

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA USAHA TERASI
DI KECAMATAN LANGSA BARAT KOTA LANGSA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh

Mauli Fajrina
NIM : 4022018016



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
1443 H/2022**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA USAHA TERASI DI KECAMATAN LANGSA BARAT KOTA LANGSA

Oleh:

Mauli Fajrina
NIM : 4022018016

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Langsa, Juli 2022

Pembimbing I



Khairatun Hisan, M.Sc
NIP. 19900924 201801 2 002

Pembimbing II



Fakhrizal Bin Mustafa, MA
NIP. 19850218 201801 2 002

Mengetahui
Ketua Prodi Ekonomi Syariah



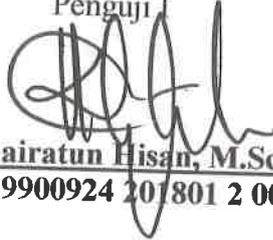
Dr. Fahriansah, Lc., M.A
NIDN 2116068202

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “ Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Terasi Di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa ” Atas Nama Mauli Fajrina, NIM 4022018016 Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 03 Agustus 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Langsa, 03 Agustus 2022
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Langsa

Penguji I



Khairatun Hisan, M.Sc
NIP. 19900924 201801 2 002

Penguji II



Fakhrizal Bin Mustafa, MA
NIP. 19850218 201801 2 002

Penguji III



Zikriatul Ulya, M.Si
NIDN. 2024029102

Penguji IV



Faisal Umardani Hasibuan, M.M
NIP. 19840520 201803 1 001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
IAIN Langsa



Prof. Dr. Iskandar, M.C.L
NIP. 19650616 199503 1 002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mauli Fajrina
NIM : 4022018016
Tempat, Tanggal Lahir : PLT, 07-08-2000
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Gg. Antara, Dsn. Bakti, Desa Birem Rayeuk,
Kecamatan Birem Bayeun.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Terasi Di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa**” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 26 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Mauli Fajrina

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri (Qs. Al-Ankabut: 6)"

“ jika kau merasa harimu beruntung, percayalah bahwa doa ayah ibumu sedang dikabulkan Allah”.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengolahan dan pemasaran terasi serta penerapan etika bisnis Islam dalam pengolahan dan pemasaran UMKM terasi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (field research) yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data-data lapangan yang berkaitan dengan judul penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengolahan terasi dilakukan melalui beberapa cara, yang pertama udang rebon yang sudah didapat dari nelayan/pengepul dilakukan penimbangan, kemudian penjemuran sekaligus dilakukan sortir agar udang rebon bersih dari ikan-ikan kecil atau sampah laut, kemudian setelah dilakukan penjemuran udang rebon digarami dan dihaluskan dengan menggunakan mesin giling, setelah itu dilakukan fermentasi selama 3 sampai 5 hari dan dilakukan pencetakan dan kembali dijemur hingga kering baru dilakukan pengemasan. Dari ketiga merek terasi yang ada di Kota Langsa, hanya 2 merek terasi yang melakukan seluruh pengolahan di Kota Langsa yaitu terasi merek Awaina dan Makmi, sedangkan terasi merek SBR melakukan penggilingan udang rebon di Medan baru setelah digiling dikirim kembali ke Kota Langsa. Dan untuk sertifikasi halal hanya satu merek terasi yang memiliki sertifikasi halal yaitu terasi merek Awainan dengan nomor LPPOM 14300000040819. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga pengusaha terasi yang telah peneliti wawancarai hanya dua merek terasi yang telah menerapkan 7 bauran pemasaran dalam memasarkan suatu produk atau jasa yaitu Product (produk), Price (harga), Place (tempat), Promotion (promosi), Process (proses), People (orang) dan Physical Evidence (bukti fisik) dalam memasarkan produk terasi yaitu terasi merek Awaina dan Makmi. Sedangkan terasi merek SBR hanya menerapkan 6 dari 7 bauran pemasaran, hal ini terlihat dari tidak adanya peromosi yang dilakukan oleh bapak Saiful Bahri selaku pemilik terasi SBR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mengolah dan memasarkan terasi dari keempat etika bisnis dalam Islam hanya 3 yang diterapkan oleh para pengusaha terasi secara maksimal yaitu siddiq, amanah dan tabliqq, sedangkan fathanah belum dapat diterapkan secara maksimal.

Kata kunci : Etika Bisnis Islam, Usaha Teras

ABSTRACT

This study aims to determine the processing and marketing of shrimp paste as well as the application of Islamic business ethics in the processing and marketing of shrimp paste SMEs in Langsa Barat District, Langsa City. This research method uses a qualitative method with the type of field research (field research), namely research conducted by collecting field data related to the research title. The results showed that the shrimp paste processing process from each informant was entirely the same where the shrimp paste was made from rebon shrimp which was dried and then salted after that it was milled then fermented then printed and dried again and then packaged. Furthermore, for the marketing process, the three shrimp paste entrepreneurs who have been interviewed by researchers all apply 7 marketing mixes in marketing a product or service, namely Product (product), Price (price), Place (place), Promotion (promotion), Process (process), People (people) and Physical Evidence (physical evidence). For the application of business ethics in Islam, only 3 shrimp paste entrepreneurs are maximally applied, namely siddiq, amanah and tabligh, while fathanah cannot be applied optimally, this can be input for shrimp paste entrepreneurs who want to develop their business in order to apply the fathanah principle in doing business, because innovating and analyzing market demand is one proof of the intelligence of entrepreneurs.

Keywords: Islamic Business Ethics, Terasi Business.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puja puji bagi Ilahi Zat Yang Maha Sempurna muara segala kerinduan dari pencinta yang haus akan kekekalan kasih sayang-Nya, berkat rahmat dan kasih sayang-Nya maka peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul, “ **Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Terasi Di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa**” dengan baik. Shalawat beriringkan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW. yang telah membawa umat manusia menuju kearah jalan kesempurnaan.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Langsa, serta selesai berkat bantuan dan bimbingan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Pada kesempatan baik ini, perkenankan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA., selaku Rektor IAIN Langsa.
2. Bapak Dr. Iskandar Budiman, M.CL., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Bapak Dr. Fahriansah, Lc., M.A selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Ibu Khairatun Hisan, M.Sc selaku pembimbing I yang memberikan arahan terhadap skripsi ini agar lebih baik.

5. Bapak Fakhrizal Bin Mustafa, MA selaku pembimbing II yang memberikan arahan terhadap skripsi ini agar lebih baik.
6. Ibu Mastura M.Si., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan bekal berbagai teori, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
8. Segenap Staff TU Prodi Perbankan Syariah dan yang memberi kemudahan administratif bagi peneliti selama masa perkuliahan.
9. Orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan doa, moral dan materil sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini serta semangat dan perjuangannya yang telah menginspirasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua teman-teman yang sama-sama lagi menyusun skripsi di Prodi Ekonomi Syariah. Terima kasih, peneliti ucapkan untuk kalian yang telah setia berjuang bersama-sama mencari ilmu di Fakultas tercinta kita.

Akhir kata, kepada Allah SWT, kita berserah diri. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Wassalam.

Peneliti

Mauli Fajrina

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik dibaah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـَي	fathah dan ya	Ai	a dan i
ـَو	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

Kataba	=	كَتَبَ
Fa'ala	=	فَعَلَ
Zakira	=	ذَكَرَ
Yazhabu	=	يَذْهَبُ
Suila	=	سُئِلَ
Kaifa	=	كَيْفَ
Haula	=	هَوْلَ

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Harakat	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـَا / اِ	fathah dan alif	Ā	A dan garis di atas
ـِي	kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
ـُو	dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh:

Qāla	=	قَالَ
Ramā	=	رَمَى
Qīla	=	قِيلَ
Yaqūlu	=	يَقُولُ

4. Ta Marbutah

Transliterasi ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang **al** serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan **ha (h)**.

Contoh:

Rauḍah al-Aṭfal	=	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
Rauḍhatul aṭfal		
al-Madīnah al-Munawwarah	=	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-Madīnatul-Munawwarah		
Talḥah	=	طَلْحَةَ

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

Rabbana	=	رَبَّنَا
Nazzala	=	نَزَّلَ
al-Birr	=	الْبِرُّ
al-Ḥajj	=	الْحَجُّ
Nu'imma	=	نُعَمَّ

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /ج/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Contoh:

ar-Rajulu	=	الرَّجُلُ
as-Sayyidatu	=	السَّيِّدَةُ
asy-Syamsu	=	الشَّمْسُ
al-Qalamu	=	القَلَمُ
al-Badī'u	=	البَدِيعُ
al-Jalālu	=	الْجَلَالُ

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Ta'khuzūna	=	تَأْخُذُونَ
an-Nau'	=	النَّوْءُ
Syai'un	=	شَيْءٌ
Inna	=	إِنَّ
Umirtu	=	أُمِرْتُ
Akala	=	أَكَلَ

8. Penelitian Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *harf* ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penelitiannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan sehingga dalam transliterasi, penelitian kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

	وَأَنَّ اللَّهَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ
Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn	
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn	
	فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ
Fa aufu al-kaila wa al-mīzān	
Fa aful- kaila wa-mīzān	
	إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلُ
Ibrāhīm al-Khalīl	
Ibrāhīm al-Khalīl	
	بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَهَا وَمَرْسَاهَا
Bismillāhi majrehā wa mursāhā	
	وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَجُّ الثُّبُتِ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا
Walillāhi 'alan-nāsi ḥijju al-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā	
Walillāhi 'alan-nāsi ḥijjul-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā	

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama dari itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

	وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ
Wa mā Muhammadun illa rasūl	
	إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا
Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī biBakkata mubārakan	

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

Syahru Ramadān al-lazī unzila fih al-Qur'an
Syahru Ramadanal-lazī unzila fihil-Qur'an

وَلَقَدْ رَأَهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

Wa laqad raāhu bi al-ufuq al-mubīn
Wa laqad raāhu bil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabb al-‘ālamīn
Alhamdu lillāhi rabbil-‘ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arab-nya memang lengkap demikian dan kalau penelitian itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

Naṣrun minallāhi wa fathun qarīb

بِهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī'an
Lillāhil-amru jamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Wallāhu bikulli syaiin 'alīm

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi iniperlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACK	vi
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI	ix
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.6. Penjelasan Istilah.....	8
1.7. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Etika Bisnis Islam.....	11
2.1.1. Pengertian Etika	11
2.1.2. Etika Bisnis Islam	12
2.1.3. Prinsip Etika Bisnis Islam	13
2.1.4. Bisnis-Bisnis yang Dilarang Islam	20
2.2. Pengolahan.....	24
2.2.1. Pengertian Pengolahan	24
2.2.2. Pelaksanaan pengolahan terasi.....	25
2.3. Pemasaran	26
2.3.1. Pengertian Pemasaran	26
2.3.2. Pengertian Bauran Pemasaran.....	27
2.4. Penelitian Terdahulu	33

2.5. Kerangka Teori.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Pendekatan Penelitian	39
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
3.3. Responden dan Informan	39
3.4. Sumber Data	41
3.5. Teknik Pengumpulan Data	43
3.6. Teknik Analisa Data	45
3.7. Pengecekan Keabsahan Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	49
4.2. Proses pengolahan terasi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa	50
4.3. Proses pemasaran terasi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa	55
4.4. Penerapan etika bisnis Islam pada pengolahan dan pemasaran pada terasi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
DAFTAR LAMPIRAN	90

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 21. Kerangka Teori.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Instrumen Wawancara

Lampiran Wawancara

Lampiran Foto Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini bisnis memainkan peran yang sangat penting bagi perubahan perekonomian dan pembangunan serta perkembangan industri selalu dimulai dengan perkembangan bisnis. Sebab bisnis membawa signal yang memberi tanda tentang apa yang di inginkan oleh masyarakat. Bisnis merupakan tulang punggung perekonomian suatu negara dan selalu memegang peranan penting di dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang masa. Hal ini pun masih berlaku di era kehidupan dewasa ini. Tidaklah mengherankan apabila jutaan manusia pada saat ini banyak terlibat dalam berbagai kegiatan bisnis.¹

Dalam bisnis sangat diperlukan etika agar bisnis yang dilakukan tidak memberikan mudharat bagi orang lain namun bisnis tersebut justru memberikan penjual dan pembeli sebuah keuntungan. Bisnis yang sesuai dengan syariat agama tentu tidak hanya memberikan keuntungan duniawi berupa materil tapi juga keuntungan akhirat berupa ridha Allah SWT.²

Islam telah mengatur etika dalam berbisnis, etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai bisnis Islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis itu tidak terjadi kekhawatiran karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Perbedaan antara Islam dan materialisme ialah bahwa Islam tidak pernah memisahkan ekonomi dengan etika karena Islam

¹ Buchari Alma dan Donni Junni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2018, h. 201.

² Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*, Malang : UIN-Malang Press, Cet. Ke-1, 2017, h. 16.

adalah risalah yang diturunkan Allah melalui Rasul-Nya untuk menyempurnakan akhlak manusia pada penerapan perekonomian ini hendaknya memberikan tanggung jawab dan kewajiban yang seimbang pada kelestarian dan kesetaraan seluruh manusia. Dalam Islam nilai-nilai moralitas yang meliputi kejujuran, keadilan dan keterbukaan sangat diperlukan dan menjadi tanggung jawab bagi setiap pelaku bisnis. Nilai-nilai tersebut merupakan cerminan dari keimanan seorang muslim kepada Allah SWT.³

Namun dalam perkembangannya, etika bisnis Islam masih kurang dipahami penerapannya sebagai aspek hukum. Misalnya bahan baku yang tidak layak, menggunakan bahan campuran yang berbahaya, tidak memperhatikan kebersihan dan lain sebagainya. Kurangnya penerapan etika bisnis Islam pada usaha mikro kecil menengah dapat diketahui pada beberapa kegiatan usaha, khususnya pada pengolahan terasi di Desa Lhok Banie dan Simpang Lhee Kota Langsa ini akan diteliti apakah masih ada pengusaha terasi yang mengabaikan prinsip etika bisnis Islam dengan tidak ada label halal sebagai tanda bahwa terasi tersebut dapat dipercaya kehalalannya dan aman dikonsumsi masyarakat.⁴

Berdasarkan hasil observasi peneliti pemilik usaha terasi masih ada yang tidak jujur terhadap pembeli dalam menjual terasi ditandai dengan tidak adanya komposisi bahan pada kemasan terasi. Komposisi bahan di kemasan dapat menjadi bukti kejujuran dari para pengusaha terasi terhadap konsumen karena telah mencantumkan bahan-bahan apa saja yang digunakan dalam mengolah

³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, Cet. Ke-1, 2019, h. 14.

⁴ Hasil Observasi Peneliti pada Beberapa Usaha Terasi yang ada di Kecamatan Langsa Barat pada tanggal 02 Mei 2022

terasi.⁵ Padahal dalam Islam sendiri telah diajarkan tentang berbisnis menurut ajaran Islam seperti yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Ketika muda beliau berbisnis dengan memperlihatkan prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, keramah-tamahan, serta menerapkan prinsip bisnis Islami dalam bentuk nilai-nilai *siddiq, amanah, tabliq, fatanah* serta nilai moral dan keadilan.⁶

Kota Langsa terkenal dengan produk makanan berupa terasi. Terasi merupakan bahan dasar makan yang dapat diolah dengan berbagai bahan masakan lainnya. Terasi yang berbahan baku udang dan garam ini akan menambah nikmatnya cita rasa masakan. Ada satu Kecamatan di Kota Langsa yang terkenal sebagai penghasil terasi, yaitu kecamatan Langsa Barat. Kecamatan Langsa Barat terdiri dari 13 Desa. Diantaranya desa Lhok Banie, Paya Bujok Teungoh, Paya Bujok Beuramoe, Simpang Lhee, Seuriget, Matang Seulimeng, Sungai Pauh, Kuala Langsa, Telaga Tujuh, Serambi Indah, Sungai Pauh Pusaka, Sungai Pauh Firdaus dan Sungai Pauh Tanjong. Dari ketiga belas Desa Tersebut ada dua desa yang masyarakatnya bekerja sebagai pengolah terasi yaitu desa Lhok Banie dan Desa Simpang Lhee.

Pengusaha terasi yang ada di Kecamatan Langsa barat memulai usahanya dengan modal yang cukup besar antara Rp.50.000.000 juta hingga Rp. 100.000.000 juta. Terasi yang di jual memiliki kualitas yang berbeda-beda, ada terasi yang memiliki kualitas grade A, dimana terasi ini adalah terasi dengan kualitas terbaik tanpa ada bahan pewarna dan juga asli dari udang rebon basah.

⁵ Hasil Observasi Peneliti pada Beberapa Usaha Terasi yang ada di Kecamatan Langsa Barat pada tanggal 02 Mei 2022

⁶ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, Cet. Ke-2, 2016, h. 11.

Sedangkan terasi grade B diproduksi dengan menambahkan bahan pewarna serta bahan baku udang rebon dicampur antara udang rebon basah dan juga kering.⁷

Kegiatan produksi harus sejalan dengan syariat, yakni hanya boleh memproduksi makanan dan minuman yang halal. Memproduksi makanan dan minuman dalam lingkaran halal merupakan salah satu prinsip utama etika kegiatan produksi. Prinsip produksi yang wajib dilaksanakan oleh setiap Muslim, baik individu maupun kelompok adalah berpegang pada semua yang diharamkan Allah SWT, dan tidak melampaui batas larangan-Nya.⁸

Namun, realita yang terjadi adalah masih adanya kecurangan dalam proses kegiatan produksi saat memilih dan menggunakan barang dan jasa sebagai bahan baku makanan. Produsen lebih mementingkan laba, seperti kasus yang mengancam keselamatan konsumen karena dalam memproduksi, karena produsen tidak memperhatikan hal-hal buruk yang mungkin terjadi pada konsumen.

Masih banyak pengolahan yang melakukan kecurangan dengan cara menambahkan bahan-bahan berbahaya dalam olahan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Makanan yang dijual pedagang bisa menjadi haram ketika pengolahannya tidak sesuai dengan tuntunan syariat. Dilihat dari pengolahan produksi terasi yang ada di Desa Lhok Banie dan Simpang Lhee belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis dalam Islam dan tidak memperhatikan unsur-unsur yang dilarang oleh Allah demi mendapatkan keuntungan yang besar

⁷ Hasil observasi awal peneliti pada pengusaha terasi yang ada di Kecamatan Langsa Barat.

⁸ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 99

seperti tidak memperhatikan kebersihan dan kualitas dari bahan yang digunakan untuk produksi terasi tersebut.⁹

Selain produksi faktor pemasaran dari produksi terasi juga menjadi suatu hal yang menarik, karena pemasaran merupakan salah satu faktor terpenting dalam suatu usaha. Salah satu strategi yang ada dalam pemasaran adalah strategi bauran pemasaran atau disebut sebagai *marketing mix* yang memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.¹⁰ Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan alat bagi pemasaran yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang diterapkan dapat berjalan sukses. Dalam bauran pemasaran produk terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal istilah 7P maka dapat disimpulkan bauran pemasaran jasa yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*.¹¹

Namun kenyataannya dari ke 7 indikator bauran pemasaran tersebut tidak seluruhnya diterapkan oleh para pengusaha terasi di desa Lhok Banie dan Simpang Lhee, misalnya tidak ada promosi yang memang khusus digunakan untuk mengenalkan produk terasi olahan mereka, kemudian tidak ada tempat atau toko yang menjual khusus produk olahan mereka dan kemasan terasi yang kurang menarik.¹²

⁹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, Cet. Ke-1, 2019, h. 19.

¹⁰ Sofjan, assauri, *Manajemen Produksi dan Oprasi*, jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2018, h.17

¹¹ Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 2011, h 31

¹² Hasil Observasi Peneliti di Desa Lhok Banie pada tanggal 12 Mei 2022.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis mengangkat judul penelitian **“Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Terasi Di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan peneliti dapat diidentifikasi antara lain sebagai berikut :

1. Produsen terasi kurang memperhatikan apa unsur yang dilarang demi mendapat keuntungan, seperti kebersihan atau kehalalan dari bahan yang digunakan.
2. Produsen tidak menerapkan indikator 7P dalam memasarkan produk mereka.
3. Penerapan etika bisnis Islam sesuai dengan yang diajarkan Islam dengan tidak melipat gandakan harga, jujur dalam takaran dalam jual beli.

1.3 Batasan Masalah

Agar lebih terarah dan memperjelas ruang lingkup dalam penulisan ini perlu diadakan batasan masalah yaitu, penerapan etika bisnis Islam terhadap pengolahan sampai pemasaran terasi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa yang telah memiliki izin mendirikan usaha.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis kemukakan di atas, maka penulis dapat mengemukakan pokok permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana proses pengolahan terasi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa?

2. Bagaimana proses pemasaran terasi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa?
3. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada pengolahan dan pemasaran terasi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa?

1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengolahan terasi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa.
2. Untuk mengetahui pemasaran terasi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa.
3. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam pada pengolahan dan pemasaran terasi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi semua pihak antara lain:

1. Teoretis

Penelitian ini dimaksud mengetahui pemilik usaha terasi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Penelitian ini dijadikan acuan dimasa yang akan datang apabila kelak menjadi pemilik usaha yang sukses. Sebagai bahan informasi pembaca di bidang etika bisnis, terkhusus pada etika bisnis Islam.

2. Praktis

Untuk menambah ilmu pengetahuan khusus dalam etika bisnis Islam. Diharapkan dari hasil penelitian ini pemilik usaha akan menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Memberikan gambaran bahwa betapa pentingnya penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan usaha.

1.6 Penjelasan Istilah

1. Pengolahan

Pengolahan makanan adalah proses pembuatan bahan mentah yang berasal dari tumbuhan ataupun hewan yang sebelumnya tidak bisa dikonsumsi dan kemudian menjadi sebuah produk yang dapat dikonsumsi.

2. Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan bisnis yang dirancang untuk menentukan rancangan produk, harga, promosi, distribusi produk, sumber daya, dan konsep penjualan. Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting karena pemasaran mempunyai kedudukan sebagai perantara antara produsen dan konsumen dalam melakukan transaksi penjualan dan bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

3. Etika Bisnis Islam adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah, dan lain

sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis.¹³

1.7 Sistematika Pembahasan

Penulisan penelitian ini dibagi menjadi dua bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas dan menguraikan latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari teori-teori sebagai hasil dari studi pustaka yang akan menjadi landasan bagi penulis dalam melakukan pembasan dan pengambilan keputusan yang terdiri dari definisi etika bisnis Islam, tinjauan Etika Bisnis Islam pada Pengolahan dan Pemasaran usaha terasi di Kecamatan Langsa Barat.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data penelitian, instrument pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri hasil temuan yang ada dilapangan selama melakukan penelitian yang terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

¹³ Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah*, Jurnal IAIN Walisongo Semarang, 2011.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bab terakhir yaitu kesimpulan yang ditulis peneliti yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Etika Bisnis Islam

2.1.1 Pengertian Etika

Istilah etika berasal dari bahasa Yunani ethos yang memiliki arti adat kebiasaan. Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik itu berhubungan dengan diri sendiri maupun berhubungan dengan orang lain.¹⁴ Dalam KBBI, etika berarti ilmu mengenai apa yang baik dan apa yang buruk, kumpulan nilai yang berkenaan dengan akhlak serta asas perilaku yang menjadi pedoman.¹⁵ Secara terminologi, etika dapat diartikan sebagai studi sistematis mengenai konsep nilai, baik, buruk, benar, salah yang memimpin manusia dalam membuat keputusan serta bertingkah laku.¹⁶

Menurut Ahmad etika adalah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal pikiran.¹⁷ Sedangkan menurut Burhanudin Salam, etika adalah suatu ilmu yang membahas mengenai permasalahan tingkah laku manusia untuk mengetahui mana yang dapat dinilai baik dan mana yang dapat dinilai jahat.¹⁸ Dapat disimpulkan bahwa etika merupakan seperangkat nilai yang

¹⁴ Buchari Alma dan Donni Junni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2019, h. 204.

¹⁵ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008, h. 399.

¹⁶ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, Cet. Ke-2, 2016, h. 5.

¹⁷ Ahmad, M. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta Timur: Pustaka Al-kautsar. 2016, h 12

¹⁸ Burhanudin Salam, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, Cet. Ke-1, 2019, h.

membimbing manusia untuk membedakan antara baik, buruk dalam berperilaku dan beraktivitas dengan tujuan mencapai kesejahteraan bersama.

2.1.2 Etika Bisnis Islam

Menurut Burhanudin Salam sebagaimana dikutip oleh Faisal Badroen menyebutkan bahwa etika merupakan suatu ilmu yang membahas mengenai permasalahan tingkah laku manusia untuk mengetahui mana yang dapat dinilai baik dan mana yang dapat dinilai jahat.¹⁹

Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia mencari nafkah, Allah swt. melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk mencari rezeki. Disamping anjuran untuk mencari rezeki, Islam sangat menekankan (mewajibkan) aspek kehalalannya, baik dari sisi perolehan maupun pendaayagunaannya (pengelolaan pembelanjannya).²⁰

Dari paparan diatas bisnis dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak terbatas jumlahnya (kuantitasnya) kepemilikan hartanya (barang atau jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi cara perolehannya dan pendaayagunaan hartanya (ada halal dan haram).

3.1.2 Prinsip Etika Bisnis Islam

Pada prinsipnya, ajaran Islam tentang etika dalam bisnis merupakan petunjuk bagi para pelaku bisnis untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, sesama manusia, alam sekitar serta tidak pernah lalai untuk beribadah kepada Allah.

¹⁹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, Cet. Ke-2, 2016, h. 5.

²⁰ Ibbid, h 7

Kecintaan terhadap bisnis tidak boleh melebihi kecintaan terhadap Allah dan Rasulullah.²¹ Konsep dalam berbisnis yang Rasulullah SAW praktikkan yaitu selalu berlaku adil dan jujur . Dalam hal ini, bisnis yang adil dan jujur adalah bisnis yang tidak mendhalimi dan tidak pula didhalimi.²²

Kunci sukses dalam hal bisnis terletak pada etika Islam yang diterapkan dalam bisnis tersebut. Dalam mengelola bisnisnya, Rasulullah memegang teguh 4 faktor yang merupakan sifat-sifat beliau sehingga membawa keberkahan dalam berbisnis. Sifat-sifat tersebut merupakan suri tauladan yang dapat diikuti oleh para pelaku bisnis agar bisnis yang digeluti tidak menyimpang dari etika Islam. Sifat-sifat tersebut adalah:²³

1. *Siddiq*

Shiddiq merupakan salah satu sifat Nabi Muhammad yang memiliki arti benar dan jujur. Sikap benar berarti selalu melandaskan ucapan serta tindakan berdasarkan ajaran Islam. Sementara sikap jujur merupakan kesingkronan antara apa yang ada dihati dengan perbuatan. Allah memerintahkan kepada umatnya untuk berlaku jujur dan menciptakan lingkungan yang jujur.²⁴

Rasulullah selalu berlaku jujur kepada siapapun, beliau meninggalkan segala unsur manipulasi, curang dan kebohongan. Bagi seorang pembisnis, sifat shiddiq harus tertanam dalam jiwanya sehingga dalam berperilaku dan berhubungan dengan pemasok, pelanggan maupun stakeholder selalu

²¹ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 98.

²² Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, h. 51.

²³ Ahmad, M. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta Timur: Pustaka Al-kautsar. 2016, h 22

²⁴ Taha Jabir Al-Alwani, *Bisnis Islam*, Yogyakarta : AK GROUP, 2015. h. 4

mengedepankan kebenaran informasi yang diketahuinya. Dalam dunia bisnis, sifat *siddiq* dapat di wujudkan dengan hal-hal sebagai berikut:

- a) Tidak melipat gandakan harga dalam jual beli

Kejujuran sangat relevan dalam hal penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Menurut Iman Ghazali keuntungan adalah kompensasi dari kesulitan perjalan, resiko bisnis dan ancaman keselamatan pedagang. Motif berdagang adalah mencari keuntungan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Namun Imam Ghazali tidak setuju dengan keuntungan yang besar dalam arti melipatgandakan harga dalam jual beli.²⁵ Keuntungan bisnis dalam Islam tidak hanya sekedar keuntungan yang berupa pundi-pundi rupiah, akan tetapi keuntungan yang lebih kekal yakni keuntungan akhirat.²⁶

Seorang pembisnis juga harus berlaku ihsan, maksudnya ketika pembeli menambah harga suatu barang karena senangnya akan barang tersebut maka penjual harus mencegahnya. Terlebih jika pembeli benar-benar membutuhkan barang yang dimiliki oleh penjual.²⁷ Dalam dunia bisnis haruslah melahirkan suatu win-win situation, maksudnya situasi yang saling menguntungkan diantara semua pihak. Semua pelaku bisnis pasti ingin memperoleh keuntungan, begitu juga pembeli ingin memperoleh barang dan jasa yang memuaskan.²⁸

²⁵ Rivai, *Islamic ...*, h. 128.

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Yusuf Qordhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997, h. 181.

²⁸ Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius, 1998, h. 79.

b) Jujur dalam takaran

hak pembeli dan termasuk memakan harta. Salah satu cermin kejujuran adalah menyempurnakan takaran dan timbangan. Tindakan tersebut yang jarang diperhatikan oleh para pelaku bisnis, terlebih ketika dagangannya ramai oleh pembeli. Ketika menimbang meskipun kurang 1 gram belum dikatakan takaran yang sempurna. Hal itu sama artinya dengan merampas orang lain dengan jalan yang bathil.

c) Mengakui kelemahan serta kelebihan produk.²⁹

Islam mengajarkan agar seorang pebisnis selalu menghidupkan mata hati untuk berlaku jujur. Sekarang ini banyak pedagang yang enggan berterus terang untuk mengakui kelemahan produknya. Sampai-sampai mereka menggunakan sumpah palsu untuk meyakinkan pembeli bahwa produk yang dijualnya memiliki kualitas yang bagus. Penjual yang jujur tidak pernah merasa khawatir barangnya tidak laku karena cacat barangnya diketahui oleh konsumen. Justru hal tersebut menimbulkan kepercayaan pembeli kepada pedagang.

2. *Amanah*

Amanah berarti dapat dipercaya. *Amanah* juga bisa bermakna memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan. Setiap perbuatan pasti menuntut adanya tanggung jawab dibelakangnya.³⁰ Sifat

²⁹ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006, h. 124.

³⁰ Fauroni, *Visi Al-Qur'an ...*, h. 26.

amanah sangat diperlukan dalam dunia bisnis. Sifat *amanah* dalam dunia bisnis dapat diwujudkan dalam beberapa hal, diantaranya: ³¹

a) Akuntabilitas

Suatu organisasi bisnis sangat memerlukan laporan keuangan untuk mengetahui tingkat keuntungan atau kerugian serta posisi asset, hutang dan modal yang dimilikinya. Laporan keuangan merupakan hasil dari proses akuntansi. Dalam membuat laporan keuangan pelaku bisnis harus ingat bahwa pertanggungjawaban yang sebenarnya adalah tanggung jawab kepada Allah atas apa yang telah dilakukannya. Karena pada dasarnya keuntungan yang diperoleh bukan semata-mata milik sendiri, akan tetapi ada hak orang lain misalnya fakir miskin, anak yatim dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam suatu organisasi bisnis. ³²

b) Memberikan pelayanan yang optimal

Pelayanan yang baik sangat dibutuhkan bagi perkembangan suatu perusahaan. Pelayanan yang diberikan oleh pelaku bisnis dapat berupa keramahan, senyum kepada pelanggan dan berbicara dengan kata-kata yang sopan. Islam melarang para pelaku bisnis untuk merekrut karyawan perempuan yang berpakaian seksi bahkan sampai menampakkan auratnya agar menarik minat pembeli. ³³

Organisasi bisnis yang baik tidak hanya sekedar memberikan pelayanan ketika konsumen melakukan pembelian, akan tetapi layanan

³¹ Taha Jabir Al-Alwani, *Bisnis Islam*, Yogyakarta : AK GROUP, 2015. h. 6

³² Haryono Jusup, *Dasar-Dasar Akuntansi*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 2015, h. 5.

³³ Johan Arifin, *Etika ...*, h. 107.

setelah konsumen melakukan pembelian juga harus dilaksanakan. Layanan tersebut dapat berupa pemberian garansi atas barang yang telah dijualnya, menerima retur barang yang rusak dan sejenisnya.³⁴

c) Menepati janji

Sifat amanah sangat relevan dalam hal pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak bisnis. Seorang pebisnis harus selalu menepati janjinya baik kepada pembeli, pemasok, rekan kerja, stakeholder dan tentunya menepati janji kepada Allah dalam bentuk melaksanakan semua perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya.

Janji adalah ikrar dan kesanggupan yang telah dinyatakan kepada seseorang. Ketika membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janjitersebut. Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakati.

Pelaku bisnis yang tidak bisa memenuhi janjinya dapat dikatakan sebagai golongan orang yang munafiq. Terlebih di era informasi yang terbuka dan cepat seperti sekarang ini mengingkari janji dalam dunia bisnis sama halnya dengan menggali kubur bagi bisnisnya sendiri. Karena dalam waktu singkat para rekan bisnis akan mencari mitra kerja yang dapat dipercaya.³⁵

³⁴ *Ibid.*, h. 108.

³⁵ Keraf, Etika ..., h. 78.

3. *Tabligh*

Tabligh artinya menyampaikan atau komunikatif. Komunikasi yang digunakan oleh pelaku bisnis yaitu dengan tutur kata yang sopan, bijaksana dan tepat sasaran (*bi al-hikmah*) kepada pelanggannya maupun mitra bisnisnya. lebih dari itu, pelaku bisnis harus mampu berargumentasi, berdialog dan memiliki ide-ide.

4. *Fathanah*

Di dunia bisnis berlaku jujur dan bijaksana belum sempurna jika tidak diimbangi dengan kecerdasan dalam mengelola usaha tersebut. *Fathanah* merupakan salah satu sifat Rasulullah yang berarti cerdas, intelektual dan memiliki pengetahuan yang luas. Potensi yang paling berharga yang dikaruniakan Allah kepada manusia adalah akal pikiran. Dengan akal manusia dapat berfikir dan merenungi betapa hebatnya ciptaan Allah. Salah satu bentuk ketaqwaan kepada Allah adalah dengan mengoptimalkan potensi pikirannya.³⁶

Sifat *fathanah* dapat dikatakan sebagai strategi khusus untuk menghadapi ketatnya persaingan di dunia bisnis. Dengan kecerdasan yang dimiliki seorang pebisnis harus mampu memprediksi situasi persaingan dimasa yang akan datang seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Sifat *Fathonah* di dunia bisnis dapat wujudkan dengan hal-hal berikut:³⁷

a) Kecerdasan spiritual

Sebagai seorang pebisnis muslim menjalankan bisnis merupakan ibadah yang harus dimulai dengan niat yang suci. Rasulullah selalu

³⁶ Taha Jabir Al-Alwani, *Bisnis Islam*, Yogyakarta : AK GROUP, 2015. h. 9

³⁷ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011. h. 4

bertaqwa kepada Allah dan tidak pernah menomorduakan ibadah. Dengan bertaqwa akan melahirkan para pelaku bisnis yang memiliki kepribadian taat beragama, selalu berbuat baik dan tidak pernah mau melakukan perbuatan tercela dalam aktivitas bisnisnya. Implikasi dari kecerdasan spiritual tersebut akan menciptakan kemajuan bisnis, mensejahterakan keluarga, bangsa dan negara.³⁸

b) Profesional

Profesional merupakan kapasitas untuk menjalankan suatu usaha dengan ukuran dan kualitas terbaik. Dalam berdagang Rasulullah selalu berlaku profesional dengan menggunakan standar saat ini yang dikenal dengan istilah STP (*segmentation, targeting and positioning*). Segmentation yang dilakukan oleh Rasulullah ditunjukkan dengan mengenali pasar-pasar (wilayah-wilayah) yang akan dituju dan dilalui. Rasulullah selalu berusaha mengenali karakter, pemimpin, kebutuhan serta tren yang ada disuatu wilayah. Dengan cara-cara tersebut Rasulullah mampu mengambil hati konsumennya dan mendapat banyak tawaran untuk bermitra dengan pengusaha lokal. Positioning ditunjukkan dengan merek dirinya yang selalu berlaku jujur sebagai pondasi utama dalam aktivitas dagang. Targeting dibuktikan dengan tercapainya keuntungan perusahaan yang dikelolanya. Rasulullah telah menetapkan strategi untuk bisa mencapai hasil yang terbaik.³⁹

³⁸ Ma'ruf Abdullah, *Wirasaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin: Antasari press, 2011, h. 38.

³⁹ Ibid., h. 55.

c) Kemampuan untuk melakukan inovasi⁴⁰

Mengingat persaingan di dunia bisnis semakin ketat, suatu organisasi bisnis dituntut untuk selalu berinovasi. Inovasi adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang memiliki manfaat bagi orang lain dengan menggunakan keahlian dan kemampuan akalnya.⁴¹

Dalam dunia bisnis hal mendasar yang perlu dilakukan adanya inovasi adalah terkait produk (barang yang diperdagangkan). Agar dapat memenangkan persaingan, produk harus memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh produk lain yang sejenis. Kriteria produk yang unggul adalah produk yang memenuhi standar Etika Bisnis Islam, yaitu produk yang diperjualbelikan harus halal, memiliki manfaat, dibutuhkan oleh konsumen serta memiliki resiko yang rendah.

2.1.3 Bisnis-bisnis yang Dilarang dalam Islam

Berikut adalah bisnis-bisnis yang diharamkan atau dilarang dalam Islam.⁴²

1. Transaksi yang diharamkan agama Islam.

Seorang muslim harus berkomitmen dalam berinteraksi dengan hal-hal yang diharamkan oleh Allah Swt. Jauhi bisnis makanan tak halal, minuman keras, narkoba, atau semua yang berhubungan dengan dunia gemerlap, seperti klub malam tempat bercampurnya laki-laki dan wanita disertai lagu menghentak serta suguhan makanan dan minuman tak halal, dan lain-lain.⁴³

⁴⁰ Syakir Sula, *Syariah ...*, h. 130. 45

⁴¹ Muhammad Abdul Jawwad, *Menjadi Manajer Sekses*, Jakarta: Gema Insani, 2014, h. 8.

⁴² Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011. h. 4

⁴³ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 291

2. Memperoleh dan menggunakan harta secara tidak halal.

Transaksi spekulatif amat erat kaitannya dengan bisnis yang tidak transparan, seperti perjudian, penipuan, melanggar amanah sehingga besar kemungkinan akan merugikan dan akan mendapat ganjaran yang amat berat.

3. Persaingan yang tidak fair.

Monopoli juga termasuk persaingan yang tidak fair. Monopoli dilakukan untuk memperoleh penguasaan pasar dengan mencegah persaingan dari pelaku lain dengan berbagai cara, sering kali dengan cara-cara tidak terpuji.⁴⁴

4. Pemalsuan dan penipuan.

Islam sangat melarang memalsu dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian, kezaliman, serta menimbulkan permusuhan dan percecokan.⁴⁵ Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Pengolahan dan Pemasaran. Ketika di lapangan banyak ditemukan perubahan etika dalam berbisnis seperti perdagangan yang masih mengadopsi sistem riba, gharar, mencurangi timbangan atau takaran, tadlis, ihtikar dan perbuatan batil lainnya. Hal ini disebabkan tidak adanya rasa kebersamaan, tanggung jawab sosial, kejujuran dan masalah lainnya. Perubahan nilai etika tersebut menyebabkan terjadinya pelanggaran di dalam kegiatan bisnis.

Transaksi harus dilakukan dengan dasar kejujuran serta terhindar dari unsur penipuan dan kecurangan. Kejujuran tetap dapat terwujud ketika pedagang mengatakan bahwa barang yang dijualnya berkualitas baik tanpa ada campuran dengan barang yang berkualitas jelek dan bahan-bahan yang dapat membahayakan

⁴⁴ *Ibid*, h. 294

⁴⁵ *Ibid*

pembeli, baik secara fisik maupun spiritual. Kejujuran merupakan hal utama dalam etika berdagang.

Meningkatnya kasus penipuan dan kecurangan menimbulkan kerugian bagi pihak pembeli. Beberapa survei yang dilakukan oleh BPOM dan Dinas Kesehatan masih banyak pengolahan yang melakukan kecurangan dengan cara menambahkan bahan-bahan berbahaya dalam olahan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Makanan yang dijual pedagang bisa menjadi haram ketika pengolahannya tidak sesuai dengan tuntunan syariat. Islam menganjurkan mengkonsumsi makanan yang *ṭayyiban*, dalam arti dapat memberi manfaat dan baik untuk kesehatan tubuh. Kriteria baik atau bermanfaat ketika makanan mengandung gizi atau vitamin yang dibutuhkan oleh tubuh manusia. Makanan yang baik dan bermanfaat juga tidak menjijikkan dan tidak menyebabkan efek negatif bagi tubuh. Hukum Islam juga mengedepankan asas kewaspadaan terhadap pelanggaran jiwa manusia. Penggunaan zat berbahaya pada makanan dipandang sebagai suatu bentuk kegiatan yang terlarang, karena mengandung unsur penipuan atau jual beli yang mengandung *gharar*.⁴⁶

Kegiatan produksi harus sejalan dengan syariat, yakni hanya boleh memproduksi makanan dan minuman yang halal. Memproduksi makanan dan minuman dalam lingkaran halal merupakan salah satu prinsip utama etika kegiatan produksi. Prinsip produksi yang wajib dilaksanakan oleh setiap Muslim, baik individu maupun kelompok adalah berpegang pada semua yang dihallowkan Allah SWT, dan tidak melampaui batas larangan-Nya

⁴⁶ Khairil Umuri & Azharsyah Ibrahim, “*Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam*”, *Jurnal Iqtisaduna*, Vol. 6, No. 2, Desember 2020, hlm. 187-197

Namun, realita yang terjadi adalah masih adanya kecurangan dalam proses kegiatan produksi saat memilih dan menggunakan barang dan jasa sebagai bahan baku makanan. Produsen lebih mementingkan laba, seperti kasus yang mengancam keselamatan konsumen karena dalam memproduksi, karena produsen tidak memperhatikan hal-hal buruk yang mungkin terjadi pada konsumen.

Dengan demikian, produsen Muslim harus memperhatikan betul kualitas barang yang diproduksi. Sebab seluruh kegiatan produksi terikat pada tataran nilai moral dan teknikal yang Islami. Sejak dari kegiatan mengorganisir faktor produksi, memilih barang produksi, proses produksi, penjaminan mutu (kualitas), hingga pemasaran dan pelayanan kepada konsumen semuanya harus mengikuti etika dan moralitas Islam.⁴⁷

Aktivitas bisnis merupakan bagian integral dari wacana ekonomi. Sistem ekonomi Islam berangkat dari kesadaran tentang etika, sedangkan sistem ekonomi lain seperti kapitalisme dan sosialisme cenderung mengabaikan etika sehingga aspek nilai tidak begitu tampak dalam bangunan kedua sistem ekonomi tersebut. Keringnya kedua sistem tersebut dari wacana moralitas karena keduanya memang tidak berangkat dari etika tetapi dari kepentingan (interest).⁴⁸

Islam memiliki prinsip-prinsip tersendiri dalam kegiatan ekonomi yang bersumber dari Alquran dan Hadis. Prinsip-prinsip tersebut bersifat abadi, seperti prinsip tauhid, adil, maslahat, kebebasan disertai tanggung jawab, persaudaraan

⁴⁷ Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami* (Yogyakarta: Jalasutra, 2003), hlm. 156.

⁴⁸ Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business And Economics*, h. 36.

dan sebagainya.⁴⁹ Aspek keamanan dan ketenangan batin itulah yang diinginkan oleh setiap Muslim ketika menggunakan sebuah produk makanan, obat-obatan dan kosmetik. Oleh karena itu konsumen perlu mendapatkan sebuah kepastian hukum bahwa produk yang digunakan tidak mengandung sesuatu yang tidak halal dan juga diproduksi secara halal.

2.2 Pengolahan

2.2.1 Pengertian Pengolahan

Pengolahan adalah kumpulan metode dan teknik yang digunakan untuk mengubah bahan mentah menjadi makanan atau mengubah makanan menjadi bentuk lain untuk konsumsi oleh manusia atau hewan di rumah atau oleh industri pengolahan makanan. Makanan yang diolah dengan baik dapat menjaga mutu dan keamanan hasil olahan makanan, sedangkan cara yang salah dapat menghilangkan beberapa zat gizi yang terdapat pada suatu bahan makanan. Dengan cara pengolahan makanan yang baik dan benar dapat menjaga mutu dan keamanan hasil olahan bahan makanan.⁵⁰

Pengolahan makanan yang baik mengikuti kaidah atau prinsip hygiene dan sanitasi yang baik, untuk mencegah resiko pencemaran, pemilihan bahan makanan dengan melakukan sortir untuk menjaga keamanan dan keawetan makanan, peracikan bahan, persiapan bahan, persiapan pengolahan dan prioritas dalam memasak harus sesuai dengan tahapan dan harus higienis dan semua bahan makanan harus dicuci menggunakan air mengalir, peralatan masak yang aman

⁴⁹ *Ibid.*, h. 49.

⁵⁰ Herman Sulaiman, *Pengetahuan Penanganan Bahan Makanan Dan Permasalahannya*, Jakarta: Kementerian pendidikan dan kebudayaan, 2013, h 3

tidak bereaksi dengan bahan makanan dan tidak berbahaya bagi kesehatan.⁵¹

2.2.2 Pelaksanaan Pengolahan Terasi

Sebelum proses pembuatan terasi dilakukan, jenis alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan terasi akan mempengaruhi kualitas terasi yang dihasilkan. Apabila digunakan alat-alat seadanya, maka akan diperoleh terasi dengan kualitas seadanya pula. Namun apabila diinginkan terasi dengan kualitas yang baik, maka haruslah digunakan alat atau mesin yang benar-benar dapat mendukung proses, misalnya mempunyai kemampuan penghancuran dan pencampuran yang tinggi, berkapasitas besar mampu bekerja dengan cepat, mampu menjamin kebersihan bahan, produk antara produk pertama, dan produk akhir, mampu menjamin keamanan kerja dan sebagainya. Adapun alat-alat yang digunakan sebagai berikut: ⁵²

1. Timbangan
2. Alat Penghancur
3. Tempat Fermentasi
4. Perangkat Penjemuran

Adapun langkah-langkah proses produksi terasi yang penulis teliti adalah sebagai berikut:⁵³

1. Penyediaan Bahan Baku
2. Penjemuran Bahan Baku
3. Pemilihan Bahan Baku Terasi

⁵¹ Ibbid, h 4

⁵² BPOM, RI. *Buku Modul Industri Rumah Tangga Terasi Udang*. Jakarta : Direktorat Surveilans Dan Penyuluhan Keamanan Pangan. 2017, h 3.

⁵³ Ibbid, h 5

4. Penggilingan Pertama Bahan Baku
5. Penggilingan Kedua Bahan Baku
6. Proses Penjemuran Terasi
7. Pengepakan atau Pembungkusan

2.3 Pemasaran

2.3.1 Pengertian Pemasaran

Definisi pemasaran sangat beragam dan banyak makna. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh para pelaku bisnis yang harus di perhatikan dan dikerjakan dengan baik. Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social dengan memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan, Untuk itu pemasaran yang baik bukan sebuah kebetulan, melainkan hasil dari sebuah perencanaan dan pelaksanaan yang cermat.⁵⁴

Strategi pemasaran yaitu pernyataan yang menunjukkan usaha pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, yaitu dengan unsur-unsur pemasaran (*product, price, promotion, place*). Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya.⁵⁵

Pemasaran menurut AMA (*American Marketing Assosiation*) dalam Kootler menawarkan definisi formal, pemasaran adalah suatu fungsi organisasi

⁵⁴ Hurriyati, R. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2015, h 13

⁵⁵ Kotler, Philip dan Lane Keller .*Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Erlangga. Jakarta, 2017, h 11

dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Beliau juga berpendapat bahwa definisi secara social, definisi pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk jasa yang bernilai dengan orang lain.⁵⁶

Peneliti menyimpulkan bahwa pemasaran hendaknya menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli semua yang dibutuhkan selanjutnya adalah menyediakan produk atau jasa itu. Dan setiap usaha harus dapat merumuskan strategi pemasarannya masing-masing sesuai dengan tujuan pemasaran yang ingin dicapai.

2.3.2 Pengertian Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran.⁵⁷ Bauran pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler Bauran pemasaran yaitu alat yang dapat digunakan pemasar yang di dalamnya terdiri dari berbagai unsure suatu program pemasaran yang diperlukan pertimbangan agar penerapan strategi pemasaran dan tujuan yang ditetapkan dapat berjalan sukses serta sesuai rencana.⁵⁸

Bauran pemasaran pada produk fisik atau barang berbeda dengan

⁵⁶ Ibbid, h 31

⁵⁷ Hurriyati, R. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2015, h

⁵⁸ Kotler, Philip dan Lane Keller .*Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Erlangga. Jakarta, 2017,

pemasaran untuk produk jasa. Hal ini terkait dengan perbedaan karakteristik jasa dan barang. Bauran pemasaran produk barang mencakup 7P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), *Process* (proses), *People* (orang) dan *Physical Evidence* (bukti fisik). Untuk mengetahui lebih dalam mengenai semua poin dalam konsep Marketing Mix, simakulasan detilnya berikut ini:⁵⁹

1. *Product*

Produk adalah hal yang kita jual dalam bisnis meliputi barang atau jasa yang memiliki nilai guna dan dibutuhkan oleh konsumen. Kunci utama dari sebuah produk yakni barang atau jasa tersebut harus dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Selain itu, diperlukan juga nilai lebih dibanding produk lain agar produk kita lebih mudah diterima konsumen.⁶⁰

Menurut Kotler dan Keller produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar baik barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan konsumen. Produk juga didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, dimiliki atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Dalam pengertian luas produk mencakup apa saja yang bias dipasarkan, termasuk benda-benda fisik, jasa manusia, tempat, organisasi, dan ide atau gagasan.⁶¹

Produk menjadi salah satu factor penting dalam bidang pemasaran, dalam

⁵⁹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa Bandung*, Alfabeta. 2016, h 15

⁶⁰ Lupiyo, Rambat & Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Salemba Empat, Jakarta. 2017, h 31

⁶¹ Kotler, Philip dan Lane Keller .*Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Erlangga. Jakarta, 2017, h 21

strategi *marketing mix* strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya.⁶²

Tujuan utama strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan. Oleh karena itu, strategi produk sebenarnya merupakan strategi pemasaran, sehingga gagasan atau ide untuk melaksanakannya harus datang dari bagian atau bidang pemasaran. Pada dasarnya produk yang di beli konsumen itu dapat dibedakan atas tiga tingkatan yaitu:⁶³

- a. Produk inti (*core product*), yang merupakan inti atau dasar yang sesungguhnya dari produk yang ingin diperoleh atau didapatkan oleh seorang pembeli atau konsumen dari produk tersebut.
- b. Produk formal (*formal product*), yang merupakan bentuk, model, kualitas/mutu, merek dan kemasan yang mentertai produk tersebut.
- c. Produk tambahan (*augmented product*) adalah tambahan produk formal dengan berbagai jasa yang menyertainya, seperti pemasangan (instalasi), pelayanan, pemeliharaan, dan pengangkutan.

2. *Price*

Philip Kotler Harga (*price*) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu

⁶² Ibbid, h 51

⁶³ Lupiyo, Rambat & Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Salemba Empat, Jakarta. 2017, h 38

produk atau jasa.⁶⁴ Menurut Basu Swastha dalam harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barangkala mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.⁶⁵

Selain itu Harga adalah segala sesuatu atau nilai yang ditetapkan bagi sesuatu. Harga merupakan uang yang harus diberikan konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang dijual. Harga menjadi aspek yang sangat penting Karena umumnya konsumen menjadikan harga sebagai pertimbangan utama sebelum membeli. Mengingat sifatnya yang sangat fleksibel, ada baiknya Anda selalu mengikuti dinamika pasar agar bisa menetapkan harga pada level yang tepat. Dimana harga tetap bias diterima masyarakat namun juga tetap menghasilkan keuntungan

3. *Place*

Tempat usaha merupakan lokasi dimana kita akan melakukan proses jual beli. Bagi usaha konvensional aspek ini memang sangat penting. Anda harus memperhatikan apakah lokasi tersebut cukup strategis dan mudah dikunjungi konsumen. Namun dengan makin berkembangnya bisnis modern seperti bisnis online, kini pengertian aspek tempat kian beragam disesuaikan dengan media yang digunakan.⁶⁶

⁶⁴ Kotler, Philip dan Lane Keller .Manajemen Pemasaran Jilid 2. Erlangga. Jakarta, 2017, h 21

⁶⁵ Swata Basu. *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF. 2017, h 88

⁶⁶ Lupiyo, Rambat & Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Salemba Empat, Jakarta. 2017, h 38

4. *Promotion*

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat tukar untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.⁶⁷

Promosi salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Suatu produk yang mempunyai kualitas yang tinggi, apabila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka maka mereka tidak akan membelinya. Perusahaan melakukan program promosi untuk mengkomunikasikan informasi tentang produk mereka dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya.⁶⁸

Promosi merupakan yaitu suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang awalnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga .menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.⁶⁹

Promosi juga merupakan elemen marketing mix. Dalam Islam semua usaha yang dilakukan pemasar untuk menjadi kreatif dan inovatif dalam usaha demi menarik minat pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah

⁶⁷Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi, Dan Kasus* Yogyakarta: Penerbit Caps, 2013, h 29

⁶⁸Intan Pandini, "*Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Jumlah Penjualan Pada Elita Songket Di Desa Limbang Jaya KEC Tanjung Batu KAB Ogan Ilir*", *Skripsi*, (Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Raden Fatah Palembang, 2016), hlm 15 (tidak diterbitkan)

⁶⁹*Ibid*, h . 16

ada diperbolehkan termasuk melakukan kegiatan promosi. Etika melakukan promosi dalam Islam adalah tidak dibenarkan. Melakukan penipuan, baik dalam bentuk perilaku maupun perkataan tidak diperbolehkan⁷⁰

5. *People*

Aspek ini tentu saja bukan hanya konsumen namun semua SDM yang terlibat termasuk pekerja atau tim bisnis. Hal ini sangat penting diperhatikan mengingat semua orang tentunya mempunyai kecenderungan yang berbeda dalam dunia bisnis. Memberikan perhatian yang baik pada orang yang terlibat dalam bisnis, merupakan langkah awal yang sangat baik.⁷¹

6. *Process*

Dalam bisnis, proses dapat diartikan sebagai langkah-langkah yang dilakukan para penjual dan konsumen. Di dalamnya meliputi pelayanan serta proses transaksi. Berikan pengalaman pelayanan yang memuaskan bagi konsumen lewat berbagai teknik agar merekapun merasa puas.⁷²

7. *Physical Evidence*

Sarana Fisik (*physical evidence*) merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya.

