

**EKSISTENSI USAHA *NASU PALEKKO* DALAM
MENINGKATKAN TARAF HIDUP PEDAGANG DI MARETO
KABUPATEN BARRU
(Analisis Hukum Ekonomi Islam)**



Oleh

**AYU ANDIRA
NIM 14.2200.084**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2018

**EKSISTENSI USAHA *NASU PALEKKO* DALAM
MENINGKATKAN TARAF HIDUP PEDAGANG DI MARETO
KABUPATEN BARRU
(Analisis Hukum Ekonomi Islam)**



Oleh

**AYU ANDIRA
NIM 14.2200.084**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H.)
pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2018

**EKSISTENSI USAHA *NASU PALEKKO* DALAM
MENINGKATKAN TARAF HIDUP PEDAGANG DI MARETO
KABUPATEN BARRU
(Analisis Hukum Ekonomi Islam)**

Skripsi

sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Hukum

**Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah**

Disusun dan diajukan oleh

**AYU ANDIRA
NIM 14.2200.084**

Kepada

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2018

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Eksistensi Usaha *Nasu Palek* dalam Meningkatkan
Taraf Hidup Pedagang di Mareto Kabupaten Barru
(Analisis Hukum Ekonomi Islam)

Nama Mahasiswa : Ayu Andira
NIM : 14.2200.084
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Islam
Dasar Penetapan Pembimbing: SK. Ketua STAIN Parepare

No. B.2923/Sti.08/PP.00.01/10/2017

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd.

NIP : 19610320 199403 1 004

Pembimbing Pendamping : Aris, S.Ag.,M.HI.

NIP : 19761231 200901 1 046

Mengetahui

Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam


Budiman, M.HI.

NIP. 19730627 200312 1 004

SKRIPSI

**EKSISTENSI USAHA *NASU PALEKKO* DALAM
MENINGKATKAN TARAF HIDUP PEDAGANG DI MARETO
KABUPATEN BARRU
(Analisis Hukum Ekonomi Islam)**

disusun dan diajukan oleh

AYU ANDIRA
NIM 14.2200.084

telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasah
pada tanggal 8 Agustus 2018 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

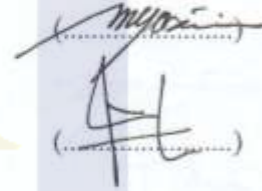
Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd.

NIP : 19610320 199403 1 004

Pembimbing Pendamping : Aris, S.Ag.,M.HI.

NIP : 19761231 200901 1 046




KEMENTERIAN AGAMA
REPUBLIK INDONESIA
Parepare

Amad Sultra Rustan, M.Si
NIP. 19740427 198703 1 002

Ketua Jurusan Syariah
dan Ekonomi Islam


STAJA
PAREPARE

Budiman, M.HI.
NIP. 19730627 200312 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Eksistensi Usaha *Nasu Palekko* dalam Meningkatkan
Taraf Hidup Pedagang di Mareto Kabupaten Barru
(Analisis Hukum Ekonomi Islam)

Nama Mahasiswa : Ayu Andira
Nomor Induk Mahasiswa : 14.2200.084
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing: SK. Ketua STAIN Parepare

No. B.2923/Sti.08/PP.00.01/10/2017

Tanggal Kelulusan : 8 Agustus 2018

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd.	(Ketua)	
Aris, S.Ag.,M.Hl.	(Sekretaris)	
Badruzzaman, S.Ag, M.H.	(Anggota)	
Dr. Rahmawati, M. Ag	(Anggota)	



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Keanugrahan inspirasi dari Tuhan Yang Maha Agung menjadi kekuatan kepada penulis untuk segera menyelesaikan tulisan ini, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (muamalah) Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam di IAIN Parepare. Oleh karena itu, tiada kata yang terindah selain ucapkan syukur tak terhingga karena penulis dapat menyelesaikan tulisan ini yang berjudul ***“Eksistensi Usaha Nasu Palekko dalam Meningkatkan Taraf Hidup Pedagang di Mareto Kabupaten Barru (Analisis Hukum Ekonomi Islam)”*** tepat pada waktunya. Serta tak lupa pula penulis kirimkan selawat dan salam kepada junjungan baginda Muhammad saw, sebagai sumber semangat, panutan dan motivator dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Rasa terima kasih penulis juga persembahkan kepada Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd dan Bapak Aris, S.Ag., M.HI selaku pembimbing utama dan pembimbing pendamping penulis, serta Bapak Badruzzaman, S.Ag, M.H dan Ibu Dr. Rahmawati, M. Ag selaku Tim Penguji Skripsi (Munaqasyah) atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih. Berkat bimbingan, arahan dan sumbangsih pemikiran mereka sehingga tulisan ini dapat diselesaikan.


