

TINJAUAN EKONOMI SYARIAH TENTANG PRAKTEK JUAL BELI BAWANG GORENG DI UMKM BAWANG GORENG ZURA SUKOMORO

(Studi Kasus Azura Jaya Ds. Templek Kec. Sukomoro Kab. Nganjuk.)

Mulia Puji Asmara¹ Mochamad Anam², Aknes Nanda³

^{1,2,3}Institut Agama Islam (IAI) Pangeran Diponegoro Nganjuk

Email: prodisyariahpd@gmail.com

Abstrak

Home industri bagi sebagian orang adalah sebuah pilihan karena lapangan pekerjaan yang menjadi sangat menyempit. Namun, bagi sebagian orang memang sudah berniat membangun sejak lama karena menganggap home industri adalah sebuah pekerjaan yang menyenangkan, mudah, sekaligus menguntungkan dengan berbagai alasan. Misalnya saja dekat dengan anggota keluarga, mudah mengontrolnya karena dalam lingkup kecil, tak ada yang memarahi jika kita sendiri pemilik home industri tersebut, dan tentu bisa memberikan lapangan pekerjaan sendiri bagi orang-orang disekitar yang sedang membutuhkan. Bawang goreng adalah makanan atau bahan baku masakan yang terbuat dari bawang merah, bawang merah adalah makanan super yang bisa menjadi sumber makanan yang sangat baik bagi tubuh kita. Bawang Merah goreng merupakan salah satu produk makanan yang sudah populer di masyarakat Indonesia. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan atau dalam masyarakat, yang berarti bahwa datanya diambil atau di dapat dari lapangan atau dari masyarakat dalam hal ini adalah di dalam industry Bawang Goreng Azura dan data yang di dapat dari data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Praktek jual beli yang telah digunakan usaha bawang goreng zura sukumoro telah memenuhi jual beli syariah yang meliputi aspek jual beli

Kata Kunci: Tinjauan Ekonomi Syariah; Praktik Jual Beli

Pendahuluan

Home industri bagi sebagian orang adalah sebuah pilihan karena lapangan pekerjaan

yang menjadi sangat menyempit. Namun, bagi sebagian orang memang sudah berniat membangun sejak lama karena menganggap home industri adalah sebuah pekerjaan yang menyenangkan, mudah, sekaligus menguntungkan dengan berbagai alasan. Misalnya saja dekat dengan anggota keluarga, mudah mengontrolnya karena dalam lingkup kecil, tak ada yang memarahi jika kita sendiri pemilik home industri tersebut, dan tentu bisa memberikan lapangan pekerjaan sendiri bagi orang-orang disekitar yang sedang membutuhkan. Bawang goreng adalah makanan atau bahan baku masakan yang terbuat dari bawang merah, bawang merah adalah makanan super yang bisa menjadi sumber makanan yang sangat baik bagi tubuh kita.

Bawang Merah goreng merupakan salah satu produk makanan yang sudah populer di masyarakat Indonesia. Sejak dulu, masyarakat Indonesia terbiasa mengonsumsi bawang merah sebagai bahan baku buat bumbu masakan, dan sekarang menjadi kreasi dengan menggoreng bawang merah untuk pendamping nasi atau sebagai makanan ringan. Bawang goreng menjadi makanan yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia karena rasanya enak.

Bawang merah juga kerap dijadikan salah satu bahan makanan yang hampir tidak pernah ketinggalan. Membangun sebuah usaha tidak lepas dari masalah yang akan muncul, maka dari itu sangat dibutuhkan yang namanya strategi maupun promosi penjualan, dengan adanya promosi penjualan yang baik dan terus menerus akan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat.¹

Di dunia pemasaran yang semakin maju kini banyak muncul usaha kecil dan menengah ke atas telah terbangun, sehingga memicu persaingan pemasaran yang begitu ketat. Akibat persaingan dengan usaha-usaha menengah ke atas, tidak jarang pula usaha kecil yang gulung tikar akibat kurangnya pengelola perusahaan memilih strategi pemasaran dengan tepat. Hal ini tidak akan terjadi apabila penyusunan manajemen dan strategi pemasaran dilakukan secara efektif.²

