).<sup>155</sup>

Semakin hari usaha Duta Catering Ibu Djito pun semakin melonjak, akhirnya Pak Djito memutuskan untuk menggeluti usaha ini dan meninggalkan pekerjaan lamanya karena dirasa usaha itu mempunyai *prospect* yang lebih menjanjikan. Hal ini dibuktikan dengan kurva *omzetcareting* yang tak pernah *flat* atau turun, namun terus naik hingga saat ini. Pesanan datang tanpa henti, mulai dari dalam hingga luar kota seperti malang raya, pasuruan, probolinggo, jember, lumajang, sidoarjo, surabaya, kediri, Tulung agung, Jombang, hingga luar pulau jawa seperti Madura dan lain-lain.

Nama “Duta” merupakan singkatan dari Dharma Utama, yang diambil dari nama CV itu sendiri, nama ini dipilih dengan harapan agar *catering* ini bisa dengan mudah dikenal oleh masyarakat serta berkembang baik dari segi omzet hingga perluasan daerah pemasaran. sehingga *owner* berharap usaha *catering*-nya dapat dikenal masyarakat seluruh Indonesia.

Modal awal mendirikan usaha jasa *catering* ini adalah Rp. 300.000, untuk pengadaan bahan dan kebutuhan lainnya, kekurangan modal diambil 50% dari total pembayaran BPR Gunung Ringgit. Sistem yang diterapkan untuk mengelola usaha yaitu dengan manajemen kerakyatan. Perekrutan dilakukan dengan memberdayakan masyarakat sekitar. Artinya pemimpin

---

<sup>155</sup> Hasil wawancara dengan Bapak H. Suhardjito (Pemilik Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 30 September 2020, pukul 19:30.

tidak mengandalkan tenaga ahli atau profesional seperti yang diterapkan dalam perusahaan atau instansi lainnya, namun lebih kepada memberdayakan masyarakat sekitar yang tidak memiliki pekerjaan. Karena tujuan utama Duta Catering Ibu Djito adalah menciptakan lapangan kerja yang padat karya sehingga dapat menampung tenaga kerja sebanyak mungkin dari masyarakat sekitar.

Duta Catering Ibu Djito merupakan perusahaan mikro karena jenis usahanya masih terbatas dalam satu bidang. Karena usaha yang dijalankan telah mencapai tiga usaha, yaitu : *catering*, kontraktor, dan cat akhirnya *owner* memutuskan untuk mendaftarkan usahanya sebagai CV, dan memberinya nama CV Dharma Utama.

Duta Catering Ibu Djito mengawali kegiatan produksinya menggunakan dapur rumah tangga, bermula dari rumah bertipe 60 yang dijadikan ruang produksi sekaligus tempat pemasaran, Ibu Djito berusaha memperluas jangkauan usaha cateringnya. Dengan jumlah laba yang tidak signifikan, Ibu Djito tak pernah menyerah untuk menawarkan jasa cateringnya ke berbagai relasi dan kerabat. Seiring berjalannya waktu, usaha catering ibu djito dikenal masyarakat luas, akhirnya ibu djito mempunyai niat untuk memperluas area produksi karena semakin banyak pesanan yang membutuhkan area kerja yang luas.

Dalam memperluas area produksinya, perluasan pertama diperoleh dari membeli rumah tetangga belakang rumah ibu djito. Tidak sampai disitu saja, karena usaha catering yang semakin maju seiring banyaknya pesanan

yang datang, Ibu Djito juga menambah jumlah karyawannya. Kemudian perluasan area produksi kembali dilakukan. Perluasan kedua ini terbilang fantastis, karena beliau membeli kurang lebih 10 rumah warga. Saat ini, luas lahan Duta Catering Ibu Djito telah mencapai  $\pm 3000 \text{ m}^2$  dengan luas bangunan  $\pm 5000 \text{ m}^2$ .

#### **Alamat Perusahaan**

Jalan Ir. Soekarno No 26 Areng-areng, Dadaprejo, Batu.

Tlp (0341) 464250, 46205, 460145

Fax (0341) 467077

Email. [Dutacatering@hortmail.com](mailto:Dutacatering@hortmail.com)

## **2. Visi, Misi dan Motto Perusahaan**

### **a. Visi**

Visi CV. Dharma Utama adalah “Terbentuknya beberapa usaha dengan memberdayakan tenaga kerja lokal”. Prinsip yang selalu ditegakkan pada CV. Dharma Utama ini adalah pemberdayaan tenaga kerja lokal. Dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dari segi moral maupun materiil.<sup>156</sup> Apabila perusahaan mengalami kemajuan maka kemakmuran karyawanpun akan meningkat. Maka dengan prinsip ini perusahaan terus berupaya untuk menjadikan usaha ini semakin sukses agar perusahaan dapat mempertahankan karyawan yang ada didalamnya. Visi ini bukan hanya sekedar tujuan

---

<sup>156</sup> Dokumentasi, Kantor Duta Catering Ibu Djito, *Buku Pedoman Duta Catering Ibu Djito 2019*, tgl 8 Oktober 2020.

yang ingin dicapai untuk kepentingan perusahaan, tetapi juga menjadi motivasi bagi karyawan dan juga pimpinan CV. Dharma Utama agar kesejahteraan masyarakat sekitar dapat terpenuhi. Sedangkan visi Duta Catering Ibu Djito sendiri adalah “Kepercayaan anda adalah amanah kami, dan telah kami buktikan di setiap *Event*”<sup>157</sup>

#### **b. Misi**

Nilai-nilai yang selalu ditanamkan oleh pimpinan CV. Dharma Utama kepada seluruh bawahannya adalah “Selalu berusaha dan beribadah”. Nilai-nilai ini sekaligus menjadi misi perusahaan agar benar-benar diterapkan untuk mencapai visi perusahaan. Dimana perusahaan selalu berusaha melakukan yang terbaik bagi semua pihak, baik bagi karyawan, konsumen dan terutama bagi perusahaan sendiri. Setelah berusaha sekuat tenaga, kemudian berdoa dan tawakkal kepada Allah SWT, hal itulah yang selalu ditanamkan oleh pimpinan kepada seluruh karyawannya.

#### **c. Motto**

Motto CV. Dharma Utama dan selalu dijadikan acuan bagi setiap aktivitas operasional perusahaan adalah “Kerjaku ibadahku, Insyallah”. Jadi setiap pekerjaan yang mereka lakukan selalu diniatkan untuk

---

<sup>157</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Menik. (Manager Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 8 Oktober 2020. pukul 11:06 WIB



mencari ridho Allah SWT dan tidak mengharapkan imbalan yang berlebihan secara materil.<sup>158</sup>

Berbagai sistem manajemen telah dijalankan oleh Duta Catering Ibu Djito untuk menjamin konsistensi kualitas proses produksi, pelayanan dan distribusinya hingga ke pelanggan akhir (*end user*). Komitmen tersebut akan terus diwujudkan sebagai upaya dalam memuaskan kebutuhan pelanggan. Hal ini terbukti dengan diperolehnya sebuah penghargaan rekor muri pada tahun 2014 lalu, sebagai bukti bahwa Duta Catering Ibu Djito selalu menjadi perusahaan jasa catering pilihan di Malang raya hingga ke luar Kota.<sup>159</sup>

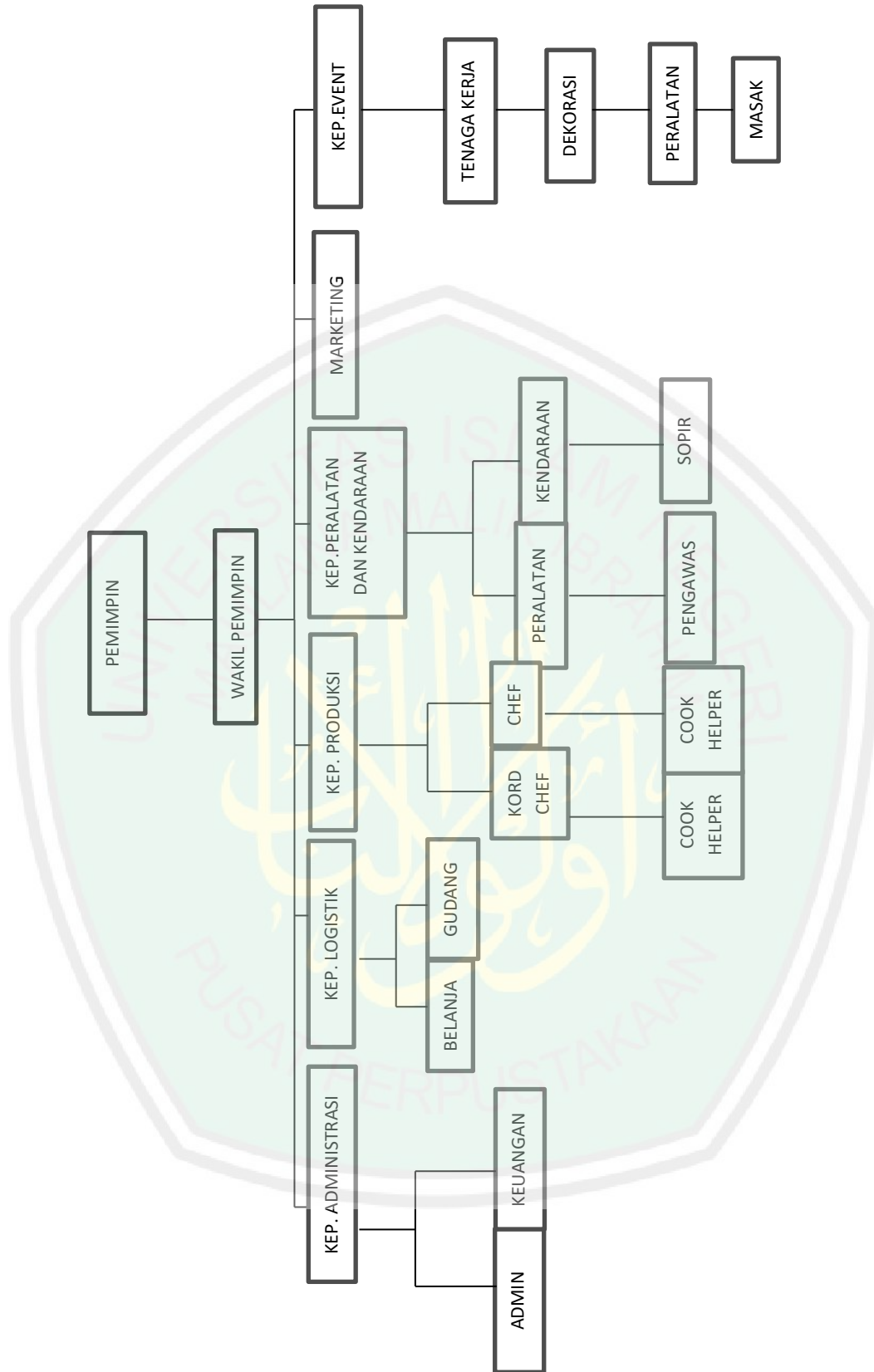
### 3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi sangat penting bagi suatu perusahaan karena posisi jabatan setiap pegawai akan terlihat jelas, sehingga setiap pegawai mempunyai tanggung jawab untuk melaksanakan setiap tugasnya. Begitu juga pada usaha catering yang besar maupun yang kecil dalam menjalankan kegiatan usahanya harus mempunyai pembagaian wewenang ada tanggung jawab yang jelas. Maka dibuatlah suatu struktur organisasi kerja sesuai dengan kebutuhan.

---

<sup>158</sup> *Ibid*

<sup>159</sup> Hasil wawancara dengan Bapak H. Suhardjito (Pemilik Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 30 September 2020, pukul 19:30.



**Gambar. 4.1**  
**Struktur Organisasi Duta Catering Ibu Djito**

#### 4. Job Description

##### 1. Pimpinan

Pimpinan dipegang oleh seseorang pemimpin sekaligus pemilik *Catering* yaitu Ibu Djito yang bertanggung Jawab:

- a. Membentuk organisasi *catering*
- b. Melakukan pembagian kerja
- c. Mengontrol/memonitor kegiatan
- d. Menetapkan kebijakan tentang segala fasilitas, bangunan, perlengkapan, dan sarana lain demi perbaikan operasional Duta *Catering* Ibu Djito
- e. Menjalin kerja sama dengan rekan dan supplier
- f. Menangani segala kepentingan dengan pihak luar perusahaan
- g. Memeriksa hasil kerja karyawan dan meminta pertanggung jawaban dari masing-masing kepala bagian atas tugas yang diberikan.<sup>160</sup>

##### 2. Wakil Pimpinan

Wakil pimpinan kedudukannya dibawah pimpinan bertugas sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab menetapkan kebijakan pada saat pimpinan tidak ada di tempat dan atas persetujuan pimpinan
- b. Membantu mengawasi pelaksanaan keseluruhan kegiatan operasional masing-masing kegiatan

---

<sup>160</sup> Dokumentasi, Kantor Duta *Catering* Ibu Djito, *Buku Pedoman Duta Catering Ibu Djito 2019*, tgl 8 Oktober 2020.

- c. Memeriksa dan mengontrol hasil kerja kepala bagian

### 3. Bagian Administrasi

Bagian administrasi bertugas:

- a. Mengurus seluruh kegiatan operasional yang berkaitan dengan aspek administrasi keuangan dan akuntansi perusahaan serta saksi *receduing* yang menerima semua barang-barang dari *supplier* atau bagian pembelanjaan dengan kualitas dan akuntansi yang diterapkan di Duta Catering Ibu Djito.

Selain itu bagian ini juga bertugas membantu kepala administrasi

- b. Mengatur berkas-berkas orderan customer
- c. Mengarsipkan data pada komputer
- d. Mengarsipkan seluruh kegiatan operasional yang berkaitan dengan bagian administrasi dan akuntansi

### 4. Bagian Keuangan

Tugas dan wewenang bagian keuangan adalah:

- a. Mencatat keluar masuknya kas pada Duta Catering Ibu Djito
- b. Bekerja sama dengan bagian administrasi
- c. Memberikan laporan dan meminta pertimbangan *manager* tentang keluar masuknya kas

### 5. Bagian Produksi

Bagian produksi bertugas melaksanakan kegiatan operasional dibidang produksi makanan dan minuman, mengontrol alat saji, memonitor jadwal pengiriman dan jumlah pesanan.

Bagian produksi membawahi bagian-bagian yang ada dibawahnya, diantaranya:

a. Kordinator *Chef*, bertugas:

- 1) Memasak masakan sesuai pesanan
- 2) Mengkordinir *cook helper*

b. Kordinator Pekerja, bertugas:

- 1) Mengkoordinir semua pekerja
- 2) Mengontrol dan mengawasi kegiatan pekerja

c. Cook

Dalam pembagian tugasnya Duta Catering Ibu Djito mengelompokkan menjadi dua bagian, yaitu sebagai berikut:

1) *Hot Kitchen*

- a) Bagian masakan, mengelolah berbagai macam masakan dari jenis hewani, nabati dan *seafood*.
- b) Bagian penggorengan, menggoreng beraneka macam hidangan yang diolah dengan digoreng.
- c) Bagian nasi, memasak berbagai macam nasi (nasi kuning, nasi putih, nasi goreng dan nasi gurih).
- d) Bagian sup dan cah, bagian ini berfungsi membuat aneka sup dan cah.
- e) Bagian saus, membuat saus puding, saus *spagetti*, saus ayam goreng, saus kakap goreng.

f) Bagian pengemasan, membantu bagian masakan mengolah makanan dengan mengemas *lunchbox* dan *snack*.

2) *Cold Kitchen*

a) Bagian *Pastry*, membuat pastel tutup, lempeng, onde-onde.

b) Bagian *dessert*, membuat aneka puding dan berbagai macam minuman

d. *Cook Helper*, bertugas:

1) Membantu persiapan (*prepare*) bahan, misalnya: mengupas bawang merah, bawang putih dan wortel.

2) Memotong bahan, seperti: kolang-kaling, wortel bentuk dadu, *slice onion*, *slice garlic*.

3) Memebentuk bunga dan memotong wortel untuk *soup* dan *cah*.