Terima kasih pula atas segenap bantuan dan arahan dari berbagai pihak diantaranya:

1. Bapak Dr. Ahmad S. Rustan, M.Si selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
2. Bapak Budiman, M.HI selaku Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
3. Bapak Aris, S.Ag., M.HI selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Parepare.
4. Ibu Sunuwati, Lc., M.HI selaku dosen Penasihat Akademik (PA) yang telah meluangkan banyak waktunya dan memberikan bimbingan kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen beserta segenap civitas akademika IAIN Parepare yang telah meluangkan waktunya dalam mendidik dan memberikan pengarahan selama penulis menempuh perkuliahan.
6. Bapak Bahtiar dan Ibu Syahriah selaku orang tua penulis serta keluarga besar Bapak Borahima yang telah dengan ikhlas menemani, memberikan dorongan dan mendoakan demi penyelesaian tulisan ini.
7. Muh. Ansar, saudara-saudari dan senior-senior dari keluarga besar Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) Al-Madani IAIN Parepare.
8. Ulfa Sri Aprilia dan Reza Oktaviasebagai teman yang baik serta sahabat yang selalu memberikan motivasi dan semangat yang luar biasa kepada penulis.
9. Saudara-saudari dan teman-teman seperjuangan di kampus maupun di luar kampus IAIN Parepare

10. Masyarakat di dusun Mareto yang telah bersedia membantu dalam memberikan informasi untuk kelengkapan data-data penelitian yang dibutuhkan penulis.

Sebagai ungkapan terima kasih yang mendalam, penulis hanya dapat berdoa semoga segala bimbingan, bantuan, perhatian serta semangat yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah swt. Kekurangan akan selalu menjadi bagian manusia, kesempurnaan hanya menjadi milik-Nya. Akhirnya penulis menyampaikan, kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 30 Juni 2018
Penulis


AYU ANDIRA
NIM14.2200.084



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

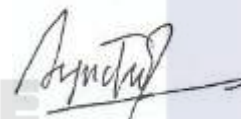
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu Andira
NIM : 14.2200.084
Tempat/Tgl Lahir : Passedde, 12 Januari 1996
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Judul Skripsi : Eksistensi Usaha *Nasu Palekko* dalam Meningkatkan Taraf
Hidup Pedagang di Mareto Kabupaten Barru (Analisis Hukum
Ekonomi Islam)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 30 Juni 2018

Penyusun



Ayu Andira
NIM 14.2200.084

ABSTRAK

Ayu Andira.*Eksistensi Usaha Nasu Palekko dalam Meningkatkan Taraf Hidup Pedagang di Mareto Kabupaten Barru (Analisis Hukum Ekonomi Islam)*(dibimbing oleh Moh. Yasin Soumena dan Aris)

Bisnis kuliner yang digeluti oleh masyarakat di dusun Mareto Kabupaten Barru dalam meningkatkan taraf hidupnya adalah *nasu palekko*. Meningkatnya pesaing bisnis kuliner memicu para pedagang untuk melakukan berbagai strategi dan bentuk pelayanan untuk mencapai keberhasilan usaha. Keberhasilan usaha tentu akan berdampak baik terhadap peningkatan taraf hidup pedagang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keberadaan usaha *nasu palekko* dalam meningkatkan taraf hidup pedagang dengan strategi yang digunakan dan bentuk pelayanan pedagang dalam memberdayakan pelanggan di Mareto Kabupaten Barru serta dianalisis berdasarkan hukum ekonomi Islam. Penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Mengumpulkan data primer dengan metode wawancara dan observasi. Adapun teknik analisis datanya menggunakan reduksi data dan verifikasi data.