Aktivitas apapun sangat dibatasi oleh pemerintah. Seperti usaha Home Industri Bawang Goreng Zura ini meskipun tetap beroperasi tetapi penghasilan atau produksinya menurun dari biasanya karena pelanggan dari usaha ini adalah penjual kerupuk yang biasanya menjajakan kerupuknya diberbagai toko. Karena peminat kerupuk sudah tidak lagi melesat

¹Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life And General)* : Konsep Dan Sistem Operasional, (Jakarta:Gema Insani Press, 2004, hal 293

²Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir, *Syari'ah Marketing*, (Bandung : Mizan Pustaka, 2006), hal 28-38.

seperti dahulu. Oleh sebab itu dengan kondisi yang seperti itu dan bahan utama seperti bawang merah naik usaha bawang goreng beliau tetap beroperasi dan tetap memiliki pelanggan. Melihat daribanyaknya produksi dan banyaknya pelanggan pada usaha ini.

Bawang merah goreng merupakan salah satu produk makanan yang sudah populer di masyarakat Indonesia. Bawang goreng memiliki aromanya yang menyengat, rasanya yang gurih ini biasa ditaburkan di sup, bakso, dan aneka makanan lainnya untuk menambah nikmat cita rasa masakan serta memberi aroma khas yang sedap. Untuk beberapa jenis makanan bahkan taburan bawang goreng menjadi menu wajib agar rasa makanan menjadi sempurna.

Saat ini, produk Bawang Goreng Zura ini sudah dipasarkan ke Nganjuk, Solo, Magelang, Surakarta, Balikpapan. Dalam membangun usaha ini Pak Iksan mengaku mengeluarkan modal sekitar Rp. 30 juta, yang lebih banyak keluar untuk membeli peralatan penggorengan. Tapi, usaha ini tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mencapai kata balik modal. Bapak Iksan hanya butuh waktu 5 bulan untuk balik modal dan bulan berikutnya meraup keuntungan. Saat ini omset dan usaha bawang goreng kemasan miliknya dia dapat menghasilkan omset Rp 50 juta sampai Rp 70 juta.

Dari sudut pandang produsen, kreativitas untuk mengembangkan usaha kuliner dengan inovasi yang berkembang juga memiliki landasan Islami. Allah SWT memerintahkan manusia agar berpikir dan berusaha. Dalam arti agar manusia berpikir kreatif dalam setiap persoalan yang dialami. Termasuk berpikir dalam upaya mengembangkan bisnis yang dijalankan, sebab tanpa upaya dan usaha dari manusia perubahan tidak akan terjadi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk kategori penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah untuk mencari di mana peristiwa-peristiwa yang menjadi objek penelitian berlangsung, sehingga mendapatkan informasi langsung dan terbaru tentang masalah yang berkenaan, sekaligus sebagai cross checking terhadap bahan-bahan yang telah ada.

Ditinjau dari segi sifat-sifat data maka termasuk dalam penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian ini diarahkan pada upaya menemukan teori-teori yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Karena permasalahan yang ada di

dalam penelitian ini tidak berhubungan dengan angka-angka, tetapi menguraikan, menggambarkan dan menelaah suatu objek secara lebih rinci dan detail.

Jika ditinjau dari sudut kemampuan atau kemungkinan penelitian dapat memberikan informasi atau penjelasan, maka penelitian ini termasuk penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan mengenai unit sosial tertentu yang meliputi individu, kelompok, lembaga dan masyarakat.

PEMBAHASAN

Seiring dengan perkembangan teknologi, Indonesia saat ini tercatat sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan pengguna internet tercepat di dunia yaitu mencapai 93,4 juta orang dan pengguna telepon pintar (smartphone) mencapai 71 juta orang berdasarkan data Depkominfo serta riset yang dilakukan oleh beberapa lembaga nasional maupun internasional.

Pertumbuhan pasar di dunia maya yang semakin pesat menjadi tantangan untuk pelaku bisnis berupa produk barang maupun jasa untuk melebarkan dan mengembangkan strategi bisnisnya yaitu dalam hal pemasaran. Fenomena ini tidak bisa dipandang sebelah mata, pelaku bisnis harus ikut aktif dalam perkembangan era Digital ini. Dengan penjualan secara online merupakan salah satu jawaban dalam pemilihan metode tersebut. Penjualan Online dinilai mampu menjangkau semua kalangan, di mana pun, kapan pun dengan cara apa pun. Penjualan online adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial.