4) Membentuk membuat rolade, *chicken roll*, galatin, udang goreng tepung.

5) Membersihkan bahan dan memotong daging sapi dan ayam.

6. Bagian Peralatan

Bagian peralatan bertugas dan bertanggung jawab terhadap peralatan yang akan digunakan untuk prasmanan (*buffet*), misalnya: *chafing disk*, *dinner plate*, *rolled stop*, *panstove*, dan juga mengirimkannya ke gudang.

7. Bagian Pengemasan

Bagian ini bertugas menata dan mengemas nasi kotak, meletakkan masakan yang akan dikirim ke dalam *bowl* dan *container*.

## 8. Bagian Transportasi

Bagian Transportasi, bertugas:

- a. Mengirim produk pesanan *catering* ketempat konsumen
- b. Mengambil pesanan bahan makanan dari *supplier*
- c. Bertanggung jawab terhadap perawatan alat transportasi

## 9. Bagian Logistik

Bagian ini bertugas dan bertanggung jawab terhadap pengadaan bahan untuk *event* baik dari *supplier* maupun transaksi/membeli sendiri.

Bagian logistik membawahi bagian dibawah ini:

- a. Belanja (*purchasing*)
  - 1) Menyimpan persediaan bahan-bahan
  - 2) Belanja/membeli bahan basah maupun bahan kering baik dari *supplier*/membeli sendiri.
- b. Gudang
  - 1) Mencatat *stock* barang yang habis
  - 2) Mencatat keluar masuknya bahan dari tempat persediaan bahan
  - 3) Mengecek persediaan bahan
  - 4) Melaporkan bahan yang persediannya menipis

## 10. Bagian Marketing

Bagian marketing adalah ujung tombak dari keberhasilan *catering* karena bagian ini yang mengpayakan terjualnya produk dan

jasa yang dimiliki kepada konsumen (memasarkan suatu produk dan jasa *catering*)<sup>161</sup>

#### 11. Bagian *Event*

Bagian *event* bertugas dan bertanggung jawab atas keseluruhan kelengkapan pesanan dan menerima laporan dari tiap-tiap bagian bawahannya. Bagian *event* membawahi beberapa bagian, diantaranya:

- a. Bagian Tenaga Kerja, bertugas mencatat pekerja yang melaksanakan *service* pada *event* yang diselenggarakan serta mencari pekerja jika karyawan tidak mencukupi untuk kebutuhan *casual service* pada *event*.
- b. Bagian Dekorasi, bertugas mendekor, menata meja dan kursi, *skirting*, menghias kursi *VIP* untuk keluarga, memasang aksesoris dari kuningan, peralatan yang dihias dengan buah dan sayur, juga menata ruangan sesuai dengan gambar yang diberikan oleh pimpinan.
- c. Bagian Peralatan, bertugas mengecek keluar masuk alat (investaris setiap 3 bulan sekali), mencatat peralatan yang dibutuhkan untuk *buffet* maupun acara lainnya, menata peralatan diatas meja prasmanan serta mengemas kembali bilas acara selesai.
- d. Bagian Penataan Makanan dalam *Event*, bertugas memasukkan makana ke mobil box, mengecek kembali kelengkapan

---

<sup>161</sup> Rohmad Dwi Jatmiko, *Pengantar Bisnis* (Malang: UMM Press, 2014). h. 90



masakan casual service untuk mempersiapkan dan menata alat hidang/alat saji.

- e. Bagian Pelayanan, bertugas melayani tamu yang hadir dalam *event*, menjaga gubuk masing-masing menu yang disajikan dalam *event*, *refill* makanan, *clear up*piring kotor.

### 5. Ketenagaan Kerjaan Duta Catering Ibu Djito

Karyawan Duta Catering Ibu Djito berjumlah sekitar 463 yang terdiri dari 88 orang Bagian Dapur, 14 orang supir, 11 orang bagian gudang, 50 orang bagian kantor, 200 orang bagian *casual* (pelayan) putra dan 100 orang pelayan putri. Karyawan Duta Catering Ibu Djito pada umumnya lebih banyak yang berjenis kelamin wanita dari pada pria. Karyawan wanita ditempatkan di bagian produksi dan *servis*, sedangkan karyawan pria ditempatkan pada bagian peralatan dan dekorasi.

Pada karyawan bagian produksi diberlakukan sistem *shift* yaitu pembagian hari kerja yang dihitung dalam 1 minggu yang terdiri dari 3 pergantian *shift* dan 1 *shift* tetap (inti). Sistem *shift* ini hanya diberlakukan untuk karyawan tetap secara bergiliran. Jika pesanan banyak, maka semua karyawan diminta untuk tetap masuk kerja. Diberlakukannya sistem *shift* dibagian produksi dikarenakan jumlah tenaga kerja yang cukup banyak sehingga jumlah karyawan yang dibutuhkan sedikit.

Jam kerja bagian produksi adalah sebagai berikut:

1. *Shift* 1 : bekerja setiap hari
2. *Shift* II : bekerja pada minggu pertama

3. *Shift III*: bekerja pada minggu kedua
4. *Shift IV*: bekerja pada minggu ketiga

Jam kerja bagian Kantor berbeda dengan karyawan lainnya, untuk karyawan kantor diberlakukan *shift* dan waktu kerja sebagai berikut:

1. Shift 1 (pagi) : pukul 08.00-16.00 WIB
2. Shift II(siang) : pukul 12.00-20.00 WIB

Kartawan kantor memiliki jatah 6 hari jatah kerja dan 1 hari libur yang dilakukan secara bergantian, dalam 1 hari kerja berlaku 8 jam kerja dengan 1 jam waktu istirahat.

Penggajian karyawan dilakukan setiap bulan sekali untuk kantor dan satu minggu sekali untuk bagian produksi dan gudang. Sedangkan untuk karyawan tidak tetap (*part time*) gaji diberikan setiap 1 minggu sekali dan dibayarkan sesuai berapa banyak karyawan tersebut mengikuti lemburan dan *event*. Adapun pertimbangan-pertimbangan yang perlu diperhatikan sebagai berikut:

- Senioritas
- Produktivitas dan kreativitas
- Tanggung jawab

## 6. Ruang Lingkup Kegiatan Perusahaan

Duta *Catering* Ibu Djito adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang sangat menjaga kualitas produk dan mengedepankan kepuasan pelanggan. *Catering* ini telah cukup dikenal oleh masyarakat daerah Malang. Kapasitas produksi *catering* ini dapat mencapai 10 *event* perhari

atau setara dengan 10.000 porsi setiap harinya, bahkan salah satu staff mengatakan bahwa *catering* ini pernah melayani sampai 26 *event* dalam satu hari, namun saat ini pemesana hanya dibatasi maksimal 17 *event* dalam sehari. Hingga saat ini jumlah karyawan telah mencapai sekitar ±463 orang, yang terbagi dalam devisi-devisi yang telah ditentukan. Setiap devisi memiliki *job description*-nya masing-masing. Mereka bekerja sesuai dengan alur yang telah ditentukan organisasi. Duta Catering Ibu Djito ini melayani berbagai *event* seperti acara pernikahan, pesta ulang tahun, dan acara-acara lainnya. Catering yang di kelola oleh Ibu Djito (Istri dari Bapak H. Suhardjito) ini menawarkan berbagai jenis menu makanan dan minuman, mulai dari masakan oriental, continental, masakan tradisional Indonesia, kue-kue, dan masih banyak yang lainnya.

**Tabel 4.2**  
**Jumlah Pesanan Tahun 2019<sup>162</sup>**

NO	BULANAN	JUMLAH EVENT
		2019
1	JANUARI	126
2	FEBRUARI	130
3	MARET	138
4	APRIL	156
5	MEI	172

<sup>162</sup> Dokumentasi, Kantor Duta Catering Ibu Djito, *Jumlah Pesanan Tahun 2019*, tgl 8 Oktober 2020.

6	JUNI	178
7	JULI	145
8	AGUSTUS	197
9	SEPTEMBER	103
10	OKTOBER	117
11	NOVEMBER	143
12	DESEMBER	220
	TOTAL	1,825

#### A. Proses Pemesanan

Kegiatan pemesanan konsumen pada pelayanan Duta Catering Ibu Djito bisa dilakukan melalui via telpon atau langsung mendatangi kantor Duta Catering, hal ini lebih efisien dikarenakan konsumen dapat menerima penjelasan langsung secara transparan dan lebih jelas. Untuk penerima tamu dan sekaligus pencatatan pesanan Duta Catering memiliki 8 staf yang siap melayani calon konsumen, terlebih dalam hal penyampaian produk-produk makanan yang ditawarkan Duta Catering, keterampilan yang paling utama adalah penguasaan informasi atas produk-produk masakan yang ditawarkan, terkait bentuk, penyajian dan harganya. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen saat pemesanan sangat menunjang efektifitas perusahaan, cara penyampaian yang ramah, santun dan telaten dalam menghadapi setiap karakter konsumen merupakan cara ampuh yang selalu

diterapkan oleh para staf Duta Catering Ibu Djito. Hal ini merupakan salah satu alasan loyalitas konsumen terhadap penggunaan jasa Duta Catering Ibu Djito ini.

#### B. Proses Pendataan

Dalam proses ini para karyawan di Bagian kantor bekerja menurut bagiannya masing-masing, mulai dari proses pendataan menu-menu yang dipesan, dekorasi yang akan dipakai, beberapa karyawan yang akan dikerahkan dalam *event*, dan kendaraan yang akan dipakai. Kemudian data tersebut akan diserahkan ke bagian yang lain, dan di *recek* kembali oleh salah satu staff, hal ini untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam pemesanan. Kemudian setelah semua *fix*, maka akan diserahkan ke bagian masing-masing, diantaranya ke bagian Dapur, Bagian peralatan, Bagian kendaraan, Bagian pelayanan.

#### C. Proses Produksi

Tahap ini merupakan kegiatan inti dari Duta Catering Ibu Djito, dimana kepuasan sebuah catering diukur dari kualitas dan rasa masakannya, kegiatan memasak ini memerlukan tempat yang cukup luas dan tenaga kerja yang cukup banyak, kegiatan memasak ini melibatkan sekitar 80 orang, yang terdiri dari kordinantor *chef* inti dan *cook helper*, kualitas dan rasa masakan benar-benar harus diperhatikan. Karena ini merupakan faktor terbesar dari kepuasan konsumen, maka dari itu Duta Catering Ibu Djito sangat

memperhatikan segala hal dalam proses ini, mulai dari segi kualitas bahan baku, proses pengelolaan hingga penyajian. Durasi waktu pengiriman masakan juga harus diperhatikan, karena hal ini akan sangat berpengaruh pada kualitas produk.

Selama 26 tahun Duta Cetering Ibu Djito berdiri, berbagai menu masakan dapat Duta Catering sajikan, terhitung lebih dari 200 jenis masakan dan minuman dapat menjadi menu pilihan konsumen yang ingin memesan menu masakan itu diantaranya; menu masakan klasik dengan berbagai menu olahan sauran dan daging, aneka makanan khas nusantara, aneka minuman penyegar, tumpeng dan lain-lain.<sup>163</sup>

**Tabel 4.3**  
**kegiatan produksi<sup>164</sup>**

No	Nama Kegiatan	Uraian Proses Kegiatan
1	Order dari Pelanggan	1. Proses diawal penerimaan order dari pelanggan
2	Kantor	2. Data dicatat dan diolah di kantor
3	Nota Order	3. Diterbitkan nota order sebagai bukti pemesanan, 1 lbr diserahkan kpd pelanggan, 2 lbr untuk arsip kantor
4	Dapur	4. Nota order dikirimkan kebagian produksi (dapur) untuk di hitung kebutuhan bahan
5	Order Bahan	5. Proses order bahan kepada supplier sesuai dengan kebutuhan

<sup>163</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Menik. (Manager Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 8 Oktober 2020. pukul 11:06 WIB

<sup>164</sup> Dokumentasi, Kantor Duta Catering Ibu Djito, *Kegiatan Produksi*, tgl 8 Oktober 2020.

6	Penerimaan & Pengecekan Bahan	6. Bahan yang datang ke gudang, diterima dan dicek kualitas dan kuantitasnya
7	Pengelolaan Bahan	7. Bahan dibersihkan dan disesuaikan dengan kebutuhan (dikupas, diiris, dll)
8	Proses	8. Sesudah disiapkan, proses memasak dimulai dengan pengaturan waktu yang tepat
9	Masakan	9. Produk Masakan yang dihasilkan harus halal dan thoyyib
10	Packing Sesuai	10. Masakan dikemas sesuai pesanan (nasi dos, tumpeng, prasmanan)
11	Transportasi	11. Masakan diantar ke tempat acara dengan kendaraan yang telah ditentukan
12	Konsumen/Tempat	12. Masakan sampai ke pelanggan/ tempat acara berlangsung

#### D. Proses Pelaksanaan *Event*

Proses ini dilakukan di lokasi acara konsumen berlangsung, dengan berbagai bentuk acara yang mereka adakan, mulai dari pernikahan; pesta, tasyakuran, halal bin halal dan lain-lain. Dalam proses pelaksanaan *event* ini, Duta Catering menyesuaikan tenaga kerja pelayanannya sesuai dengan kebutuhan dilapangan, jika acara-acara pernikahan atau hala bin halal yang mengundang hingga 1000 orang atau bahkan lebih, Duta Catering menerjunkan 30 hingga 40 lebih pelayanan dengan tugas masing-masing, ada yang bertugas menyajikan makanan, melayani tau yang datang, membereskan piring kotor dan lain-lain. Dalam proses pelayanan ini tidak memerlukan

keterampilan khusus, cukup memberikan pelayanan yang ramah kepada tamu undangan yang datang.

## **B. PAPARAN DATA**

Pada bab ini akan menjelaskan hasil temuan selama peneliti melakukan wawancara, observasi, dan proses pengumpulan dokumentasi yang berkaitan dengan Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner dalam Prespektif Etika Islam pada Usaha Duta Catering Ibu Djito Kota Batu. Fokus penelitian tesis ini terletak pada bagaimana strategi pengembangan bisnis yang diterapkan di Duta Catering Ibu Djito, serta Bagaimana strategi pengembangan bisnis kuliner Duta Catering Ibu Djito dalam prespektif etika Islam.

### **1. Konsep strategi pengembangan bisnis yang diterapkan di Duta Catering Ibu Djito**

Pelaksanaan strategi dalam bisnis catering sangatlah diperlukan, karna mengingat bisnis catering merupakan sebuah bisnis yang sangat banyak diminati oleh masyarakat indonesia. Perkembangan usaha catering akan terus mengalami peningkatan begitu juga yang terjadi di Kota Malang. Usaha catering yang ada di Malang tercatat 99 usaha catering. hal ini membuktikan tradisi menggunakan jasa catering sudah menjadi sebuah kebutuhan bagi masyarakat Kota Malang, guna membantu kelancara dan kesuksesan suatu acara.

Pada umumnya para pengusaha catering, dalam mengembangkan bisnisnya mereka lebih dominan menggunakan pemasaran langsung



maupun tidak langsung. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Suhardjito selaku Pemilik/Direktur Perusahaan Duta Catering Ibu Djito bahwa:

” Kalau kami dalam mengembangkan bisnis ini lebih dominan menggunakan pemasaran langsung maupun tidak langsung. Pemasaran langsung dilakukan dengan menawarkan produk-produk langsung kepada pemesan, ada yang datang langsung ke kantor dan ada juga dengan mencari data-data yang akan melakukan kegiatan hajatan, kemudian saat event langsung menyebar brosur, dan juga bekerja sama dengan W.O (Wedding Organizer). Selain itu kami juga aktif dalam mengikuti pameran yang digelar oleh lembaga/badan pemerintahan Kota Malang, sampai pada tahun 2019 kami pernah mendapatkan Rekor Muri dari pemerintahan Kota Malang. Sedangkan kegiatan pemasaran tidak langsung dengan cara melalui HP, WA, FB, dan IG.”<sup>165</sup>

Berdasarkan 2 jenis kegiatan pemasaran tersebut, menurut H. Suhardjito dan Ibu Djito, penyumbang penjualan tertinggi adalah dengan melakukan pemasaran secara langsung, karena mereka memasarkan secara terang-terangan dan dalam jumlah yang besar. Berbeda dengan pemasaran tidak langsung yang hanya berbentuk gambar dan skala ukuran gambarnya pun sangat kecil. Kegiatan pemasaran, terkait dengan bauran pemasaran, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi.