⁷⁰Dyah lestari, *analisi startegi pemasaran produk tabungan emas dalam upaya menarik kepuasan nasabah dipegadaian syariah* (fakultas ekonomi bisnis Islam uin raden intan lampung 2019), h .56

⁷¹ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi, Dan Kasus* (Yogyakarta: Penerbit Caps, 2013), h 29

⁷² Ibbid, h 56

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dijadikan dasar dan acuan oleh penulis dalam menyusun penelitian selain itu juga hindari anggapan kesamaan penelitian ini adapun penelitian terdahulu yang menjadi acuan penulis yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yulia Astuti dengan judul “Analisis Strategi Marketing Penjualan Produk Terasi Di Desa Nyiur Tebel Kecamatan Sukamulia Kabupaten Lombok Timur.” Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah: pendekatan kualitatif deskriptif Berdasarkan hasil penelitian, bahwa Strategi marketing yang dilakukan oleh pengusaha terasi yang ada di Desa Nyiur Tebel dalam memasarkan produk tidak jauh berbeda dengan pengusaha-pengusaha yang lain pada umumnya yaitu menggunakan metode marketing mix, namun yang membedakannya pada strategi promosi, di mana pengusaha terasi menggunakan strategi penjualan Personal Selling. Namun dari segi pembayaran dilakukan dengan sistem kredit atau down payment (DP), selain itu juga terdapat kerjasama antara distributor dengan pihak pengepul atau pedagang ecer yakni ketika hutang belum lunas masih bisa mengambil barang lagi untuk dijual tergantung kesepakatan antar dua belah pihak.⁷³
2. Penelitian yang dilakukan oleh Lailia yang berjudul “Pemasaran Produk Terasi Hj. Ariyatun Khas Puger Kabupaten Jember”. Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan maka dapat diambil kesimpulan bahwa

⁷³ Yulia Astuti “Analisis Strategi Marketing Penjualan Produk Terasi Di Desa Nyiur Tebel Kecamatan Sukamulia Kabupaten Lombok Timur. Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram Mataram. 2020

Terasi Hj. Ariyatun menggunakan seluruh aspek strategi pemasaran yang terdiri dari Bauran Pemasaran (4p) yaitu Produk (product) yang dihasilkan oleh terasi Hj. Ariyatun adalah terasi dengan merek yang sudah dikenal oleh masyarakat. Harga tersebut sudah dipertimbangkan secara matang oleh produsen. Produsen menetapkan harga tersebut dengan tujuan untuk lebih menarik konsumen lebih banyak lagi. Promosi (promotion) merupakan kegiatan menyampaikan informasi tentang produk dengan tujuan untuk mempengaruhi konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang telah diproduksi.⁷⁴

3. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Aisah dengan judul “Etika Bisnis Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Palopo Cabang Prumnas Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisa fenomena, peristiwa, aktifitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Palopo Cabang Prumnas sudah menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan sistem operasional perusahaan dalam hal ini adalah proses pelayanan terhadap pelanggan. Perbedaan dengan penelitian sekarang yaitu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Aisah memaparkan tentang bagaimana kondisi pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Palopo Cabang Prumnas apa memang menerapkan

⁷⁴ Lailia “Pemasaran Produk Terasi Hj. Ariyatun Khas Puger Kabupaten Jember”. e-*SOSPOL* XXX. 5 (1). 2015.

prinsip etika bisnis dalam perspektif Islam ditinjau dari sisi proses pelayanan terhadap pelanggan maupun non pelanggan.⁷⁵

4. Penelitian M. Ilham yang berjudul “Produksi Pengrajin Terasi Udang Di Tinjau Dari Aspek Halal Dan Baik (Studi Kasus Kampung Nelayan Kuala Tungkal)”, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produksi terasi di kampung nelayan kuala tungkal di nilai sudah sesuai dengan produksi dalam Islam. Secara umum, terasi ini sudah di lakukan dengan baik dan sejalan dengan Syariat Islam. Hanya saja ada beberapa yang belum memenuhi syarat Islami contohnya waktu penjemuran udang rebon maupun terasi yang sudah digiling itu tidak ditempat tertutup.⁷⁶
5. Penelitian Siti Rohmah yang berjudul “Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta” menunjukkan bahwa etika bisnis Islam sudah diterapkan di Hotel Madani Syariah Yogyakarta. Tauhid, adil, berkehendak bebas, tanggungjawab dan ihsan adalah aspek dari etika bisnis Islam. Etika bisnis Islam wajib diterapkan bagi perusahaan berbasis syariah, sama halnya pada hotel syariah. Dalam menjalankan bisnis yang berbasis syariah pihak hotel sudah memperhitungkan resiko yang mungkin terjadi dengan menerapkan prinsip

⁷⁵ Siti Aisah, *Etika Bisnis Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Palopo Cabang Perumnas Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, Skripsi, (Palopo: Jurusan Syariah, STAIN, 2013),h. 62

⁷⁶ M. Ilham, “*Produksi Pengrajin Terasi Udang Di Tinjau Dari Aspek Halal Dan Baik (Studi Kasus Kampung Nelayan Kuala Tungkal)*”, Skripsi., (2019), h. 51.

syariah. Mereka meyakini bahwa bisnis yang sesuai dengan aturan Islam akan membawa kebaikan dan mendatangkan keberkahan.⁷⁷

6. Penelitian Laili Latifah, dengan judul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghuart Berdasarkan Perspektif Karyawan (Studi kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu)”, hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Rumah Yoghurt dinilai oleh mayoritas karyawan efektif dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dari keseluruhan rata-rata skor hasil kuisisioner karyawan yang tinggi, baik pada aspek etika manajemen, etika pemasaran, maupun etika lingkungan. Dalam menjalankan kegiatan usaha dan operasionalnya, Rumah Yoghurt memiliki standar pedoman etika bisnis Islam yang dijadikan landasan seluruh kegiatan usaha dan operasional perusahaan. Apabila perusahaan dapat menerapkan pedoman etika bisnis Islam tersebut dengan baik dan secara berkelanjutan, maka diyakini oleh sebagian besar karyawan, tingkat profitabilitas perusahaan akan meningkat.⁷⁸
7. Penelitian Iffan Maflahah dengan judul “Kajian Potensi Usaha Pembuatan Terasi Udang”, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa bantelan memiliki potensi untuk

⁷⁷ Siti Rohmah, Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta, Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

⁷⁸ Laili Latifah Puspitasari, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghuart Berdasarkan Perspektif Karyawan* (Studi kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu), Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2014

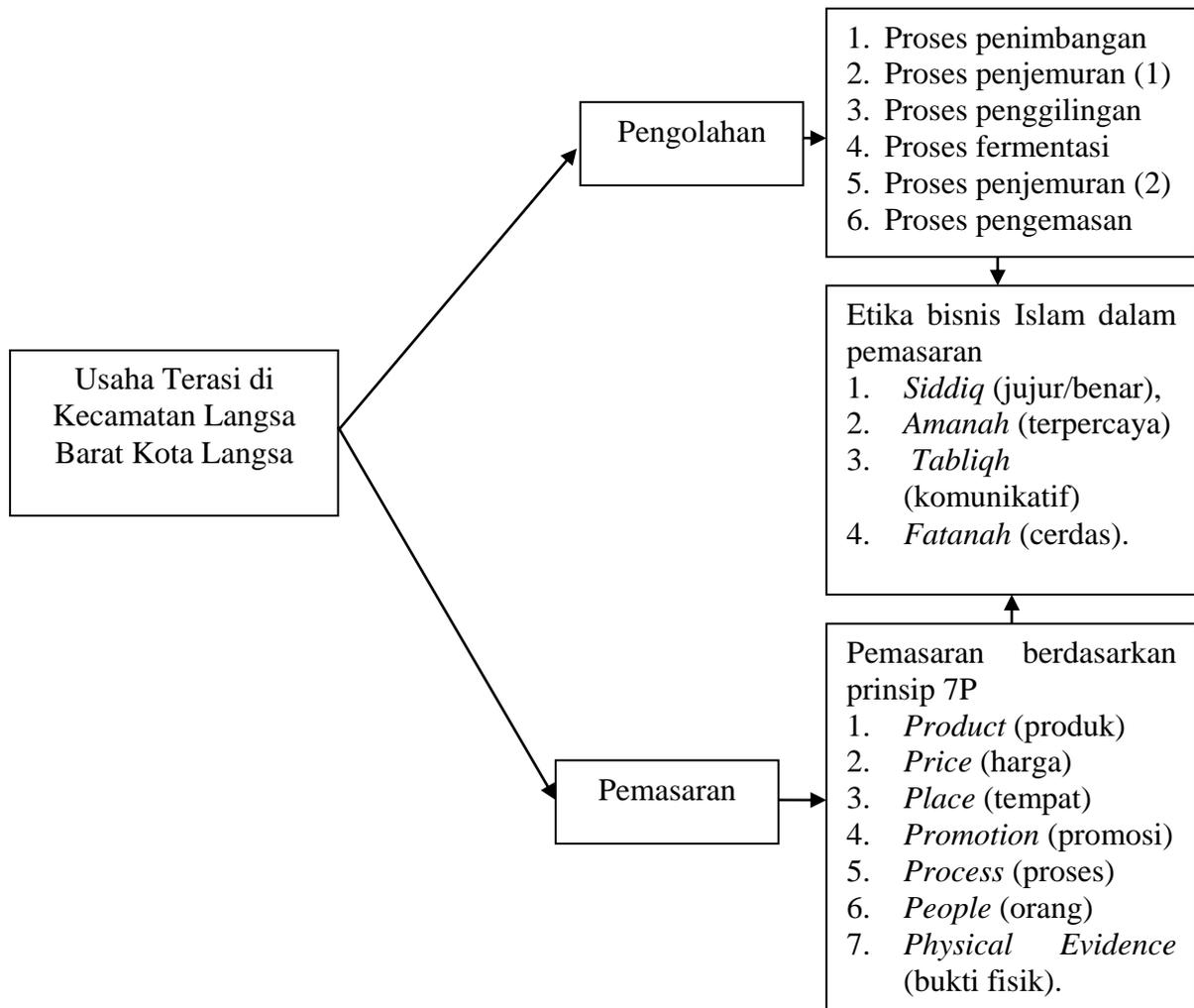
dikembangkan usaha pengolahan terasi, masih menggunakan teknologi yang masih sederhana, di perlukan perbaikan kualitas produk untuk pengembangan skala usaha yaitu dengan memperbaiki teknologi, modal, sistem pemasaran dan jaminan mutu terasi.⁷⁹

Sedangkan penelitian yang saya angkat kali ini hanya ingin mengetahui dan mengukur tingkat pemahaman pemilik usaha terasi di Kecamatan Langsa Barat tentang etika berbisnis menurut ajaran Islam selain itu perbedaannya juga terletak pada desain penelitian, tujuan penelitian, dan objek penelitiannya.

⁷⁹ Iffan Maflahah, "*Kajian Potensi Usaha Pembuatan Terasi Udang*"(Studi kasus di Desa Bantelan Kec. Batu Putih Kab. Sumenep)., 2015.

2.5 Kerangka Teori

Untuk memperoleh gambaran yang konkrit dalam penelitian lebih lanjut, maka peneliti mengambarkannya dalam bentuk kerangka teori sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Teori

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah pendekatan kualitatif deskriptif yaitu suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan menganalisa fenomena peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok.⁸⁰ Dengan metode ini menjelaskan dan menggambarkan objek penelitian kemudian menganalisis dari sudut pandang etika bisnis dalam Islam.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam menentukan lokasi penelitian, penulis melakukan penelitian pada wilayah Langsa Barat Kota Langsa, dengan waktu penelitian pada bulan Maret hingga Juni 2022.

3.3 Responden dan Informan

1. Responden

Responden adalah orang yang memberi respon atas suatu perlakuan yang diberikan kepadanya.⁸¹ Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah 3 orang pemilik usaha terasi yang ada di Kecamatan Langsa Barat. Berikut adalah nama responden dalam penelitian ini :

⁸⁰ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*”. Cet. 1, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 11

⁸¹Saifuddin Azwar, “*Metode Penelitian*“ Yogyakarta: Pustaka Pelajar, cetakan VII, 2017. h. 91.

Tabel 3.1
Nama-Nama Responden dalam Penelitian

Responden		
No	Nama	Alamat dan Merek dagang
1	Saiful Bahri	Desa Lhok Banie Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa, dengan merek dagang Terasi SBR dan Misra
2	Jafaruddin, S.Sos	Desa Simpang Lhee Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa, dengan merek dagang terasi Awaina
3	Ami	Desa Simpang Lhee Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa, dengan merek dagang terasi Mak Mi.

Responden dalam penelitian ini dipilih karena dianggap paling mengetahui segala informasi terkait pengolahan dan pemasaran dari produk terasi, kemudian 3 merek dagang terasi tersebut merupakan terasi khas Kota Langsa yang sering dijadikan oleh-oleh dan selalu memproduksi terasi dalam jumlah besar setiap tahunnya bahkan merek terasi tersebut sudah dijual sampai keluar daerah Kota Langsa. Dengan adanya berbagai pertimbangan tersebut maka menjadi alasan peneliti untuk mengambil 3 merek terasi tersebut yaitu SBR, Awaina dan Makmi sebagai sampel dalam penelitian ini.

2. Informan Penelitian

Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang memiliki informasi mengenai objek penelitian tersebut. Informan dalam penelitian ini yaitu berasal dari wawancara langsung yang disebut sebagai narasumber.⁸² Dalam penelitian ini informan yang penulis ambil keterangannya yaitu 3 orang yang bekerja di usaha terasi tersebut. Berikut adalah tabel para responden dan informan yang ada dalam penelitian ini:

⁸²Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta, 2008, h.64

Tabel 3.2
Nama-Nama Informan dalam Penelitian ini

Informan		
1	Ibu Hasimah	Masyarakat Desa Lhok Banie yang bekerja di terasi merek SBR
2	Ibu Juwairiyah, S.Pd	Karyawan yang bekerja di terasi merek Awaina
3	Ibu Ros	Masyarakat Desa Simpang Lhee yang bekerja di terasi merek SBR

Informan dalam penelitian ini dipilih dengan alasan bahwa orang tersebut memiliki informasi pendukung yang memperkuat pernyataan-pernyataan yang diberikan oleh para responden.

3.4 Sumber Data

Secara umum dalam suatu penelitian biasanya sumber data yang digunakan dibedakan menjadi dua macam yaitu:

1. Data Primer

Data primer, adalah data yang secara langsung diperoleh oleh peneliti dari sumber primer (data asli).⁸³ Data primer dalam penelitian ini berupa data atau hasil wawancara dengan para informan dan responden.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh penelitian dari orang lain atau sumber sekunder jadi bukan asli.⁸⁴ Dalam penelitian ini, data sekunder tersebut berupa dokumen. Dokumen dari penelitian ini adalah data-data berupa seperti buku-buku, jurnal-jurnal sumber bacaan dan literatur lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

⁸³ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian, cet X*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009, h. 34

⁸⁴ *Ibid.* h.43

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data penelitian yang penulis gunakan dalam skripsi ini melalui kegiatan sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang paling alamiah dan paling banyak digunakan tidak hanya dalam dunia keilmuan, tetapi juga dalam berbagai aktivitas kehidupan. Secara umum observasi merupakan sebuah pengamatan penelitian. Sedangkan secara khusus, dalam dunia penelitian, observasi adalah mengamati dan mendengar dalam rangka memahami, mencari jawaban, mencari bukti terhadap fenomena sosial-keagamaan (perilaku, kejadian-kejadian, keadaan benda dan simbol tertentu) selama beberapa waktu tanpa mempengaruhi fenomena yang diobservasikan, dengan mencatat, merekam, memotret fenomena tersebut guna penemuan data analisis.⁸⁵

2. Metode Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung (berkomunikasi) dengan informan, sehingga akan tercipta proses interaksi antara informan dengan pewawancara (peneliti). Wawancara juga merupakan suatu cara memperoleh keterangan tentang orang, kejadian, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, pengakuan dan kerisauan. Selain itu, wawancara juga dapat diartikan suatu bentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari orang lain

⁸⁵ Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, Bandung: Remaja Remaja Rosdakarya, 2011, h. 167.

dengan mengajukan sejumlah pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu yang ingin dicapai.

Adapun dalam penelitian ini penulis memilih wawancara dilakukan dengan menggunakan metode semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur adalah proses wawancara yang menggunakan panduan wawancara yang berasal dari pengembangan topik dan mengajukan pertanyaan dan penggunaan lebih fleksibel daripada wawancara.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pencarian data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, notulen, rapat, lengger, agenda dan sebagainya.⁸⁶ Dalam penelitian ini penulis mencatat sejumlah data dan keterangan yang diperoleh sebagai data pendukung berdasarkan kebutuhan penelitian.

3.6. Teknik Analisis Data

Adapun metode analisis yang digunakan penulis adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk melukis, menggambarkan, tentang suatu proses atau peristiwa dengan tanpa menggunakan perhitungan atau angka-angka. Penulis menggunakan metode ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada usaha terasi di desa lhok banie Kota Langsa.

Dalam tahapan analisis data, peneliti menggunakan tiga tahapan prosedur analisis data, yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

⁸⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2012, h.206.

1. Reduksi Data

Dalam proses ini, langkah-langkah yang diambil adalah melakukan reduksi data yaitu melalui proses ilmiah, mencari fokus dengan membuat ringkasan, mencari abstraksi, menambah atau mengurangi data kasar yang diperoleh dari lapangan. Reduksi data dan penyajian hasil tersebut ditarik kesimpulan. Jika pada sajian data masih terdapat kejanggalan, langkah selanjutnya adalah dilakukan reduksi dengan mencocokkan data yang ada dengan data yang lain atau mencari data baru. Begitu juga, jika penyajian data masih sulit disimpulkan maka proses reduksi dapat diulang kembali. Reduksi data yang penulis lakukan ialah selama pengumpulan data berlangsung, penulis membuat ringkasan dalam bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan, serta membuang yang tidak perlu, dan membuat kesimpulan-kesimpulan yang berasal dari responden dan buku-buku yang mendukung.⁸⁷

2. Analisis Data

Data yang disajikan dalam penelitian adalah data yang sebelumnya sudah dianalisis, tetapi analisis yang dilakukan masih berupa catatan untuk kepentingan peneliti sebelum disusun dalam bentuk laporan. Setiap data yang sudah direduksi dapat disajikan untuk dianalisis dan disimpulkan. Apabila ternyata data yang disajikan belum dapat disimpulkan, maka data tersebut direduksi kembali untuk memperbaiki penyajian data. Setelah penulis melakukan reduksi data, langkah selanjutnya yaitu sajian data.

⁸⁷ Khairul Bariah, “*Strategi Manajemen Usaha Ritel Studi Analisis Manajemen Syariah pada Azqia Swalayan Kec. Karang Baru Kab. Aceh Tamiang*”, (Skripsi, Fakultas Syari’ah IAIN Langsa, 2017), h. 22

Sajian data yang penulis sajikan dalam penelitian ini adalah memasukkan data-data di lapangan yang berupa dokumen, hasil wawancara dan hasil observasi akan dianalisis sehingga dapat memunculkan deskripsi tentang usaha terasi di Kecamatan Langsa Barat.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan juga sejak permulaan pengumpulan data, penarikan kesimpulan sudah dilakukan yaitu dengan mempertimbangkan apa isi informasi dan maksudnya. Kesimpulan akhir harus dapat diperoleh pada saat data telah terkumpul yang dapat diwujudkan sebagai gambaran sasaran penelitian. Setelah data-data terkumpul, penulis mengelola data-data tersebut, dengan cara memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data pada dasarnya merupakan bagian yang sangat penting dan tidak bisa dipisahkan dari penelitian kualitatif. Adapun teknik keabsahan data sebagai berikut:⁸⁸

3.7.1 Memahami Data

Mendapatkan data yang diinginkan bukan berarti peneliti memahami fenomena yang sedang diteliti. Karena penelitian kualitatif bertujuan untuk mengupas secara mendalam apa yang terjadi dari sebuah peristiwa melalui

⁸⁸Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung Alfabeta, 2009. h. 269-277.

perspektif partisipan, maka rekaman dan transkrip wawancara ibaratnya adalah ‘harta karun’ peneliti yang perlu untuk dieksplorasi maknanya lebih dalam. Disini peneliti perlu untuk memahami dan menyatu dengan data kualitatif yang diperolehnya. Dan tidak ada cara lain yang lebih efektif untuk lebih menyatu dengan data selain membaca dan membaca kembali transkrip wawancara dan bahkan mendengarkan kembali rekaman wawancara atau menonton lagi rekaman video yang sudah dibuat selama proses pengumpulan data. Rekaman wawancara bisa menjadi sumber penting dalam proses analisa data karena peneliti bisa mendapatkan informasi-informasi atau insights yang melalui percakapan-percakapanyang dilakukannya bersama partisipan. Maka dari itu peneliti sempatkan waktu paling tidak satu kali untuk mendengarkannya kembali. Kegiatan ini menjadi lebih penting lagi apabila yang membuat transkrip wawancaranya bukan peneliti sendiri.

Satu hal lagi yang juga penting dilakukan diproses ini adalah dengan data ini adalah dengan membuat catatan pribadi selama membaca transkrip atau saat sedang mendengarkan rekaman wawancara. Penulisan catatan ini bisa dilakukan sesuai dengan minat masing-masing peneliti. Misalnya catatan bisa ditulis dibuku tulis khusus untuk kepentingan penelitian, atau langsung ditulis ditranskrip wawancara. Catatan ini dilakukan untuk menandai poin-poin penting yang bisa jadi ditemui didalam transkrip atau rekaman. Yaitu hal-hal yang sekiranya berpotensi menarik perhatian peneliti saat mulai menganalisa data ditahapan selanjutnya, pengcodingan data misalnya.

Tujuan utama tahapan pertama ini adalah supaya peneliti mulai merasa memahami isi data yang ia peroleh, dan mulai menemukan beberapa hal didalam data yang terkait dengan pertanyaan penelitiannya. Untuk mencapai hal itu, maka sangat wajar apabila peneliti mau untuk membaca transkrip wawancaranya minimal sekali, dua kali bahkan tiga kali sekalipun sampai peneliti benar-benar merasa paham dan ‘dekat’ dengan data dan digabung dengan catatan-catatan yang dibuat selama membaca akan merupakan satu hal vital sifatnya observatif untuk menelusuri kedalaman data yang ia baca.

Membuat catatan disini bukan berarti peneliti mulai meng-coding datanya. Namun catatan-catatan itu bisa berupa coretan-coretan atau highlight dilembaran transkrip wawancara, atau bisa juga seperti catatan kecil buku diary yang umumnya hanya bisa dipahami oleh peneliti sendiri. Karena memang tujuan catatan ini adalah selain sebagai menggaris bawahi beberapa hal yang berpotensi untuk di coding nantinya, juga sebagai reminder bagi peneliti untuk mengamati data yang ia miliki hingga tiap baris transkrip wawancara yang ia miliki.

3.7.2 Membuat Kode

Tahapan kedua dalam proses *thematic analysis* adalah mulai membuat kode pada saat melakukan wawancara. Membuat kode ini bisa diibaratkan pustakawan yang sedang menentukan subyek dari judul buku. Atau seperti pembaca yang berusaha menemukan pikiran utama sebuah paragraph. Kode bisa juga dianggap sebagai label, atau fitur yang terdapat dalam data yang terkait dengan pertanyaan penelitian.

Dalam hal ini peneliti lah yang menentukan data mana saja dalam transkrip wawancaranya yang perlu dikode. Bagi peneliti yang baru melakukan coding, kemungkinan besar ia akan memberikan kode semua data dalam transkrip. Ini tidak apa-apa dilakukan, karena nanti ditahapan berikutnya, peneliti akan meninjau kembali semua kode yang ia buat dan akan mengevaluasi kode mana yang relevan dengan penelitiannya dan kode mana yang tidak relevan.

3.7.3 Mencari Tema

Ditahap ini peneliti mulai berpindah perhatian dari yang semula mencari kode sekarang berganti menjadi mencari tema. Tahap ketiga dalam *thematic analysis* adalah mencari tema, tema yang sesuai dengan tujuan penelitian. Tema ini menggambarkan sesuatu yang penting yang ada di data terkait dengan rumusan masalah penelitian. Tema ini menggambarkan pola dari fenomena yang diteliti.