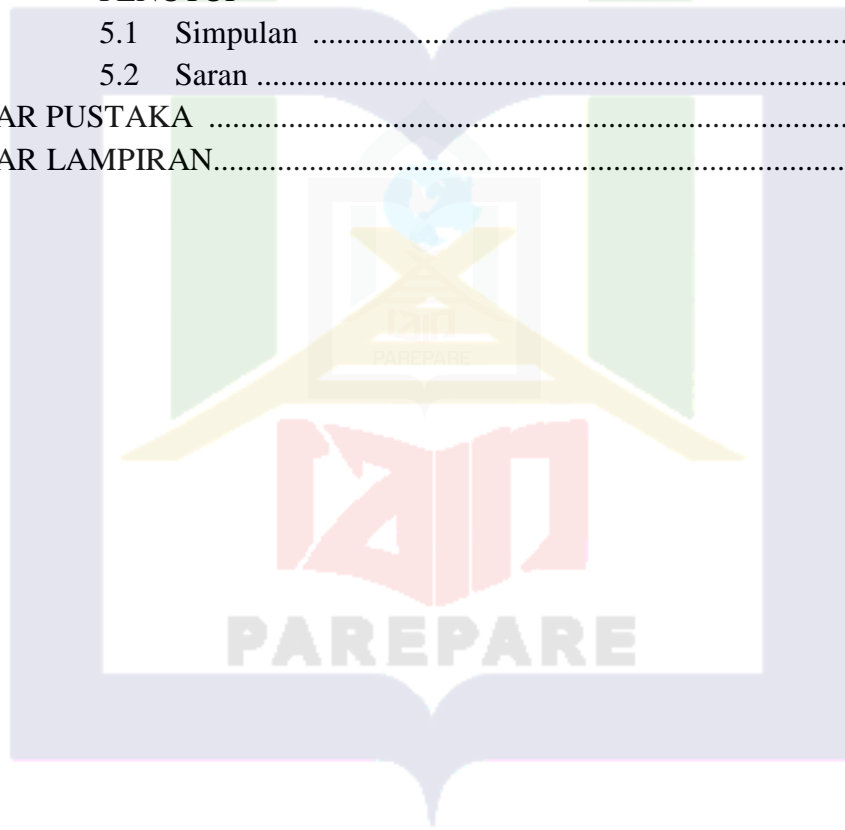
Hasil kajian menunjukkan bahwa : (1) Strategi pedagang *nasu palekko* dalam meningkatkan usaha dan taraf hidup di Mareto Kabupaten Barru yaitu menggunakan strategi *marketing mix*. Ke empat komponen yang dikenal sebagai 4P atau *marketing mix* adalah *product, price, place, dan promotion*. (2) Bentuk pelayanan pedagang *nasu palekko* dalam memberdayakan pelanggan dengan memberikan pelayanan prima yaitu pelayanan terbaik dan berkualitas (3) Perspektif hukum ekonomi Islam terhadap strategi dan pelayanan pedagang *nasu palekko* yaitu strategi pedagang *nasu palekko* memiliki kesesuaian dengan prinsip nubuwwah dalam hal ini adalah *sifat fathonah* (cerdas). Sedangkan pelayanan pedagang *nasu palekko* memiliki kesamaan dengan prinsip tauhid, adil, nubuwwah, dan hasil atau keuntungan (*al-Ma'ad*).

Kata Kunci : Eksistensi, *nasu palekko*, taraf hidup, hukum ekonomi Islam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN DAFTAR SINGKATAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan Teori	11
2.2.1 Konsep Strategi Usaha	11
2.2.2 Konsep Pelayanan	22
2.2.3 Konsep Keberhasilan.....	25
2.2.4 Konsep Nasu Palekko.....	28
2.2.5 Konsep Peningkatan Taraf Hidup	29
2.2.6 Konsep Hukum Ekonomi Islam	31
2.3 Tinjauan Konseptual	38
2.4 Kerangka Fikir	40
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	43
3.3 Jenis dan Sumber Data yang Digunakan	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.5 Teknik Analisis Data.....	46