#### a) Strategi Produk

Upaya pengembangan produk yang dilakukan oleh Duta Catering Ibu Djito menghasilkan tiga macam produk, yakni Daging, Sayuran, Buah. Ketiga produk tersebut, dikelola dengan baik dari mulai

<sup>165</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Suhardjito. (Direktur Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 30 September 2020, pukul 19:30 WIB

proses segi kualitas bahan, kebersihan, pengelolaan bahan, sampai proses memasak, pengemasan, dan proses siap untuk disajikan.

#### b) Strategi Harga

Duta Catering menetapkan harga dengan cara melakukan riset di lapangan dan menghitung biaya produksi rata-rata per-produk (perkiraan). Sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Menik selaku Manager Duta Catering Ibu Djito bahwa:

“Kalau dalam penetapan harga, kami melakukan riset lapangan terlebih dahulu dengan mengirimkan karyawan kantor dibagian marketing untuk menyurvei kisaran harga pasar, terhadap produk yang sejenis dengan produk yang di hasilkan oleh perusahaan Duta Catering Ibu Djito”<sup>166</sup>

Dari pemaparan diatas sangat terlihat jelas bahawsannya Duta catering Ibu Djito dalam penetapan harga sudah diperhitungkan semaksimal mungkin dari mulai biaya produk sampai jadi dan dalam menetapkan harga jualpun tidak sembarangan hal itu sudah diperhitungkan dengan sangat maksimal. Secara umum penetapan harga jual pada Duta Catering Ibu Djito dibagi menjadi 13 paket, berikut peneliti jabarkan dalam bentuk tabel di bawah ini:

**Tabel. 4.4**

**Daftar Harga Jual Duta Catering Ibu Djito<sup>167</sup>**

NO	Nama Paket	Harga/Porsi
1	Paket Istimewa	Rp. 95.000

<sup>166</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Menik. (Manager Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 8 Oktober 2020. pukul 11:06 WIB

<sup>167</sup> Dokumentasi, Kantor Duta Catering Ibu Djito, *Daftar Harga Jual Makanan*, tgl 8 Oktober 2020.

2	Paket Spesial	Rp. 72.000
3	Paket Super	Rp. 65.000
4	Paket Standar	Rp. 58.000
5	Paket Hemat	Rp. 52.000
6	Paker Klasik A	Rp. 47.000
7	Paket Klasik B	Rp. 50.000
8	Paket Klasik Plus	Rp. 62.000
9	Paket Khusus A	Rp. 47.000
10	Paket Khusus B	Rp. 50.000
11	Paket Hantaran Paket A Paket B	Rp. 175.000 Rp. 77.500
12	Paket Nasi Kotak Paket A Paket B Paket C Paket D	Rp. 60.000 Rp. 35.000 Rp. 30.000 Rp. 20.000
13	Paket Tumpeng Tumpeng Nasi Kuning Tumpeng Nasi Putih	Rp. 600.000/10 pc Rp. 550.000/10 pc

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa Duta Catering Ibu Djito telah melakukan penetapan harga jual yang berbeda kepada para pelanggannya. Penetapan harga jualpun sangat bervariasi mulai dari harga istimewa sampai harga yang hemat, dan dari tiap pemesanan yang lebih dari 500-2000 pac, akan diberikan bonus oleh perusahaan di antaranya; Untuk pemesanan 500-700 akan diberikan bonus 100 pac fruit juice. Untuk pemesanan 750-1000 pac akan diberikan bonus mobil

pengantin + 100 fruit juice. Untuk pemesanan 1050-1500 pac akan diberikan bonus mobil pengantin + 100 fruit juice + coklat fountain. Untuk pemesanan 1550-2000 pac akan diberikan bonus mobil pengantin + 100 pac menu gubug + coklat fountain dan bonus tidak berlaku untuk paket khusus.

### c) Strategi Distribusi

Secara garis besar, pendistribusian mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, pasti ada sebuah perantaranya. Perantara tersebut akan menjadi sebuah jembatan, teknik seperti itu lah yang dinamakan strategi distribusi. Nantinya dalam sebuah strategi tersebut akan lebih dikenal dengan sebutan saluran distribusi.

Duta Catering Ibu Djito melakukan pendistribusian produknya melalui dua saluran distribusi, yakni langsung ke tangan konsumen dan melalui pihak *Wedding Organizer* (WO). Sebagai mana penjelasan dari Ibu Menik selaku Manager Duta Catering Ibu Djito bahwa :

“Dalam hal pendistribusian kami menggunakan dua cara, yang pertama kami melakukan pendistribusian langsung ke tangan konsumen, dan kedua langsung ke pihak *Wedding Organizer* (WO). Dalam hal pendistribusian, kami tidak akan melakukan tindakan kedzaliman dengan menghalalkan berbagai cara yang tidak sesuai dengan aturan Islam, terhadap para pesaing lainnya.”<sup>168</sup>

<sup>168</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Menik. (Manager Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 8 Oktober 2020. pukul 11:06 WIB

Berdasarkan hasil wawancara diatas, sangat terlihat jelas bagaimana proses pendistribusian yang ada pada perusahaan Duta Catering Ibu Djito. Kemudian dalam proses pendistribusiannya mereka selalu menjaga prinsip-prinsip dari etika dalam berbisnis yaitu dengan cara menghindari perilaku dzalim yang menghalalkan cara untuk mendapatkan keuntungan yang besar.

d) Strategi Promosi

Promosi dipandang sebagai arus informasi atau persesuaian suatu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Strategi untuk memperlancar dan meningkatkan volume penjualan yang dilakukan oleh Duta Catering Ibu Djito adalah menggunakan strategi promosi. Strategi promosi yang sudah dijalankan adalah dengan melalui penjualan pribadi (*personal selling*), yaitu penjualan yang dilakukan dengan menawarkan produknya langsung kepada para konsumen, melalui pendekatan *door to door* pada konsumen dan W.O, dan aktif dalam mengikuti pameran event yang ada di Kota Malang. Kegiatan *door to door* ini sudah lama dilakukan sejak berdirinya Duta Catering Ibu Djito hingga sekarang. Dengan pendekatan *door to door* ini diharapkan akan menimbulkan hubungan baik (penjual dan pembeli/konsumen). Serta aktif mengikuti kegiatan pameran kuliner yang diselenggarakan oleh Pemerintahan Kota Malang.

Selain menggunakan cara langsung, Duta Catering Ibu Djito juga menggunakan cara tidak langsung yaitu menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk-produknya, seperti *Whatsapp* dan *Facebook*, Instagram. Strategi promosi lain juga yang diterapkan oleh Duta Catering Ibu Djito adalah memberikan bonus-bonus dari tiap pemesanan lebih dari 500 pac, semakin banyak pesanan maka semakin banyak pula bonus yang diberikan oleh perusahaan tersebut.<sup>169</sup>

## **2. Konsep strategi pengembangan bisnis kuliner Duta Catering Ibu Djito dalam prespektif etika Islam**

Kunci dalam berbisnis yakni terletak pada etika yang diterapkan dalam bisnis tersebut. persyaratan untuk meraih keberkahan atas nilai transenden seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam Islam, pada Duta Catering Ibu Djito Etika Islam yang diterapkan, antara lain:

### **1. Jujur dalam takaran**

Sikap jujur dalam berbisnis sangatlah penting untuk dilakukan oleh seseorang, karena menanamkan sikap kejujuran akan membawa kesuksesan dalam sebuah bisnis yang dijalankan. Duta Catering Ibu Djito dalam hal ini sudah menerapkan sikap jujur dalam takaran sebagaimana wawancara yang dilakukan dengan Ibu Menik selaku Direktur perusahaan Duta Catering ibu Djito bahwa :

---

<sup>169</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Menik. (Manager Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 8 Oktober 2020. pukul 11:06 WIB

“ Disini kami dari perusahaan dalam penetapan harga jual memiliki kisaran harga yang bervariasi untuk berbagai menu makanan, minuman maupun snack. Setiap menu memiliki kisaran harga yang berbeda-beda. Menu-menu yang kami tawarkan sudah sesuai dengan masing-masing paket, tanpa ada pengurangan mutu dan kualitas dari menu yang kami tawarkan, kesemuanya itu sudah tercatat dalam sebuah brosur dengan berbagai menu pilihan tidak ada pengurangan dan tidak ada tambahan, kemudian kami juga menawarkan bonus-bonus yang menarik dari tiap pket pembelian mulai dari 500-700 pac.<sup>170</sup>

Berdasarkan pemaparan dari Ibu Menik dari wawancara di atas cukup jelas bahwa dalam proses penanaman sikap kejujuran di Duta Catering Ibu Djito menjadi prioritas utama sejak berdirinya perusahaan tersebut, dan kesemuanya itu sudah lengkap terperinci dalam sebuah brosur harga jual makanan perpaket. Dilengkapi dengan bonus-bonus yang menarik dari tiap pembelian lebih diatas 500-700 pac.

## 2. Menjual barang yang baik mutunya

Salah satu cacat etis dalam perdagangan dalam perdagangan tidak transparannya dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Duta Catering Ibu Djito, dalam hal ini slalu memperhatikan dari tiap-tiap produknya, mulai dari awal proses penerimaan bahan baku dari supplier yang sudah dipercayakan oleh perusahaan, dari mulai daging. Mengambil supplier dari Malang Kota, siput, udang dari daerah Siduarjo pantai selatan dan untuk sayur-

---

<sup>170</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Menik. (Manager Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 8 Oktober 2020. pukul 11:06 WIB

sayuran, buah-buahan dari daerah Kota Batu. Sebagaimana penjelasan dari wawancara peneliti dengan Manager Duta Catering Ibu Djito.<sup>171</sup>

“Untuk bahan baku sendiri kami sudah bekerja sama dengan beberapa supplier yang meraka sudah mengetahui standar yang perusahaan butuhkan. Mulai dari supplier daging kami mengambil dari Malang Kota, siput udang dari daerah Siduarjo Pantai Selatan, untuk sayur-sayuran dan buah-buahan kami mengambil dari Kota Batu. Jikalau dari pihak supplier mengirimkan yang tidak sesuai dengan yang perusahaan butuhkan disana sudah ada perjanjian antara perusahaan dengan supplier untuk menolaknya.”

Dari pemaparan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Maneger perusahaan Ibu Menik, sudah sangat jelas bahwa kualitas barang/bahan baku yang perusahaan kelolah sangai baik, dan perusahaan sudah mempunyai supplier sendiri yang sudah mengetahui Standar kualitas yang dibutuhkan oleh perusahaan. Jadi untuk kualitas bahan baku sudah tidak diragukan lagi.

### 3. Tidak menggunakan sumpah

Seringkali ditemukan dala kehidupan sehari-hari, terutama dikalangan para pedagang kelas bawah apa yang dikenal dengan obrolan sumpah. Mereka terlalu mudah menggunakannya sumpah dengan maksud untuk menyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya. Duta Catering Ibu Djito dalam hal ini tidak pernah menggunakan kata-kata sumpah didalam semua transaksinya. Pihak perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik

---

<sup>171</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Menik. (Manager Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 8 Oktober 2020. pukul 11:06 WIB



kepada para konsumen dengan menerapkan prinsip 5S (senyum, salam, sapa, sopan, santun). Sebagaimana penjelasan wawancara yang dilakukan peneliti bersama pemilik/direktur utama perusahaan Duta Catering Ibu Djito bahwa :

“Ketika ada konsumen yang datang ke kantor untuk memesan catering, dari pihak kantor itu menyambut tamu dengan senyum kemudian mempersilahkan untuk duduk dikursi yang telah disediakan setelah itu dari pihak penyambut tamu mengeluarkan minuman dan membuka toples snack kemudian mempersilahkan tamu untuk minum dan makan snack, kemudian baru dari pihak kantor menanyakan apa yang bisa bantu. Setelah tamu menyampaikan keperluannya kemudian disitu lah terjadi transaksi jual beli dan ditanda tangani diatas nota sebagai bukti kontrak dalam transaksi tersebut.”<sup>172</sup>

Dari bentuk wawancara antara peneliti dengan Pemilik perusahaan H. Suhardjito. Cukup jelas didalam transaksi yang dilakukan perusahaan dengan para konsumen tidak terdapat bentuk kata-kata sumpah didalamnya. Melainkan memberikan sebuah kenyamanan terhadap para konsumen serta membuat para konsumen percaya. Sebagaimana tertera dalam bentuk Motto perusahaan Duta Catering Ibu Djito yaitu : “ Kepercayaan Anda adalah Amanah, Kami telah Buktikan di Setiap Event”.

#### 4. Longgar dan bermurah hati

Jual beli merupakan transaksi terjadinya kontrak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini seseorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Duta Catering Ibu

<sup>172</sup> Hasil wawancara dengan Bapak H. Suhardjito (Pemilik Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 30 September 2020, pukul 19:30.

Djito dalam hal ini, slalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya. Sebagaimana penjelasan wawancara yang dilakukan peneliti bersama Ibu Menik selaku Manager perusahaan Duta Catering Ibu Djito bahwa :

“Menurut kami konsumen merupakan prioritas utama dalam terciptanya kebutuhan bisnis kuliner. Maka dari itu kami memberikan pelayanan yang tepat, cepat, murah hati dan pelayanan yang ramah. Sebagaimana Rasulullah saw sangat menganjurkan para pembisnis untuk bersikap longgar dan bermurah hati dalam setiap transaksi murah senyum dan ramah tamah.”<sup>173</sup>

Berdasarkan pemaparan wawancara dengan Ibu Menik selaku manager Duta Catering Ibu Djito. Perusahaan sangat meprioritaskan konsumen, dengan cara memberikan pelayanan yang tepat, cepat, murah hari, dan pelayanan yang sangat ramah. Karna bagai perusahaan sendiri kepuasan dari konsumen merupakan tujuan yang paling utama.

#### 5. Membangun Hubungan Baik

Hubungan baik yang dibangun di Duta Catering Ibu Djito, adalah Duta Catering Ibu Djito slalu menjalin silaturahmi dengan para konsumen maupun fatner bisnis seperti WO (*Wedding Organizer*). Sebagaimana penjelasan wawancara dari Bapak Suhardjito selaku pemilik/direktur perusahaan Duta Catering Ibu Djito Bahwa :

“Kami slalu menjaga silaturahmi dengan para konsumen maupun pihak WO, yaitu dengan cara jikalau ketemu di dijalan kami slalu menyapanya. Bahkan ketika hari Raya Idul Fitri pihak perusahaan selalu memberikan ucapan kepada pemesan-pemesan terdahulu dan pihak wedding organizer (WO), bahkan sampai memberikan

<sup>173</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Menik. (Manager Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 8 Oktober 2020. pukul 11:06 WIB

THR untuk para pemesan/konsumen dan pihak WO yang sudah setia dengan perusahaan Duta Catering Ibu Djito.”<sup>174</sup>

Berdasarkan pemaparan wawancara dengan Bapak Suhardjito selaku direktur Duta Catering Ibu Djito. Sangat jelas bahwa perusahaan slalu menjaga hubungan baik dengan para konsumen maupun pihak WO. Sampai-sampai pihak perusahaan slalu memberikan ucapan disetiap tahunnya khususnya di Hari Raya Idul Fitri, sampai pemberian THR untuk para konsumen dan WO yang sudah setia dengan perusahaan Duta Catering Ibu Djito.