Pejualan Online yang sesuai dengan syariah dapat diimplementasikan dengan mengikuti beberapa petunjuk dalam Al-Qur'an mengenai etika perdagangan, penjualan atau pemasaran, diantaranya sebagai berikut:

a. Jaminan Produk

Suatu produk yang dipasarkan oleh perorangan maupun perusahaan harus terjamin produknya baik dari segi kualitas bahan, kualitas pengolahan, kualitas penyajian serta aspek non material mencakup halal dan haramnya suatu produk baik berupa barang maupun jasa.

b. Manfaat Produk

Produk bermanfaat yaitu yang apabila proses produksinya benar dan baik, sesuai ayat Al-Qur'an berikut "Beritahukanlah kepadaku (berdasarkan pengetahuan) jika kamu memang orang-orang yang benar.

c. Sasaran Produk

Pemasaran produk harus tepat sesuai dengan sasaran atau customer. Yaitu produk baik barang maupun jasa yang tidak membahayakan bagi para konsumen, baik dari sisi kesehatan maupun moral. Produk berupa makanan yang halal dan baik karena konsumsi yang dapat menghantarkan manusia kepada ketakwaan

Dalam peran UMKM yang besar tidak menutup kemungkinan terdapat kendala dalam perkembangannya, maka dari itu perlunya strategi pengelolaan manajemen yang tepat untuk dapat berdaya saing. Secara umum pengelolaan manajemen mencakup produksi, pemasaran, SDA dan SDM.

Jual beli yang dilakukan oleh umkm tersebut telah memenuhi pemasaran syariah dimana pemasaran dilakukan secara langsung meminimalisir adanya penipuan. Keuntungan yang diperoleh pun tidak berlebihan karena memperhitungkan sesuai biaya produksi hingga distribusi produk.

Untuk saat ini di Bawang Goreng Zura Sukomoro ini menggunakan dua sistem yaitu offline dan online , untuk online biasanya kirim pakai jasa kurir atau bisa di kirim melalui COD dengan Bapak Ikhsan sendiri . Jika pembeli offline biasanya langsung datang ke tempat produksi atau membeli ke supermarket yang sudah tersedia prodak Bawang Goreng Zura Sukomoro.

Pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok.

Pertama, bisnis apa yang digeluti perusahaan pada saat ini dan jenis bisnis apa yang dapat dimasuki di masa mendatang. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi, dan distribusi (bauran pemasaran) untuk melayani pasar sasaran.

Metode pemasaran adalah suatu proses manajemen untuk menganalisis kesempatan pasar untuk memilih posisi, program, pengendalian pemasaran yang menciptakan dan mendukung bisnis-bisnis yang aktif untuk mencapai tujuan serta sasaran pemasaran. Kegiatan pemasaran tidak hanya untuk kepentingan jangka pendek saja, tetapi juga untuk jangka panjang. Hal ini disebabkan karena kebutuhan dan keinginan terus berkembang baik kualitasnya maupun kuantitasnya, sehingga usaha untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen harus selalu ditingkatkan.

Dalam metode pemasaran suatu perusahaan untuk menanggapi setiap perubahan, kondisi

pasar dan faktor biaya tergantung pada analisis terhadap lingkungan, analisis terhadap faktor lingkungan seperti pertumbuhan populasi dan peraturan pemerintah sangat penting untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkannya pada bisnis perusahaan. Selain itu, faktor-faktor seperti perkembangan teknologi, tingkat inflasi, dan gaya hidup juga tidak boleh diabaikan.

Hal-hal tersebut merupakan faktor lingkungan yang harus dipertimbangkan sesuai dengan produk dan pasaran perusahaan. Faktor pasar, setiap perusahaan perlu selalu memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti ukuran pasar, tingkat pertumbuhan, tahap perkembangan, trend dalam sistem distribusi, pola perilaku pembeli, permintaan musiman, segmen pasar yang ada saat ini atau yang dapat dikembangkan dan peluang-peluang yang belum terpenuhi.