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	48
4.2	Strategi Pedagang <i>NasuPalek</i> dalam Meningkatkan Usahadan Taraf HidupnyadiMareto Kabupaten Barru	49
4.3	Bentuk Pelayanan Pedagang <i>Nasu Palek</i> dalam Memberdayakan Pelanggan dan MeningkatkanTaraf Hidupnyadi Mareto KabupatenBarru.....	66
4.4	Perspektif Hukum Ekonomi Islam terhadap Strategi dan Pelayanan Pedagang <i>Nasu Palek</i> dalam Meningkatan Usaha dan Taraf Hidupnyadi Mareto KabupatenBarru.....	74
BAB V	PENUTUP	
5.1	Simpulan	89
5.2	Saran	90
	DAFTAR PUSTAKA	91
	DAFTAR LAMPIRAN.....	95



DAFTAR GAMBAR

No.Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Bagan Kerangka Pikir	41



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Surat Izin Melaksanakan Penelitian
Lampiran 2	Surat Izin/ Rekomendasi Penelitian
Lampiran 3	Surat Keterangan Selesai Penelitian
Lampiran 4	Bukti Wawancara
Lampiran 5	Foto Saat Wawancara dengan Konsumen dan Pedagang <i>Nasu Palekko</i>
Lampiran 6	Biografi Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN DAFTAR SINGKATAN

1. *Transliterasi Arab-Latin*

1.1 Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	tha	Th	te dan ha
ج	jim	J	Je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	dhal	Dh	de dan ha
ر	ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye

ص	shad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet ((dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
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	’	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

1.2 Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	a	A
إ	Kasrah	i	I
أ	Dammah	u	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أِي	fathah dan ya	ai	a dan i
أُو	fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : ḥaula

1.3 Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا / آ	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ي	kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و	dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ	:	Māta
رَمَى	:	Ramā
قِيلَ	:	Qīla
يَمُوتُ	:	Yamūtu

1.4 Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1.4.1 *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- 1.4.2 *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].
- 1.4.3 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:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*
 الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

1.5 Syaddah (tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ـَ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*
 نَجَّيْنَا : *najjainā*
 الْحَقُّ : *al-haqq*
 الْحَجُّ : *al-hajj*
 نَعْمَ : *nu‘ima*
 عُدُّوْ : *‘aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)
 عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

1.6 Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (alif lam ma’arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti

biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contohnya:

الشَّمْسُ	:	<i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	:	<i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الْفَلْسَفَةُ	:	<i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	:	<i>al-bilādu</i>

1.7 Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	:	<i>ta'murūna</i>
النَّوْءُ	:	<i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	:	<i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	:	<i>Umirtu</i>

1.8 Penulisan Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa

Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*, khusus dan umum. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fī ḥilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-laḥẓ lā bi khusus al-sabab

1.9 *Laḥẓ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dīnullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *laḥẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

1.10 *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang

ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (AI-).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi 'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū(bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naşr Hamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

2. Daftar Singkatan

2.1 Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

- | | | | |
|-------|------|---|-------------------------------------|
| 2.1.1 | swt. | = | <i>subḥānahū wa ta'āla</i> |
| 2.1.2 | saw. | = | <i>şallallāhu 'alaihi wa sallam</i> |
| 2.1.3 | a.s. | = | <i>'alaihi al- sallām</i> |
| 2.1.4 | H | = | Hijriah |

- 2.1.5 M = Masehi
- 2.1.6 SM = Sebelum Masehi
- 2.1.7 l. = Lahir tahun
- 2.1.8 w. = Wafat tahun
- 2.1.9 QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/ ..., ayat 4
- 2.1.10 HR = Hadis Riwayat

2.2 Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

- 2.2.1 ص = صفحة
- 2.2.2 دم = بدون مكان
- 2.2.3 صلعم = صلى الله عليه وسلم
- 2.2.4 ط = طبعة
- 2.2.5 دن = بدون ناشر
- 2.2.6 الخ = إلى آخرها/ إلى آخره
- 2.2.7 ج = جزء

DAFTAR TRANSLITERASI ARAB-LATIN

No.	Huruf	Huruf Latin	Nama	Makna
1.	حكم	<i>Hukm</i>	Hukum	putusan atau ketetapan
2.	ز - ي - د	<i>ziyadah</i>	Ziyadah	tambahan