#### 6. Tertib Administrasi

Pencatatan dalam kegiatan bisnis sangatlah penting agar terhindar dari kemungkinan kesalahan yang terjadi. Duta Catering Ibu Djito dalam adaministrasinya mereka menerapkan sistem kredit/ansuran. Sebagaimana penejelasan dari Ibu Menik selaku manager Duta Catering Ibu Djito Bahwa :

“ Dalam hal kegiatan administrasi kami melakukan pencatataan dikernakan disini kami menggunakan sistem pembayaran ansuran/kredit, yaitu dengan cara membayarkan Dp terlebih dahulu untuk tanda jadinya pemesanan. Setelah event terlaksana dan sukses. Maka hal selanjutnya yaitu proses pelunasan ansuran (Hutang), dari pihak konsumen keperusahaan yang mana dalam hal ini, transaksi tersebut sudah tercatat dalam buku berbentuk Kuetansi untuk ansuran, yang mana kertas tersebut telah tercatat dan dimiliki dari masing-masing pihak, baik konsumen maupun perusahaan.”<sup>175</sup>

<sup>174</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Suhardjito. (Direktur Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 30 September 2020. pukul 19:30 WIB

<sup>175</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Menik. (Manager Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 8 Oktober 2020. pukul 11:06 WIB

Berdasarkan pemaparan wawancara dengan Bapak Suhardjito selaku direktur Duta Catering Ibu Djito, sangat cukup jelas perusahaan telah melakukan tertib administrasi, dengan cara melakukan pencatatan disetiap transaksinya. Hal tersebut guna untuk menghindari hal-hal yang tidak di inginkan, yang dapat merugikan antara kedua belah pihak, maka dari itu perusahaan Duta Catering Ibu Djito menerapkan sistem pembayaran ansuran/kredit, agar dapat memberikan kemudahan untuk para konsumen dalam pemesanan di perusahaan ini.

#### 7. Menetapkan Harga dengan Transparan

Penetapan harga makanan pada perusahaan Duta Catering Ibu Djito Sangatlah terlihat jelas dan transparan. Semuanya itu sudah tertara dengan lengkap mulai dari harga paket istimewa sampai paket super hemat, di dalam bentuk sebuah brosur seperti gambar dibawah ini.





Selain hal-hal di atas, terdapat hal lain yang tidak kalah pentingnya yang menjadi perhatian khusus dari perusahaan Duta Catering Ibu Djito yaitu:

1) Adanya penerapan-penerapan Aspek Spritual

Sebagaimana yang sama-sama kita ketahui yang mungkin pernah terdengar oleh telinga kita bahwa sesosok Bapak H. Suhardjito adalah sesosok pemimpin yang dermawan dan ahli dalam bersedekah, hal ini dapat peneliti rasakan sendiri karna peneliti terjun langsung dalam kegiatan-kegiatan yang ada didalamnya, seperti: Pengajian rutin setiap malam kamis untuk umum dan diwajibkan untuk seluruh karyawannya, membantu semua masyarakat Desa Areng-areng jikalau terjadi kematian/meninggal dunia Bapak Djito slalu memberikan biaya baik dari mulai kepengurusan Jenazah mulai dari biaya penguburan sampai Nujuhharinya acara pembacaan surat yasin dan tahlil, kemudian meberikan tunjangan 3 bulan sekali

untuk Janda-janda yang berada di Desa areng-areng. Sebagaimana penjelasan wawancara dari Bapak Nukiyar selaku karyawan Tetap Duta Ibu Djito, Bahwa :

“Kalau sesosok Bapak Djito beliau adalah seseorang yang sangat dermawan ahli sedekah, dan tanpa pamrih dalam menolong seseorang. Bapak Djito dalam kepemimpinannya ingin slalu memberikan yang terbaik untuk para karyawannya baik dari segi perekonomian maupun dari segi ke Agamaan. Kami para karyawan diwajibkan untuk mengikuti pengajian rutin yang dilakukan setiap malam kamis yang mana dalam kajian tersebut di isi oleh Ustadz Muhammad Nasihin orang yang percaya oleh Bapak Djito dalam memberikan nasehat, ilmu keagamaan untuk para karyawan sekaligus keluarga dari Bapak Djito sendiri. Kemudian Bapak Djito juga membantu semua masyarakat Desa Areng-areng jikalau terjadi kematian/meninggal dunia Bapak Djito slalu memberikan biaya baik dari mulai kepengurusan Jenazah mulai dari biaya penguburan sampai Njuhharinya acara pembacaan surat yasin dan tahlil, kemudian meberikan tunjangan 3 bulan sekali untuk Janda-janda yang berada di Desa areng-areng.<sup>176</sup>

## 2) Pengelolaan Sumber Daya Manusia

Manusia merupakan sumber daya paling penting dalam usaha organisasi mencapai keberhasilan. Betapapun sempurna alat teknologi dan ekonomi, tanpa aspek manusia sulit kiranya tujuan-tujuan organisasi dapat dicapai. Oleh karna itu sebagai pembisnis muslim, Bapak Djito juga memperhatikan nasib para pekerja karena pada hakekatnya merekalah yang banyak membantu keberhasilan bisnis dan sekaligus membantu tercapainya tujuan perusahaan yaitu keuntungan.

<sup>176</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Nukiyar. (Karyawan Tetap Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 1 Oktober 2020. pukul 10:30WIB

Pada Duta Catering Ibu Djito, iklim kerja yang terjadi lebih cenderung ke arah kekeluargaan. Oleh sebab itu, komunikasi terjalin antara pemilik kepada para karyawan bersifat luwes, sehingga kondisi seperti ini memudahkan Bapak Djito dalam memberikan tugas kepada karyawan atau sebaliknya.

Tenaga kerja pada Duta Catering Ibu Djito berjumlah 463 orang dengan status sosial yang berbeda-beda dengan latar belakang pendidikan dari mulai tamatan Sd sampai Sarjana. Dengan berdirinya perusahaan Duta Catering Ibu Djito ini, potensi penciptaan dan perluasan tenaga kerja bagi pengangguran, khususnya untuk masyarakat Desa areng-areng sendiri lebih diprioritaskan oleh Bapak Djito untuk berkerja di perusahaanya dan juga untuk Mahasiswa Pasaca sarjana UIN Maulana Malik Ibrahimpun Merasakan betapa terbantunya dari segi ekonomi Mahasiswa bisa bekerja sambil kuliah, dan ini jarang sekali kita dapatkan di wilayah lainnya. Sebagaimana penjelasan wawancara dengan Bapak Udong selaku HRD di Duta Catering Ibu Djito, Bahwa :

”Untuk karyawan Duta Catering ini berjumlah 463 orang dengan latar belakang status pendidikan yang berbeda-beda, mulai dari Sd sampai Sarjana. Semenjak perusahaan ini berdiri potensi penciptaan lapangan pekerjaan bagi pengangguran khususnya untuk warga Desa areng-areng sendiri yang lebih diprioritaskan oleh Bapak Djito, untuk bekerja di perusahaan dan juga mahasiswa Pasca Sarjana Uin

Maulana Malik Ibrahim. Ikut serta merasakan terbantunya perekonomian karna bisa bekerja sambil kuliah.<sup>177</sup>

### C. HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian yang disajikan peneliti berikut ini merupakan hasil kesimpulan dari paparan data penelitian yang telah dijabarkan oleh peneliti pada point B. Hasil penelitian tersebut antara lain sebagai berikut :

#### 1. Konsep strategi pengembangan bisnis yang diterapkan di Duta Catering Ibu Djito

Tabel. 4.5

Penerapan Strategi Duta Catering Ibu Djito

No	Strategi yang diterapkan	Implementasi dilapangan
A.	Strategi Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas bahan, Duta catering Ibu Djito menggunakan bahan-bahan yang segar langsung dari suplier yang sudah bekerja lama dan menjadi kepercayaan perusahaan, dari mulai daging, buah dan sayuran.</li> <li>2. Kebersihan, setelah bahan-bahan datang langkah selanjutnya Duta Catering Ibu Djito melakukan pencucian terhadap bahan-bahan produk yang sudah datang demi menjaga kebersihan dan kualitas produk baik.</li> <li>3. Pengelolaan bahan, setelah bahan</li> </ol>

<sup>177</sup> Hasil wawancara dengan Mas Udong . (HRD Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 28 September 2020. pukul 19:40 WIB



		<p>dibersihkan langkah selanjutnya yaitu proses pengelolaan bahan, dari mulai pemotongan daging, pengupasan buah, pemisahan sayuran. Agar lebi mudah untuk di proses dan dipisahkan ketempat tempat bagian proses pemasakan.</p> <p>4. Proses Memasak, Setelah semua dipisahkan langkah selanjutnya proses memasak dalam hal ini Duta Catering mempunyai dapur untuk proses memasak yang sangat luas, dan untuk pembagian proses memasakpun sudah mempunyai bagaian masing-masing tempat. Seperti tempat khusus untuk memasak daging, tempat memasak sayuran, dan tempat pengelolaan buah, dengan menggunakan alat-alat yang sudah dijamin akan kebersihannya.</p> <p>5. Proses pengemasan, langkah selanjutnya yaitu proses pengemasan produk. Produk-produk sudah jadi maka akan dikumpulkan dibagian pengemasan menjadi satu dengan menggunakan tempat-tempat yang berbeda seperti pembungkusan nasi kotak, memasukkan daging dalam termos besar agar tetap hangat, buah yang sudah di kelola menjadi es buah, dan lain-lain</p>
B.	Strategi harga	1. Riset lapangan, dalam penetapan harga Duta Catering Ibu Djito tidak sembarangan dalam penetapan haraga

		<p>melainkan dengan cara melakukan riset lapangan terlebih dahulu dengan cara mengirimkan dibagian marketing untuk mensurve harga-produk dipasaran yang sejenis dan produk yang tidak sejenis.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Diperhitungkan, Setelah mengetahui harga-harga dipasaran selanjutnya adalah proses perhitungan dari mulai biaya awal sampai sudah jadi.</li> <li>3. Pembuatan paket, setelah di perhitngkan langkah selanjutnya pembuatan paket harga dari tiap produk seperti yang telah kita lihat harga tersebut semuanya sudah tercantum dalam sebuah brosur Duta Catering Ibu Djito</li> </ol>
C.	Strategi Distribusi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsumen. Dalam hal ini Duta Catering Ibu Djito melakukan pendistribusiannya secara langsung ke tangan konsumen.</li> <li>2. Pihak WO. dengan cara melakukan kerjama/pelantara pihak wo, yaitu Pihak Duta Catering Ibu Djito menggaet beberapa pihak wo untuk diajak kerjasama dalam pendistribusian bisnisnya.</li> </ol>
D.	Strategi promosi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Langung. Untuk pemasaran langsung yang di lakukan oleh Duta Catering Ibu Djito dengan cara: melalui penjualan pribadi (<i>personal selling</i>), yaitu penjualan yang dilakukan dengan menawarkan produknya langsung kepada para</li> </ol>

		<p>konsumen, melalui pendekatan <i>door to door</i> pada konsumen dan W.O, dan aktif dalam mengikuti pameran event yang ada di Kota Malang.</p> <p>2. Tidak langsung. Selain menggunakan cara langsung, Duta Catering Ibu Djito juga menggunakan cara tidak langsung yaitu menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk-produknya, seperti Whatsapp dan Facebook, Instagram.</p>
--	--	---

## 2. Konsep strategi pengembangan bisnis kuliner Duta Catering Ibu Djito dalam prespektif etika Islam

Tabel. 4.6

### Penerapan Etika Duta Catering Ibu Djito

No	Penerapan Etika Islam	Uraian
1.	Jujur dalam Takaran	Dalam proses penanaman sikap kejujuran di Duta Catering Ibu Djito menjadi prioritas utama sejak berdirinya perusahaan tersebut, dan kesemuanya itu sudah lengkap terperinci dalam sebuah brosur harga jual makanan perpaket. Dilengkapi dengan bonus-bonus yang menarik dari tiap pembelian lebih diatas 500-700 pac.
2.	Menjual Barang	Untuk bahan baku sendiri Duta Catering

	Baik Mutunya	Ibu Djito sudah bekerja sama dengan beberapa supplier yang meraka sudah mengetahui standar yang perusahaan butuhkan. Mulai dari supplier daging kami mengambil dari Malang Kota, siput udang dari daerah Siduarjo Pantai Selatan, untuk sayur-sayuran dan buah-buahan kami mengambil dari Kota Batu.
3.	Tidak Menggunakan Sumpah	Duta Catering Ibu Djito dalam hal ini tidak pernah menggunakan kata-kata sumpah didalam semua transaksinya. Pihak perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen dengan menerapkan prinsip 5S (senyum, salam, sapa, sopan, santun).
4.	Longgar dan Bermurah hati	Dalam hal ini Duta Catering Ibu Djito, sangat meprioritaskan konsumen, dengan cara memberikan pelayanan yang tepat, cepat, murah hari, dan pelayanan yang sangat ramah. Karna bagi perusahaan sendiri kepuasan dari konsumen merupakan tujuan yang paling utama.
5.	Membangun Hubungan Baik	Dalam hal ini Duta Catering Ibu Djito, slalu menjaga hubungan baik dengan para konsumen maupun pihak WO. Sampai-sampai pihak peruhaan slalu memberikan ucapan disetiap tahunnya khususnya di Hari Raya Idul Fitri, sampai pemberian THR untuk para konsumen dan WO yang sudah setia dengan perusahaan Duta

		Catering Ibu Djito.
6.	Tertib Administrasi	Dalam ini Duta Catering Ibu Djito, telah melakukan tertib administrasi, dengan cara melakukan pencatatan disetiap transaksinya. Hal tersebut guna untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan, yang dapat merugikan antara kedua belah pihak, maka dari itu perusahaan Duta Catering Ibu Djito menerapkan sistem pembayaran angsuran/kredit, agar dapat memberikan kemudahan untuk para konsumen dalam pemesanan di perusahaan ini.
7.	Menetapkan Harga Transfaran	Dalam penetapan harga Duta Catering Ibu Djito sudah lama menerapkan Harga transfaran semua itu sudah terangkup dalam sebuah brosur yang biasanya diseberkan ketika acara event.

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Sebagaimana yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, peneliti telah menemukan data yang diharapkan, baik data yang berasal dari observasi, wawancara, dan dokumentasi dari subjek penelitian. Selanjutnya pada bab ini peneliti akan menyajikan uraian bahasan sesuai fokus penelitian dan tujuan penelitian. Pada pembahasan ini, peneliti akan mengintegrasikan temuan yang ada dilapangan kemudian mendiskusikan dengan teori-teori yang ada. Pada pembahasan ini pula peneliti akan menyajikan analisis data yang diperoleh, baik data primer maupun data skunder, kemudian diinterpretasikan secara terperinci.

Melalui penelitian yang lebih mendalam yang dilakukan oleh peneliti, peneliti melakukan sebuah teknik wawancara dengan beberapa orang yang dianggap sebagai inti dari perusahaan Duta Catering ibu Djito di antaranya yaitu : Bapak H. Suhardjito sebagai Direktur, Ibu Menik sebagai Manager. Berdasarkan pemaparan wawancara yang peneliti lakukan dengan direktur dan manager perusahaan Duta Catering Ibu Djito. Peneliti dapat mengambil sebuah gambaran proses pengelolaan makanan, minuman dan kue/snack. dari awal sampai akhir, yaitu proses produksi, pemesanan yang kemudia dilanjutkan dengan pendistribusian. Maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa perusahaan menggunakan Strategi Integritas Vertikal.

Kemudian peneliti melihat adanya proses peningkatan pangsa pasar melalui pemasaran yang lebih besar. Seperti area Kota Malang, Kota Batu, Kapanjen Lumajang, Pasuruan, Jombang, Madura, Bondowoso, Mojokerto, Jember, dan Surabaya. Berdasarkan pangsa pasar yang telah dimiliki tersebut, Duta Catering Ibu Djito akan terus menerus mengembangkan melalui kegiatan pemasaran yang lebih terfokus pada empat sasaran, yaitu produk, promosi, harga dan distribusi. Seperti dalam halnya pengembangan produk, Duta Catering Ibu Djito melakukan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini. Dengan cara sering melakukan inovasi-inovasi dalam tampilan menu makanan yang akan disajikan dengan cara memberi variasi menu dan rasa pada setiap produk. Duta Catering Ibu Djito juga sering melakukan inovasi pada setiap produknya yaitu dengan meluncurkan menu-menu baru. Maka dari permaparan di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa Duta Catering Ibu Djito juga menggunakan Strategi Intensif (intensive Strategi).