Persaingan, dalam kaitannya dengan persaingan setiap perusahaan perlu memahami siapa pesaingnya, bagaimana posisi produk atau pasar pesaing tersebut, apa metode yang mereka pakai, kekuatan dan kelemahan pesaing, struktur biaya pesaing, dan kapasitas produksi para pesaing. Analisa kemampuan internal, setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibandingkan para pesaingnya. Penilaian tersebut dapat didasarkan pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya finansial, kemampuan pemanufakturan, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki. Perilaku konsumen, perlu dipantau dan dianalisis karena hal ini sangat bermanfaat bagi pengembangan produk, desain produk, penetapan harga, pemilihan jalur distribusi, dan penentuan strategi promosi

Analisis perilaku konsumen dapat dilakukan dengan penelitian (riset pasar), baik melalui observasi maupun metode survei. Analisis ekonomi perusahaan dapat memberikan pengaruh setiap peluang pemasaran terhadap kemungkinan mendapatkan laba. Analisis ekonomi terdiri atas analisis terhadap komitmen yang diperlukan, analisis BEP (break even point), penilaian resiko atau laba, dan analisis faktor ekonomi pesaing dan kemasannya serta ukuran berat bawang gorengnya.

Metode Penjualan Online

Metode penjualan online adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai produk barang atau jasa dalam kaitannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui media internet. Secara garis besar pemasaran online dapat dibagi menjadi enam langkah, yang bisa disingkat menjadi SISTEM

- a. S-search and research, melakukan proses pencarian dan riset ceruk pasar dan kopotitor



anda

- b. I-initiate strategi, tentukan sistem dan strategi yang akan dipergunakan untuk menjangkau prospek dan pelanggan
- c. S-start content engine, pergunakan sebagai konten untuk menarik orang kepada bisnis anda
- d. T-traffic, mendatangkan pengunjung ke situs anda
- e. E-embrace relationship, bina hubungan dengan pelanggan melalui berbagai saluran
- f. M- money, strategi mendatangkan pendapat dan keuntungan

Manfaat dari pemasaran online adalah:

- a. Tidak terbatas tempat dan waktu, dimana saja dan kapan saja
- b. Tidak terkait dengan lembaga tertentu, bebas, tidak tersentuh hukum
- c. Nama akan banyak dikenal orang
- d. Tidak terpengaruh krisis moneter, kecuali pengusaha besar
- e. Transaksi lebih cepat
- f. Menggunakan sedikit tenaga
- g. Tidak memerlukan tingkatan pendidikan atau latar belakang tertentu
- h. Kebebasan waktu

Metode Penjualan Offline

Secara mendalam pengertian penjualan yaitu proses kebutuhan manusia yang dimana terdapat barang atau jasa, untuk memenuhi kehidupan masing-masing. Pemasaran offline yaitu proses transaksi penjualan barang dan jasa secara langsung yang dimana produsen dan konsumen bertemu dan terjadinya proses transaksi jual beli. Salah satu bentuk akad jual-beli yang telah dibahas oleh para ulama dalam fiqih *muamalah islamiah* adalah *Akad Murabahah*. *Murabahah* berasal dari kata *ribh* yang artinya laba, keuntungan, atau tambahan. Transaksi *murabahah* telah lazim dilakukan oleh Rasulullah Saw dan para sahabatnya.

Secara sederhana, yang dimaksud dengan *murabahah* adalah suatu penjualan seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati antara penjual dan pembeli. Boleh dikatakan bahwa akad yang terjadi dalam pemasaran offline tergolong mahal. Dikarenakan kita harus lebih memperbanyak brosur, iklan, begitu juga dengan tenaga. Dalam pemasaran yang luas mungkin tergolong sulit dikarenakan bersifat local. Apabila kita harus membuka cabang diberbagai kota, kita perlu mengeluarkan biaya yang cukup mahal. Dalam mengakses setiap produk dalam offline ini, tergolong sulit dikarenakan apabila pihak produsen



membagikan brosur kepada pelanggan kemudian pelanggan susah untuk menemukan alamat dari toko tersebut, maka tidak banyak orang datang ke tempat usaha itu.