Selama melakukan tahapan ini kami selalu melihat kembali transkrip-transkrip wawancara untuk memastikan bahwa data yang tertulis disana konsisten dengan tema yang dibuat. Masing-masing tema ini lalu kemudian dibandingkan dengan tema yang lain untuk mengidentifikasi apakah mereka memiliki kesamaan, atau ada perbedaan, bahkan juga untuk menemukan keterkaitan antara tema yang satu dengan tema yang lain. Ketika tema selesai disusun, masing-masing tema dikalkulasi kembali berdasarkan signifikansinya, keterkaitannya dengan pertanyaan penelitian, dan kekhasan masing-masing dalam proses dijadikan dalam satu tema.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Langsa adalah salah satu kota yang berada di Provinsi Aceh. Kota Langsa berada kurang lebih 400 km dari Kota Banda Aceh. Secara astronomis Kota Langsa terletak antara 04024'35,68'' - 04033'47,03'' Lintang Utara dan 97053'14,59'' - 98004'42,16'' Bujur Timur. Batas-batas wilayah Kota Langsa sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Aceh Timur dan Selat Malaka, sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Aceh Tamiang, sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Aceh Timur dan Kabupaten Aceh Tamiang, dan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Aceh Timur. Kota Langsa juga mempunyai dataran rendah dan bergelombang serta sungai-sungai, dengan curah hujan rata-rata tiap tahunnya dengan kisaran 1.850 – 4.013 mm. Secara *topografi* Kota Langsa terletak pada dataran aluviasi pantai dengan elevasi berkisar sekitar 8 m dari permukaan laut di bagian barat daya dan selatan dibatasi oleh pegunungan lipatan bergelombang sedang, dengan elevasi sekitar 75 m, sedangkan di bagian timur merupakan endapan rawa-rawa dengan penyebaran cukup luas.⁸⁹

Pada tahun 2021, jumlah penduduk Kota Langsa sebanyak 185.622 jiwa dengan kepadatan penduduk 707 jiwa/km². Kota Langsa memiliki 5 kecamatan yaitu kecamatan Langsa Timur, Langsa Barat, Langsa Lama, Langsa Baru Dan Langa Kota. Penelitian ini berlokasi di Langsa Barat karena pengusaha terasi yang ada di Kota Langsa berada di Kecamatan Langsa Barat. Kecamatan Langsa Barat

⁸⁹ Badan Pusat Statistik Kota Langsa, *Kota Langsa Dalam Angka 2020*, BPS: Kota Langsa, 2020, h. 6

terdiri dari 15 Desa yaitu Lhok Banie, Paya Bujok Teungoh, Paya Bujok Beuramoe, Simpang Lhee, Seuriget, Matang Seulimeng, Sungai Pauh, Kuala Langsa, Telaga Tujuh, Serambi Indah, Sungai Pauh Pusaka, Sungai Pauh Firdaus dan Sungai Pauh Tanjong. Dari 15 Desa tersebut hanya 2 desa yang memiliki usaha pengolahan terasi. Untuk lebih jelasnya mengenai keadaan usaha pengolahan terasi di Kecamatan Langsa Barat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Jumlah Usaha Perngolahan Terasi Masing-Masing Desa di
Kecamatan Langsa Barat 2022

No	Desa	Jumlah Pengusaha Terasi
1	Simpang Lhee	15
2	Lhok Banie	7
Jumlah		22

Sumber : Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan (BPPK) Langsa Barat 2020.

Untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam pada usaha terasi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa maka peneliti melakukan wawancara kepada 6 narasumber yang terdiri dari 3 orang pemilik terasi dan 3 orang karyawan dari masing-masing merek terasi yang peneliti wawancarai. Hasil wawancara dari setiap informan dan responden dapat diketahui sebagai berikut:

4.2 Proses Pengolahan terasi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa

Sebelum terasi siap digunakan oleh seluruh masyarakat, maka terasi perlu mengalami beberapa proses pengolahan. Proses pengolahan terasi harus memenuhi beberapa syarat agar terasi aman dikonsumsi oleh seluruh masyarakat seperti bahan baku terasi harus memiliki kualitas yang bagus, pengelola terasi tidak menambahkan bahan-bahan berbahaya seperti bahan pengawet yang dilarang oleh pemerintah untuk dicampurkan kedalam makanan.

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah peneliti lakukan pada 3 lokasi pengolahan terasi yang ada di Simpang Lhee dan juga Lhok Banie, ternyata hanya ada 2 usaha terasi yang melakukan pengolahan secara langsung di tempat, sedangkan 1 usaha lagi melakukan pengolahan di Kota Medan. Dalam penelitian ini, proses pengolahan terasi yang dilakukan di Kota Langsa meliputi penimbangan udang rebon yang baru datang dari nelayan/pengepul, kemudian penimbangan udang rebon, penjemuran udang rebon diatas alat jemur kurang lebih 3-6 jam sekaligus pemberian garam, selanjutnya penggilingan kemudian fermentasi setelah dilakukan fermentasi selanjutnya masuk pada tahap pencetakan dan penjemuran tahap ke 2 barulah dilakukan pengemasan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada bapak Jafaruddin S.Sos selaku pemilik terasi bermerek Awaina yang berada di Desa Simpang Lhee:

“bahan baku seperti udang rebon didapat dari pengepul kemudian ditimbang dan dilakukan penjemuran tahap I sekaligus penggaraman dan menyortir udang rebon dari ikan-ikan kecil setelah itu udang rebon digiling dan difermentasi selama kurang lebih 3 hari. setelah itu dilakukan penjemuran tahap II kemudian pencetakan dan dikemas.”⁹⁰

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada Ibu Ami selaku pemilik usaha terasi yang bermerek Makmi yang berada di Desa Simpang Lhee:

“Udang rebon yang didapat dari nelayan langsung dijemur untuk mengeringkan dan di sortir, kemudian dilakukan penggaraman secukupnya. Setelah udang rebon di giling menggunakan alat giling kemudian saya fermentasi. Setelah itu saya lakukan pencetakan terasi kemudian penjemuran tahap II dan terasi siap dikemas di dalam plastik”⁹¹

⁹⁰ Hasil wawancara kepada bapak Jafaruddin S.Sos pemilik USAHA terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

⁹¹ Hasil wawancara kepada ibu Ami pemilik USAHA terasi bermerek Mak Mi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 20 Mei 2022

Dalam mengolah terasi secara langsung bapak Jafaruddin dan Ibu Ami mengalami beberapa kendala seperti bahan baku yang terkadang sulit untuk didapatkan, kemudian pada proses penjemuran jika musim hujan maka tidak dapat melakukan produksi dan udang rebon akan menyusut, hal ini menyebabkan para pengusaha terasi mengalami kerugian. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti secara langsung dengan melihat proses pengolahan terasi yang telah dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa proses pengolahan terasi sudah cukup baik, tidak ada kecurangan dengan menambahkan bahan-bahan berbaya pada proses pengolahan.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada bapak Saiful Bahri pemilik usaha terasi dengan merek SBR dan MISRA, peneliti menemukan fakta menarik bahwa pengolahan terasi dengan merek tersebut tidak sepenuhnya dilakukan di Kota Langsa, melainkan sebagian dilakukan di Kota Medan. Proses pengolahan yang dilakukan di Kota Medan meliputi proses penjemuran udang rebon dan penggaraman, kemudian proses penggilingan dan juga pewarnaan dilakukan di Kota Medan. Hal ini dikarenakan bapak Saiful Bahri tidak memiliki alat giling jadi penggilingan dilakukan di Kota Medan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada bapak Saiful Bahri pemilik usaha terasi dengan merek SBR yaitu sebagai berikut :

“ Bahan baku utama dari pembuatan terasi yaitu udang rebon dan udang rebon itu dikirim dari medan dan sudah digiling dan difermentasi dengan menggunakan bak besar. Kemudian baru dikirim ke Langsa dan tinggal cetak dan dilakukakan penjemuran tahap ke dua saja.”⁹²

⁹² Hasil wawancara kepada bapak Saiful Bahri pemilik USAHA terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

Jawaban dari bapak Saiful Bahri sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada salah satu karyawannya “ disini proses pengolahan terasi tidak dilakukan secara langsung melainkan udang rebon yang telah digiling dikirim dari medan dan disini tinggal proses penjemuran dan pengemasan saja.”⁹³

Jadi dapat diketahui bahwa proses pembuatan terasi tidak dilakukan secara langsung di lokasi melainkan udang rebon yang telah digiling dikirim dari medan dan di langsa hanya tinggal proses penjemuran. Meskipun terasi dari produksi bapak Saiful Bahri belum memiliki sertifikat halal tapi kehalalan produk ini dapat dipertanggung jawabkan dari pengelola karena usaha produksi terasi ini sudah berjalan lebih dari 10 tahun. Walaupun bukan bapak Saiful Bahri yang menggilingnya namun seluruh proses tersebut tetap dibawah pengawasan beliau, karena semua proses tersebut akan mempengaruhi kualitas terasi. Pengolahan terasi seperti penggilingan, penjemuran dan tahap fermentasi dilakukan di Medan karna bapak Saiful Bahri selalu membuat terasi dalam jumlah banyak hingga 2 ton dan belum memiliki mesin giling tersendiri.

Dari ketiga hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada pemilik usaha terasi yang ada di Simpang Lhee dan Lhok Banie tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam proses pembuatan terasi kualitas bahan baku utama yaitu udang rebon sangat diperhatikan, jika udang rebon yang digunakan tidak bagus maka kualitas terasi yang dihasilkan juga tidak akan bagus. Hambatan terbesar dalam mengolah terasi adalah dari cuaca, jika cuaca mendung maka para pengusaha terasi tidak bisa mengolah terasi karena tidak bisa dilakukan proses penjemuran.

⁹³ Hasil wawancara kepada Ibu Hasimah yang bekerja di Usaha terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

4.3 Proses Pemasaran terasi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa

Setelah terasi diproduksi, kemudian masuk kedalam proses pemasaran. Pemasaran adalah salah satu proses terpenting dalam suatu usaha, karena dengan pemasaran yang tepat sasaran maka akan meningkatkan pendapatan dari para pengusaha terasi. Pemasaran merupakan kegiatan yang mempercepat perpindahan barang dan jasa dari produsen terasi ke sentra konsumen, yaitu semua yang berkaitan dengan iklan, distribusi, perdagangan, rencana produk, promosi, publisitas, penelitian dan pengembangan, penjualan, pengangkutan, serta penyimpanan barang, dan jasa (marketing). Dalam melakukan pemasaran terdapat 7 aspek yang harus diperhatikan bagi para pengusaha yaitu *product, price, place, promotion, people, proses dan physical evidence*.⁹⁴

1. *Product* (produk)

Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dalam penelitian ini bauran pemasaran tentang produk berfokus kepada kualitas dari produk terasi yang dihasilkan dimana suatu usaha dapat unggul terhadap kompetitornya jika memiliki produk yang berkualitas dan produk yang memiliki kualitas tinggi akan disukai oleh konsumen. Produk terasi yang berkualitas bagus dihasilkan dari udang rebon yang kualitasnya bagus pula. Bila terasi yang dihasilkan memiliki kualitas nomor satu maka bahan baku utama yaitu

⁹⁴Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi, Dan Kasus* Yogyakarta: Penerbit Caps, 2013, h 29

udang rebon harusla udang rebon basah asli yang langsung didapatkan dari para nelayan dan tidak perlu bahan pewarna lagi karena sudah menghasilkan warna sendiri dari udang rebon tersebut sedangkan untuk kualitas terasi nomor dua didapatkan dari udang rebon kering yang diolah kembali dan biasaya digunakan bahan pewarna karena warna asli yang dihasilkan pucat sehingga tidak menarik untuk dilihat. Selain kualitas produk fokus penelitian selanjutnya adalah adanya label halal, dari ketiga merek terasi ditemukan fakta bahwa hanya satu merek terasi yang memiliki label halal. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara kepada bapak Jafaruddin S.Sos selaku pemilik usaha terasi bermerek Awaina yang berada di Desa Simpang Lhee:

“kualitas terasi saya sudah terjamin dan bisa bertahan sampai setahun lebih, saya tidak ada menggunakan bahan pengawet apapun hanya garam. Terasi disini ada dua tipe grade A dan grade B. Terasi merek Awaina ini sudah memiliki label halal dari tahun 2019 dan ini satu-satunya produksi terasi Kota Langsa yang memiliki label halal.”⁹⁵

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada Ibu Juwariyah S,Pd selaku karyawan dari usaha terasi milik bapak Jafaruddin S.Sos yang bermerek Awaina. Hasil wawancaranya adalah seagai berikut:

“ ya terasi disini kualitas bagus ada dua tipe terasi yang pertama grade A dan grade B, gak ada pakai pengawet cara memasarkan produk dengan menjualnya kepada pelanggan tetap biasanya sudah ada langganan tersendiri, terus ada juga yang datang langsung ketempat produksi ini untuk membeli selebihnya kita jual lewat media sosial”⁹⁶

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada bapak Saiful Bahri pemilik usaha terasi dengan merek SBR yaitu sebagai berikut :

⁹⁵ Hasil wawancara kepada bapak Jafaruddin S.Sos pemilik usaha terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

⁹⁶ Hasil wawancara kepada Ibu Juwariyah yang bekerja di usaha terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

“kalau produk terasi disini terjamin kualitasnya bagus, tergantung dari penjemurannya kalau cuaca terik ya kualitas terasi lebih bagus daripada cuaca mendung. terasi yang saya produksi bisa bertahan hingga 1 tahun tergantung penggaraman dan penjemuran, terasi disini tidak ada pakai bahan pengawet tambahan, ya hanya mengandalkan penggaraman dan penjemuran.”⁹⁷

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada Ibu Ami selaku pemilik usaha terasi yang bermerek Makmi yang berada di Desa Simpang Lhee:

“kalau kualitas gaperlu diragukan lagi ya, produk terasi yang kita jual memiliki kualitas terbaik, tidak menggunakan bahan pengawet berbahaya dan juga bisa bertahan hingga setahun lebih, tapi saya belum ada terfikir untuk membuat produk-produk lain selain terasi. Untuk promosi biasanya udah dari mulut ke mulut. Kita udah memasarkan produk ini sampe keluar langsa, untuk label halal belum ada.”⁹⁸

Untuk terasi merek Awaina terdapat dua kualitas yang pertama terasi grade A yaitu terasi yang berbahan utama udang rebon basah bersumber dari para nelayan dan tidak menggunakan bahan pewarna sedikit pun. Kemudian terasi grade B dimana terasi tersebut berbahan utama udang rebon kering yang biasa dijual di pasar, terasi ini menggunakan bahan pewarna tambahan agar terlihat lebih menarik. Terasi merek Awaina telah memiliki label halal dari Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan & Kosmetika (LPPOM) yang bernaung di bawah Majelis Ulama Indonesia dengan No. 14030000040819. Jadi masyarakat juga dapat mengkonsumsi terasi merek Awaina ini lebih dengan lebih aman dan terjamin

Untuk terasi merek SBR dan juga MISARA menggunakan bahan pewarna makanan, hal ini bertujuan untuk mempercantik tampilan terasi agar lebih menarik

⁹⁷ Hasil wawancara kepada bapak Saiful Bahri pemilik usaha terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

⁹⁸ Hasil wawancara kepada ibu Ami pemilik usaha terasi bermerek Mak Mi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 20 Mei 2022

jika dilihat para pelanggan, namun pemberian pewarna ini tidak mengurangi kualitas dari terasi tersebut karena bahan baku utama tetap udang rebon yang memiliki kualitas bagus.

Untuk terasi merek Makmi menggunakan bahan pewarna makanan juga, hal ini dikarenakan bahan baku utama yaitu udang rebon jika sudah digiling dan di fermentasi warnanya terlihat pucat dan kurang menarik, sehingga diperlukan bahan pewarna tambahan untuk mempercantik tampilan terasi. Namun kualitas terasi juga tidak perlu diragukan karena memiliki kualitas yang bagus.

Jadi dapat diketahui bahwa dalam memasarkan produk terasi, para pemilik usaha terasi sudah melakukan pemasaran produk secara tepat dengan cara mempertahankan kualitas produk terasi. Kualitas dari produk terasi yang dihasilkan dari masing-masing merek dapat bertahan hingga 1 tahun dan tidak menggunakan pengawet berbahaya, hanya menggunakan garam dan penjemuran terasi hingga benar-benar kering maka terasi akan bertahan hingga 1 tahun lebih. Dalam proses pemasaran kualitas dari suatu produk menjadi perhatian utama karena kualitas produk menentukan keputusan pembelian dari para konsumen.

2. *Price (harga).*

Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran paling fleksibel, harga mudah diubah dengan cepat, tidak seperti tampilan produk dan lain sebagainya.

Analisis berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pemasaran melalui harga juga dilakukan oleh para pengusaha terasi terhadap

produknya ialah harga yang bervariasi mulai dari harga terendah sampai tertinggi, harga juga disesuaikan dengan kualitas produk yang dihasilkan. Jika kualitas tinggi maka harga pun tinggi, kualitas sedang harga sedang dan jika kualitas rendah maka harga pun rendah. Untuk mengetahui berapakah harga jual dari terasi dan keuntungan yang didapat oleh para produsen, peneliti melakukan wawancara awal kepada bapak Saiful Bahri pemilik usaha terasi dengan merek SBR yaitu sebagai berikut :

“Untuk satu kilo terasi dijual dengan harga 30.000. Jadi untungnya kadang sedikit kadang banyak gak menentu. Kalau keuntungannya kurnag lebih 3 juta per sekali produksi, jadi dalam sebulan ada 3 kali produksi, sekali produksi bisa menghasilkan 2 ton terasi dan Alhamdulillah dari penghasilan saya ini sudah bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari.”⁹⁹

Untuk harga jual terasi bapak Jafaruddin S.Sos selaku pemilik usaha terasi bermerek Awaina yang berada di Desa Simpang Lhee dapat diketahui sebagai berikut

“kalau dalam menentukan harga jual terasi ya tergantung kualitasnya, kalau terasi grade A harganya 60.000 per kilo, kalau teradi grade B 40.000 ribu per kilo, kalau pembeli ambil banyak ya saya kurangin lagi tergantung tawar menawar, intinya harga pertamanya segitu.”¹⁰⁰

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada Ibu Ami selaku pemilik usaha terasi yang bermerek Makmi yang berada di Desa Simpang Lhee:

“saya 30.000 ribu rupiah. tapi kalau reseller yang biasa ambil banyak dan langganan-langganan saya yaa saya kasi harga lebih murah karna ambilnya banyak. Kalau keuntungan gak tentu yaa kira kira itu sebulan sekitar 3 sampai 5 juta udah bersih.”¹⁰¹

⁹⁹ Hasil wawancara kepada bapak Saiful Bahri pemilik usaha terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

¹⁰⁰ Hasil wawancara kepada bapak Jafaruddin, S.Sos pemilik usaha terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

¹⁰¹ Hasil wawancara kepada ibu Ami pemilik usaha terasi bermerek Mak Mi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 20 Mei 2022

Peneliti melakukan wawancara tambahan kepada para karyawan dari masing-masing merek terasi. Ibu Hasimah yaitu karyawan yang bekerja di usaha terasi milik bapak Saiful Bahri. Hasil wawancaranya adalah sebagai berikut:

“ kalau disini harga kan yang menjual pemilik, setau saya satu kilonya 30.000 tapi ya itu kan nnti kadang pembeli minta kurang adalah tawar menawar, kalau penghasilan saya disini saya digaji setiap kali produksi, sekali produksi terasi mencapai kurang lebih 2 ton terasi dalam waktu 10 hari, biasanya sekali produksi saya di gaji 600.000 ribu rupiah.”¹⁰²

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada Ibu Juwariyah S,Pd.

Hasil wawancaranya adalah seagai berikut:

“ harga jual terasi disini tergantung kualitasnya, yang kualitas nomor 1 harganya 60.000 per kilo yang kualitas nomor 2 40.000 per kilo. Kalau pendapatan saya disini Alhamdulillah cukup buat keluarga, saya disini uda jadi karyawan tetap. Penghasilan saya setiap bulan tidak menentu ya tapi ya cukup untuk bantu bantu ekonomi.”¹⁰³

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada Ibu Ros yang bekerja pada usaha terasi yang bermerek Makmi yang berada di Desa Simpang Lhee:

“ kalau harga yang dijual sekilonya 30.000 ribu rupiah per kilo, kemudian penghasilan saya seharusnya 40.000 ribu rupiah, saya bekerja dari jam 10 sampai jam 4 sore. Kalau tidak masuk kerja ya tidak ada gaji karna saya buruh harian lepas. Alhamdulillah penghasilan saya disini bisa buat bantu-bantu suami lah ”¹⁰⁴

Jadi dapat diketahui bauran pemasaran dengan harga melalui cara seperti ini adalah tidak dilarang karena menentukan harga yang sama dengan kualitas produk merupakan salah satu bauran pemasaran dalam ekonomi Islam yang di bolehkan. Selain itu, dalam ekonomi Islam juga dijelaskan Islam membolehkan mengambil keuntungan dalam penjualan tetapi tidaklah merugikan pihak lain, dan

¹⁰² Hasil wawancara kepada Ibu Hasimah yang bekerja di usaha terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

¹⁰³ Hasil wawancara kepada bapak Juariyah S.Pd yang bekerja di usaha terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

¹⁰⁴ Hasil wawancara kepada ibu Ros yang bekerja di usaha terasi bermerek bermerek Mak Mi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 20 Mei 2022

harga yang disajikan haruslah harga yang kompetitif. Dengan demikian, harga yang diberikan oleh setiap pengusaha terasi kepada konsumen untuk membeli produknya telah sesuai dengan prinsip ekonomi dan tidaklah merugikan atau menguntungkan satu pihak saja, tetapi sama-sama menguntungkan.

Para pengusaha terasi menetapkan harga terasi berdasarkan kualitas terasi yang dihasilkan, jika kualitas terasi kurang bagus maka harga yang dijual sedikit lebih murah dibandingkan dengan terasi yang kualitasnya bagus. Sebagai contoh, terasi merek Awaina ada di harga 60.000 per kilo untuk Grade A dan 40.000 per kilo untuk Grade B. perbedaan harga ini timbul karena adanya perbedaan kualitas dari terasi dan konsumen berhak memilih mana yang ingin dibeli atau yang sesuai dengan keinginan konsumen. Kemudian dari ketiga merek terasi yang diteliti peneliti menemukan fakta menarik bahwa harga terasi dari ketiga merek tersebut berbeda-beda hal ini dikarenakan kualitas terasi yang dihasilkan juga berbeda, kualitas bahan baku utama seperti udang rebon juga berbeda dan juga proses dari pengolahan terasi sendiri menentukan harga jual dari terasi tersebut.

Namun dari ketiga merek terasi tersebut tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan dengan harga jual yang ditetapkan oleh masing-masing pengusaha, karena mereka sudah memiliki pasar atau langganan masing-masing dalam memasarkan terasi jadi walaupun ada perbedaan harga yang lebih murah ataupun lebih mahal tidak mengurangi konsumen yang datang untuk membeli terasi karena masing-masing merek terasi sudah ada pelanggan tersendiri.

3. *Place (Tempat Penjualan).*

Tempat merupakan lokasi melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai lokasi untuk memajangkan barang-barang dagangnya dan tempat memproduksi barang dan jasa tersebut. Konsumen dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau dijual, baik jenis, jumlah, maupun harganya.

Berdasarkan hasil analisis yang telah penulis lakukan ditemukan fakta bahwa dari ketiga merek terasi yang ada dalam penelitian ini seluruhnya tidak memiliki tempat penjualan tersendiri, para pengusaha terasi hanya menjual terasi yang telah selesai di produksi di tempat yang sama dengan pengolahan terasi, hanya saja terasi yang sudah siap jual di susun pada lemari kaca agar pembeli mudah dalam memilih terasi. Peneliti tidak menemukan toko khusus untuk menjual produk terasi, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara berikut ini:

“untuk tempat penjualan terasi ya kita jual disini bercampur dengan pengolahan tidak ada toko khusus menjual terasi, kalau ada pelanggan mau beli ya bisa liat prosesnya sekalian, kemudian untuk lokasi disini mudah dijangkau karena masih berada di dekat jalan utama. Kebersihan lokasi penjualan juga menjadi hal yang sangat kami perhatikan.”¹⁰⁵

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada bapak Jafaruddin S.Sos selaku pemilik usaha terasi bermerek Awaina yang berada di Desa Simpang Lhee:

“untuk tempat penjualan terasi kita jual di depan aja, kalau pengolahannya kan dibelakang penjualannya kita letakkan di depan disusun di rak-rak kalau tempat jualan lokasinya mudah ditemukan. Kebersihan tempat penjualan terasi ya begini namanya produksi terasi jadi ya agak bau.”¹⁰⁶

Jadi dapat diketahui bahwa tempat penjualan terasi masih seadanya dan masih berada di satu lokasi yang sama dengan pengolahan. Hal ini dikarenakan

¹⁰⁵ Hasil wawancara kepada bapak Saiful Bahri pemilik usaha terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

¹⁰⁶ Hasil wawancara kepada Bapak Jafaruddin S.Sos pemilik usaha terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

terasi yang diolah biasanya langsung dikirim ketempat para pelanggan dan yang dijual secara ecer hanya beberapa saja jadi mereka tidak memerlukan toko untuk memajang hasil terasi yang telah di produksi. Terlihat hanya beberapa terasi saja yang disusun di rak tempat penjualan.

4. *Promotion (promosi).*

Promosi juga terdapat dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), promosi baik secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk, sehingga promosi sangatlah penting dalam rangka mengenalkan produk kepada konsumen. Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar. Sebagai salah satu elemen bauran promosi, promosi penjualan merupakan unsur penting dalam kegiatan promosi produk.

Berdasarkan hasil pengamatan secara menadalam yang telah peneliti lakukan kepada ketiga merek terasi ditemukan fakta bahwa hanya dua merek terasi yang menggunakan bauran pemasaran *marketing mix* pada aspek promosi yaitu terasi merek Awaina dan Makmi. Dimana kedua terasi tersebut melakukan promosi dari beberapa media sosial seperti instagram dan facebook. Kemudian jika konsumen ingin mengetahui terasi khas langsa dengan merek Awaina dna Makmi, seluruh informasi juga tersedia di google. Jadi dapat diketahui bahwa promosi ini sangat menunjang pemasaran dari suatu produk dan akan memunculkan minat beli di hati masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara berikut ini:

“saya menjual terasi ini sampai keinternet ada juga, ya banyak juga yang beli dari luar aceh seperti medan, kemudian bandung saya kirim sampai

kesana dan alhamdulillah terasi merek saya sudah dikenal dimana mana. Saya juga jual dari facebook, dari whatsapp. Pendapatan sangat meningkat sebelum dan sesudah saya melakukan promosi.”¹⁰⁷

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada Ibu Ami selaku pemilik usaha terasi yang bermerek Makmi yang berada di Desa Simpang Lhee:

“promosi ada saya lakukan dari mulai awal pengolahan sudah melakukan promosi tapi hanya dari mulut ke mulut, kalau sekarang sudah dari internet dari media sosial juga. Pendapatan udah pasti lebih meningkat semenjak adanya promosi¹⁰⁸

Promosi yang telah dilakukan melalui media sosial sangat berdampak terhadap pendapatan dari para pengusaha terasi, dengan adanya media sosial maka dapat menjangkau seluruh Indonesia, hal ini dibuktikan dengan pernyataan dari bapak Jafaruddin bahwa penjualan terasi miliknya sudah di kirim keluar Aceh, hal ini menandakan bahwa promosi memberikan dampak positif bagi pendapatan. Namun, bapak Saiful Bahri memiliki pendapat lain mengenai promosi. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara berikut ini :

“kalau promosi ke internet gak ada, lebih dari mulut kemulut tapi saya bolehkan pembeli untuk mencoba dahulu kalau suka boleh beli. Kalau peningkatan pendapatan kan dulu saya promosinya dari mulut ke mulut saja itupun 10 tahun yang lalu pada saat saya mulai merintis, kalau sekarang saya tinggal menikmati hasilnya pembeli yang datang sendiri”¹⁰⁹

Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara kepada salah satu karyawan dari Bapak Saiful Bahri “kalau untuk promosi saya tidak ada, tapi setau saya terasi disini udah dijual sampe keluar daerah ”¹¹⁰

¹⁰⁷ Hasil wawancara kepada bapak Jafaruddin S.Sos pemilik usaha terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

¹⁰⁸ Hasil wawancara kepada ibu Ami pemilik usaha terasi bermerek Mak Mi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 20 Mei 2022

¹⁰⁹ Hasil wawancara kepada bapak Saiful Bahri pemilik usaha terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

¹¹⁰ Hasil wawancara kepada Ibu Hasimah yang bekerja di usaha terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

Jadi dapat diketahui bahwa dalam memasarkan produknya bapak Saiful Bahri tidak ada melakukan promosi apapun dan hanya mengandalkan *review* dari para pelanggan yang merekomendasikan terasi miliknya ke orang lain. Jika bapak Saiful Bahri tidak melakukan promosi di era modern seperti sekarang maka terasi olahan bapak Saiful Bahri tidak akan dikenal luas oleh masyarakat dan hal tersebut akan berdampak terhadap pendapatan dari bapak Saiful Bahri karena promosi dapat membatu memperkenalkan produk-produk yang kita jual kepada masyarakat luas.

Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan bertujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen. Promosi yang dilakukan oleh para pemilik terasi dalam memasarkan produknya bertujuan untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen akan manfaat dan kelebihan dari produk terasi yang mereka produksi. Promosi yang sudah dilakukan merupakan suatu bentuk komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal, sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut dan hasil akhirnya adalah pendapatan dari para penjual. Namun untuk terasi merek SBR belum ada promosi yang dilakukan di media sosial ataupun spanduk karena pemilik terasi merek SBR belum mau mengeluarkan modal untuk promosi, hal ini dikarnakan anggapan beliau bahwa promosi memerlukan modal yang besar sehingga tidak ada terfikirkan untuk melakukan promosi secara *intens*.

5. *People* (Sumber Daya Manusia).

Aspek ini tentu saja bukan hanya konsumen namun semua SDM yang terlibat termasuk pekerja atau tim bisnis. Hal ini sangat penting diperhatikan mengingat semua orang tentunya mempunyai kecenderungan yang berbeda dalam dunia bisnis. Memberikan perhatian yang baik pada orang yang terlibat dalam bisnis merupakan langkah awal yang sangat baik.

Orang (*people*), adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam menyajikan jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen dari orang adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain. Semua sikap dan tindakan karyawan dan keramahan dari para karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa. keramahan dalam melayani konsumen sangat diperhatikan oleh para pengusaha terasi. Dengan sikap karyawan yang ramah dalam memasarkan produk maka pembeli akan merasa puas sehingga akan terjadi pembelian secara berulang atau loyalitas dari para pelanggan terasi. Hal ini didukung dari hasil wawancara berikut ini:

“saya bekerja dibantu dengan karyawan, jumlah karyawan ada 8 orang tapi sebelum puasa kemarin ada 15 orang, jadi sistem kerja disini itu harian, kalau mau masuk ya masuk atau kalau lagi ada kerjaan ditempat lain dan orang ini gak masuk ya gapapa. Yang pekerja tetap hanya 8 orang. Seluruh pekerja tetap maupun yang harian semuanya masyarakat sekitar sini.”¹¹¹

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada bapak Jafaruddin, S.Sos selaku pemilik terasi bermerek Awaina yang berada di Desa Simpang Lhee:

“saya dibantu oleh 5 karyawan dan karyawan disini semuanya dari Simpang Lhee, yang kerja ya tetangga-tetangga sekitar sini aja dan untuk

¹¹¹ Hasil wawancara kepada bapak Saiful Bahri pemilik usaha terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

proses pemasaran disini keramahan dari setiap karyawan sangat diperhatikan karna itu salah satu cara kita untuk menarik pelanggan.”¹¹²

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada Ibu Ami selaku pemilik terasi yang bermerek Makmi “iya ada karyawan 3 orang, Alhamdulillah bisa buka lapangan pekerjaan dan seluruh karyawan disini ramah-ramah semua”¹¹³. Jadi dapat diketahui bahwa seluruh karyawan bekerja pada usaha terasi harus memiliki sikap yang ramah kepada para pembeli, selain itu usaha pengolahan terasi ini juga memberikan dampak positif dalam membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar dan juga dapat menabah penghasilan bagi para ibu rumah tangga.

6. *Process (Proses).*

Strategi proses juga berhubungan dengan tata letak ruang alur produksi dan alur penjualan produk. Tata letak merupakan suatu keputusan penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi dalam jangka panjang. Tata letak memiliki banyak dampak strategis karena tata letak menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas, proses, fleksibilitas, dan biaya, serta, kualitas lingkungan kerja, kontak pelanggan dan citra perusahaan. Tata letak yang efektif dapat membantu organisasi mencapai sebuah strategi yang menunjang diferensiasi, biaya rendah, atau respon cepat.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti proses pemasaran terasi dari ketika produksi terasi tersebut adalah dengan sistem pendistribusian kepada para reseller, dimana reseller-reseller tersebut selalu membeli dalam jumlah banyak untuk dijual kembali dalam bentuk eceran. Namun terkadang para pengusaha terasi juga

¹¹² Hasil wawancara kepada bapak Jafaruddin, S.Sos pemilik usaha terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

¹¹³ Hasil wawancara kepada ibu Ami pemilik usaha terasi bermerek Mak Mi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 20 Mei 2022

menjual secara ecer untuk para pembeli yang langsung datang ketempat pengolahan terasi. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara berikut ini:

“terasi ini saja jual biasanya orang yang memang sudah pesan pelanggan tetap terkadang saya kirim ke luar kota seperti Lhoksemawe, Meulaboh, Tapak Tuan, Blang Pidie, Nagan raya, kalau hambatan dalam memasarkan terasi belum ada ya karna memang pelangga tetap udah banyak jadi gak susah jual- jual lagi dan kosumen pun gak pernah komplek”¹¹⁴

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada bapak Jafaruddin S.Sos selaku pemilik terasi bermerek Awaina yang berada di Desa Simpang Lhee:

“penjualan terasi ini ada beberapa proses, ada yang online dari internet ada yang langsung belanja kemari ada juga dari reseller yang minta dikirim biasanya dalam jumlah banyak. Dulu pernah ada komplek karna terasi yang datang bentuknya jadi gak karuan tapi sekarang kita udah tau kalau kirim keluar kota pengemasannya kita buat lebih kuat la istilahnya biar barang itu gak hancur.”¹¹⁵

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada Ibu Ami selaku pemilik terasi yang bermerek Makmi yang berada di Desa Simpang Lhee:

“proses penjualan ya seperti biasa ya dijual aja kadang ada yang datang langsung, ada yang memesan lewat media sosial. Kalau komplek belum pernah kita terima dari konsumen. Hambatan dalam pemasaran gak ada ya karna setiap habis produksi langsung habis aja.”¹¹⁶

Hasil wawancara tersebut diperkuat dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada para karyawan yang bekerja di pengolahan terasi yaitu sebagai berikut:

“ proses pemasaran terasi ya kalau sudah kita cetak dan jemur dan udah jadi langsung kita distribusikan ketempat-tempat pelanggan kita. Tapi

¹¹⁴ Hasil wawancara kepada bapak Saiful Bahri pemilik usaha terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

¹¹⁵ Hasil wawancara kepada bapak Jafaruddin S.Sos pemilik usaha terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

¹¹⁶ Hasil wawancara kepada ibu Ami pemilik usaha terasi bermerek Mak Mi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 20 Mei 2022

kebanyakan yang udah disini itu pelanggan tetap yang beli dalam jumlah banyak kemudian dijual lagi dan penjualan udah sampe keluar kota.”¹¹⁷

Hasil ini diperkuat oleh Ibu Juwariyah S,Pd. “iya terasi yang sudah selesai di olah biasanya langsung dijual, udah ada yang ambil sendiri sih terus kan kalo online itu kemasannya kita gunakan kerdus biar gak hancur, kalau komplek setau saya selama ini gak ada.”¹¹⁸

Jadi dapat diketahui proses penjualan terasi para produsen tidak perlu lagi mencari-cari pembeli karna sudah memiliki langganan masing-masing yang biasa membeli terasi dalam jumlah banyak untuk dijual kembali. Dan dari ketiga merek terasi hanya ada satu merek terasi yaitu Awaina yang memiliki label halal dan aman dari BPOM sedangkan dua lainnya belum. Hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi para produsen terasi karna label halal dan aman dari BPOM sangat penting bagi pembeli karna menandakan bahwa terasi tersebut benar-benar halal dan aman untuk dikonsumsi.

7. *Physical Evidance* (Bukti Fisik).

Bukti fisik menurut merupakan bukti yang dimiliki oleh para produsen terasi yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen seperti kemasan yang menarik, bentuk terasi yang menarik atau setiap produsen pasti memiliki ciri khas tersendiri dari setiap produk yang diolah agar menarik

¹¹⁷ Hasil wawancara kepada Ibu Hasimah yang bekerja di usaha terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

¹¹⁸ Hasil wawancara kepada ibu Juariyah, S.Pd yang bekerja di usaha terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

minat pembeli. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang ditawarkan kepada pelanggan ataupun calon pelanggan.¹¹⁹

Sarana Fisik (*physical evidence*) merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain dalam proses pemasaran adalah adanya logo pada kemasan, komposisi pada kemasan, label halal dan juga bentuk dari setiap terasi yang diproduksi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan fakta menarik bahwa dari ketiga merek terasi hanya ada satu merek terasi yang memberikan bukti fisik secara nyata bahwa terasi tersebut aman dikonsumsi seperti komposisi bahan, label halal dan juga DINKES serta terdapat logo. Terasi tersebut adalah terasi merek Awaina, hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara berikut ini:

“Proses pengemasan terasi disini ada berbagai bentuk, ada yang serbuk, ada yang padat bulat dan ada yang pasta ya seperti terasi pada umumnya dan yang menarik di terasi tempat kita sudah tercantum label halal, logo juga ada dan juga komposisi bahan juga telah kita cantumkan, karna di Kota Langsa hanya punya saya yang memiliki label halal.”¹²⁰

Fakta berbeda ditemukan saat peneliti mengamati proses pemasaran terasi milik bapak Saiful Bahri dan ibu Ami. Pada kemasan yang mereka buat tidak ada bukti fisik bahwa terasi tersebut aman dikonsumsi dimana tidak terlihat adanya komposisi dari bahan-bahan terasi, kemudian tidak ada label halal dan aman dari Dinas Kesehatan. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara berikut ini:

¹¹⁹Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi, Dan Kasus* Yogyakarta: Penerbit Caps, 2013, h 29

¹²⁰ Hasil wawancara kepada bapak Jafaruddin, S.Sos pemilik usaha terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

“Kalo pengemasan terasi disini ada dua jenis ada yang bentuk petak-petak dan ada juga yang bulat. Kita bikin semenarik mungkin agar masyarakat tertarik, logo dikemasan belum tersedia komposisi bahan dan juga label halal tidak ada. kita hanya mencantumkan merek dari terasi yang kita jual misalkan terasi SBR dan MISRA asli Langsa kemudian kita cantumkan nomor telfon ”¹²¹

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada Ibu Ami selaku pemilik terasi yang bermerek Makmi yang berada di Desa Simpang Lhee “terasi yang sudah kering ya bisa langsung dikemas dan kelebihan produk kita itu rasa terasinya lebih gurih, belum ada komposisi bahan dan juga label halal.”¹²²

Dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa terasi dari ketiga merek tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing ada yang sudah memiliki label halal dan ada yang belum, dalam memasarkan terasi para produsen juga telah semaksimal mungkin dalam mengemas terasi agar aman sampai ke tangan konsumen dan juga membentuk terasi dengan berbagai bentuk seperti kotak, bulat dan memanjang agar lebih menarik minat konsumen dalam membeli.

Kemudian untuk bukti fisik seperti logo, komposisi bahan dan juga label halal atau aman dikonsumsi dari Dinas Kesehatan dari ketiga merek terasi hanya ada satu yang memang memiliki bukti fisik di kemasan yaitu Awaina. Untuk kedua merek terasi lainnya belum ada mencantumkan komposisi bahan dan juga label halal. Seharusnya para pengusaha terasi sudah mulai memikirkan tentang pengurusan label halal agar masyarakat merasa aman saat mengkonsumsi terasi, terlebih lagi bagi terasi merek SBR dikarenakan pengolahannya tidak dilakukan

¹²¹ Hasil wawancara kepada bapak Saiful Bahri pemilik usaha terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

¹²² Hasil wawancara kepada ibu Ami pemilik usaha terasi bermerek Mak Mi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 20 Mei 2022

secara langsung di Kota Langsa sebaiknya didukung dengan adanya label halal agar terasi tersebut benar-benar aman untuk dikonsumsi.

4.4. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pengolahan Dan Pemasaran Terasi Di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa

Dalam proses pengolahan dan pemasaran terasi perlu adanya etika bisnis Islam, karena dalam menjalankan bisnis perlu adanya akhlak yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Etika bisnis Islam merupakan aturan dalam menjalankan bisnis agar sesuai dengan prinsip Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran antara pelaku bisnis. Karena Allah telah membuat kode etik bagi seorang pembisnis mengenai bisnis tersebut. Apabila kode etik yang telah ditetapkan tersebut dilaksanakan tentu tidak akan terjadi perilaku menyimpang dalam pelaksanaan bisnis yang merugikan orang lain.

Etika bisnis ada empat hal yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis, keempat hal tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari Nabi Muhammad SAW dan sangat dikenal dikalangan ulama, namun masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis sifat-sifat tersebut diantaranya *Siddiq* (jujur/benar), *Amanah* (terpercaya), *Tabligh* (komunikatif) dan *Fatanah* (cerdas).

1. *Siddiq* (jujur/benar)

Jujur nilai dasarnya ialah integritas, nilai-nilai, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional adalah sikap yang sangat urgen dalam hal bisnis. Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada kontradiktif dan pertentangan yang disengaja antara

ucapan dan perbuatan. Selalu bersikap jujur maka akan dicatat oleh Allah sebagai seorang yang jujur. Dalam berbagai hadist Nabi Muhammad saw sering menekankan pentingnya perdagangan jujur.

Berdasarkan hasil pengamatan yang peneliti lakukan di tempat pengolahan dan pemasaran terasi, peneliti tidak menemukan adanya kecurangan dalam proses pengolahan maupun pemasaran. Para pengusaha terasi tidak ada menambahkan bahan-bahan berbahaya dalam mengolah terasi dan juga jujur dalam melakukan penimbangan pada terasi. Hal ini dapat terlihat dari hasil wawancara berikut ini

“saya tidak pernah menambahkan bahan-bahan berbahaya dalam mengolah terasi, kualitas dari udang rebon juga nomor satu dalam menimbang terasi juga tidak pernah menipu, selalu jujur dan saya selalu mengatakan tentang kelebihan dan kelemahan produk kepada pelanggan misalnya ini lagi cuaca hujan jadi kualitas terasi tidak sebagus biasanya”¹²³

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada bapak Jafaruddin, S.Sos selaku pemilik terasi bermerek Awaina yang berada di Desa Simpang Lhee:

“tidak ada menambahkan bahan apa-apa, pewarna pun saya tidak gunakan hanya untuk terasi grade B. Kemudian dalam penimbangan terasi sampai detik ini tidak ada yang kurang insyaaallah semua jujur, kualitas terasi saya memang selalu terbaik tidak ada kurangnya karna saya selalu mengutamakan kualitas.”¹²⁴

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada Ibu Ami selaku pemilik terasi yang bermerek Makmi yang berada di Desa Simpang Lhee:

“terasi saya dijamin aman walaupun belum ada label halal tapi aman karena selama ini saya bejualan dengan jujur, bahan baku juga kualitas nomor satu, apalagi penimbangan terasi malah lebih sering kita lebihkan bukan kurangi.”¹²⁵

¹²³ Hasil wawancara kepada bapak Saiful Bahri pemilik usaha terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

¹²⁴ Hasil wawancara kepada bapak Jafaruddin, S.Sos pemilik usaha terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

¹²⁵ Hasil wawancara kepada ibu Ami pemilik usaha terasi bermerek Mak Mi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 20 Mei 2022

Jadi dapat diketahui bahwa salah satu karakter pebisnis yang terpenting dan diridhoi oleh Allah ialah kejujuran dan seluruh pengusaha terasi memiliki prinsip kejujuran dalam mengolah terasi. Begitu pentingnya kejujuran bagi kehidupan di segala aspek terutama dalam kegiatan bisnis yang berkaitan dengan orang lain. Jujur nilai dasar ialah prinsip-prinsip, nilai-nilai, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional adalah sikap yang sangat penting dalam hal bisnis. Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan kenyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam dan tidak ada berlawanan atau pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Artinya para pekerja dan pemilik pengolahan terasi seluruhnya jujur dalam bekerja, tidak ada kebohongan baik dalam timbangan, dalam bahan baku terasi dan juga selalu jujur akan kualitas terasi yang dijual kemudian adanya komposisi bahan pada kemasan terasi yang menandakan bahwa dalam mengolah terasi menggunakan bahan-bahan yang aman dan juga untuk terasi merek Awaina sudah memiliki label halal dan aman dari BPOM sehingga aman untuk dikonsumsi.

2. Amanah (Dapat Dipercaya)

Amanah berarti dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel, juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu yang sesuai dengan ketentuan. *amanah* juga dapat diartikan sebagai pembisnis yang memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya. *Amanah* dapat ditampilkan dalam bentuk, keterbukaan, kejujuran, dan pelayanan yang optimal kepada atasan, bawahan dan mitra kerja.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan bahwa seluruh pengusaha terasi yang ada di Kecamatan Langsa Barat telah menerapkan prinsip amanah, dimana terasi yang diproduksi dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan kebersihannya kemudian untuk proses pengiriman dapat dijamin bahwa terasi yang datang tepat waktu dan sesuai dengan pesanan. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara berikut ini:

“kebersihan dalam mengolah terasi dapat dipertanggung jawabkan, halal sudah pasti karna kita memang mengolah terasi menggunakan udang rebon pilihan, garam dan sedikit pewarna. Untuk pemasaran disini bisa dipercaya dan terjamin kualitas terasinya.”¹²⁶

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada bapak Jafaruddin S.Sos selaku pemilik terasi bermerek Awaina yang berada di Desa Simpang Lhee:

“kalau kebersihan udah pasti. Kalau dalam mensuplyai terasi kita udah menepati janji misalkan janji hari rabu kita kirim yaa udah pasti kita kirim tapi sampainya kadang yang telat mungkin karna kadang kita kirim lewat pihak ketiga lagi kalau keluar kota .”¹²⁷

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada Ibu Ami selaku pemilik terasi yang bermerek Makmi yang berada di Desa Simpang Lhee:

“kebersihan tempat produksi bisa dilihat sendirilah cukup bersih, halal insyaallah udah halal, iyaa apa yang saya promosikan di sosial media itu benar adanya tidak berbohong, pelayanan juga sudah pasti kita kasi yang terbaik dan juga dalam mengirim barang selalu tepat waktu.”¹²⁸

Kemudian untuk memperkuat hasil wawancara dari para pemilik usaha terasi, peneliti melakukan wawancara tambahan kepada karyawan yang bekerja pada masing-masing usaha terasi. Hasil wawancaranya adalah sebagai berikut “

¹²⁶ Hasil wawancara kepada bapak Saiful Bahri pemilik usaha terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

¹²⁷ Hasil wawancara kepada bapak Jafaruddin S.Sos pemilik usaha terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

¹²⁸ Hasil wawancara kepada ibu Ami pemilik usaha terasi bermerek Mak Mi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 20 Mei 2022

udah pasti tempat produksi dijamin bersih dan juga halal, kualitas bahan baku juga nomor satu, barang yang kita promosikan sesuai sama aslinya dan dapat dipercaya.”¹²⁹

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada Ibu Juhairiyah S.Pd yaitu sebagai berikut “tempat pengolahan udah bersih, kehalalan dan keamanan juga dijamin kemudian produk yang kita jual di sosial media sama aslinya juga sama tidak ada penipuan sama sekali.”¹³⁰ Hal ini diperkuat oleh pendapat dari Ibu Ros selaku karyawan dari ibu Ami yang menyatakan bahwa “iya bersih tempatnya, halal dan aman juga, pelayanan disini udah bagus dan barang yang di foto sesuai sama aslinya.”¹³¹

Jadi dapat diketahui bahwa dalam berbisnis sifat *amanah* harus diterapkan bagi para pembisnis. *Amanah* berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya. *Amanah* dapat ditampilkan dalam bentuk, keterbukaan, kejujuran, dan pelayanan yang optimal kepada setiap pelanggan. Para pengusaha terasi sudah menerapkan prinsip *amanah* dalam mengolah dan memasarkan terasi hal ini dapat terlihat dari jaminan kebersihan dalam mengolah terasi, terasi dibuat dari bahan-bahan yang halal dengan kualitas terbaik dan pada saat melakukan penjualan tidak ada unsur penipuan seperti berbohong kepada konsumen terhadap produk terasi yang dijual, pelayanan kepada konsumen juga telah dilakukan secara maksimal baik pelanggan

¹²⁹ Hasil wawancara kepada Ibu Hasimah yang bekerja di usaha terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

¹³⁰ Hasil wawancara kepada ibu Juhairiyah, S.Pd yang bekerja di usaha terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

¹³¹ Hasil wawancara kepada ibu Ros yang bekerja di usaha terasi bermerek bermerek Mak Mi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 20 Mei 2022

online maupun yang membeli langsung dan dalam pengiriman barang selalu tepat waktu, namun terkadang barang yang sampai kepada konsumen tidak sesuai janji karena pada proses pengiriman mungkin terhalang beberapa hal, pengiriman biasanya menggunakan bus atau JNT, JNE dan lainnya.

3. *Tabligh* (Komunikatif)

Artinya komunikatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat ini akan menyampaikannya dengan benar dan dengan tutur kata yang tepat. Berbicara dengan orang lain dengan sesuatu yang mudah dipahaminya, berdiskusi dan melakukan persentasi bisnis dengan bahasa yang mudah dipahami sehingga orang tersebut mudah memahami pesan bisnis yang ingin kita sampaikan. Seorang pebisnis atau pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak berbohong tentang kekurangan produknya (tidak menipu pelanggan).

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti ditemukan fakta bahwa seluruh pengusaha terasi sudah menerapkan prinsip *Tabligh* dalam mengolah dan memasarkan terasi, dimana para pemilik usaha terasi menjaga hubungan baik dengan seluruh karyawan dan juga menerima masukan dari para pelanggan. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara berikut ini:

“selalu kasi pengarahan kalau salah ditegur dengan sopan, iyaa kami selalu jujur dalam berjualan apalagi jika sedang bicara tentang produk terasi kepada pelanggan tidak ada penipuan sama sekali, komunikasi kepada pelanggan harus dijaga dengan baik, kalau ada kritikan ya kita jadikan motivasi agar kedepannya lebih baik”¹³²

¹³² Hasil wawancara kepada bapak Saiful Bahri pemilik usaha terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada bapak Jafaruddin S.Sos selaku pemilik usaha terasi bermerek Awaina yang berada di Desa Simpang Lhee:

“Pengarahan udah pasti apalagi kalau karyawan baru harus dikasi dulu pengarahan, kalau ada yang salah ya dikasi tau baik baik, kalau dalam pemasaran selalu jujur kita, apapun keterangan yang ada di media sosial itu sesuai dengan kenyataan yang ada dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan itu hal yang nomor satu.”¹³³

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada Ibu Ami selaku pemilik usaha terasi yang bermerek Makmi yang berada di Desa Simpang Lhee:

“Pengarahan kepada karyawan itu selalu, dalam sebulan paling sedikit ada sekali rapat untuk evaluasi kerja, kalau ada kesalahan dalam bekerja selalu ditegur secara sopan kemudian ya saya selalu menjaga komunikasi kepada seluruh pelanggan saya agar pelanggan saya puas membeli terasi disini.”¹³⁴

Jadi dapat diketahui bahwa pemilik usaha terasi adalah orang yang mampu mengkomunikasi visi dan misinya dengan benar kepada karyawannya dan mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan tidak harus berbohong dan menipu kepada pelanggan. Penjual harus dapat menjaga hubungan baik kepada para pelanggan dan jujur terhadap produk yang dijual, bukan hanya itu menjaga hubungan baik terhadap seluruh karyawan juga merupakan salah satu cerminan sifat *tabligh* dalam berbisnis.

4. Fathanah (Cerdas)

Fathanah dapat diartikan sebagai intelektual, kecantikan atau kebijaksanaan. Pemimpin yang fatanah adalah pemimpin yang memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan

¹³³ Hasil wawancara kepada bapak Jafaruddin S.Sos pemilik USAHA terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

¹³⁴ Hasil wawancara kepada ibu Ami pemilik USAHA terasi bermerek Mak Mi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 20 Mei 2022

kewajiban. Sifat *fathanah* dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap Muslim. Seorang Muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh Allah SWT. Potensi yang paling berharga dan termahal hanya diberikan oleh Allah kepada manusia yaitu akal (*intelektualitas*).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan fakta bahwa dari ketiga pemilik usaha terasi seluruhnya belum menerapkan prinsip *Fathanah* (kecerdasan), dimana terlihat bahwa sebelum memulai usaha terasi para pengusaha terasi tidak ada melakukan analisa pasar terlebih dahulu dan juga tidak ada melakukan inovasi dalam berbisnis. Hal ini dapat terlihat dari hasil wawancara berikut ini: “inovasi produk belum ada, kalau untuk pemasaran ya saya tinggal jual aja gak ada analisa pasar”¹³⁵

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada bapak Jafaruddin S.Sos selaku pemilik usaha terasi bermerek Awaina yang berada di Desa Simpang Lhee:

“saya hanya produksi terasi untuk ikan asin atau sebagainya belum ada, kalau dulu pas awal mau bikin usaha terasi saya cari-cari kira kira usaha apa yang memang banyak peminatnya bisa bertahan lama dan belum banyak di Kota Langsa, akhirnya memutuskan untuk usaha pembuatan terasi”¹³⁶

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan kepada Ibu Ami selaku pemilik terasi yang bermerek Makmi yang berada di Desa Simpang Lhee: “saya tidak ada membuat inovasi dan analisa pasar juga gak ada ya jual tinggal jual juga, saya juga pendidikannya bukan tinggi sekali hanya tamat SMA jadi kurnag ngerti.”¹³⁷

¹³⁵ Hasil wawancara kepada bapak Saiful Bahri pemilik usaha terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

¹³⁶ Hasil wawancara kepada bapak Jafaruddin S.Sos pemilik usaha terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

¹³⁷ Hasil wawancara kepada ibu Ami pemilik usaha terasi bermerek Mak Mi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 20 Mei 2022

Jadi dapat diketahui bahwa dalam bisnis pengolah dan pemasaran terasi, implikasi ekonomi sifat *fathanah* belum sepenuhnya diterapkan oleh pengusaha terasi, dimana dapat diketahui bahwa tidak adanya inovasi terbaru terkait produk-produk yang akan diproduksi dalam mengembangkan bisnis mereka. Para pengusaha hanya berfokus pada produk terasi, sedangkan banyak produk-produk yang hampir sama yang bisa diproduksi agar usaha mereka dapat lebih berkembang seperti produk ikan asin atau produk udang sabu yang biasanya dicari oleh para ibu-ibu. Jika sifat *fathanah* ini dapat diterapkan secara maksimal oleh para pengusaha terasi maka tidak menutup kemungkinan bisnis yang dijalankan sekarang akan berkembang lebih pesat dan dapat membuka lowongan pekerjaan lebih banyak sehingga akan membantu lebih banyak masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah peneliti paparkan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses pengolahan terasi dilakukan melalui beberapa cara, yang pertama udang rebon yang sudah didapat dari nelayan/pengepul dilakukan penimbangan, kemudian penjemuran dan kemudian menyortir agar udang rebon bersih dari ikan-ikan kecil atau sampah laut, kemudian setelah dilakukan penjemuran udang rebon digarami dan dihaluskan dengan menggunakan mesin giling, setelah itu dilakukan fermentasi selama 3 sampai 5 hari dan dilakukan pencetakan dan kembali dijemur hingga kering baru dilakukan pengemasan. Dari ketiga merek terasi yang ada di Kota Langsa, hanya 2 merek terasi yang melakukan seluruh pengolahan di Kota Langsa yaitu terasi merek Awaina dan Makmi, sedangkan terasi merek SBR melakukan penggilingan udang rebon di Medan baru setelah digiling dikirim kembali ke Kota Langsa.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari ketiga pengusaha terasi yang telah peneliti wawancarai hanya dua merek terasi yang telah menerapkan 7 bauran pemasaran dalam memasarkan suatu produk atau jasa yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), *Process* (proses), *People* (orang) dan *Physical Evidence* (bukti fisik) dalam memasarkan produk terasi yaitu terasi merek Awaina dan Makmi.