Selanjutnya peneliti melihat Duta Catering Ibu Djito, juga menghasilkan beberapa produk, yaitu aneka makanan dengan beberapa menu, aneka minuman dengan beberapa menu, dan berbagai aneka kue/snack dengan beberapa varian rasa. Dari penjelasan tersebut maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa Duta Catering Ibu Djito menerapkan Strategi Diversifikasi (Diversification Strategy), dan strategi diversifikasi yang dilakukan Duta Catering Ibu Djito berasal dari industri yang sama,

yaitu makanan dan minuman siap saji. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa strategi divertifikasi yang dilakukan oleh Duta Catering Ibu Djito adalah strategi divertifikasi terkait atau konsentrik, yaitu dengan cara menambahkan produk atau jasa baru, tetapi masih saling berhubungan.

Berdasarkan data yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka dapat diketahui bahwa catering bu djito menerapkan tiga strategi pengembangan bisnis kuliner yaitu strategi integritas vertikal, strategi intensif. dan strategi diversifikasi. Jadi berdasarkan data tersebut, tidak semua strategi pengembangan bisnis dapat diterapkan dalam suatu perusahaan.

#### **A. Konsep strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Duta Catering Ibu Djito**

##### **1. Strategi Integritas Vertikal (*Vertical Integration Strategi*)**

Dalam hal ini, Strategi integritas vertikal berkaitan dengan penguasaan yang dimulai dari proses produksi sampai pada proses pemasaran atau distribusi. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Micheal Porter. Strategi intergritas vertikal adalah kombinasi dari proses produksi, penjualan, atau proses ekonomi lainnya yang secara teknologi berbeda dalam batas-batas perusahaan tunggal.<sup>178</sup> Penerapan strategi vertikal pada Duta Catering Ibu Djito terlihat dengan adanya proses produksi dan pemasaran. Pada proses produksi terlihat pada pengelolaan aneka makanan, minuman, dan kue/snack. Langkah pertama yang dilakukan dalam proses produksi ini adalah memilih

---

<sup>178</sup> Porter, *Competitive Strategi*, diterjemahkan oleh Agus Maulana "Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing...h. 236



bahan baku dan bahan pelengkap yang akan digunakan untuk menu pesanan dari konsumen. Bahan baku dan bahan pelengkap tersebut dipilih yang masih dalam keadaan segar dan langsung dari *supplier*. Langkah kemudian yaitu meracik bahan. Meracik bahan disini artinya menyiapkan bumbu-bumbu yang diperlukan untuk proses memasak tersebut. Proses selanjutnya adalah mengolah bahan yaitu memasak semua bahan-bahan yang disesuaikan dengan jumlah pesanan. Setelah proses mengelola bahan menjadi hidangan yang siap antar, terlebih dahulu dilakukan pengecekan akhir. Pada bagaian ini, menu pesanan diperiksa dari segi cita rasa, tampilan menu yang akan disajikan sampai dinyatakan siap untuk dikirimkan kepada pemesan.

Tidak sampai hanya proses produksi, setelah anaka makanan, minuman, dan snack siap untuk dikirimkan kepada pemesan, maka hal yang dilakukan selanjutnya adalah memasarkannya ketangan konsumen. Dalam hal ini, bisnis kuliner yang diterapkan oleh Duta Catering Ibu Djito berlandaskan syari'at, maka proses produksi dan pemasarannya pun sesuai dengan syari'at Islam yaitu terbebas dari unsur keharaman. Unsur-unsur keharaman tersebut, dapat dijelaskan berdasarkan beberapa jenis, diantaranya yaitu :

a. Proses Produksi

Berdasarkan hasil penelitian, jenis katagori haram pada proses produksi Duta Catering Ibu Djito dapat terlihat dari beberapa aspek, yaitu :

### 1) Bahan baku yang digunakan

Dalam proses produksinya, Duta Catering Ibu Djito menggunakan bahan baku dan bahan pelengkap yang halal *zatnya*, yaitu aneka bahan makanan, minuman, rempah-rempah, dan bumbu-bumbu yang digunakan dalam proses produksi. Dalam proses produksi, Duta Catering Ibu Djito tidak menggunakan bahan-bahan yang berbahaya, seperti formalin (pengawet), karena bahan-bahan tersebut dapat membahayakan kesehatan, sebab Islam melarang segala hal yang membahayakan orang lain.

Selain itu, Ibu Hj. Kustina juga sangat memperhatikan kebersihan terhadap bahan baku dan peralatan yang digunakan dalam proses produksi. Sehingga, sebelum menggunakan bahan dan peralatan yang akan diperlukan dalam proses produksi, maka terlebih dahulu semua bahan baku dan peralatan tersebut dicuci hingga bersih, dan tentunya proses pencucian tersebut dilakukan dengan menggunakan air yang bersih yaitu air suci yang menyucikan. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar bahan baku dan peralatan tersebut bersih dan tentunya terhindar dari najis.

Dengan melihat pemaparan mengenai bahan baku yang digunakan Duta Catering Ibu Djito yang sesuai dan diperbolehkan dalam aturan syari'at, maka peneliti

menyimpulkan bahwa Duta Catering Ibu Djito terbebas dari unsur haram berdasarkan bahan baku yang digunakannya.

2) Cara memperoleh bahan baku dan bahan pelengkap

Duta Catering Ibu Djito memperoleh bahan baku dan bahan pelengkap tersebut dengan melalui transaksi jual beli dengan para penjual (pemasok atau pedagang). Transaksi jual beli tersebut dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pembeli (pihak Duta Catering Ibu Djito) dan pihak penjual (pemasok atau pedagang), dengan menerapkan transaksi jual beli yang sah menurut Islam, yaitu terhindar dari unsur penipuan, perjudian, dan kecurangan.

Dari hasil penelitian, disini peneliti menyimpulkan bahwa transaksi yang dilakukan oleh Duta Catering Ibu Djito sah menurut Islam, sebab dalam pelaksanaan transaksi jual beli dihadiri oleh dua belah pihak yakni pihak penjual dan pembeli, dan dengan adanya barang yang diperjual belikan, serta penetapan harga yang transparan. Setelah penetapan harga disetujui oleh kedua belah pihak, selanjutnya dilakukan pembayaran oleh pihak Duta Catering Ibu Djito yang disertai dengan nota pembayaran sebagai tanda bukti telah melakukan transaksi jual beli.

## b. Pemasaran

Secara umum kesuksesan sebuah bisnis itu tergantung pada bagaimana cara memasarkan produk-produknya. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa Duta Catering Ibu Djito menjalankan strategi pemasaran dengan menerapkan beberapa strategi pada setiap komponen pemasaran, yaitu strategi produk, strategi promosi, strategi harga, dan strategi distribusi, dengan penjelasan sebagai berikut.

### 1) Strategi Produk

Dalam hal ini merupakan upaya bagaimana produk-produk yang telah dihasilkan oleh Duta Catering Ibu Djito dapat dipasarkan dengan baik dan dapat memperoleh keuntungan yang maksimal. Strategi produk yang telah diterapkan oleh Duta Catering Ibu Djito yaitu dengan menghasilkan produk-produk yang berkualitas, yaitu berbagai aneka menu makanan, minuman, dan *snack*. Disamping itu, produk-produk Duta Catering Ibu Djito juga dilengkapi dengan variasi menu dan rasa.

Berdasarkan analisa peneliti, Duta Catering Ibu Djito telah menerapkan strategi produk yang sesuai dengan teori. Namun, inovasi dan kreativitas yang baru juga perlu untuk mengembangkan bisnis dari Duta Catering Ibu Djito agar terus

berkembang dan mampu berdaya saing dengan produk-produk lainnya.

## 2) Strategi harga

Penetapan harga pada Duta Catering Ibu Djito yaitu dengan cara melakukan riset lapangan terlebih dahulu. Hal ini bertujuan untuk mengetahui besarnya harga pasar terhadap produk yang sejenis dengan produk yang dihasilkan oleh Duta Catering Ibu Djito. Dalam hal penetapan harga, Duta Catering Ibu Djito hanya memiliki satu harga untuk semua kalangan konsumen. Harga yang diterapkan oleh Duta Catering Ibu Djito sudah diperhitungkan yang disesuaikan dengan biaya produksi, operasional, dan keuntungan.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa penerapan strategi harga yang dilakukan oleh Duta Catering Ibu Djito sudah sesuai dengan teori pada umumnya. Namun tidak menutup kemungkinan perubahan harga juga bisa berubah.

## 3) Strategi distribusi

Hal selanjutnya dalam kegiatan bisnis yaitu pendistribusian produk ke tangan konsumen. Duta Catering Ibu Djito melakukan pendistribusian produknya melalui dua saluran distribusi yakni langsung ketangan konsumen dan melalui pihak *Wedding Organizer* (WO). Dalam hal

pendistribusian, Duta Catering Ibu Djito tidak akan melakukan tindakan kedzaliman dengan menghalalkan berbagai cara yang tidak sesuai dengan aturan Islam terhadap para pesaing lainnya. Sebab persaingan yang diterapkan Duta Catering Ibu Djito yaitu persaingan yang biasa menuju bisnis yang lebih sehat.

#### 4) Strategi promosi

Dalam rangka mempromosikan produknya, Duta Catering Ibu Djito akan terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen dengan menerapkan prinsip 5S (senyum, salam, sapa, sopan, dan santun). Selain itu, strategi promosi yang lain adalah dengan memanfaatkan media sosial dan kerja sama dengan lembaga-lembaga tertentu.

Menurut analisa peneliti, strategi promosi yang diterapkan oleh Duta Catering Ibu Djito sudah sesuai, namun dalam hal kerjasama dengan lembaga-lembaga tertentu masih kurang maksimal.

Dalam hal ini, strategi integritas vertikal yang telah diterapkan Duta Catering Ibu Djito dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu strategi yang dirancang khusus pada aspek pengendalian terhadap distributor (strategi integritas kedepan), strategi yang dirancang khusus mengendalikan pengawasan terhadap bahan baku (strategi integritas kebelakang) dan strategi

yang berhubungan dengan pengawasan terhadap para pesaing (strategi integritas horizontal), yang dijelaskan sebagai berikut :

a. Strategi Integritas Ke Depan (*Forward Integration Strategi*)

Dalam hal ini strategi yang dirancang khusus terhadap distributor, sebagaimana menurut Rachmat. Strategi integritas ke depan adalah usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor.<sup>179</sup> Duta Catering Ibu Djito menerapkan strategi integritas ke depan. Distributor yang dimaksud disini yaitu pihak *Wedding Organizer* (WO) dan konsumen. Namun, dari kedua pihak tersebut, yang mendapatkan perhatian khusus diberikan kepada konsumen sebab mampu memberikan kontribusi penjualan yang besar.

Dalam hal ini, peneliti menyimpulkan bahwa penerapan strategi integritas ke depan yang dilakukan oleh Duta Catering Ibu Djito sudah sesuai dengan teori yang ada. Namun, menurut peneliti, sebaiknya pihak Duta Catering Ibu Djito melakukan pembenahan terhadap para distributor yang lain, yakni pihak *Wedding Organizer* (WO). Dengan memberikan perhatian dan perlakuan yang sama terhadap semua distributor, maka Duta Catering Ibu Djito akan memperoleh penjualan yang maksimal.

b. Strategi Integritas Ke Belakang (*Backward Integrtrion Strategi*)

---

<sup>179</sup> Rachmat, *Manajemen Strategik*....h.144

Strategi ini memiliki tujuan untuk meningkatkan pengawasan terhadap bahan baku yang digunakan dalam proses produksi. Sebagaimana penjelasan dari Huseini Umar, Strategi integritas kebelakang merupakan suatu strategi perusahaan agar pengawasan terhadap bahan baku ditingkatkan, apabila para pemasok sudah dinilai tidak menguntungkan perusahaan, seperti keterlambatan dalam pengadaan bahan, kualitas bahan yang menurun, biaya yang meningkat sehingga tidak dapat di andalkan lagi.<sup>180</sup> Dalam hal ini, pengawasan Duta Catering Ibu Djito terhadap bahan baku sangat diperlukan dan diperhatikan, sebab keterlambatan ketersediaan bahan baku tentunya akan menghambat produksi. Dalam hal bahan baku, Duta Catering Ibu Djito kadang kala masih mengalami beberapa permasalahan, seperti keterlambatan bahan baku, terjadinya bahan baku yang rusak atau cacat, terjadinya kelebihan atau bahkan kekurangan terhadap bahan baku yang dipesannya, tetapi dalam permasalahan ini jarang terjadi. Kecuali hal ini terjadi dikarenakan padatnya pemesanan mencapai 25 tempat dalam satu hari.

Menurut pemaparan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa dalam penerapan strategi integritas ke belakang yang di

---

<sup>180</sup> Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik...*h.30



terapkan Duta Catering Ibu Djito cukup maksimal, akan tetapi masih terdapat beberapa permasalahan yang timbul. Di karenakan pada saat-saat padatnya pemesanan. Sehingga dalam penerapan strategi interitas kebelakang yang dilakukan Duta Catering Ibu Djito perlu pembenahan lebih lanjut.

c. Strategi Integritas Horizontal (*Horizontal Integration Strategy*)

Sebuah bisnis tentunya memiliki perhatian khusus terhadap para pesaing agar dapat menjadi bisnis yang mampu berdaya saing. Strategi integritas horizontal memiliki tujuan untuk meningkatkan pengawasan terhadap para pesaing. Sebagaimana penjelasan dari Huseini Umar, strategi integritas horizontal adalah sebuah srategi agar perusahaan meningkatkan pengawasan terhadap para pesaing perusahaan walaupun harus memilikinya.<sup>181</sup> Penerapan strategi horizontal oleh Duta Catering Ibu Djito ditunjukkan dengan adanya pengawasan terhadap para pesaing yang kemudian dibuktikan dengan melakukan beberapa inovasi terhadap produk-produk yang dihasilkan.

Menurut pengamatan peneliti, Duta Catering Ibu Djito melakukan persaingan tersebut dengan cara *fair*, tidak bermaksud untuk memonopoli bisnis di bidang makanan, minuman dan snack. Karna sejatinya kegiatan monopoli

---

<sup>181</sup> Umar...h.31

dilarang keras oleh agama Islam. selain itu, berdasarkan wawancara dengan direktur perusahaan H.Sulaiman Suhardjito mengatakan bahwa :

”Berbisnis itu harus ngoyo (bersungguh-sungguh), akan tetapi ngoyo nya disini dengan menggunakan cara-cara yang dibenarkan dalam Islam. Tujuan Saya mendirikan bisnis ini salah satunya adalah untuk membangun perekonomian masyarakat sekitar, tidak untuk melakukan monopoli usaha atau sebagainya. Karena sebenarnya, kegiatan bisnis yang saya jalankan juga sudah banyak dijalankan oleh orang lain”

Dari hasil wawancara diatas, dapat diinterpretasikan bahwa, Duta Catering Ibu Djito, menerapkan persaingan yang bisa menuju bisnis yang lebih sehat,<sup>182</sup> Duta Catering Ibu Djito juga tidak bermaksud untuk memonopoli bisnis kuliner lainnya. Karena kegiatan momonopoli dilarang keras oleh agama Islam. Perhatian terhadap para pesaing disini bertujuan untuk memperbaiki kualitas produk, pelayanan, dan lain sebagainya, yang mampu menjadikan Duta Catering ibu Djito dapat terus berkembang. Dari analisa diatas peneliti menyimpulkan bahwa penerapan strategi integritas horizontal sudah sesuai dengan teori yang ada.