Pada zaman sekarang sudah banyak yang terjadi dalam pemasaran, yaitu pemasaran offline sekaligus membahas kelebihan serta kekurangan dari pemasaran offline:

- a. Dalam biaya penjualan offline tergolong mahal. Dikarenakan kita harus lebih memperbanyak brosur, iklan, begitu juga dengan tenaga.
- b. Dalam penjualan yang luas mungkin tergolong sulit. Dikarenakan bersifat lokal, apabila kita harus membuka cabang diberbagai kota kita perlu mengeluarkan biaya yang cukup mahal.
- c. Dalam mengakses setiap produk dalam offline ini tergolong sulit, dikarenakan apabila pihak produsen membagikan brosur kepada pelanggan kemudian pelanggan susah untuk menemukan alamat dari toko tersebut maka tidak banyak orang datang ke tempat usaha itu

KESIMPULAN

Home industri bawang goreng Zura Sukomoro dalam menerapkan praktek jual beli baik dengan menggunakan metode penjualan secara online dan pemasaran offline secara langsung sudah menerapkan penjualan yang Islami sesuai dengan budaya kerja usaha yang menjadikan islam dan hukum syara sebagai tuntutan dan pedoman yang teraplikasi dalam setiap aktivitas seperti adanya nilai kejujuran dalam proses jual beli saat menjelaskan kondisi barang yang sesungguhnya, tidak ada melayani mark up nota atau nota kosong untuk pelanggan yang meminta dan adanya akad jual beli murabahah bagi pelanggan bawang goreng zura tertentu yang terpercaya dan amanah. Hal ini ternyata berpengaruh besar bagi penjualan di home industry bawang goreng zura, selain karena keberkahan yang didapat dari kejujuran dalam transaksi muamalah serta akad yang benar, adanya diterapkan syariah marketing yang dilaksanakan secara online maupun offline lah juga mempengaruhi omset penjualan di home industri tersebut.

Dari penelitian yang dilakukan, baik melalui hasil observasi, wawancara dan dokumentasi serta dilanjutkan dengan analisis penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dalam jual beli terdapat pertukaran pada benda yang satu dengan benda yang lain menjadi penggantinya. Biasanya owner atau pemilik usaha bawang goreng zura sukomoro menjual ke pembeli dengan cara pembeli datang ke tempat produksi atau rumah ownernya untuk mengambil langsung tanpa owner mengirim barang ke pembeli.



- b. Penjualan produk Home industry bawang goreng Zura secara offline yang dipakai oleh adalah dengan cara memilih produk yang bermutu, harga yang bersaing kompetitif serta terjangkau, selalu menjaga kualitas barang yang dijual, selalu memperhatikan dan melakukan pelayanan yang terbaik dan maksimal, memperhatikan keterampilan dari karyawan, dan selalu melakukan promosi.
- c. Penjualan produk Home industry bawang goreng Zura secara offline yang dipakai oleh adalah dengan cara memilih produk yang bermutu, harga yang bersaing kompetitif serta terjangkau, selalu menjaga kualitas barang yang dijual, selalu memperhatikan dan melakukan pelayanan yang terbaik dan maksimal, memperhatikan keterampilan dari karyawan. Penjualan produk secara online yang dipakai oleh Home industry bawang goreng Zura adalah memanfaatkan sosial media, memperbanyak komunitas atau forum, orientasi pelayanan yang baik, pengoptimalan website atau blog.

DAFTAR PUSTAKA

Area Perbedaan, *Perbedaan Bisnis Online dan Offline*.

Assauri, Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2004 Bagus, Deny, *Konsep Strategi, Definisi, Perumusan*, dalam jurnal-
sdm.blogspot.com/2009/08/konsep-strategi-definisi-perumusan.html online pada
10 Februari 2020.

Bayu Bagas Hapsoro, Palupiningdyah, Achmad Slamet, *Peran Marketing Online sebagai Upada Peningkatan Omset Penjualan Bagi Klaster UMKM di Kota Semarang*, Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2019.

Darmawan, Dicky., *Persepsi Konsumen Terhadap Peranan Marketing Online*, 2008.
Daryanto, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011.

Djiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2008.

Kotler dan Keller., *Manajemen Pemasaran* edisi ke enam belas jilid 1 dan 2 dialihbahasakan oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlangga, 2016.

Koler, Philip, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Benyamin Molan, Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, Indonesia, 2009



Mardalasis, *Metode Penelitian suatu pendekatan proposal*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.

Robiah, Faidatur, :”*Marketing Hebat Ala Rasulullah*, Tinta Medina: 2017. Sulaiman Rajid, Fiqh Islam, (Bandung: Sinar Baru Alglasindo, 2013), hlm 29 bd. Shomad, *Hukum Islam Penormaan Prinsip Syariah*, Jakarta: Kencana, 2012