Sedangkan terasi merek SBR hanya menerapkan 6 dari 7 bauran pemasaran, hal ini terlihat dari tidak adanya promosi yang dilakukan oleh bapak Saiful Bahri selaku pemilik terasi SBR. Dan untuk sertifikasi halal hanya satu merek terasi yang memiliki sertifikasi halal yaitu terasi merek Awainan dengan nomor LPPOM 14300000040819.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mengolah dan memasarkan terasi dari keempat etika bisnis dalam Islam hanya 3 yang diterapkan oleh para pengusaha terasi secara maksimal yaitu *siddiq* yaitu dalam mengolah terasi para pengusaha jujur dalam bahan baku pembuatan dan juga dalam pemasaran jujur dalam proses penimbangan. *Amanah* seperti jaminan kebersihan dalam mengolah terasi, pada saat melakukan penjualan tidak ada unsur penipuan seperti berbohong kepada konsumen terhadap produk terasi yang dijual, pelayanan kepada konsumen juga telah dilakukan secara maksimal baik pelanggan online maupun yang membeli langsung dan dalam pengiriman barang selalu tepat waktu. *Tabligh* seperti mampu mengkomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada karyawannya dan menjaga hubungan baik dengan karyawan dan konsumen. Sedangkan *fathanah* belum dapat diterapkan secara maksimal seperti tidak adanya inovasi lain yang dilakukan dalam mengolah dan memasarkan produk-produk terasi dan para pengusaha terasi tidak melakukan analisa pasar terlebih dahulu dalam mengolah dan memasarkan terasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka penulis mengemukakan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Teoritis

Dapat lebih memaksimalkan penerapan etika bisnis Islam dalam mengolah dan memasarkan produk terasi terutama pada aspek *fatamah* karena inovasi dan menganalisa permintaan pasar menjadi salah satu bukti kecerdasan dalam berbisnis.

Penelitian ini dijadikan acuan dimasa yang akan datang apabila kelak menjadi pemilik usaha yang sukses. Sebagai bahan informasi pembaca dibidang etika bisnis, terkhusus pada etika bisnis Islam.

2. Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan khusus dalam etika bisnis Islam dan dapat menerapkan prinsip etika bisnis Islam bagi para mahasiswa yang ingin mulai berbisnis dan memberikan gambaran bahwa betapa pentingnya penerapan etikabisnis Islam dalam kegiatan usaha.

Para pengusaha terasi yang ada di Desa Lhok Banie dan Simpang Lhee Kota Langsa untuk menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan bisnis sehari-hari, apalagi mayoritas pemilik usaha beragama Islam dan salah satu partisipasi masyarakat terhadap terwujudnya Kota Langsa yang berdimensi religi yang merupakan salah satu dimensi pembangunan yang ada di Kota Langsa.

Bagi Dinas Kesehatan (Dinkes), agar mengawasi pengusaha terasi yang sudah memiliki rumah produksi terasi namun tidak memiliki mesin penggilingan sehingga melakukan penggilingan di Kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, Ma'ruf. 2011. *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin: Antasari press.
- Alma, Buchari dan Donni Junni Priansa. 2019. *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa Bandung*, Alfabeta.
- Arifin, Johan. 2019. *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, Cet. Ke-1.
- Arijanto, Agus. 2011. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Azwar, Saifuddin. 2017. *“Metode Penelitian”* Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Badroen, Faisal. 2016. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, Cet. Ke-2.
- Djakfar, Muhammad. 2007. *Agama, Etika dan Ekonomi*, Malang : UIN-Malang Press,
- Hasil Observasi Peneliti di Desa Lhok Bani
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula. 2016. *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Hurriyati, R. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Jawwad, Muhammad Abdul. 2014. *Menjadi Manajer Sukses*, Jakarta: Gema Insani.
- Jusmaliani. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Jusup, Haryono. 2005. *Dasar-Dasar Akuntansi*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Keraf, Sony. 2018. *Etika Tuntutan Dan Relevansinya*, Jakarta: Kannisius.
- Kotler, Philip dan Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Erlangga. Jakarta.

- M. Ahmad. 2016. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta Timur: Pustaka Al-kautsar.
- M. Azrul Tanjung. 2017. *Koperasi Dan Usaha Sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia* PT. Gelora Aksara Pratama.
- Miles, M.B. Huberman. 2013. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*, Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Ruhidi, Jakarta: UI Press.
- Muhammad Saifullah. 2011. *Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah*, Jurnal IAIN Walisongo Semarang.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2009. *Metode Penelitian, cet X*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Pandini, Intan, “*Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Jumlah Penjualan Pada Elita Songket Di Desa Limbang Jaya KEC Tanjung Batu KAB Ogan Ilir*”, *Skripsi*, (Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Raden Fatah Palembang, 2016)
- Rambat, Lupiyo, & Hamdani. 2017. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Salemba Empat, Jakarta.
- Sofjan, Assauri. 2008. *Manajemen Produksi dan Oprasi*, (jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*”. Cet. 1, Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, Herman. 2013. *Pengetahuan Penanganan Bahan Makanan Dan Permasalahannya*, Jakarta: Kementerian pendidikan dan kebudayaan.
- Sunyoto , Danang. 2003. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi, Dan Kasus* Yogyakarta: Penerbit Caps.
- Suprayogo, Imam dan Tobroni,. 2011. *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, Bandung: Remaja Remaja Rosdakarya.
- Swata Basu. 2017. *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Taha Jabir Al-Alwani. 2015. *Bisnis Islam*, Yogyakarta : AK GROUP.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Veithzal Rivai. 2012. *Islamic Marketing*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Wilantara dan susilawati. 2016. *Strategi Dan Kebijakan Pengembangan USAHA*. Bandung : PT Refika Aditama.

Yusuf Qordhawi. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press

Jurnal

Bambang Setiyo Pambudi. 2018. “Penerapan Etika Bisnis Pada Usaha Kecil Dan Menengah Melalui Pemanfaatan Computer Mediated Comunication/Media Social Instagram,” Seminar Nasional Dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage (SCA).

Juliana, M. Faathir, and M. A. Sulthan, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro : Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Mikro Syariah Puspabank Indonesia Wilayah Jawa Barat Di Bandung Tahun 2017,” *Strategic : Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis* 19, no. 1 (2019): 36, <https://doi.org/10.17509/strategic.v19i1.17663>

Lubaba, Abu dan Ari Kristin Prasetyoningrum. “Etika Bisnis Islam:Implementasi Pada USAHA Wirausahawan Krupuk Tayamum Di Desa Sarirejo Kec.Kaliwungu Kab. Kendal”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 22 . No. 01, Maret 2019, h. 28-30.

Umuri, Khairil dan Azharsyah Ibrahim. 2020. “*Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam*”, *Jurnal Iqtisaduna*, Vol. 6, No. 2.

Skripsi

Aisah, Siti. 2013. *Etika Bisnis Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Palopo Cabang Perumnas Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, Skripsi, (Palopo: Jurusan Syariah, STAIN)

Khairul Bariah. 2017. *Strategi Manajemen Usaha Ritel Studi Analisis Manajemen Syariah pada Azqia Swalayan Kec. Karang Baru Kab. Aceh Tamiang*”, Skripsi, Fakultas Syari’ah IAIN Langsa

Laili Latifah Puspitasari. 2014. *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan* (Studi kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu), Skripsi

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Lestari, Dyah. 2019. *Analisi Startegi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Kepuasan Nasabah Dipegadaan Syariah* (Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung

M. Ilham. 2019. *“Produksi Pengrajin Terasi Udang Di Tinjau Dari Aspek Halal Dan Baik (Studi Kasus Kampung Nelayan Kuala Tungkal)”*, Skripsi.

Raselawati, Ade, “Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM di Indonesia”, (Skripsi (Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011)

Rohmah, Siti. 2014. Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta, Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Hasil Wawancara

Hasil wawancara kepada Ibu Hasimah yang bekerja di USAHA terasi bermerek SBR di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 18 Mei 2022

Hasil wawancara kepada Ibu Juhairiyah S.Pd yang bekerja di USAHA terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

Hasil wawancara kepada ibu Ros yang bekerja di USAHA terasi bermerek bermerek Mak Mi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 20 Mei 2022

Hasil wawancara kepada bapak Jafaruddin, S.Sos pemilik USAHA terasi bermerek Awaina di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada tanggal 19 Mei 2022

Lampiran 1 : Instrumen Wawancara

1. Proses pembuatan terasi
 - a. Apakah bahan baku yang digunakan untuk pembuatan terasi diperoleh sendiri atau dari orang lain (agen)?
 - b. Apakah udang rebon yang didapatkan kemudian dilakukan pencucian terlebih dahulu?
 - c. Berapa lama proses penjemuran bahan baku dan dijemur menggunakan alat apa?
 - d. Bagaimana proses penggilingan terasi dan menggunakan alat apa ?
 - e. Apakah ada bahan baku tambahan dalam pembuatan terasi?
 - f. Apakah dalam proses penggilingan terasi ditambahkan pewarna ?
 - g. Jika perlu tambahan pewarna lainnya, perwarna apakah yang digunakan dan apakah aman untuk kesehatan?
 - h. Bagaimana proses fermentasi dan dilakukan berapa lama serta alat apa yang digunakan saat proses fermentasi?
 - i. Bagaimana proses penimbangan terasi dan menggunakan alat apa saat proses penimbangan ?
 - j. Bagaimana proses pengemasan terasi dan menggunakan alat apa saat proses pengemasan ?
 - k. Apakah produksi terasi sudah melakukan sertifikasi halal?
 - l. Apakah bapak/ibu memiliki hambatan dalam memproduksi terasi?
2. Pemasaran Terasi
 - a. *Product*
 - 1) Bagaimana kualitas terasi yang ibu buat ?
 - 2) Berapa lama terasi yang ibu buat dapat bertahan ?
 - 3) Apakah produk terasi yang ibu buat menggunakan bahan pengawet tambahan?
 - 4) Apakah selain terasi ibu/bapak ada membuat produk lainnya contohnya seperti ikan asin?
 - 5) Bagaimana cara ibu/bapak memasarkan produk yang telah dibuat ?
 - b. *Price*
 - 1) Bagaimana cara ibu menentukan harga jual dari terasi?
 - 2) Berapa keuntungan atau penghasilan ibu/bapak dalam sekali produksi terasi?
 - 3) Apakah dengan bekerja sebagai produksi terasi sudah dapat memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari?
 - c. *Place*
 - 1) Apakah bapak/ibu memiliki toko tersendiri untuk menjual produk terasi?
 - 2) Bagaimanakan kebersihan tempat penjualan terasi ?

- 3) Apakah tempat penjualan terasi bapak/ibu mudah ditemukan oleh para pelanggan?

d. *Promotion*

- 1) Apakah bapak/ibu melakukan promosi dalam menjual terasi ini ?
- 2) Jika ada, dalam bentuk apa promosi yang bapak lakukan ?
- 3) Apakah ada peningkatan pendapatan pada saat bapak/ibu sebelum atau sesudah melakukan promosi ?

e. *People*

- 1) Apakah dalam memproduksi terasi bapak/ibu bekerja sendiri atau dibantu dengan karyawan?
- 2) Jika dibantu dengan karyawan, berapa jumlah karyawan yang bekerja sekarang ?
- 3) Apakah karyawan yang bekerja disini berasal dari desa Lhok banie atau dari luar desa?
- 4) Apakah dengan adanya usaha pembuatan terasi ini dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar?

f. *Proses*

- 1) Bagaimana proses penjualan terasi ini pak?
- 2) Apakah penjualan terasi ini masih sekitar Kota Langsa atau sudah merambah ke luar Kota Langsa?
- 3) Apa saja hambatan bapak/ibu dalam memasarkan terasi ini
- 4) Apakah pernah ada komplain dari konsumen tentang terasi yang bapak/ibu produksi?

g. *Physical Evidance*

- 1) Bagaimana proses pengemasan terasi disini pak/bu?
- 2) Apakah kemasan terasi yang ibu/bapak gunakan sudah dapat menarik minat konsumen?
- 3) Apakah kemasan dari terasi ada diberikan logo, label halal dan komposisi bahan?

3. Etika Bisnis Islam dalam Mengolah dan Memasarkan Terasi

a. *Siddiq*

- 1) Apakah bapak/ibu dalam mengolah terasi ada menabahkan bahan-bahan yang dilarang?
- 2) Apakah dalam mengolah terasi ibu/bapak bersikap jujur tentang kualitas dari bahan baku pembuatan terasi?
- 3) Apakah dalam proses pengemasan ibu menerapkan prinsip jujur dalam penimbangan terasi?
- 4) Apakah bapak/ibu jujur kepada konsumen terkait produk yang ibu jual misalkan kekurangan dan kelebihan produk, contohnya seperti apa ?

b. *Amanah*

- 1) Apakah dalam proses pembuatan terasi dapat dipertanggung jawabkan kebersihannya
- 2) Apakah dalam proses pembuatan terasi dapat dipercaya kehalallannya?

- 3) Apakah dalam proses pembuatan terasi bapak/ibu dapat bertanggung jawab terhadap seluruh bahan-bahan yang digunakan memiliki kualitas yang baik
 - 4) Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu bersikap amanah artinya produk yang bapak promosikan dapat dipercaya oleh para konsumen?
 - 5) Apakah bapak/ibu selalu memberikan pelayanan yang optimal kepada seluruh konsumen ?
 - 6) Apakah bapak/ibu selalu menepati janji dalam mensuplay terasi kepada seluruh konsumen?
- c. Tabligh
- 1) Apakah dalam proses pembuatan bapak pernah memberikan pengarahan kepada karyawan ?
 - 2) Apakah dalam proses pembuatan jika ada karyawan yang salah dalam memproduksi terasi bapak/ibu menegur dengan cara yang sopan?
 - 3) Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu jujur dalam berkata terkait produk yang ibu jual?
 - 4) Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu dapat berkomunikasi dengan baik kepada setiap pelanggan dan mampu menerima seluruh kritikan dari pelanggan?
- d. Fatanah (Cerdas)
- 1) Apakah dalam proses pengolahan terasi bapak mampu melakukan inovasi agar terasi yang bapak produksi berbeda dengan terasi lainnya yang beredar di pasaran ?
 - 2) Apakah dalam proses pemasaran terasi bapak/ibu melakukannya dengan profesional seperti menganalisa permintaan pasar, kemudian menganalisa kebutuhan dan target pasar?

Lampiran 2 : Lampiran Wawancara

Nama Responden: Bapak Saiful Bahri dengan Merek Dagang Terasi SBR

Proses Pembuan Terasi

Apakah bahan baku yang digunakan untuk pembuatan terasi diperoleh sendiri atau dari orang lain (agen)?	Bahan baku utama dari pembuatan terasi yaitu udang rebon dan udang rebon itu dikirim dari medan dan sudah digiling disana pas udah sampai ke langsa tinggal cetak dan jemur saja
Apakah udang rebon yang didapatkan kemudian dilakukan pencucian terlebih dahulu, jika dilakukan pencucian berapa kali pencucian dilakukan?	Tidak
Berapa lama proses penjemuran bahan baku dan dijemur menggunakan alat apa?	3-6 jam tergantung cuaca
Bagaimana proses penggilingan terasi dan menggunakan alat apa ?	Penggilingan terasi menggunakan alat giling, hanya dilakukan di medan disini cuman cetak dan jemur saja
Apakah dalam proses penggilingan terasi ditambahkan pewarna ?	Ada pewarna makanan
Jika perlu tambahan pewarna lainnya, perwarna apakah yang digunakan dan apakah aman untuk kesehatan?	Pewarna khusus makanan
Bagaimana proses fermentasi dan dilakukan berapa lama serta alat apa yang digunakan saat proses fermentasi?	Fermentasi kurang lebih 3-5 hari dengan menggunakan bak besar, tapi dilakukan di Medan
Bagaimana proses penimbangan terasi dan menggunakan alat apa saat proses penimbangan ?	Proses penimbangan tergantung ukuran, kalau terasi ukuran satu kilo atau yang kecil-kecil kita timbangan menggunakan timbangan kecil. Kalau agen yang beli sampai puluhan kilo kita timbang menggunakan timbangan besar.
Bagaimana proses pengemasan terasi dan menggunakan alat apa saat proses pengemasan ?	Dikemas menggunakan plastik dan goni.

Apakah produksi terasi sudah melakukan sertifikasi halal?	Belum ada setifikasi halal tapi saya jamin kehalalannya karena usaha ini sudah berjalan lebih dari 10 tahun
Apakah bapak/ibu memiliki hambatan dalam memproduksi terasi?	Hambatan dalam pengolahan terasi ini hanya cuaca aja, karna cuaca juga menentukan kualitas terasi yang diproduksi

Pemasaran Terasi

<i>Produk</i>	
Bagaimana kualitas terasi yang ibu buat ?	kalau produk terasi disini terjamin kualitasnya bagus, tergantung dari penjemurannya kalau cuaca terik ya kualitas terasi lebih bagus daripada cuaca mendung.
Berapa lama terasi yang ibu/bapak buat dapat bertahan ?	Terasi yang saya produksi bisa bertahan hingga 1 tahun tergantung penggaraman dan penjemuran,
Apakah produk terasi yang ibu buat menggunakan bahan pengawet tambahan?	terasi disini tidak ada pakai bahan pengawet tambahan, ya hanya mengandalkan penggaraman dan penjemuran.
Apakah selain terasi ibu/bapak ada membuat produk lainnya contohnya seperti ikan asin.	Saya tidak ada membuat produk lainnya, hanya terasi saja
Bagaimana cara ibu/bapak memasarkan produk yang telah dibuat ?	cara saya memasarkan produk ya saya jual saja, karna saya sudah ada langganan tersendiri jadi pembeli itu datang sendiri, tidak ada promosi karna promosi itu mahal
<i>Price</i>	
Bagaimana cara ibu/bapak menentukan harga jual dari terasi ?	harga jual dari terasi di tentukan dari harga beli dari bahan baku kemudian dibagi-bagi baru bisa kita tentukan berapa harga jualnya, harga bahan baku gak stabil naik turun, tapi kalau jual

	gak bisa kita jual naik turunn dan ukuran juga gak bisa dikurangin. Untuk satu kilo terasi dijual dengan harga 25.000 ribu rupiah. Jadi untungnya kadang sedikit kadang banyak gak menentu.
Berapa keuntungan atau penghasilan ibu/bapak dalam sekali produksi terasi ?	Kalau keuntungannya kurnag lebih 3 juta per sekali produksi, jadi dalam sebulan ada 3 kali produksi, sekali produksi bisa menghasilkan 2 ton terasi dan
Apakah dengan bekerja sebagai produksi terasi sudah dapat memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari ?	Alhamdulillah dari penghasilan saya ini sudah bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari
Place	
Apakah bapak/ibu memiliki toko tersendiri untuk menjual produk terasi?	untuk tempat penjualan terasi ya kita jual disini bercampur dengan pengolahan tidak ada toko khusus menjual terasi, kalau ada pelanggan mau beli ya bisa liat prosesnya sekalian
Bagaimanakan kebersihan tempat penjualan terasi ?	Kebersihan lokasi penjualan juga menjadi hal yang sangat kami perhatikan agar para pelanggan merasa nyaman la ibaratnya walaupun berada di tempat pembuatan terasi
Apakah tempat penjualan terasi bapak/ibu mudah ditemukan oleh para pelanggan?	lokasi disini mudah dijangkau karena masih berada di dekat jalan utama
Promotion	
Apakah bapak/ibu melakukan promosi dalam menjual terasi ini ?	kalau promosi ke internet gak ada, lebih dari mulut kemulut tapi saya bolehkan pembeli untuk mencoba dahulu kalau suka boleh beli.
Jika ada, dalam bentuk apa promosi yang bapak lakukan ?	Tidak ada
Apakah ada peningkatan pendapatan pada saat bapak/ibu sebelum atau sesudah melakukan promosi ?	Kalau peningkatan pendapatan kan dulu saya promosinya dari mulut ke mulut saja itupun 10 tahun yang lalu pada saat saya mulai merintis, kalau sekarang saya tinggal menikmati hasilnya

	pembeli yang datang sendiri
<i>People</i>	
Apakah dalam memproduksi terasi bapak/ibu bekerja sendiri atau dibantu dengan karyawan?	saya bekerja dibantu dengan karyawan.
Jika dibantu dengan karywan, berapa jumlah karyawan yang bekerja sekarang ?	jumlah karyawan ada 8 orang tapi sebelum puasa kemarin ada 15 orang, jadi sistem kerja disini itu harian, kalau mau masuk ya masuk atau kalau lagi ada kerjaan ditempat lain dan orang ini gak masuk ya gapapa
Apakah karyawan yang bekerja disini berasal dari desa Lhok banie atau dari luar desa?	Seluruh pekerja tetap maupun yang harian semuanya masyarakat sekitar sini
Apakah dengan adanya usaha pembuatan terasi ini dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar?	Ya dengan adanya usaha disini sudah dapat membuka lapangan kerja meskipun masih dalam skala kecil
<i>Process</i>	
Bagaimana proses penjualan terasi ini pak?	terasi ini saja jual biasanya orang yang memang sudah pesan pelanggan tetap
Apakah penjualan terasi ini masih sekitar Kota Langsa atau sudah merambah ke luar Kota Langsa?	saya udah gak susah lagi jualnya ya tinggal antar-antar saja atau kadang ada yang ambil kemari dan terkadang saya kirim ke luar kota seperti Lhoksemawe, Meulaboh, Tapak Tuan, Blang Pidie, Nagan raya
Apa saja hambatan bapak/ibu dalam memasarkan terasi ini	kalau hambatan dalam memasarkan terasi belum ada ya karna memang pelangga tetap udah banyak jadi gak susah jual-jual lagi
Apakah pernah ada komplain dari konsumen tentang terasi yang bapak/ibu produksi?	kosumen pun gak pernah komplek
<i>Physical Evidance</i>	
Bagaimana proses pengemasan terasi disini pak/bu?	Kalo pengemasan terasi disini ada dua jenis ada yang bentuk petak-petak dan ada juga yang bulat.