## 2. Strategi Intensif (*Intensive Strategi*)

Strategi ini dapat digunakan pada saat menentukan strategi atas produk baru atau penawaran produk baru dipasar yang ada maupun

---

<sup>182</sup> Hasil wawancara dengan Bapak H. Suhardjito (Pemilik Duta Catering Ibu Djito), pada tanggal 30 September 2020, pukul 19:30.

pasar yang baru.<sup>183</sup> Strategi intensif yang diterapkan oleh Duta Catering Ibu Djito berkaitan dengan produk-produk yang dihasilkan. Dalam prakteknya, strategi insentif yang dilakukan oleh Duta Catering Ibu Djito yakni sebagai berikut:

a. Starategi Penetrasi Pasar (*Market Penetration Strategy*)

Penetrasi pasar adalah strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada dipasar untuk produk jasa yang ada pada saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar.<sup>184</sup> Dalam menerapkan strategi penetrasi pasar, Duta Catering Ibu Djito berusaha mengembangkan pasar yang sudah ada, dalam artian pasar yang sudah ada dimiliki oleh Duta Catering Ibu Djito. Dalam hal ini, pihak *catering* akan lebih berusaha aktif dalam kegiatan pemasaran, seperti melakukan pameran kuliner pada *event-event* tertentu sehingga masyarakat akan semakin tertarik ` dan akan lebih berusaha memperbaiki kualitas pelayanan kepada para konsumen. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa sebuah bisnis tanpa disertai dengan pemasaran, tentunya bisnis tersebut akan dengan mudah bangkrut.

Dari pemaparan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi penetrasi pasar sudah sesuai dengan teori yang ada. Sebab

<sup>183</sup> Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik...*h.144

<sup>184</sup> Rachmat, *Manajemen Strategik....*h.144

Duta Catering Ibu Djito terus berusaha mengembangkan pasar yang sudah ada, agar pasar tersebut tidak jenuh.

b. Strategi Pengembangan Produk (*Product Development Strategi*)

Produk disini adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau di konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.<sup>185</sup>

Didalam dunia bisnis yang baik, tentunya mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan terjamin kehalalannya. Hal inilah yang menjadi proses awal dalam memulai sebuah bisnis.

Duta Catering Ibu Djito merupakan bisnis yang menghasilkan produk berupa aneka menu makanan, minuman, dan snack. Strategi pengembangan produk merupakan tindak lanjut dari strategi produk. Yang mana dari produk-produk yang ada selanjutnya dikembangkan sedemikian rupa agar produk-produk tersebut tetap menarik dimata konsumen. Pengembangan produk dilakukan oleh Duta Catering Ibu Djito yakni dengan melakukan berbagai inovasi menu, rasa, maupun tampilan untuk penyajian.

3. Strategi Diversifikasi (*Deversification Strategi*)

Dalam hal ini, Duta Catering Ibu Djito menghasilkan beberapa macam produk pada industri produk yang sama atau disebut juga dengan diversifikasi terkait. Produk-produk yang dihasilkan berupa

---

<sup>185</sup> Purwana dan Hidayat, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta : PT Raja Grafindo, 2026, h. 84.

makanan dan minuman siap saji dengan berbagai aneka menu makanan, minuman, dan snack.

Berdasarkan hasil penelitian, dengan adanya strategi diversifikasi terkait ini memiliki tujuan untuk meminimalisir resiko apabila terjadi gagal jual pada salah satu produk, sehingga Duta Catering Ibu Djito masih memiliki cadangan hasil penjualan pada produk lain. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa strategi diversifikasi terkait yang dilakukan Duta Catering Ibu Djito sudah sesuai dengan teori yang ada.

Hasil pembahasan dari analisis yang peneliti lakukan bahwa. Strategi perkembangan bisnis yang dilakukan oleh catering ibu djito menunjukkan terjadinya penggunaan tiga strategi yaitu strategi integritas vertikal, strategi intensif, dan strategi diversifikasi. dari tiga strategi tersebut, dapat peneliti temukan adanya urutan dalam pelaksanaannya.



**Gambar 5.1**  
**Gambar Alur Strategi Duta Catering Ibu Djito**

## B. Konsep strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Duta Catering Ibu Djito dalam Prespektif Etika Islam

Kunci dalam berbisnis yakni terletak pada etika yang diterapkan dalam bisnis tersebut. Persyaratan untuk meraih keberkahan atas nilai transenden seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam Islam, dan ini juga telah diterapkan oleh pihak Duta Catering Ibu Djito, antara lain :

### 1. Jujur dalam Takaran (*quantity*)

Ini sangat penting untuk memperhatikan karena Tuhan sendiri secara jelas mengatakan dalam QS. Al-Muthafifin ayat 1-3, sebagai berikut.<sup>186</sup>

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾  
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: 1. Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang 2. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi,3.Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.

Sikap jujur yang telah diterapkan oleh Duta Catering Ibu Djito dalam menjalankan bisnisnya, diantaranya adalah sebagai berikut :

#### a. Tidak melipat gandakan harga

Harga merupakan jumlah dari biaya tambahan dengan keuntungan. Penetapan harga dari suatu produk sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan untuk memperoleh

<sup>186</sup> Qs. Al-Muthafifin ayat 1-3

keuntungan.<sup>187</sup> Duta Catering Ibu Djito memiliki kisaran harga yang bervariasi untuk berbagai menu makanan, minuman, maupun snack. Setiap menu memiliki kisaran harga yang berbeda-beda. Meski kisaran harganya untuk kalangan menengah ke atas, namun catering ini tidak pernah sepi oleh para konsumen. Sebab banyaknya paket hemat untuk aneka menu makanan, minuman, dan snack yang ditawarkan.

Kejujuran yang diterapkan Duta Catering Ibu Djito adalah menu-menu yang ditawarkan sudah sesuai dengan harga masing-masing paket, tanpa ada pengurangan mutu dan kualitas dari menu tersebut. Sebagaimana Rasulullah SAW yang selalu menghimbau agar dalam menetapkan harga sebuah barang harus disesuaikan dengan nilai yang terkandung didalamnya. Selain itu, penetapan harga juga harus disesuaikan dengan harga yang berlaku dipasaran.<sup>188</sup>

b. Mengakui kelebihan dan kelemahan produk

Dalam aspek ini, Duta Catering Ibu Djito selalu mengatakan apa adanya, tidak menutup-nutupi mengenai produk yang ditawarkan. Duta Catering Ibu Djito akan mengedepankan kualitas dan kebenaran dari produk tersebut. Apabila produk itu baik, maka pihak Duta Catering akan mengatakan baik. Namun sebaliknya,

---

<sup>187</sup> Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Malang: Erlangga, 2012)...h. 37

<sup>188</sup> Al-Mishri Abdul Sami, *Pilar-Pilar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006).h. 95

apabila produk itu buruk, makaihak Duta Catering akan mengatakan buruk.

c. Jujur dalam takaran

Dalam hal ini, Seorang pembisnis dilarang mengurangi timbangan ketika menakar. Mengenai aspek ini, bahwa kejujuran dalam hal takaran maupun ukuran mutlak harus ada. Duta Catering Ibu Djito sudah menerapkan aspek ini, yaitu tidak mengurangi ukuran untuk semua menu yang ditawarkan, dalam arti lain memenuhi semua menu yang telah dipesan oleh konsumen sesuai dengan ukuran yang ada.

## 2. Menjual Barang yang Baik Mutunya (*quality*)

Salah satu cacat etis dalam perdagangan tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeimbangan (*balance*) antara memperoleh keuntungan (*profit*) dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, amupun etika atau adat.<sup>189</sup>

Menyembunyikan mutu sama halnya dengan berbuat curang dan bohong. bukankah kebohongan itu menyebabkan ketidak tentraman, sebaliknya kejujuran akan melahirkan ketenangan, sebagaimana penjelasan Rasulullah SAW. Dalam sabdanya yang yang diriwayatkan yang artinya:

---

<sup>189</sup> Djakfar, *Etika Bisnis: Dalam Paradigma Spiritualitas dan Kearifan Lokal*. (Jakarta : Penebar Plus, 2012). h. 36



“Tinggalkanlah apa yang meragukanmu kepada apa yang tidak meragukanmu. Karena sesungguhnya kejujuran (berkata benar) itu adalah membawa ketenangan dan kebohongan (berkata bohong) itu akan melahirkan kegelisahan” (HR. al-Turmudhi).

Dalam hal ini Duta Catering Ibu Djito, slalu memperhatikan dari tiap-tiap produknya, mulai dari awal proses penerimaan bahan baku dari supplier yang sudah dipercayakan oleh perusahaa, dari mulai dari daging mengambil supplier dari Malang Kota, siput udang dari daerah Siduarjo pantai selatan dan untuk sayur-sayuran, buah-buahan dari daerah Kota Batu. Sebagai penjelasan dari wawancara peneliti terhadap Maneger Duta Catering Ibu Djito.

### 3. Dilarang Menggunakan Sumpah (*al-qasm*)

Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dikalangan para pedagang kelas bawah apa yang dikenal dengan obrolan sumpah. Mereka terlalu mudah menggunakannya sumpah dengan maksud untuk menyakinkan pembeli bahwa barang daganganya benar-benar berkualitas dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya. Dalam Islam perbuatan semacam itu tidak dibernakan karna akan menghilangkan keberkahan sebagaimana sabda Rasulullah saw yang artinya:

Dari Abu Hurairah r.a, saya mendengarkan Rasulullah saw bersabda: “Sumpah itu melariskan dagangan, tetapi menghapuskan keberkahan” (HR. Abu Dawud)<sup>190</sup>

Dalam hal ini, Perusahaan Duta Catering Ibu Djito, tidak pernah menggunakan kata-kata sumpah didalam semua transaksi yang

<sup>190</sup> Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis Dialektika Etika dengan Realitas*,.h. 79

dilakukannya. Pihak perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen dengan menerapkan prinsip 5S (senyum, salam, sapa, sopan, dan santun). Sebagai mana penjelasan wawancara yang dilakukan peneliti bersama pemilik/direktur utama perusahaan Duta Catering Ibu Dito, sebagai berikut :

#### 4. Longgar dan Bermurah Hati (*Tasamuh dan tar'hum*)

Dalam transaksi terjadi kontrak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini seseorang penjual akan mendapatkan berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli. Hadist riwayat al-Turmudhi dari Ikrimah ibn Ammar dari Abu Zumayl dari Malik ibn Marthad dari bapaknya, dari Abi Dharr, yang berbunyi:

Rasulullah saw, bersabda:“Senyummu kepada semua saudaramu adalah sedekah bagimu” (HR. Al-Turmudhi)<sup>191</sup>

Dalam hal ini, Duta Catering Ibu Djito akan slalu memberikan pelayanan yang tebaik kepada konsumen, sebab konsumen menjadi prioritas dalam terciptanya kebutuhan bisnis kiliner. Duta Catering Ibu Djito memberikan pelayanan yang tepat, cepat, murah hati dan pelayanan yang ramah. Rasulullah saw sangat menganjurkan pera pembisnis untuk bersikap longgar dan bermurah hati dalam setiap transaksi, murah senyum dan ramah tamah.

<sup>191</sup> Djakfar, *Etika Bisnis: Dalam Paradigma Spiritualitas dan Kearifan Lokal*. h. 32

## 5. Membangun Hubungan Baik (*interrelationship/s ilat al-rahim*)

Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapapun, inklud antar sesama pelaku dalam bisnis. Sebagaimana sabda Rasulullah saw yang di riwayatkan oleh Al-Bukhari:

“Bahwasannya Rasulullah SAW bersabda: Barang siapa mengharap dimudahkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya. maka hendaklah ia menjalin hubungan silaturahmi” (HR. Al-Bukhari)<sup>192</sup>

Dalam kaitan dengan bisnis, makna dimudahkan rezeki dan dipanjangkan umur bisa berarti bahwa bagi pelaku bisnis yang sering melakukan silaturahmi (*interrelationships*) akan berkembang usaha bisnis yang dilakukan. Karena bisa jadi dengan silaturahmi yang dilakukan itu akan kian luas jaringan yang bisa dibangun dan semakin banyak informasi yang diserap, serta dukungan yang diperoleh dari berbagai kalangan. Dengan demikian, umur bisnis akan semakin panjang, dalam arti akan terus bertahan dan berkembang sesuai dengan yang diharapkan oleh semua orang.

Dalam hal ini Duta Catering Ibu Djito, dari pihak perusahaan slalu menjaga hubungan baik dengan konsumen maupun fatner bisnis *wedding oraganizer* (WO). Yaitu dengan cara ketika hari Raya Idul Fitri pihak perusahaan slalu memberikan ucapan kepada pemesan-pemesan terdahulu dan pihak Wedding Organizer (WO), bahkan sampai memberikan THR untuk para pemesan yang sudah setia dengan perusahaan Duta Catering Ibu Djito.

---

<sup>192</sup> Djakfar...h.32

## 6. Tertib Administrasi

Dalam dunia perdagangan wajar terjadi praktek minjam meminjam. Dalam hubungan ini Al-Qur'an mengajarkan perlunya administrasi hutang piutang tersebut agar manusia terhindar dalam kesalahan yang mungkin terjadi, sebagaimana firman-Nya :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ  
وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا  
عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا  
يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا

Artinya :Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu membacaknya (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya.<sup>193</sup>

Dalam hal ini, Duta Catering Ibu Djito memang menerapkan sistem Kredit/ansuran, yaitu dengan cara membayar dp terlebih dahulu untuk tanda jadinya pemesanan. Setelah event dari konsumen terlaksana dengan sukses. Maka hal selanjutnya yaitu proses pelunasan ansuran (Hutang), dari pihak konsumen perusahaan yang mana dalam hal transaksi tersebut sudah tercatat dalam buku bentuk

<sup>193</sup> QS. Al-Baqoroh, 2: 282

Kuetansi untuk ansuran yang mana kertas tersebut telah tercatat dan dimiliki dari masing-masing konsumen dan perusahaan.

## 7. Menetapkan Harga dengan Transparan

Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh potensi (keuntungan), namun hak pembeli harus tetap dihormati.<sup>194</sup> Dalam arti penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli, terlepas apakah ia sebagai konsumen tetap maupun bebas (insidental). Bukankah sikap toleran itu akan mendatangkan rahmat dari Allah SWT sebagaimana sabda Rasulullah saw. Dalam sebuah hadistnya yang diriwayatkan Imam Bukhari, dari Muhammad ibn al-Munkadiri dari Jabir ibn Abd Allah radiya Allah anhumma :

“Sesungguhnya Rasulullah saw. Bersabda: Allah telah memberikan rahmat kepada seseorang yang bersikap toleran ketika membeli, menjual dan menagih janji (utang)” (HR al-Bukhari)<sup>195</sup>

Dalam hal ini. Duta Catering Ibu Djito, sudah lama menerapkan harga dengan transparan, dan semuanya itu sudah tertara dengan lengkap mulai dari harga paket yang istimewa sampai ke paket super hemat didalam bentuk sebuah brosur.

<sup>194</sup> Manuel G. Velasquez., *Business Ethics, Concept and Cases* Edition, (Englewood Cliffs NJ, Printice Hall, 1992), 184 dan M. Amin Abdullah & Iwan Triyuwono, *Etika Muamalah* (Malang: Program Pascasarjana UMM, 1997), 80

<sup>195</sup> Sahih al-Bukhari, Juz 7: 240

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari pemaparan yang disampaikan diatas , maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal yaitu sebagai berikut :

1. Konsep strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh Duta Catering Ibu Djito yaitu strategi kombinasi bersama, yakni strategi integritas vertikal (strategi integritas ke depan, strategi integritas ke belakang, dan strategi integritas horizontal), strategi intensif (strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk). dan strategi diversifikasi yakni menerapkan strategi divertifikasi terkait/konsentrik.

Strategi-strategi yang diterapkan oleh Duta Catering Ibu Djito, secara umum sudah sesuai dengan teori yang ada. Namun perlu ada perhatian sedikit dalam hal strategi-startegi yang diterapkan di Duta Catering Ibu Djito agar lebih optimal. Seperti dalam halnya strategi integritas vertikal, perlu adanya perhatian khusus terhadap para pemasok Jikalau terjadi peningkatan pemesanan.