DAFTAR SINGKATAN

No.	Singkatan	Makna
1	swt.	<i>Subhanahu wa ta ala</i>
2	saw.	<i>Sallallahu alaihi wa sallam</i>
3	H.R	Hadis Riwayat
4	Q.S	Qur'an Surah
5	Rp.	Rupiah

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama yang memperhatikan kebahagiaan hidup dunia dan akhirat, disamping memerintahkan umatnya untuk melaksanakan kewajiban ritual ibadah berupa shalat, puasa, dan lain-lain. Islam juga mendorong umatnya untuk berusaha mencari rezeki sebagai upaya pemenuhan kebutuhan hidup mereka di dunia.

Sebagai ajaran yang sempurna, Islam juga menurunkan aturan-aturan yang harus diperhatikan oleh seorang muslim dalam memenuhi kebutuhan hidupnya (mencari nafkah). Dalam al-Qur'an dinyatakan, bahwa nafkah yang dicari haruslah nafkah yang halal dan baik.¹ Proses memenuhi kebutuhan inilah yang kemudian menghasilkan kegiatan ekonomi seperti berdagang (jual-beli) dan lain sebagainya. Dalam pandangan Islam perdagangan merupakan sarana untuk beribadah kepada Allah swt dan merupakan fardhu kifayah. Karenanya bisnis dan perdagangan tidak boleh lepas dari peran syariah Islamiah.

Aktivitas ekonomi tidak terlepas dari hukum dan ekonomi yang merupakan dua hal yang tidak boleh dipisahkan, sebab dua hal ini saling melengkapi seperti dua sisi mata uang. Hukum ekonomi merupakan kajian tentang hukum yang berkaitan dengan ekonomi secara interdisipliner dan multidimensional.²

Hukum Ekonomi merupakan keseluruhan norma-norma yang dibuat oleh pemerintah atau penguasa sebagai satu personifikasi dari masyarakat yang mengatur

¹Q.S Al Maidah/5: 88 dan terjemahannya. Lihat Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemah* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2009), h. 122.

²Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama* (Cet. I; Jakarta: Kencana, 2012), h. 5.

kehidupan ekonomi dimana kepentingan individu dan masyarakat saling berhadapan.³ Mencari nafkah sesuai dengan hukum yang berlaku dan dengan cara yang adil merupakan suatu kewajiban yang sesuai dengan kewajiban dasar dalam kaitannya dengan ekonomi Islam.

Ekonomi Islam merupakan pengetahuan dan penerapan hukum syariah untuk mencegah terjadinya ketidakadilan atas pemanfaatan dan pengembangan sumber-sumber material dengan tujuan untuk memberikan kepuasan manusia dan melakukannya sebagai kewajiban kepada Allah swt dan masyarakat.⁴

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa hukum ekonomi Islam merupakan suatu rangkaian yang memiliki keterkaitan berupa aturan-aturan yang berlaku dalam aktifitas ekonomi atau perilaku manusia secara aktual,⁵ empirikal,⁶ baik dalam produksi, distribusi maupun konsumsi berdasarkan al-Qur'an dan as-Sunah serta ijma para ulama dengan tujuan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Ekonomi syariah tidak hanya membahas tentang aspek perilaku manusia yang berhubungan dengan cara mendapatkan uang dan membelanjakannya, tetapi juga membahas segala aspek ekonomi yang membawa kepada kesejahteraan umat. Perlu diingat bahwa konsep kesejahteraan manusia itu tidak mungkin statis, selalu relatif pada keadaan yang berubah. Oleh karena itu, konsep kesejahteraan yang dikembangkan melalui

³Pendapat Rahmat Soemitro. Lihat Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, h. 6.

⁴Pendapat Hazanus Zaman. Lihat Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, h. 8.

⁵Aktual adalah betu-betul ada (terjadi); sesungguhnya; cerita itu diangkat dari kejadian yang sedang menjadi pembicaraan orang banyak tentang peristiwa dan sebagainya. Lihat Dendy Sugono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Cet. IV; Jakarta: PT Gramedia, 2008), h. 31.