Apakah kemasan terasi yang ibu/bapak gunakan sudah dapat menarik minat konsumen?	sudah
Apakah produk terasi yang bapak produksi memiliki cirri khas tersendiri dari terasi lainnya, misalkan dari rasa, bentuk, kemasan atau bahkan bahan bakunya?	Kita bikin semenarik mungkin agar masyarakat tertarik

Etika Bisnis Islam dalam Mengolah dan Memasarkan Terasi

<i>Siddiq</i>	
Apakah bapak/ibu dalam mengolah terasi ada menambahkan bahan-bahan yang dilarang?	saya tidak pernah menambahkan bahan-bahan berbahaya dalam mengolah terasi walaupun proses penggilingan terasi bukan saya yang melakukan tapi saya selalu melakukan kontrol dari telfon
Apakah dalam mengolah terasi ibu/bapak bersikap jujur tentang kualitas dari bahan baku pembuatan terasi?	kualitas dari udang rebon juga nomor satu dalam menimbang terasi juga tidak pernah menipu
Apakah dalam proses pengemasan ibu menerapkan prinsip jujur dalam penimbangan terasi?	Selalu jujur dalam penimbangan.
Apakah bapak/ibu jujur kepada konsumen terkait produk yang ibu jual misalkan kekurangan dan kelebihan produk, contohnya seperti apa ?	selalu jujur dan saya selalu mengatakan tentang kelebihan dan kelemahan produk kepada pelanggan misalnya ini lagi cuaca hujan jadi kualitas terasi tidak sebagus biasanya
<i>Amanah</i>	
Apakah dalam proses pembuatan terasi dapat dipertanggung jawabkan kebersihannya	kebersihan dalam mengolah terasi dapat dipertanggung jawabkan
Apakah dalam proses pembuatan terasi dapat dipercaya kehalalannya?	halal sudah pasti karna kita memang mengolah terasi menggunakan udang rebon pilihan, garam dan sedikit pewarna semua itu didapatkan dengan cara yang halal dan tidak dilarang
Apakah dalam proses pembuatan terasi bapak/ibu dapat bertanggung jawab terhadap seluruh bahan-bahan yang digunakan memiliki kualitas yang baik	bisa

Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu bersikap amanah artinya produk yang bapak promosikan dapat dipercaya oleh para konsumen?	saya kan gak ada promosi jadi apa yang saya katakan kepada pelanggan itu yang benar terjadi, misalkan buk ini terasinya bertahan sampe satu tahun yaa benar memag sampai satu tahun.
Apakah bapak/ibu selalu memberikan pelayanan yang optimal kepada seluruh konsumen ?	Pelayanan yang optimal ya udah pasti
Apakah bapak/ibu selalu menepati janji dalam mensuplay terasi kepada seluruh konsumen?	dalam menjual kepada konsumen kalau dikirim jauh jauh insyaallah selalu datang tepat waktu
<i>Tabligh</i>	
Apakah dalam proses pembuatan bapak pernah memberikan pengarahan kepada karyawan ?	selalu kasi pengarahan
Apakah dalam proses pembuatan jika ada karyawan yang salah dalam memproduksi terasi bapak/ibu menegur dengan cara yang sopan?	kalau salah ditegur dengan sopan
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu jujur dalam berkata terkait produk yang ibu jual?	iyaa kami selalu jujur dalam berjualan apalagi jika edang bicara tentang produk terasi kepada pelanggan tidak ada penipuan sama sekali
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu dapat berkomunikasi dengan baik kepada setiap pelanggan dan mampu menerima seluruh kritikan dari pelanggan?	komunikasi kepada pelanggan harus dijaga dengan baik, kalau ada kritikan ya kita jadikan motivasi agar kedepannya lebih baik
<i>Fatanah</i>	
Apakah dalam proses pengolahan terasi bapak mampu melakukan inovasi agar terasi yang bapak produksi berbeda dengan terasi lainnya yang beredar di pasaran ?	inovasi produk belum ada
Apakah dalam proses pemasaran terasi bapak/ibu melakukannya dengan profesional seperti menganalisa permintaan pasar, kemudian menganalisa kebutuhan dan target pasar?	kalau untuk pemasaran ya saya tinggal jual aja gak ada analisa pasar

Nama Informan: Ibu Hasimah yang Bekerja pada Bapak Saiful Bahri dengan Merek Dagang Terasi SBR

Proses Pembuan Terasi

Apakah bahan baku yang digunakan untuk pembuatan terasi diperoleh sendiri atau dari orang lain (agen)?	disini proses pengolahan terasi tidak dilakukan secara langsung melainkan udang rebon yang telah digiling dikirim dari medan dan disini tinggal proses penjemuran dan pengemasan saja
Apakah udang rebon yang didapatkan kemudian dilakukan pencucian terlebih dahulu, jika dilakukan pencucian berapa kali pencucian dilakukan?	tidak
Berapa lama proses penjemuran bahan baku dan dijemur menggunakan alat apa?	Dijemur untuk tahap kedua sampai kering ya kurang lebih 6 jam tergantung cuaca.
Bagaimana proses penggilingan terasi dan menggunakan alat apa ?	Alat giling
Apakah dalam proses penggilingan terasi ditambahkan pewarna ?	Ada
Jika perlu tambahan pewarna lainnya, perwarna apakah yang digunakan dan apakah aman untuk kesehatan?	Pewarna makanan
Bagaimana proses fermentasi dan dilakukan berapa lama serta alat apa yang digunakan saat proses fermentasi?	Fermetasi menggunakan tempat yang besar kurang lebih 3-6 hari.
Bagaimana proses penimbangan terasi dan menggunakan alat apa saat proses penimbangan ?	Menggunakan timbangan biasa
Bagaimana proses pengemasan terasi dan menggunakan alat apa saat proses pengemasan ?	Kemasan tergantung permintaan pelanggan. Kalau beli sampai puluhan kilo kita kemas menggunakan goni kalau ada yang beli sedikit sedikit biasanya kita kemas menggunakan plastik kemas.
Apakah produksi terasi sudah melakukan	Untuk label halal belum ada

sertifikasi halal?	untuk produk yang kita jual, tapi kami sendiri selaku pekerja dapat menamin bahwa seluruh produk disini dari bahan-bahan yang halal
Apakah bapak/ibu memiliki hambatan dalam memproduksi terasi?	Hambatannya disini ya proses penjemuran saja

Pemasaran Terasi

<i>Produk</i>	
Bagaimana kualitas terasi yang ibu/bapak buat ?	kualitas produk disini bagus
Berapa lama terasi yang ibu/bapak buat dapat bertahan ?	terasi nya dapat bertahan 1 tahun bahkan lebih
Apakah produk terasi yang ibu buat menggunakan bahan pengawet tambahan?	tanpa pengawet tambahan
Apakah selain terasi ibu/bapak ada membuat produk lainya contohnya seperti ikan asin.	Untuk produk selain terasi belum ada di produksi
Bagaimana cara ibu/bapak memasarkan produk yang telah dibuat ?	untuk cara memasarkan produk juga gak ada, karena pelanggan udah datang aja sendiri dan kita udah ada pelanggan sendiri yang harus kita antar. Jadi gak memerlukan promosi
<i>Price</i>	
Bagaimana cara ibu/bapak menentukan harga jual dari terasi ?	kalau disini harga kan yang menjual pemilik, setau saya satu kilonya 70.000 tapi ya itu kan nnti kadang pembeli minta kurang adalah tawar menawar
Berapa keuntungan atau penghasilan ibu/bapak dalam sekali produksi terasi ?	kalau penghasilan saya disini saya digaji setiap kali produksi, sekali produksi terasi mencapai kurang lebih 2 ton terasi dalam waktu 10 hari, biasanya sekali produksi saya di gaji 600.000 ribu rupiah
Apakah dengan bekerja sebagai produksi terasi sudah dapat memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari ?	Ya Alhamdulillah gaji saya disini cukup untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga karna ini kan kerjaan diwaktu luang selain

	jadi ibu rumah tangga
Place	
Apakah bapak/ibu memiliki toko tersendiri untuk menjual produk terasi?	kalau untuk penjualan terasi dilakukan disini, setelah terasi dikemas ya sudah siap dijual kepada pembeli
Bagaimanakan kebersihan tempat penjualan terasi ?	ya kebersihan yang utama
Apakah tempat penjualan terasi bapak/ibu mudah ditemukan oleh para pelanggan?	Iya lokasi penjualan terasi ini sangat mudah dijumpai
Promotion	
Apakah bapak/ibu melakukan promosi dalam menjual terasi ini ?	kalau untuk promosi saya kurang mengetahui ya tapi setau saya terasi disini udah dijual sampe keluar daerah
Jika ada, dalam bentuk apa promosi yang bapak lakukan ?	Tidak tahu
Apakah ada peningkatan pendapatan pada saat bapak/ibu sebelum atau sesudah melakukan promosi ?	Kurang tau saya
People	
Apakah dalam memproduksi terasi bapak/ibu bekerja sendiri atau dibantu dengan karyawan?	disini karyawannya lumayan banyak
Jika dibantu dengan karywan, berapa jumlah karyawan yang bekerja sekarang ?	Kurang lebih 8 orang
Apakah karyawan yang bekerja disini berasal dari desa Lhok banie atau dari luar desa?	yang kerja ya warga sekitar sini
Apakah dengan adanya usaha pembuatan terasi ini dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar?	Alhamdulillah jadi para ibu-ibu bisa ada penghasilan
Process	
Bagaimana proses penjualan terasi ini pak?	proses pemasaran terasi yakalau sudah kita cetak dan jemur dan udah jadi langsung kita distribusikan ketempat-tempat pelanggan kita.

Apakah penjualan terasi ini masih sekitar Kota Langsa atau sudah merambah ke luar Kota Langsa?	kebanyakan yang udah disini itu pelanggan tetap yang beli dalam jumlah banyak kemudian dijual lagi dan penjualan udah sampe keluar kota
Apa saja hambatan bapak/ibu dalam memasarkan terasi ini	Kurang tau ya saya
Apakah pernah ada komplain dari konsumen tentang terasi yang bapak/ibu produksi?	Komplen gak ada sih
<i>Physical Evidance</i>	
Bagaimana proses pengemasan terasi disini pak/bu?	Proses kemasan ya setelah terasi di cetak dan dijemur kemudian kita masukkan kedalam bungkus yang udah ada label merek kita terus kita jual. Yang gampang-gampang saja lah
Apakah kemasan terasi yang ibu/bapak gunakan sudah dapat menarik minat konsumen?	sudah
Apakah produk terasi yang bapak produksi memiliki cirri khas tersendiri dari terasi lainnya, misalkan dari rasa, bentuk, kemasan atau bahkan bahan bakunya?	Tidak ada sama saja

Etika Bisnis Islam dalam Mengolah dan Memasarkan Terasi

<i>Siddiq</i>	
Apakah bapak/ibu dalam mengolah terasi ada menabahkan bahan-bahan yang dilarang?	Disini kalau bahan-bahan insyallah terjamin kualitas nomor 1
Apakah dalam mengolah terasi ibu/bapak bersikap jujur tentang kualitas dari bahan baku pembuatan terasi?	Terjamin kualitas nya
Apakah dalam proses pengemasan ibu menerapkan prinsip jujur dalam penimbangan terasi?	dalam penimbangan juga jujur gak ada pengurangan walaupun kadang bahan baku lagi mahal
Apakah bapak/ibu jujur kepada konsumen terkait produk yang ibu jual misalkan kekurangan dan kelebihan produk, contohnya seperti apa ?	Iya
<i>Amanah</i>	

Apakah dalam proses pembuatan terasi dapat dipertanggung jawabkan kebersihannya	iya bersih tempatnya
Apakah dalam proses pembuatan terasi dapat dipercaya kehalallannya?	halal dan aman juga,
Apakah dalam proses pembuatan terasi bapak/ibu dapat bertanggung jawab terhadap seluruh bahan-bahan yang digunakan memiliki kualitas yang baik	Iya sudah baik kualitasnya
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu bersikap amanah artinya produk yang bapak promosikan dapat dipercaya oleh para konsumen?	Usaha ini sudah berjalan bertahun-tahun sudah pasti dapat dipercaya
Apakah bapak/ibu selalu memberikan pelayanan yang optimal kepada seluruh konsumen ?	pelayanan disini udah bagus
Apakah bapak/ibu selalu menepati janji dalam mensuplay terasi kepada seluruh konsumen?	Iya sudah, terkadang kosumen ada yang meminta foto barang nya, dan itu sesuai sama yang difoto dan aslinya.
<i>Tabligh</i>	
Apakah dalam proses pembuatan bapak pernah memberikan pengarahan kepada karyawan ?	ya ada pengarahan
Apakah dalam proses pembuatan jika ada karyawan yang salah dalam memproduksi terasi bapak/ibu menegur dengan cara yang sopan?	selalu ditegur dengan baik kalau ada yang buat salah
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu jujur dalam berkata terkait produk yang ibu jual?	iyaa kami selalu jujur
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu dapat berkomunikasi dengan baik kepada setiap pelanggan dan mampu menerima seluruh kritikan dari pelanggan?	Iya sama pelanggan harus ramah
<i>Fatanah</i>	
Apakah dalam proses pengolahan terasi bapak mampu melakukan inovasi agar terasi yang bapak produksi berbeda dengan terasi lainnya yang beredar di pasaran ?	cuman ada produk terasi disini yang di jual

Apakah dalam proses pemasaran terasi bapak/ibu melakukannya dengan professional seperti menganalisa permintaan pasar, kemudian menganalisa kebutuhan dan target pasar?	Kurang tau saya.
--	------------------

Nama Responden: Bapak Jafarudin S.Sos dengan Merek Dagang Terasi

AWAINA

Proses Pembuan Terasi

Apakah bahan baku yang digunakan untuk pembuatan terasi diperoleh sendiri atau dari orang lain (agen)?	bahan baku utama kita ambil dari pengepul yang diambil dari nelayan setempat namun ketika barang kosong kita ambil dari luar seperti dari Peureulak
Apakah udang rebon yang didapatkan kemudian dilakukan pencucian terlebih dahulu, jika dilakukan pencucian berapa kali pencucian dilakukan?	Udang rebon yang diolah tidak di cuci terlebih dahulu karna fres dari laut dan udang juga tidak boleh dicuci menggunakan air tawar kaena nantinya berpengaruh terhadap kualitas terasi
Berapa lama proses penjemuran bahan baku dan dijemur menggunakan alat apa?	Untuk penjemuran tahap satu kurang lebih 2-3 jam kemudian bisa digiling dan penjemuran tahap kedua dilakukan kembali sekitar 3-5 jam hingga kering tergantung sinar matahari.
Bagaimana proses penggilingan terasi dan menggunakan alat apa ?	Penggilingan dilakukan dengan alat gilig
Apakah dalam proses penggilingan terasi ditambahkan pewarna ?	Ditempat kita ini ada jual terasi grade A dan grade B, dimana grade A terasi asli dari udang rebon basah yang dari laut dan grade B yang campuran antara udang rebon basah dan udang rebon kering sehingga menggunakan sedikit pewarna
Jika perlu tambahan pewarna lainnya,	Pewarna makanan merek cap

perwarna apakah yang digunakan dan apakah aman untuk kesehatan?	Angsa
Bagaimana proses fermentasi dan dilakukan berapa lama serta alat apa yang digunakan saat proses fermentasi?	fermentasi 2 sampai 3 hari menggunakan goni
Bagaimana proses penimbangan terasi dan menggunakan alat apa saat proses penimbangan ?	Penimbangan menggunakan timbangan besar
Bagaimana proses pengemasan terasi dan menggunakan alat apa saat proses pengemasan ?	Pengemasan menggunakan dua cara kalau dalam jumlah besar menggunakan goni saja, tapi kita ada jual dalam bentuk pasta, bubuk kemasannya menggunakan botol ada juga mika dan juga ada yang bentuk bulat.
Apakah produksi terasi sudah melakukan sertifikasi halal?	Terasi merek Awaina ini sudah memiliki label halal dari tahun 2019 dan ini satu-satunya produksi terasi Kota Langsa yang memiliki label halal.
Apakah bapak/ibu memiliki hambatan dalam memproduksi terasi?	Hambatannya pasti ada, dan hambatan terbesar itu dari sinar matahari, kalau mendung barang masuk kita gak bisa jemur dan gak bisa produksi dan bisa terjadi penyusutan dari udang rebon nya. Pernah juga mencoba menggunakan mesin pengering tapi kurang efektif, rasanya beda

Pemasaran Terasi

<i>Produk</i>	
Bagaimana kualitas terasi yang ibu buat ?	kualitas terasi saya sudah terjamin
Berapa lama terasi yang ibu/bapak buat dapat bertahan ?	bisa bertahan sampai setahun lebih
Apakah produk terasi yang ibu buat menggunakan bahan pengawet tambahan?	saya tidak ada menggunakan bahan pengawet apapun hanya garam saja sama dijemur

	terasinya sampai kering, itu saja sudah cukup menjadi pengawet alami untuk terasi
Apakah selain terasi ibu/bapak ada membuat produk lainya contohnya seperti ikan asin.	Saya gak ada buat produk apa apa selain terasi
Bagaimana cara ibu/bapak memasarkan produk yang telah dibuat ?	kalau promosi ada, anak saya yang sering menjualnya lewat media sosial, di posting-posting juga sering sama dia jadi orang-orang udah gak asing sama produk terasi saya
Price	
Bagaimana cara ibu/bapak menentukan harga jual dari terasi ?	jadi saya kan bukan orang pertama yang memproduksi terasi, udah banyak pengusaha lain yang duluan memproduksi terasi jadi kalau dalam berjualan saya ikut harga pasaran aja 70.000 per kilo nya, kalau pembeli ambil banyak ya saya kurangi lagi tergantung tawar menawar, intinya harga pertamanya segitu
Berapa keuntungan atau penghasilan ibu/bapak dalam sekali produksi terasi ?	Kalau dalam sebulan bisa untung kurang lebih 5 juta rupiah.
Apakah dengan bekerja sebagai produksi terasi sudah dapat memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari ?	Ya Alhamdulillah dari saya memproduksi terasi ini bisa mencukupi seluruh kebutuhan keluarga saya, anak-anak saya bisa sekolah dengan baik semua kebutuhan ya terpenuhi
Place	
Apakah bapak/ibu memiliki toko tersendiri untuk menjual produk terasi?	untuk tempat penjualan terasi kita jual di depan aja, kalau pengolahannya kan dibeakang penjualannya kita letakkan di depan disusun di rak-rak kalau tempat jualan lokasinya mudah ditemukan
Bagaimanakan kebersihan tempat penjualan terasi ?	Kebersihan tempat penjualan terasi ya begini, memang masih apa adanya karna kebanyakan terasi kita diambil langsung oleh

	pembeli dalam jumlah banyak jadi untu yang dijual disini hanya sebagian aja
Apakah tempat penjualan terasi bapak/ibu mudah ditemukan oleh para pelanggan?	Tanya aja sama orang sekitar simpang Lhee produksi terasi Awaina pasti langsung dikasi tau
Promotion	
Apakah bapak/ibu melakukan promosi dalam menjual terasi ini ?	saya menjual terasi ini sampai keinternet ada juga, ya banyak juga yang beli dari luar aceh seperti medan, kemudian bandung saya kirim sampai kesana dan alhamdulillah terasi merek saya sudah dikenal dimana mana
Jika ada, dalam bentuk apa promosi yang bapak lakukan ?	Saya juga jual dari facebook, dari whatsapp
Apakah ada peningkatan pendapatan pada saat bapak/ibu sebelum atau sesudah melakukan promosi ?	. Banyak laa itu anak saya semua yang jual kalo dari internet gitu. Pendapatan sangat meningkat sebelum dan sesudah saya melakukan promosi bahkan sekarang terasi saya menjadi salah satu oleh-oleh yang paling dicari di Kota Langsa
People	
Apakah dalam memproduksi terasi bapak/ibu bekerja sendiri atau dibantu dengan karyawan?	Ada
Jika dibantu dengan karywan, berapa jumlah karyawan yang bekerja sekarang ?	saya dibantu oleh 3 karyawan semua ada pekerjaan masing-masing ada yang khusus penjemuran, penggilingan, pengemasan sampai anak saya saya pekerjakan untuk bagian pemasaran dari internet
Apakah karyawan yang bekerja disini berasal dari desa Lhok banie atau dari luar desa?	Dan karyawan disini semuanya dari Simpang Lhee, yang kerja ya tetangga-tetangga sekitar sini aja
Apakah dengan adanya usaha pembuatan terasi ini dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar?	Ya menurut saya sudah membuka lapangan pekerjaan walaupun dalam skala kecil

<i>Process</i>	
Bagaimana proses penjualan terasi ini pak?	penjualan terasi ini ada beberapa proses, ada yang online dari internet ada yang langsung belanja kemari ada juga dari reseller yang minta dikirim biasanya dalam jumlah banyak
Apakah penjualan terasi ini masih sekitar Kota Langsa atau sudah merambah ke luar Kota Langsa?	Alhamdulillah kita jual udah sampe luar Aceh
Apa saja hambatan bapak/ibu dalam memasarkan terasi ini	hambatan dalam memasarkan produk gak ada tapi pengiriman aja kadang nyampenya gak sesuai sering telat
Apakah pernah ada komplain dari konsumen tentang terasi yang bapak/ibu produksi?	Dulu pernah ada komplek karna terasi yang datang bentuknya jadi gak karuan tapi sekarang kita udah tau kalau kirim keluar kota pengemasannya kita buat lebih kuat la istilahnya biar barang itu gak hancur
<i>Physical Evidence</i>	
Bagaimana proses pengemasan terasi disini pak/bu?	Proses pengemasan terasi disini ya bentuknya biasa aja kotak-kotak gitu kayak terasi pada umumnya
Apakah kemasan terasi yang ibu/bapak gunakan sudah dapat menarik minat konsumen?	sudah
Apakah produk terasi yang bapak produksi memiliki cirri khas tersendiri dari terasi lainnya, misalkan dari rasa, bentuk, kemasan atau bahkan bahan bakunya?	dan yang menarik di terasi tempat kita sudah tercantum label halal dan aman dari BPOM, karna di Aceh jarang terasi yang ada label halalnya

Etika Bisnis Islam dalam Mengolah dan Memasarkan Terasi

<i>Siddiq</i>	
Apakah bapak/ibu dalam mengolah terasi ada menambahkan bahan-bahan yang dilarang?	tidak ada menambahkan bahan apa-apa
Apakah dalam mengolah terasi ibu/bapak bersikap jujur tentang kualitas dari bahan baku pembuatan terasi?	terasi saya sudah ada jaminan dari BPOM dan berlabel halal ada juga di kemasan komposisinya

	kan, sudah dijelaskan dalam kemasan hanya menggunakan udang sabu dan juga garam
Apakah dalam proses pengemasan ibu menerapkan prinsip jujur dalam penimbangan terasi?	dalam penimbangan terasi sampai detik ini tidak ada yang kurang insyaaallah semua jujur
Apakah bapak/ibu jujur kepada konsumen terkait produk yang ibu jual misalkan kekurangan dan kelebihan produk, contohnya seperti apa ?	kualitas terasi saya memang selalu terbaik tidak ada kurangnya karna saya selalu mengutamakan kualitas
<i>Amanah</i>	
Apakah dalam proses pembuatan terasi dapat dipertanggung jawabkan kebersihannya	kalaupun kebersihan udah pasti, karna disini gabisa jorok-jorok nnti gampang muncul lalat, kalau udah banyak lalat bisa jadi nnti ada belatung terasinya
Apakah dalam proses pembuatan terasi dapat dipercaya kehalalannya?	halal udah diakui juga oleh pemerintah, sikap amanah udah pasti kita terapkan dari semuanya lah.
Apakah dalam proses pembuatan terasi bapak/ibu dapat bertanggung jawab terhadap seluruh bahan-bahan yang digunakan memiliki kualitas yang baik	Iya ada
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu bersikap amanah artinya produk yang bapak promosikan dapat dipercaya oleh para konsumen?	Kalau dalam mensuplyai terasi kita udah menepati janji misalkan janji hari rabu kita kirim yaa udah pasti kita kirim tapi sampainya kadang yang telat mungkin karna kadang kita kirim lewat pihak ketiga lagi kalau keluar kota
Apakah bapak/ibu selalu memberikan pelayanan yang optimal kepada seluruh konsumen ?	Pelayanan kepada konsumen yang utama
Apakah bapak/ibu selalu menepati janji dalam mensuplyai terasi kepada seluruh konsumen?	Kalau dalam mensuplyai terasi kita udah menepati janji misalkan janji hari rabu kita kirim yaa udah pasti kita kirim tapi sampainya kadang yang telat mungkin karna kadang kita kirim lewat pihak ketiga lagi kalau keluar kota
<i>Tabligh</i>	

Apakah dalam proses pembuatan bapak pernah memberikan pengarahan kepada karyawan ?	pengarahan udah pasti apalagi kalau karyawan baru harus dikasi dulu pengarahan
Apakah dalam proses pembuatan jika ada karyawan yang salah dalam memproduksi terasi bapak/ibu menegur dengan cara yang sopan?	kalau ada yang salah ya dikasi tau baik baik
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu jujur dalam berkata terkait produk yang ibu jual?	iyaa kami selalu jujur dalam berjualan apalagi jika edang bicara tentang produk terasi kepada pelanggan tidak ada penipuan sama sekali
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu dapat berkomunikasi dengan baik kepada setiap pelanggan dan mampu menerima seluruh kritikan dari pelanggan?	kalau dalam pemasaran selalu jujur kita, apapun keterangan yang ada di media sosial itu sesuai dengan kenyataan yang ada dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan itu hal yang nomor satu
<i>Fatanah</i>	
Apakah dalam proses pengolahan terasi bapak mampu melakukan inovasi agar terasi yang bapak produksi berbeda dengan terasi lainnya yang beredar di pasaran ?	saya hanya produksi terasi untuk ikan asin atau sebagainya belum ada
Apakah dalam proses pemasaran terasi bapak/ibu melakukannya dengan professional seperti menganalisa permintaan pasar, kemudian menganalisa kebutuhan dan target pasar?	kalau dulu pas awal mau bikin usaha terasi saya cari-cari kira kira usaha apa yang memang banyak peminatnya bisa bertahan lama dan belum banyak di Kota Langsa, akhirnya memutuskan untuk usaha pembuatan terasi

Nama Informan: Ibu Juariyah S.Pd yang Bekerja pada Bapak Jafarudin

S.Sos dengan Merek Dagang Terasi AWAINA

Proses Pembuan Terasi

Apakah bahan baku yang digunakan untuk pembuatan terasi diperoleh sendiri atau dari orang lain (agen)?	Dari agen
Apakah udang rebon yang didapatkan kemudian dilakukan pencucian terlebih dahulu, jika dilakukan pencucian berapa kali pencucian dilakukan?	Tidak
Berapa lama proses penjemuran bahan baku dan dijemur menggunakan alat apa?	Tergantung cuaca
Bagaimana proses penggilingan terasi dan menggunakan alat apa ?	pengilingan dengan menggunakan alat giling setelah digiling
Apakah dalam proses penggilingan terasi ditambahkan pewarna ?	Untuk terasi grade A tidak ada pewarna sedangkan untuk terasi grade B ada pewarna
Jika perlu tambahan pewarna lainnya, perwarna apakah yang digunakan dan apakah aman untuk kesehatan?	Pewarna makanan
Bagaimana proses fermentasi dan dilakukan berapa lama serta alat apa yang digunakan saat proses fermentasi?	udang rebon difermentasi dengan cara memasukkan kedalam goni selama 3-5 hari
Bagaimana proses penimbangan terasi dan menggunakan alat apa saat proses penimbangan ?	Ditimbang menggunakan alat penimbang
Bagaimana proses pengemasan terasi dan menggunakan alat apa saat proses pengemasan ?	dikemas dengan berbagai bentuk seperti terasi bubuk atau pasta dikemas dalam botol, terasi dalam bentuk bulat jika agen membeli terasi dalam jumlah banyak biasanya terasi dimasukkan saja dalam goni ditimbang menggunakan timbangan besar
Apakah produksi terasi sudah melakukan sertifikasi halal?	Terasi merek Awaina sudah memiliki label halal.