2. Jika dianalisis dengan etika Islam, strategi-strategi yang diterapkan Duta Catering Ibu Djito secara umum sudah sesuai dengan teori yang ada. Dalam hal ini Duta Catering Ibu Djito tidak hanya fokus pada strategi–strategi secara umum, namun Duta Catering Ibu Djito juga tidak melupakan hal-hal yang diatur oleh agama Islam

- a. Jujur dalam takaran , Duta Catering Ibu Djito menerapkan beberapa hal diantaranya, tidak melipatgandakan harga, mengakui kelebihan dan kelemahan produk, dan jujur dalam hal takaran.
- b. Menjual barang yang baik mutunya, Duta Catering Ibu Djito, slalu memperhatikan dari tiap-tiap produk, mulai dari proses penerimaan bahan baku dari supplier yang sudah dipercayakan oleh perusahaan dan mereka juga sudah mengetahui kualitas yang diinginkan oleh perusahaan Duta Catering Ibu Djito yang sudah dijamin akan kualitas dari tiap produk-produknya.
- c. Dilarang menggunakan sumpah, Duta Catering Ibu Djito, tidak pernah menggunakan kata-kata sumpah didalam semua transaksi yang dilakukannya. Pihak perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen dengan merepakna prinsip 5s (senyum, salam, sapa, sopan, dan santun).
- d. Longgar dan bermurah hati, Duta Catering Ibu Djito selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen, sebab konsumen menjadi prioritas dalam terciptanya kebutuhan bisnis kuliner. Duta Catering Ibu Djito memberika pelayanan yang tetap, cepat murah hati dan pelayanan yang ramah.
- e. Membagun Hubungan Baik, Duta Catering Ibu Djito, selalu menjaga hubungan baik dengan konsumen maupun fatner bisnis *Wedding organizer* (WO). Dengan cara ketika hari Raya Idul Fitri pihak perusahaan selalu memberikan ucapan kepada konsumen

terdahulu dan pihak *Wedding Organizer* (WO), bahkan sampai memberikan THR untuk para pemesan yang sudah setia dengan perusahaan Duta Catering Ibu Djito.

- f. Tertib Administrasi, Duta Catering Ibu Djito, memang menerapkan sistem Kredit/ansuran, yaitu dengan cara membayar dp terlebih dahulu untuk tanda jadi pemesanan. Setelah event dari konsumen terlaksana dengan sukses. Maka hal selanjutnya yaitu proses pelunasan ansuran (Hutang), dari pihak konsumen perusahaan yang mana dalam transaksi tersebut sudah tercatat dalam buku bentuk nota kuetansi untuk ansuran yang mana kertas tersebut telah tercatat dan dimiliki dari masing-masing konsumen dan perusahaan.
- g. Menetapkan harga dengan transparan, Duta Catering Ibu Djito, sudah lama menerapkan harga dengan transparan, dan semua itu sudah tertara dengan langkap mulai dari harga paket instimewa sampai paket super hemat didalam bentuk sebuah brosur.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Duta Catering Ibu Djito. Melihat kondisi bisnis sekarang ini yang semakin rumit, harus lebih ditingkatkan lagi dalam hal pemasok, agar tidak ada lagi keterlambatan lagi dalam bahan-bahan yang diperlukan. Selanjutnya



strategi integritas kebelakang juga perlu dilakukan pembenahan lebih lanjut.

Dan sebagai upaya menjaga kepercayaan, loyalitas, dan keamanan konsumen, sebaiknya untuk produk-produk yang dihasilkan oleh Duta Catering Ibu Djito segera mempunyai label halal.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdul Sami, Al-Mishri. *Pilar-Pilar Ekonomi Islam*,. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.
- Abdullah, Ma'ruf. *Wirausaha Berbasis Syariah*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- “Agama di Indonesia | Indonesia Investments.” Diakses 10 Maret 2020. <https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/agama/item69?>
- Agama RI, Departemen. *AL-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Pustaka Al Mubin, 2013.
- Ajib, Ghufron. *Fiqih Muamalah II Kontemporer Indonesia*. Semarang: CV Karya Abadi Jaya, 2015.
- Amir, M. Taufik. *Manajemen Strategi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Press, 2011.
- Amirullah. *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*. Pertama. Jakarta: Mtra Wacana Media, 2015.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo press, 2008.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Assauri, Sofian. *Strategic Management: Sustanble Competitive Advantage*. Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- Departemen. *Kamus*, t.t.
- Djakfar, Muhammad. *Anatomi Perilaku Bisnis Dialektika Etika dengan Realitas*,. Malang: UIN-Malang Press, 2009.
- . *Etika Bisnis*. Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- . *Etika Bisnis: Dalam Paradigma Spiritualitas dan Kearifan Lokal*. Edisi Revisi. Malang: Uin-Malang Press, 2019.
- . *Hukum Bisnis*. Revis. Malang: Uin-Malang Press, 2016.
- Dwi Jatmiko, Rohmad. *Pengantar Bisnis*. Malang: UMM Press, 2014.

- Hakim, Lukman. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Hasan, Ali. *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003.
- . *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Herdiansyah, Haris. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*. Malang: Erlangga, 2012.
- Huda, Choirul. *Ekonomi Islam*. Semarang: CV Karya Abadi Jaya, 2015.
- Ismanto, Kwat. *Manajemen Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000.
- Jemsly, Hutabarat, dan Huseini Martani. *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo 2006, 2006.
- Kartajaya, dan Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Indeks, 2013.
- Mardani. *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group, 2015.
- . *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Press, 2015.
- Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Roskarya, 2004.
- Morisan. *Riset Kualitatif*. Pertama. Jakarta: Prenada Media Group, 2019.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.
- Muhammad, dan R Lukman. *Visi AL-Qur'an Tentang Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Salamba Diniyah, 2002.
- Nawawi, Ismail. *Ekonomi Islam - Prespektif Teori, Sistem, dan Analisis*. Surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2009.
- Nurohman, Dede. *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam*,. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Pendidikan, Departemen Nasiona. *Kamus Bahasa Indonesia*. Ketiga. Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Poerwandari, E. Kristi. *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3 UI, 2009.

- Purhantara, Wahyu. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Jakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Purwana, Dedi, dan Nurdin Hidayat. *Studi Kelayakan Bisnis*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018.
- R, Soebekti. *Aneka perjanjian*. 10 ed. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1995.
- Rachmat. *Manajemen Strategik*. Satu. Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.
- Rahman, Abdul. *Fiqih Muamalat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis AWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Research Design :, J W Creswell. *Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed"*, di terjemah oleh : Achmad Fawaid,. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Rianse, Usman, dan Abdi. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Rival, Veizal. *Islamic Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Siagian, Sondang P. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004.
- Solihin, Ismail. *Manajemen Strategik*. Bandung: Erlangga, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- . *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharyadi, dan Purwantu. *Stastika : untuk Ekonomi Keungan Modern*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Sukristono. *Perencanaan Strategis Bank*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, 1992.
- Sumarsono, Soni. *Ekonomi Manajemen dan Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan*. Jakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Suwarsono, Muhammad. *Manajemen Strategik Konsep dan Analisis*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Majeman YKPN, 2009.
- Suwiknyo, Dwi. *Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustka Pelajar, 2010.
- Suwinjo, Johan. *Studi Kelayakan Pnegembangan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.

Tanjung, Azrul, dkk. *Meraiis Surga Dengan Berbisnis*. Jakarta: Gema Insani, 2013.

Tholehan Hasan, Muhammad. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Tinjauan Teoritis Dan Praktis*. Jakarta. Visi Pres, 2003.

Umar, Huseini. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press, 2010.

Wahjono, Sentot Imam. *Bisnis Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Warde, Ibrahim. *Islamic Finance*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.

Yo, Agnes. *Cara Pinter & Kaya Jadi Pengusaha Katering*. Yogyakarta: Indonesia Cerdas, 2018.

yusnanto, Muhammad ismail, dan muhammad Karebet. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani, 2002.

#### JURNAL

Zaroni, Akhmad Nur. "BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi)." *MAZAHIB* 4, no. 2 (6 Desember 2007). <https://doi.org/10.21093/mj.v4i2.507>.

YOURNAME. "Bisnis Kuliner Jurnal." Diakses 19 Maret 2020. <http://banaz4butt.blogspot.com/2019/04/bisnis-kuliner-jurnal.html>.

Sukma, Rima Nurani, Suwandi Sumartias, dan Nuryah Asri Sjafrirah. "PENGALAMAN KOMUNIKASI PELAKU BISNIS KELUARGA DALAM MENGEMBANGKAN BISNIS KULINER DI KOTA SUKABUMI." *Jurnal Kajian Komunikasi* 4, no. 1 (1 Juli 2016): 28–42. <https://doi.org/10.24198/jkk.v4i1.7853>.

Rohmalia, Putri Anggun, dan Yenni Merlin Djajalaksana. "Pengelolaan Bisnis Catering dengan Memanfaatkan Sistem Informasi Berbasis Web (Studi Kasus pada Anggun Catering)." *Jurnal Sistem Informasi* 8, no. 2 (September 2013): 181–201.

Saifullah, Muhammad. "ETIKA BISNIS ISLAMI DALAM PRAKTEK BISNIS RASULULLAH."

*Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 19, no. 1 (7 Juni 2011): 127–56. <https://doi.org/10.21580/ws.19.1.215>.

- Salim, Amir. "Analisis Pemahaman Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas Di Kota Palembang." *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah* 4, no. 1 (13 Agustus 2018): 57–74. <https://doi.org/10.36908/isbank.v4i1.55>.
- Putra, Ricky Pradipta Utama. "ANALISIS PERUMUSAN STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA UMKM KULINER KRR'S OTENTIK." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 8, no. 2 (18 Mei 2020).
- Hulaimi, Ahmad, Sahri Sahri, dan Moh Huzaini. "ETIKA BISNIS ISLAM DAN DAMPAKNYA TERHADAP KESEJAHTERAAN PEDAGANG SAPI." *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* 2, no. 1 (1 Juni 2017): 17–32. <https://doi.org/10.15548/jebi.v2i1.64>.
- Awaluddin, Murtiadi. "PENGARUH KEPERIBADIAN ENTREPRENEUSHIP ISLAM DAN AKSES INFORMASI TERHADAP STRATEGI BISNIS DAN KINERJA BISNIS USAHA KECIL DI KOTA MAKASSAR." *Jurnal Iqtisaduna* 3, no. 1 (1 Juni 2017): 79–97. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v3i1.3556>.
- Adi, Adiatma Yang. "STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA DEPOT CURLY CURRY." *Agora* 7, no. 1 (28 Januari 2019). <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8169>.
- Mubarok, Nurul. "STRATEGI PEMASARAN ISLAMI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA BUTIK CALISTA." *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 3, no. 1 (12 Oktober 2017): 73–92.
- Lifepal Media. "Biar Makin Laris Manis Jualannya! Ini Strategi Bisnis Kulineran yang Paling Jitu," 4 April 2019. <https://lifepal.co.id/media/strategi-bisnis-kuliner/>.
- Anjani, Astrid Dwi, Caria Ningsih, dan Ilham Fajri. "Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Makan Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung." *Gastronomy Tourism Journal* 4, no. 2 (2018): 8–21.

- Nurotul Faiza, Fita. “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam pada UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobogan.” UIN Walisongo, 2015.
- yusnanto, Muhammad ismail, dan muhammad Karebet. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani, 2002.
- Puri, Irma Fatimah Maskur, Amrullah Hayatudin, dan Muhammad Yunus. “Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli Susu Murni di KUD Puspa Mekar Desa Cihideung Lembang Jawa Barat.” *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 0, no. 0 (25 Januari 2019): 200–208.
- Wahyuniarso Tri D S (2013) dalam penelitian ini yang berjudul “Strategi Pengembangan Industri Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang”.
- Agus Santoso (2008), dengan judul penelitian “Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus di UKM Kambing Desa Cikarawang Kecamatan Darmaga Kabupaten Bogor, Jawa Barat)”.
- Fadlika Fatchur Rochman (2011), “Strategi Pengembangan Bisnis PT. Ojid Kharisma Nusantara”.
- Rohmalia, Putri Anggun, dan Yenni Merlin Djajalaksana. “Pengelolaan Bisnis Catering dengan Memanfaatkan Sistem Informasi Berbasis Web (Studi Kasus pada Anggun Catering).” *Jurnal Sistem Informasi* 8, no. 2 (September 2013): 181–201.
- Zaroni, Akhmad Nur. “BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi).” *MAZAHIB* 4, no. 2 (6 Desember 2007). <https://doi.org/10.21093/mj.v4i2.507>.

#### WEBSITE

- “10 Katering Terbaik di Malang.” Diakses 8 Maret 2020. <https://www.starofservice.co.id/dir/east-java/malang/malang/katering>.

“Agama | Indonesia.go.id.” Diakses 10 Maret 2020.

<https://www.indonesia.go.id/profil/agama>.

<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6564>.

“Agama di Indonesia | Indonesia Investments.” Diakses 10 Maret 2020.

<https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/agama/item69?>







## LAMPIRAN

### Hasil Wawancara Peneliti

#### (Pemilik Perusahaan)

Nama : H. Sulaiman Suhardjito  
 Jabatan : Direktur Perusahaan  
 Jenis Usaha : Perusahaan Duta Catering Ibu Djito

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Kapan Bapak memulai usaha bisnis catering ini..?	Pada tahun 1991 dan mulai produktif pada tahun 1995
2.	Apakah alasan Bapak memilih untuk menjalankan usaha bisnis catering ini..?	Alasan saya menjelankan bisnis ini yang pertama untuk masa depan keluarga ketika sudah sudah yang kedua untuk memikirkan masa depan anak ketika sudah sekolah dan kuliah, dan kebetulan ditempat kerja dulu mengadakan acara yang mana dalam acara tersebut harus menggunakan catering dan saya ditunjuk sebagai ketua panitia tetapi anggaran konsumsi yang diberikan kantor sangat minim. Sudah mencari catering dimana dengan dana tersebut bnyak yang tidak mau. Karna saya sebagai ketua panitia harus amanah, maka dimasak istri saya saja, dan juga di bantu sama anak-anak kampung saya yang masih ada ikatan keluarga, yang mereka sudah pernah berkerja di catering, dan semua itu dapat kami selesaikan dan alhamdulillah semuanya pada suka. akhirnya keterusan makin banyak orang pesan, alhamdulillah Allah berikan rejeki dan peluang dalam bisnis catering ini.
3.	Berapa modal awal dalam menjalankan usaha bisnis catering ini..?	Modal awal menjalankan bisnis itu Cuma 300.000 itupun untuk membeli alat-alat masak yang di perlukan tapi kalau uang belanja ya uang yang diberikan kantor tdi yang di gunakan. Terus dalam pengembangannya orang pesan harus Dp terlebih dahulu, seminggu sebelum event itu sudah 75%nya sehingga nyaris tanpa modal, kecuali untuk belanja peralatan dan ivestasi bangunan. dan sebelebihnya kami menggunakan fasilitas bank.
4.	Berapa jumlah karyawan yang	yang full time 100 orang partime 300-400

	bekerja diperusahaan bisnis catering ini..?	san
5.	Produk apa saja yang ditawarkan pada usaha bisnis catering ini..?	Makanan, minuman dan juga kue/snack itu saja.
6.	Untuk acara event apa saja..?	Segala event kami tangani dari mulai yang kecil menengah sampai yang besar sekalipun. Ahamdulillah bisa kami tangani gak nolak rejekilah..
7.	Adakah produk baru disetiap tahunnya..?	Biasanya itu belajar dari customer, belajarnya apa biasanya dari pemesan meminta produk yang tidak ada maka kami akan segera pelajari dengan cara melihat buku tentang menu, selain menu yang terumus dalam buku kami juga melihat seperti restoran mana yang memproduksi menu tersebut, selanjutnya kita beli dan dibandingkan rasanya dengan produk yang kita coba, trus di modifikasi. biasanya seperti menu-menu eropa yang rasanya hambar terus kami modifikasi.
8.	Adakah SOP nya dalam pelayanannya..?	Kalau dalam pelayanan yang pertama untuk pelayannya kita doktrin karyawan bagaimana membuat mereka senang baik pemesan, tamu-tamu yang diundang dalam tanda kutip positif puas. kedua sistemnya penataan dan macam-macamnya itu sudah dill waktu tanda tangan kontrak dari mulai aksisoris dll .
9.	Paket yang ditawarkan servisnya bagaimana..?	Untuk servisnya kita itu ada pra sebelum acara ketika memesan kalau masuk kami persilahkan masuk silahkan duduk keluarkan minumannya bukak toplesnya silahkan minum dulu setelah itu baru ditanyakan apakah ada yang bisa dibantu, itu pra servis jadi di orangkan tamu tersebut. selanjutnya kita doktrin anak-anak kita di kantor itu untuk bisa menguasai produk kita sampek apa namanya ini komposisinya apa misalnya menu ini ada ini dan itu sehingga tamu ini merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
10	Bagaimana cara Bapak dalam memasarkan produk tersebut..?	Kalau kami dalam mengembangkan bisnis ini lebih dominan menggunakan pemasaran langsung maupun tidak langsung. Pemasaran langsung kami