⁶Empirikal adalah suatu pengetahuan yang didapatkan setelah melalui penemuan, percobaan dan pengalaman yang dilakukan. Lihat Dendy Sugono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, h. 370.

ekonomi syariah harus sejalan dengan prinsip-prinsip universal Islam yang tetap dipandang sah sepanjang masa. Islam mengatur aktivitas memperoleh uang dan mengeluarkannya sedemikian rupa sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Usaha sebagai keseluruhan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh manusia dalam rangka mencapai kemakmuran dan kesejahteraan. Pemerintah saat ini sudah mulai menyadari bahwa usaha kecil menengah ini memberikan dampak positif bagi lingkungan yang berada di sekitarnya mengurangi pengangguran, meningkatkan pendapatan daerah bagi wilayah setempat dan mengurangi tingkat kriminalitas bagi para penduduk yang berada di daerah sekitar usaha tersebut. Sebagaimana hal tersebut di atas memiliki pengaruh yang besar terhadap perekonomian.

Salah satu dari upaya yang dilakukan dengan memperbaiki perekonomian yaitu dengan adanya UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) bagi pelaku bisnis. Pelaku bisnis biasa juga dikenal dengan wirausaha. Seseorang yang memiliki jiwa dan sikap kewirausahaan⁷ tentunya memiliki kepribadian kreatif⁸ dan inovatif.⁹

Peran wirausaha dapat dilihat dari dua pendekatan yaitu secara mikro dan makro. Secara mikro, wirausaha memiliki dua peran yaitu sebagai penemu dan perencana. Sedangkan secara makro, peran wirausaha adalah menciptakan

⁷Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menjadi sukses. Lihat Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2016), h. 2.

⁸Kreatif adalah kemampuan mengembangkan ide-ide dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang. Lihat Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, h. 14.

⁹Inovatif diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreatifitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Lihat Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, h. 14.

kemakmuran, pemerataan kekayaan dan kesempatan kerja¹⁰ bagi angkatan kerja.¹¹ Karenanya seorang pelaku bisnis/wirausaha harus mengamati dan mencari peluang bisnis yang ada dalam lingkungan masyarakat.

Sebagaimana yang terlihat di lingkungan masyarakat Mareto, usaha yang sedang berkembang dan digeluti saat ini adalah bisnis rumah makannasupalekko. *Nasu palekko* merupakan masakan berupa daging bercita rasa pedas yang menggunakan campuran dari berbagai bumbu dan rempah-rempah. Masakan ini diolah dari proses memasak dengan cara tumis dan rebus. *Nasu palekko* merupakan masakankhas suku Bugis Sulawesi Selatan. Jenis bisnis inimerupakan usaha perseorangan¹² yakni usaha yang dimiliki oleh pemilik tunggal serta keuntungan dan kerugian ditanggung sendiri oleh pemiliknya. Usaha dagang *nasupalekko* ini berlokasi di Mareto Kabupaten Barru. Mareto merupakan daerah yang terkenal akan makanan khas *nasupalekkonya*, dengan kelezatan bercita rasa pedas baik itu *itikpalekko* maupun *ayam palekko*.

Di Kabupaten ini, sebagian masyarakat Mareto memilih untuk mengembangkan usaha rumah makannasupalekko. Di mana awalnya usaha ini tidak terlalu maju dan minat masyarakat untuk mengembangkan usaha ini sangat minim.

¹⁰Kesempatan kerja adalah peluang atau keadaan yang menunjukkan tersedianya lapangan pekerjaan sehingga semua orang yang bersedia dan sanggup bekerja dalam proses produksi dapat memperoleh pekerjaan sesuai keahlian, keterampilan dan bakatnya masing-masing. Lihat Rachmoez Jack, "Defenisi Kesempatan Kerja Menurut Ahli," *Blog Rachmoez Jack*. <http://dominique122.blogspot.co.id/2015/04/defenisi-kesempatan-kerja-menurut-ahli.html?m=1> (1 Maret 2018).

¹¹Angkatan kerja adalah bagian dari tenaga kerja yang sesungguhnya terlibat, atau berusaha untuk terlibat dalam kegiatan produktif yaitu produksi barang dan jasa. Lihat Mulyadi, *Ekonomi Sumber Daya Manusia* (Cet. II; Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003), h. 60.