Apakah bapak/ibu memiliki hambatan dalam memproduksi terasi?	Hambatannya bahan baku dan juga cuaca
--	---------------------------------------

Pemasaran Terasi

<i>Produk</i>	
Bagaimana kualitas terasi yang ibu/bapak buat ?	ya terasi disini kualitas bagus
Berapa lama terasi yang ibu/bapak buat dapat bertahan ?	Tahan 1 tahun
Apakah produk terasi yang ibu buat menggunakan bahan pengawet tambahan?	gak ada pakai pengawet
Apakah selain terasi ibu/bapak ada membuat produk lainya contohnya seperti ikan asin.	Tidak ada
Bagaimana cara ibu/bapak memasarkan produk yang telah dibuat ?	kalau promosi lebih mendalamnya saya kurang tau itu urusan pemilik , karna saya cuman kerja di bagian penjemuran
<i>Price</i>	
Bagaimana cara ibu/bapak menentukan harga jual dari terasi ?	harga jual terasi yang nentuin toke ya, saya kurang tau
Berapa keuntungan atau penghasilan ibu/bapak dalam sekali produksi terasi ?	Kalau pendapatan saya disini Alhamdulillah cukup buat keluarga, saya disini uda jadi karyawan tetap dan sudah bekerja 2 tahun
Apakah dengan bekerja sebagai produksi terasi sudah dapat memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari ?	Penghasilan saya setiap bulan tidak menentu ya tapi ya cukup untuk bantu bantu ekonomi
<i>Place</i>	
Apakah bapak/ibu memiliki toko tersendiri untuk menjual produk terasi?	untuk tempat dari pemasaran terasi kita susun di rak stenlis, dipisahkan berdasarkan jenisnya, Grade A dan Grade B kemudian kita pajang saja terasi yang sudah dikemas menggunakan mika, terasi dengan bentuk pasta, bulat, bubuk dan terasi yang dikemas kedalam botol
Bagaimanakan kebersihan tempat	Sudah bersih

penjualan terasi ?	
Apakah tempat penjualan terasi bapak/ibu mudah ditemukan oleh para pelanggan?	Tempat penjualan kita juga sudah termasuk strategis dekat dengan jalan utama.
Promotion	
Apakah bapak/ibu melakukan promosi dalam menjual terasi ini ?	o kalau promosi ada
Jika ada, dalam bentuk apa promosi yang bapak lakukan ?	cobalah buka di google belacan Awaina pasti langsung muncul, di facebook juga ada kalau kita cari, promosi internet banyak dilakukan dan penjualan pun sampai keluar daerah langsung udahan
Apakah ada peningkatan pendapatan pada saat bapak/ibu sebelum atau sesudah melakukan promosi ?	Kalau pendapatan saya tidak tahu
People	
Apakah dalam memproduksi terasi bapak/ibu bekerja sendiri atau dibantu dengan karyawan?	Karyawan blm berapa banyak
Jika dibantu dengan karywan, berapa jumlah karyawan yang bekerja sekarang ?	Ada 3 orang
Apakah karyawan yang bekerja disini berasal dari desa Lhok banie atau dari luar desa?	iya
Apakah dengan adanya usaha pembuatan terasi ini dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar?	dengan adanya usaha terasi ini banyak membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat desa Simpang Lhee
Process	
Bagaimana proses penjualan terasi ini pak?	iya terasi yang sudah selesai di olah biasanya langsung dijual, udah ada yang ambil sendiri sih terus kan kalo online itu kemasannya kita gunakan kerdus biar gak hancur
Apakah penjualan terasi ini masih sekitar Kota Langsa atau sudah merambah ke luar Kota Langsa?	Luar kota
Apa saja hambatan bapak/ibu dalam	Kurang tau ya saya

memasarkan terasi ini	
Apakah pernah ada komplain dari konsumen tentang terasi yang bapak/ibu produksi?	kalaupun komplek setau saya selama ini gak ada
<i>Physical Evidence</i>	
Bagaimana proses pengemasan terasi disini pak/bu?	kemasan terasi disini cukup bagus udah ada label halal, aman dari BPOM juga jadi aman lah
Apakah kemasan terasi yang ibu/bapak gunakan sudah dapat menarik minat konsumen?	sudah
Apakah produk terasi yang bapak produksi memiliki ciri khas tersendiri dari terasi lainnya, misalkan dari rasa, bentuk, kemasan atau bahkan bahan bakunya?	Tidak ada sama saja

Etika Bisnis Islam dalam Mengolah dan Memasarkan Terasi

<i>Siddiq</i>	
Apakah bapak/ibu dalam mengolah terasi ada menabahkan bahan-bahan yang dilarang?	kualitas bahan yang paling utama
Apakah dalam mengolah terasi ibu/bapak bersikap jujur tentang kualitas dari bahan baku pembuatan terasi?	gak ada menggunakan bahan berbahaya
Apakah dalam proses pengemasan ibu menerapkan prinsip jujur dalam penimbangan terasi?	Penimbangan terasi menjadi hal yang sangat diperhatikan
Apakah bapak/ibu jujur kepada konsumen terkait produk yang ibu jual misalkan kekurangan dan kelebihan produk, contohnya seperti apa ?	Kurang tau saya.
<i>Amanah</i>	
Apakah dalam proses pembuatan terasi dapat dipertanggung jawabkan kebersihannya	tempat pengolahan udah bersih
Apakah dalam proses pembuatan terasi dapat dipercaya kehalallannya?	kehalalan dan keamanan juga dijamin
Apakah dalam proses pembuatan terasi	Iya sudah baik kualitasnya

bapak/ibu dapat bertanggung jawab terhadap seluruh bahan-bahan yang digunakan memiliki kualitas yang baik	
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu bersikap amanah artinya produk yang bapak promosikan dapat dipercaya oleh para konsumen?	produk yang kita jual di sosial media sama aslinya juga sama tidak ada penipuan sama sekali
Apakah bapak/ibu selalu memberikan pelayanan yang optimal kepada seluruh konsumen ?	Pelayanan kepada konsumen harus ramah
Apakah bapak/ibu selalu menepati janji dalam mensuplay terasi kepada seluruh konsumen?	Sudah menepati janji
<i>Tabligh</i>	
Apakah dalam proses pembuatan bapak pernah memberikan pengarahan kepada karyawan ?	iya pegangarahan ada nnti sebulan sekali biasanya
Apakah dalam proses pembuatan jika ada karyawan yang salah dalam memproduksi terasi bapak/ibu menegur dengan cara yang sopan?	gak ada marah-marah disini kalau salah dalam bekerja ya diperbaiki sama sama
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu jujur dalam berkata terkait produk yang ibu jual?	iyaa kami selalu jujur
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu dapat berkomunikasi dengan baik kepada setiap pelanggan dan mampu menerima seluruh kritikan dari pelanggan?	Iya sama pelanggan harus ramah
<i>Fatanah</i>	
Apakah dalam proses pengolahan terasi bapak mampu melakukan inovasi agar terasi yang bapak produksi berbeda dengan terasi lainya yang beredar di pasaran ?	cuman ada produk terasi disini yang di jual
Apakah dalam proses pemasaran terasi bapak/ibu melakukannya dengan professional seperti menganalisa permintaan pasar, kemudian menganalisa kebutuhan dan target pasar?	Tidak tahu

Nama Informan: Ibu Ami dengan merek terasi MAKMI

Proses Pembuan Terasi

Untuk udang rebonnya saya dapatkan langsung dari nelayan	Untuk udang rebonnya saya dapatkan langsung dari nelayan
Apakah udang rebon yang didapatkan kemudian dilakukan pencucian terlebih dahulu, jika dilakukan pencucian berapa kali pencucian dilakukan?	tidak melakukan pencucian lagi
Berapa lama proses penjemuran bahan baku dan dijemur menggunakan alat apa?	Proses penjemuran tergantung cuaca, kalau cuaca panas 4-7 jam cukup dijemur diatas teratak yang kami buat dari kayu
Bagaimana proses penggilingan terasi dan menggunakan alat apa ?	udang rebon di giling menggunakan alat giling
Apakah dalam proses penggilingan terasi ditambahkan pewarna ?	Tidak
Jika perlu tambahan pewarna lainnya, perwarna apakah yang digunakan dan apakah aman untuk kesehatan?	Makanan
Bagaimana proses fermentasi dan dilakukan berapa lama serta alat apa yang digunakan saat proses fermentasi?	fermentasi kurang lebih 3-5 hari dengan menggunakan goni sampai bau khas terasi muncul dan setelah itu saya cetak dan jemur kembali baru dikemas
Bagaimana proses penimbangan terasi dan menggunakan alat apa saat proses penimbangan ?	Penimbangan dilakukan pada saat udang rebon baru datang dan pada saat terasi siap kemas. Kalau kemasan 1 kilo ditimbang pakai timbangan kecil itu yang ukuran 10 kilo timbangannya, kalau yang beli sampe puluhan kilo kayak agen ya kita timbang pakai timbangan besar.
Bagaimana proses pengemasan terasi dan menggunakan alat apa saat proses pengemasan ?	terasi siap dikemas di dalam plastik untuk terasi yang ukuran 1 kilo atau setengah kilo, kalau untuk agen biasanya terasi dimasukan saja didalam goni karna mereka belinya puluhan kilo untuk dijual kembali

Apakah produksi terasi sudah melakukan sertifikasi halal?	Belum
Apakah bapak/ibu memiliki hambatan dalam memproduksi terasi?	Hambatannya hampir tidak ada sih hanya di cuaca aja, kalau lagi musim panas gini produksi terasi bisa lebih banyak dibandingkan dengan musim hujan

Pemasaran Terasi

<i>Produk</i>	
Bagaimana kualitas terasi yang ibu/bapak buat ?	kalau kualitas gaperlu diragukan lagi ya, produk terasi yang kita jual memiliki kualitas terbaik, tidak menggunakan bahan pengawet berbahaya
Berapa lama terasi yang ibu/bapak buat dapat bertahan ?	1 tahun lebih
Apakah produk terasi yang ibu buat menggunakan bahan pengawet tambahan?	gak ada pakai pengawet
Apakah selain terasi ibu/bapak ada membuat produk lainya contohnya seperti ikan asin.	Tidak ada
Bagaimana cara ibu/bapak memasarkan produk yang telah dibuat ?	Untuk promosi biasanya udah dari mulut ke mulut. Ada pelanggan yang biasa belanja terasi kesini terus dia bawa temannya lagi terus bawa lagi temannya karna dirasa terasi disini bagus, kemudian ada juga di jual dari whatsapp, ada juga yang beli nanti kita bisa antar. Kemudian kalo cari merek terasi kita di google juga udh ada "terasi udang asli Makmi" disitu juga ada keterangannya jelas dari mulai harga, jika mau beli melalui tokopedia juga bisa. Kita udah memasarkan produk ini sampe keluar langsa dan selalu dapat bintang 5 dari para pembeli online.
<i>Price</i>	
Bagaimana cara ibu/bapak menentukan harga jual dari terasi ?	untuk harga saya ikut harga pasaran saja, tapi kalau reseller

	yang biasa ambil banyak dan langganan-langganan saya yaa saya kasi harga lebih murah karnaambilnya banyak.
Berapa keuntungan atau penghasilanibu/bapak dalam sekali produksi terasi ?	Kalau keuntungan gak tentu yaa kira kira itu sebulan sekitar 3 sampai 5 juta udah bersih dan dari
Apakah dengan bekerja sebagai produksi terasi sudah dapat memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari ?	keuntungan itu alhamdulillah apapun yang keluarga saya mau bisa terpenuhi dari mulai kebutuhan sehari-hari hingga pendidikan anak
Place	
Apakah bapak/ibu memiliki toko tersendiri untuk menjual produk terasi?	tempat penjualan terasi satu tempat dengan pengolahan, tidak ada tempat khusus untuk menjual terasi seperti toko, jadi ya semua disini dilakukan
Bagaimanakan kebersihan tempat penjualan terasi ?	Sudah bersih
Apakah tempat penjualan terasi bapak/ibu mudah ditemukan oleh para pelanggan?	Biasanya kami yang anatar ke pelanggan, tapi kalau pelanggan yang udah biasa kemari tempat ini mudah ditemukan
Promotion	
Apakah bapak/ibu melakukan promosi dalam menjual terasi ini ?	Ada
Jika ada, dalam bentuk apa promosi yang bapak lakukan ?	promosi ada saya lakukan dari mulai awal pengolahan sudah melakukan promosi tapi hanya dari mulut ke mulut, kalau sekarang sudah dari internet dari media sosial juga.
Apakah ada peningkatan pendapatan pada saat bapak/ibu sebelum atau sesudah melakukan promosi ?	Pendapatan udah pasti lebih meningkat semenjak adanya promosi
People	
Apakah dalam memproduksi terasi bapak/ibu bekerja sendiri atau dibantu dengan karyawan?	Karyawan blm berapa banyak
Jika dibantu dengan karywan, berapa	Ada 2 orang

jumlah karyawan yang bekerja sekarang ?	
Apakah karyawan yang bekerja disini berasal dari desa Lhok banie atau dari luar desa?	iya
Apakah dengan adanya usaha pembuatan terasi ini dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar?	Alhamdulillah bisa buka lapangan pekerjaan
<i>Process</i>	
Bagaimana proses penjualan terasi ini pak?	proses penjualan ya seperti biasa ya dijual aja kadang ada yang datang langsung, ada yang memesan lewat media sosial dan yang paling banyak memang langganan tetap kita yang biasanya beli dalam jumlah banyak dan untuk dijual lagi.
Apakah penjualan terasi ini masih sekitar Kota Langsa atau sudah merambah ke luar Kota Langsa?	Luar kota
Apa saja hambatan bapak/ibu dalam memasarkan terasi ini	Hambatan dalam pemasaran gak ada ya karna setiap habis produksi langsung habis aja
Apakah pernah ada komplain dari konsumen tentang terasi yang bapak/ibu produksi?	Kalau komplek belum pernah kita terima dari konsumen.
<i>Physical Evidence</i>	
Bagaimana proses pengemasan terasi disini pak/bu?	terasi yang sudah kering ya bisa langsung dikemas dan kelebihan produk kita itu rasa terasinya lebih gurih
Apakah kemasan terasi yang ibu/bapak gunakan sudah dapat menarik minat konsumen?	sudah
Apakah produk terasi yang bapak produksi memiliki ciri khas tersendiri dari terasi lainnya, misalkan dari rasa, bentuk, kemasan atau bahkan bahan bakunya?	Tidak ada sama saja

Etika Bisnis Islam dalam Mengolah dan Memasarkan Terasi

<i>Siddiq</i>	
Apakah bapak/ibu dalam mengolah terasi ada menabahkan bahan-bahan yang dilarang?	terasi saya dijamin aman walaupun belum ada label halal tapi aman karena selama ini saya bejualan dengan jujur,
Apakah dalam mengolah terasi ibu/bapak bersikap jujur tentang kualitas dari bahan baku pembuatan terasi?	gak ada menggunakan bahan berbahaya
Apakah dalam proses pengemasan ibu menerapkan prinsip jujur dalam penimbangan terasi?	apalagi penimbangan terasi malah lebih sering kita lebihkan bukan kurangi
Apakah bapak/ibu jujur kepada konsumen terkait produk yang ibu jual misalkan kekurangan dan kelebihan produk, contohnya seperti apa ?	Iya biasanya konsumen tanya bisa bertahan berapa lama terasinya, saya jawab 1 tahun
<i>Amanah</i>	
Apakah dalam proses pembuatan terasi dapat dipertanggung jawabkan kebersihannya	kebersihan tempat produksi bisa dilihat sendirilah cukup bersih
Apakah dalam proses pembuatan terasi dapat dipercaya kehalallannya?	halal insyaallah udah halal
Apakah dalam proses pembuatan terasi bapak/ibu dapat bertanggung jawab terhadap seluruh bahan-bahan yang digunakan memiliki kualitas yang baik	Iya
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu bersikap amanah artinya produk yang bapak promosikan dapat dipercaya oleh para konsumen?	iyaa apa yang saya promosikan di sosial media itu benar adanya tidak berbohong
Apakah bapak/ibu selalu memberikan pelayanan yang optimal kepada seluruh konsumen ?	pelayanan juga sudah pasti kita kasi yang terbaik
Apakah bapak/ibu selalu menepati janji dalam mensuplay terasi kepada seluruh konsumen?	dalam mengirim barang selalu tepat waktu
<i>Tabligh</i>	
Apakah dalam proses pembuatan bapak pernah memberikan pengarahan kepada karyawan ?	Pengarahan kepada karyawan itu selalu, dalam sebulan paling sedikit ada sekali rapat untuk evaluasi

	kerja
Apakah dalam proses pembuatan jika ada karyawan yang salah dalam memproduksi terasi bapak/ibu menegur dengan cara yang sopan?	kalau ada kesalahan dalam bekerja selalu ditegur secara sopan
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu jujur dalam berkata terkait produk yang ibu jual?	iyaa kami selalu jujur
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu dapat berkomunikasi dengan baik kepada setiap pelanggan dan mampu menerima seluruh kritikan dari pelanggan?	saya selalu menjaga komunikasi kepada seluruh pelanggan saya agar pelanggan saya puas membeli terasi disini
<i>Fatanah</i>	
Apakah dalam proses pengolahan terasi bapak mampu melakukan inovasi agar terasi yang bapak produksi berbeda dengan terasi lainnya yang beredar di pasaran ?	Tidak ada
Apakah dalam proses pemasaran terasi bapak/ibu melakukannya dengan profesional seperti menganalisa permintaan pasar, kemudian menganalisa kebutuhan dan target pasar?	Tidak ada

Nama Informan : Ibu Ros yang bekerja pada terasi merek MAKMI

Proses Pembuan Terasi

Apakah bahan baku yang digunakan untuk pembuatan terasi diperoleh sendiri atau dari orang lain (agen)?	Dari nelayan
Apakah udang rebon yang didapatkan kemudian dilakukan pencucian terlebih dahulu, jika dilakukan pencucian berapa kali pencucian dilakukan?	Tidak dicuci
Berapa lama proses penjemuran bahan baku dan dijemur menggunakan alat apa?	Tergantung atahari
Bagaimana proses penggilingan terasi dan menggunakan alat apa ?	Menggunakan alat giling
Apakah dalam proses penggilingan terasi ditambahkan pewarna ?	Tidak
Jika perlu tambahan pewarna lainnya, perwarna apakah yang digunakan dan apakah aman untuk kesehatan?	Makann
Bagaimana proses fermentasi dan dilakukan berapa lama serta alat apa yang digunakan saat proses fermentasi?	3-5 hari kurang lebih ya
Bagaimana proses penimbangan terasi dan menggunakan alat apa saat proses penimbangan ?	Saat ingin dikemas terasi di timbang menggunakan timbangan besar kalau ukuran yang sekilo kita timbang menggunakan timbangan kecil lalu dikemas
Bagaimana proses pengemasan terasi dan menggunakan alat apa saat proses pengemasan ?	Dikemas saja seperti biasa masukan dalam kotak kalau mau dikirim ke luar daerah.
Apakah produksi terasi sudah melakukan sertifikasi halal?	Belum ada.
Apakah bapak/ibu memiliki hambatan dalam memproduksi terasi?	Halbatan dari cuaca dan juga stok udang rebonnya kadang banyak kadang sedikit

Pemasaran Terasi

<i>Produk</i>	
Bagaimana kualitas terasi yang ibu buat ?	kalau kualitas gaperlu diragukan lagi ya, produk terasi yang kita jual memiliki kualitas terbaik
Berapa lama terasi yang ibu/bapak buat dapat bertahan ?	1 tahun
Apakah produk terasi yang ibu buat menggunakan bahan pengawet tambahan?	dalam memproduksi terasi gak ada pakai pengawet apapun
Apakah selain terasi ibu/bapak ada membuat produk lainnya contohnya seperti ikan asin.	untuk produk selain terasi belum ada yang di produksi
Bagaimana cara ibu/bapak memasarkan produk yang telah dibuat ?	untuk pemasaran ada melalui media sosial juga ada yang pembeli langsung datang juga kadang ada yang diantar juga
<i>Price</i>	
Bagaimana cara ibu/bapak menentukan harga jual dari terasi ?	kalau harga yang dijual sekilonya 30.000 ribu rupiah
Berapa keuntungan atau penghasilan ibu/bapak dalam sekali produksi terasi ?	kemudian penghasilan saya seharusnya 40.000 ribu rupiah, saya bekerja dari jam 10 sampai jam 4 sore.
Apakah dengan bekerja sebagai produksi terasi sudah dapat memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari ?	Alhamdulillah penghasilan saya disini bisa buat bantu-bantu suami lah
<i>Place</i>	
Apakah bapak/ibu memiliki toko tersendiri untuk menjual produk terasi?	tempat penjualan ada kita susun di depan rak stanlist, untuk toko belum ada karena kita fokus ke pengolahan kalau penjualan memang udah ada langganan tersendiri yang ambil, jadi terkadang begitu terasi siap di proses langsung dikirim ke para pelanggan
Bagaimanakan kebersihan tempat penjualan terasi ?	kebersihan lokasi sangat diperhatikan karna jika lokasi nya jorok maka akan menimbulkan bau yang sangat menyengat

Apakah tempat penjualan terasi bapak/ibu mudah ditemukan oleh para pelanggan?	Iya.
Promotion	
Apakah bapak/ibu melakukan promosi dalam menjual terasi ini ?	ada
Jika ada, dalam bentuk apa promosi yang bapak lakukan ?	promosi dari internet, jua-jual dari internet dan banyak juga yang membelinya
Apakah ada peningkatan pendapatan pada saat bapak/ibu sebelum atau sesudah melakukan promosi ?	Ada peningkatan pendapatan saya taunya karna produksi meningkat
People	
Apakah dalam memproduksi terasi bapak/ibu bekerja sendiri atau dibantu dengan karyawan?	Ada
Jika dibantu dengan karywan, berapa jumlah karyawan yang bekerja sekarang ?	2 karyawan
Apakah karyawan yang bekerja disini berasal dari desa Lhok banie atau dari luar desa?	karyawan yang bekerja semuanya dari Desa Simpang Lhee
Apakah dengan adanya usaha pembuatan terasi ini dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar?	memang benar usaha terasi ini membuka banyak lapangan pekerjaan
Process	
Bagaimana proses penjualan terasi ini pak?	proses penjualan secara rincinya saya kurang tau, tapi ya biasa orang ambil sendiri kemari langganan-langganan yang mau jualan terasi ambilnya dari sini, kemudian ada juga yang dikirim gitu
Apakah penjualan terasi ini masih sekitar Kota Langsa atau sudah merambah ke luar Kota Langsa?	Udah luar aceh
Apa saja hambatan bapak/ibu dalam memasarkan terasi ini	Kurang tau
Apakah pernah ada komplain dari konsumen tentang terasi yang bapak/ibu produksi?	Kompen setau saya tidak pernah

<i>Physical Evidance</i>	
Bagaimana proses pengemasan terasi disini pak/bu?	Pengemasan ya biasa aja kita masukkan dalam plastik yang uda ada label nya terus masukan lagi dalam kerdus gitu
Apakah kemasan terasi yang ibu/bapak gunakan sudah dapat menarik minat konsumen?	sudah
Apakah produk terasi yang bapak produksi memiliki cirri khas tersendiri dari terasi lainnya, misalkan dari rasa, bentuk, kemasan atau bahkan bahan bakunya?	Ada labelnya jadi msyarakat tau terasi merek kita.

Etika Bisnis Islam dalam Mengolah dan Memasarkan Terasi

<i>Siddiq</i>	
Apakah bapak/ibu dalam mengolah terasi ada menabahkan bahan-bahan yang dilarang?	tidak
Apakah dalam mengolah terasi ibu/bapak bersikap jujur tentang kualitas dari bahan baku pembuatan terasi?	Alhamdulillah kualitas bahan baku sellau terjamin
Apakah dalam proses pengemasan ibu menerapkan prinsip jujur dalam penimbangan terasi?	kita selalu jujur dalam mengolah terasi tidak ada memasukkan bahan berbahaya agar terasi lebih awet atau sampai mengurangi timbangan itu gak mungkin, disini kadang kalau beli satu kilo timbangan pasti dilebihkan sedikit
Apakah bapak/ibu jujur kepada konsumen terkait produk yang ibu jual misalkan kekurangan dan kelebihan produk, contohnya seperti apa ?	Ada dijelaskan kayak misalkan tahan berapa lama terasi ini.
<i>Amanah</i>	
Apakah dalam proses pembuatan terasi dapat dipertanggung jawabkan kebersihannya	bersih
Apakah dalam proses pembuatan terasi dapat dipercaya kehalallannya?	Halal dan aman juga
Apakah dalam proses pembuatan terasi	sudah

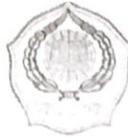
bapak/ibu dapat bertanggung jawab terhadap seluruh bahan-bahan yang digunakan memiliki kualitas yang baik	
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu bersikap amanah artinya produk yang bapak promosikan dapat dipercaya oleh para konsumen?	pelayanan disini udah bagus dan barang yang di foto sesuai sama aslinya
Apakah bapak/ibu selalu memberikan pelayanan yang optimal kepada seluruh konsumen ?	pelayanan juga sudah pasti kita kasi yang terbaik
Apakah bapak/ibu selalu menepati janji dalam mensuplay terasi kepada seluruh konsumen?	Ya.
<i>Tabligh</i>	
Apakah dalam proses pembuatan bapak pernah memberikan pengarahan kepada karyawan ?	ada
Apakah dalam proses pembuatan jika ada karyawan yang salah dalam memproduksi terasi bapak/ibu menegur dengan cara yang sopan?	Iya sopan
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu jujur dalam berkata terkait produk yang ibu jual?	Saya jujur dalam bekerja
Apakah dalam proses pemasaran bapak/ibu dapat berkomunikasi dengan baik kepada setiap pelanggan dan mampu menerima seluruh kritikan dari pelanggan?	Harus ramah kepada pelanggan
<i>Fatanah</i>	
Apakah dalam proses pengolahan terasi bapak mampu melakukan inovasi agar terasi yang bapak produksi berbeda dengan terasi lainnya yang beredar di pasaran ?	Tidak ada inovasi
Apakah dalam proses pemasaran terasi bapak/ibu melakukannya dengan profesional seperti menganalisa permintaan pasar, kemudian menganalisa kebutuhan dan target pasar?	Kurang tau

Lampiran 3: Dokumentasi









KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 274 TAHUN 2022
TENTANG
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA,

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran penyusunan skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa maka dipandang perlu untuk menetapkan Dosen Pembimbing skripsi;
- b. bahwa personil yang namanya tersebut dalam Lampiran Surat Keputusan ini dianggap memenuhi syarat dan mampu untuk ditetapkan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi sebagaimana dimaksud;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa tentang Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 376 Tahun 2009 tentang Dosen;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2010 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/17201, tanggal 24 April 2019, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
8. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
- Memperhatikan: Hasil Seminar Proposal Skripsi Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 03 Maret 2022;
- MEMUTUSKAN :
- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA TENTANG PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PRODI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
- Kesatu : Menetapkan **Khairatun Hisan, M.Sc** sebagai Pembimbing I dan **Fakhrizal, Lc, MA** sebagai Pembimbing II untuk penulisan skripsi mahasiswa atas nama **Mauli Fajrina NIM 4022018016** dengan judul skripsi "**Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Terasi di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa**";
- Kedua : Masa pembimbingan dilakukan maksimal selama enam bulan, dengan ketentuan :
1. setiap bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;
2. perubahan judul skripsi tidak diperkenankan kecuali atas persetujuan Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa;
3. selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada IAIN Langsa;
- Ketiga : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan akan diperbaiki sebagaimana mestinya apabila terdapat kekeliruan dalam penetapan ini;



Tembusan :

1. Ketua Jurusan/Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Langsa;
2. Pembimbing I dan II;
3. Mahasiswa yang bersangkutan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Meurandeh – Kota Langsa – Aceh, Telepon 0641) 22619 – 23129; Faksimili(0641) 425139;
Website: www.febi.iainlangsa.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B/689/In.24/LAB/PP.00.9.07/2022

Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

NAMA : Mauli Fajrina
NIM : 4022018016
PROGRAM STUDI : Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
PADA USAHA TERASI DI KECAMATAN LANGSA
BARAT KOTA LANGSA

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 35% pada naskah skripsi yang disusun. Surat Keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti sidang munaqasyah.

Langsa, 26 Juli 2022 *AP*
Kepala Laboratorium FEBI

Mastura
Mastura, M.E.I

NIDN. 2013078701