		<p>lakukan dengan menawarkan produk-produk langsung kepada pemesan, ada yang langsung datang ke kantor dan ada juga waktu dulu kami mencari data-data yang akan melaksanakan hajatan kemudian kami tawarkan jasa catering kami. tetapi sekarang kami saat event berlangsung kami menyebarkan brosur langsung di tempat yang sekiranya bisa dilihat oleh tamu undangan. Kami juga bekerja sama dengan para W.O dan juga aktif dalam mengikuti pameran yang ada di Kota Malang. sedangkan pemasaran yang tidak langsung dengan cara melalui Hp, WA, FB, IG</p>
11	<p>Berapa kisaran harga jual perporisi/paket yang Bapak tawarkan dan bagaimana menjelaskannya terhadap konsumen..?</p>	<p>Jadi kami sudah punya takaran misalnya ni undangnyanya brapa buk dan di jawab 500 orang kami sarankan pesan 1000 karna yang datang pasti suami istri di tambah keluarga manten dari mulai laki manten sama panitia dan di totatlkkan semuanya. dan alhamdulillah pengakuan dari konsumen-konsuen kita untuk porsi catering kita di bandingkan catering lain lebih unggul dan tidak khawatir untuk pesan di duta dan untuk paket akan dijelaskan oleh manager saya ibu menik</p>
12	<p>Apa yang membuat usaha ini tetap bertahan sampai sekarang..?</p>	<p>Kalau kesimpulan saya yang utama adalah apanya ya allah rido yang ke dua kalau di analisa dengan tafsir saya sendiri ya apa ya sebabnya ya saya sendiri tidak tau ya saya rasa kepuasan pelanggan dan utuk presentase complain itu sangat kecil, kesimpulannya kemurahan allah dan kepuasan konsumen</p>
13	<p>Apakah Bapak merasakan persaingan usaha ini semakin ketat dan bagaimana cara bapak dalam mengatasi hal tersebut..?</p>	<p>Jadi apa yang sudah kita alami, saya slalu mencari apa titik lemah kita itu yang terus saya cari dan kedua menjaga hubungan dengan para pemesan terdahulu ya misalnya lebaran kami ucapkan selamat kalau ketemu kita sapa baik-baik , bahkan sampai THR pun kami berikan dan kami yakin allah gak bakal keliru bagi rejeki yang terpenting jangan kecewakan orang tok</p>
14	<p>Adakah strategi khusus dari usaha ini yang bapak terapkan sehingga</p>	<p>Jadi kalau anu kita kalau dulu kita mengejar bola kalau sekarang kita</p>

	usahahnya bisa berkembang seluas seperti sekarang ini..?	menjemput bola. kenapa 1 kalau ada orang telpon ya sudah karna kan orang sibuk apalagi kalau di kota misalnya gak semoat kesini kami mengirimkan marketing kita kesana, truss kami mengikuti pameran yang diadakan pemerintah dengan biaya 14000.000 waktu itu dan kami ikut dan ternyata kami di atas sendiri dan orang WO mengajak lagi kapan pameran lagi.
15	Adakah pembagian strategi yang Bapak gunakan dalam bisnis catering ini..?	Pada event yang kita anggap khusus itu strategi lebih dipertajam misalnya ada brifing sebelum acara event baik pra di kantor baik kapten kaptennya maupun karyawannya. untuk Strategi khusus kami hanya menjaga kualitas produk yang baik, penerapan harga yang sesuai, ketepatan waktu, dan produk yang kami tawarkan sesuai dengan apa yang di inginkan konsumen, itu lah yang selama ini kami lakukan.
16	Apakah perusahaan Duta Catering ini sudah mempunyai lebel Halal dari pemerintah..?	Karna prosedur itu rumit ya harus MUI pusat tapi lagi proses masih ada revisi revisis dan insa'Allah akan segera selesai secepatnya.
17	Apakah Bapak menjelaskan terlebih dahulu bentuk dan produk yang akan ditawarkan kepada konsumen..?	Iya biasanya dimulai dari meraka ambil brosur dan melihat tampilan menu maka meraka bertanya menu menu dan dari phak kantor menjelaskanya itu untuk orang – rang baru kalau orang lama udah tidak seperti itu langsung saja memesan paket apa yang akan di gunakan.
18	Adakah penerapan-penerapan ke Islaman dalam kegiatan perusahaan bisnis catering ini, seperti cara berpakaian, sikap perusahaan terhadap konsumen, sikap karyawan terhadap konsumen saat dilapangan, dan lain-lain..?	Kalau dari penerapan keislaman untuk karyawan itu ada pengajian rutin setiap malam kamis, truss untu di lapangan kami menerapkan para karyawan untu berpakaian sopan dan kami sudah menyiapkan pakain sendiri untuk setiap acara event dengan costum yang menyesuaikan pada acara event dan tidak lupa menggunakan sepatu hitam dan memakai peci hitam. dan ketika masuk waktu sholat kami mempersilahkan karyawan untuk melaksanakan sholat tetapi bergantian.
19	Jika terjadi complain dari konsumen bagaimana cara	Jika terjadi complain ada tpi sangat sediki untuk presentasi tingkat complain

	perusahaan dalam menyelesaikannya..?	konsumen dan alhamdulillah pihak perusahaan bisa mengatasinya, di tanyakan dulu dimana letak kesalahan dan kemudian jikalau ada yang dirugikan di bicarakan secara kekeluargaan dan diselesaikan dengan sebaik baiknya.
20	Dan dari bahan baku, Bagaimana proses dalam pemilihan bahan baku yang perusahaan lakukan dari mulai pembelian sampai siap di tawarkan..?	Untuk bahan baku sendiri kami sudah bekerja sama dengan beberapa suplier dari mulai daging, sayuran dan buah. yang di mana mereka semua sudah mengetahui kualitas bahan yang seperti apa yang perusahaan butuhkan.

### Hasil Wawancara Peneliti

(Manager Perusahaan)

Nama : Ibu Menik

Jabatan : Manager Perusahaan Duta Catering Ibu Djito

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Sudah berapa lama Ibu bekerja di Duta Catering Ibu Djito..?	Saya bekerja disini sejak lulus SMA pada tahun 1996
2.	Apa posisi/jabatan Ibu pada perusahaan Duta Catering Ibu Djito..?	Bisa di bilang saya wakilnya oner/direktur.
3.	Produk apa saja yang ditawarkan dan diproduksi pada usaha bisnis caatering ini..?	Makanan, minuman dan juga kue/snack itu saja.
4.	Bagaimana cara Ibu dalam memasarkan produk tersebut..?	Pemasaran kita kebanyakan langsung kepada pemesan ya.. seperti pemesan yang langsung kesini dan terkadang kami kesana terkadang juga melalui WO. ada juga tidak secara langsung melalui bay phone WA Fb dan IG
5.	Berapa kisaran harga jual perpersi/paket yang Ibu tawarkan dan bagaimana menjelaskannya terhadap konsumen..?	Kalau dalam penetapan harga, kami melakukan riset dilapangan terlebih dahulu dengan mengirimkan karyawan kantor dibagian marketing untuk menyurvei kisaran harga pasar, terhadap produk yang sejenis dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan Duta Catering Ibu Djito.
6.	Apa yang membuat usaha ini tetap bertahan sampai sekarang..?	Kalau saya liat sih dari prinsip kita yang kita percayakan kepada konsumen, mulai dari pelayanan yang tepat waktu, truss

		<p>kualitas pruduk yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen dan kami menekankan ke temen bahwa suatu event ini adalah suatu moment satu kali seumur hidup jadi ya kita melakukannya semaksimal mungkin. seperti yang terdapat pada brosur</p>
7.	<p>Apakah Ibu merasakan persaingan usaha ini sangat ketat dan bagaimana cara mengatasi hal ini..?</p>	<p>Persaingan kalau saya lihat untuk catering dimalang emang sangat ketat ya..jadi buat kita mempertahankan itu sangat sulit dari pada membangunnya dulu jadi cara kita yang utama memberiksan pelayanan yang sebaik-baiknya dan mengikuti trand menu-menu terbaru yang di inginkan konsumen. kita jngan hanya stadnan dimenu menu yang lama. dan yang lamapun kita daur ulang dari mulai penataannya pokoknya jangan sampai ketinggalan zaman lah.</p>
8.	<p>Adakah Riset yang mendalam dalam pengawasan atau bentuk strategi terhadap pesaing..?</p>	<p>Jadi kita iya jadi kita menilai kompotitor kita melihat kelebihanannya apa dan kekurangannya apa kalau bisa kita melakukan yang lebih baik dari mereka, kalau kekurangan meraka ya kita nilai jangan sampai kita mempunyai kekurangan yang sama seperti mereka.</p>
9.	<p>Bahan baku apa saja yang dikelola oleh perusahaan Duta Catering Ini..?</p>	<p>Yang pasti bahan-bahan segar ya .dan untuk bahan baku kami sudah mempunyai suplier kita dan mereka sudah mengetahui standar yang kita inginkan jika yang meraka kirimkan tidak seseuai maka kita bisa menolaknya.</p>
10	<p>Dari daerah mana saja pemasok bahan-bahan baku untuk Perusahaan Duta Catering ini..?</p>	<p>Untuk bahan kau seperti bahan daging kami dari suplier malang, untuk ikan udang siduarjo dan pantai selatan dan untuk buah dari batu.</p>
11	<p>Dan dari bahan baku, Bagaimana proses dalam pemilihan bahan baku yang perusahaan lakukan dari mulai pembelian sampai saiap ditawarkan..?</p>	<p>Biasanya saat bahan baku datang kami mensortir terlebih dahulu tetapi ini jarang sekali dilakukan, karna mereka sudah tau bahan baku yang kiat inginkan biasa langsung kami pisahkan seperti daging kami masukkan ke lemari es.. dan di ambil sesuai kebutuhan dan untuk sayuran biasanya langsung ketika datang langsung kami kelolala dari mulai pembersihan sampai proses memasak dan proses pengemasannya.</p>

### Hasil Wawancara Peneliti

#### (KARYAWAN)

Nama : Udong

Jabatan : HRD Perusahaan Duta Catering Ibu Djito

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Sudah berapa lama bekerja di Duta Catering Ibu Djito..?	Kuarang lebih 14 tahun
2.	Apa posisi/jabatan Bapak pada perusahaan Duta Catering Ibu Djito..?	Posisi jabatan saya kalau di bilang HRD.
3.	Apa yang membuat Bapak betah bekerja di Duta Catering Ibu Djito..?	Kerja kan cari uang dan gaji gak pernah telat gak pernah sampek molor, kalau saya gajinya mingguan, truss cocok sama orangnya dan tau sepak terjangnya ke kelurahan ini ,
4.	Selanjutnya dari segi pembayaran gaji, adakah pembeda dari tiap-tiap karyawan lama dan baru dalam segi gaji..?	Pasti ada, ya kalau yang baru itu UMR ,perbedaan di lihat dari berapa lama bekerja di duta ini
5.	Adakah Reward yang diberikan perusahaan terhadap karyawan yang sudah lama bekerja disana..?	Ooo ada. seperti memberikan tanan kepada karyawan sekitaran 40 karyawan yang sudah menerimanya. Yang sudah lama bekerja kisaran 10 tahun ke atas dan juga mengadakan umroh.
6.	Adakah tunjangan pensiun yang diberikan perusahaan terhadap karyawan yang sudah tua dan sudah lama bekerja disana..?	Nah ini bapak ini mengikuti aturan pemerintah, teruma yang sudah lama di daftarkan BPJS , dan untuk yang baru blum.
7.	Kalau boleh kami tau dari pandangan Bapak, bagaimana Bapak meniai sesosok Abah Djito..? dari mulai sikap, baik terhadap karyawan ataupun masyarakat sekitar,,?	Kalau orangnya ya. ke karyawan disiplin mintaknya itu kerjanya prefiosonal dalam bekerja. Kalau masyarakat sekitar tahu sendiri lah bapak, dulu kan desa sekarang sudah kelurahan, apalagi dalam bidang ke agamaan. truss jikalau ada yang meninggal bapak djito turut serta membantu dari mulai biaya menggali kubur sampek selesai truss memebantu biaya sampai tujuh hari, terkhusus untuk karyawan bapak djito bahkan memberikan bantuan full smapai tujuh hari. kemudisn untuk



		orang yang kesusahan kalau mau pinjam mobil di permudah.
8.	Menurut Bapak yang sudah lama bekerja di perusahaan Duta Catering Ibu Djito ini berada di posisi berapa untuk di Kota Malang sendiri..? dan untuk di Provinsi Jawa Timur..?	Kalau untuk kota malang ini ya nomer satu kalau malang kalau provinsi gaka tau karna kota malang kota kedua terbesar setelah surabaya. tapi rata-rata duta catering ini melayani pejabat-kota malang hapir semuanya di tiap acara yang diadakan oleh pemerintah kota malang.



## HASIL DOKUMENTASI



Suasana Kantor Perusahaan Duta Catering Ibu Djito



Suasana Kantor Tempat Kerja Karyawan Duta Catering Ibu Djito



Suasana Tempat Penerimaan Tamu Duta Catering Ibu Djito



Dokumentasi Wawancara bersama H. Sulaiman Suhardjito Pemilik Perusahaan  
Duta Catering Ibu Djito



Dokumentasi Wawancara bersamaan *Manager* dan HRD Duta Catering Ibu Djito  
Ibu Menik dan Mas Udong



Dokumentasi Wawancara bersama Kepala bagian Supir dan Kepala bagian  
Peralatan Duta Catering Ibu Djito, Bapak Imam dan Bapak Mull





Dokumentasi Wawancara Bersama Beberapa Karyawan Duta Catering Ibu Djito,  
Bapak Nukiyar, Cak Sodik, dan Bapak Win





Suasana Kondisi Dapur Tempat Memasak Duta Catering Ibu Djito



Suasana Tempat Gudang peralatan piring dan sebagainya serta tempat cucian piring dan Kain Duta Catering Ibu Djito



Suasana Tempat Penyimpanan Kain Bersih Untuk Acara Dekor Duta Catering Ibu Djito



Bentuk Absen Barang dan Absen Karyawan Serta Lambang Duta Catering Ibu Djito





Proses Dekorasi/Lembur dari Mulai Penataan Sampai Siap di Gunakan Untuk Event Hari Esok Duta Catering Ibu Djito







Suasana Acara Event dan Foto Karyawan saat Mensukseskan Kegiatan Acara yang di Selenggarakan dengan Menggunakan Duta Catering Ibu Djito



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Ajat Sudrajat  
 NIM : 18800033  
 Tempat Tanggal lahir : Sumedang, 13-11-1995  
 Jurusan : Magister Ekonomi Syariah  
 Tahun Masuk : 2018  
 Alamat : Jl. Danau Semayang. Rt, 02. Desa, Sungai Papauh. Kecamatan, Muara Papalik. Kabupaten, Tanjung Jabung Barat. Provinsi, Jambi.  
 No. Telepon : 085232086636  
 Email : [ajatsudrajat1311@gmail.com](mailto:ajatsudrajat1311@gmail.com)  
 Jenjang pendidikan

### Pendidikan Formal

1. SDN 181 Intan Jaya thn. 2000 s.d. 2007
2. MTS AS'AD Olak Kemang Jambi thn. 2007 s.d 2010
3. MA AS'AD Olak Kemang Jambi thn. 2010 s.d 2013
4. Strata 1 Hukum Ekonomi Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi thn. 2013 s.d 2017