¹²Lihat pula Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2016), h. 103 dan Justin, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil* (Cet. IV; Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 215.

Tetapi sejak lima tahun terakhir ini usahanyasemakin maju dan minat mereka untuk mengembangkan usaha ini meningkat. Hingga sampai saat ini sebagian masyarakat Mareto lebih memilih untuk mengembangkan bisnis ini dibandingkan merintis usaha baru yang berbeda serta sekaligus memanfaatkan peluang bisnis yang ada di daerah tersebut.

Mereka melakukan renovasi, inovasi dan kreatifitas baik dari segi operasional maupun dari berbagai ragam sajian menu masakannya. Hal ini perlu diperhatikan agar usaha yang kita kembangkan dengan strategi dan pelayanan yang diberikan mampu untuk meningkatkan daya beli konsumen. Seorang wirausaha tentu mengalami suatu kondisi ketidakpastian. Untung dan rugi merupakan dua hal yang tidak bisa dihindari. Keberhasilan seseorang ditandai dengan meningkatnya pendapatan dan taraf hidup pedagang tersebut. Dalam menjalankan setiap usaha tentunya seorang wirausaha berharap dengan usaha yang digeluti mampu untuk meningkatkan taraf hidup mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

- 1.2.1 Bagaimana strategi pedagang *nasu palekko* dalam meningkatkan usaha dan taraf hidupnya di Mareto Kabupaten Barru?
- 1.2.2 Bagaimana bentuk pelayanan pedagang *nasu palekko* dalam memberdayakan pelanggan dan meningkatkan taraf hidupnya di Mareto Kabupaten Barru?
- 1.2.3 Bagaimana perspektif hukum ekonomi Islam terhadap strategi dan pelayanan pedagang *nasu palekko* dalam meningkatkan usaha dan taraf hidupnya di Mareto Kabupaten Barru?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan merujuk pada rumusan masalah tersebut diatas, maka penulis dapat mengemukakan setiap kegiatan yang dilakukan karena adanya tujuan yang ingin dicapai, adapun tujuan yang ingin dicapai ialah

- 1.3.1 Untuk mengetahui strategi pedagang *nasu palekko* dalam meningkatkan usaha dan taraf hidupnya di Mareto Kabupaten Barru.
- 1.3.2 Untuk mengetahui bentuk pelayanan pedagang *nasu palekko* dalam memberdayakan pelanggan dan meningkatkan taraf hidupnya di Mareto Kabupaten Barru.
- 1.3.3 Untuk mengetahui perspektif hukum ekonomi Islam terhadap strategi dan pelayanan pedagang *nasu palekko* dalam meningkatkan usaha dan taraf hidupnya di Mareto Kabupaten Barru.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber referensi teoritis untuk penelitian sejenis di masa mendatang sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih konkrit dan mendalam dengan teori yang terdapat di dalam penelitian ini.

1.4.2 Kegunaan Praktis

- 1.4.2.1 Bagi peneliti, penelitian ini sangat bermanfaat untuk menambah wawasan terkait masalah kewirausahaan yang dianalisis berdasarkan hukum ekonomi Islam.

1.4.2.2 Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta kesadaran kepada masyarakat untuk melaksanakan usaha sesuai prinsip-prinsip ekonomi Islam.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Jurnal penelitian Septi Nur Ingtyas dengan judul “*Eksistensi Industri Kecil dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Perusahaan Roti di Desa Papahan, Kecamatan Tasikmadu, Karanganyar)*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan industri kecil memberikan peranan penting dalam masyarakat di Desa Papahan dan sekitarnya. Eksistensi industri kecil memberikan kontribusi yang besar dalam meningkatkan pendidikan keterampilan dan dampaknya terhadap kesejahteraan serta memberikan pengalaman mengenai tata boga. Tata boga merupakan seni atau ilmu akan makanan yang baik, dan menambah pengetahuan terhadap warga masyarakat yang tidak terserap oleh perusahaan besar dan tidak dapat melanjutkan sekolah lagi.¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Septi memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu sama-sama mengkaji mengenai keberadaan usaha dagang dalam meningkatkan taraf hidup pedagang dan kesejahteraan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan sama yaitu metode penelitian kualitatif. Perbedaannya adalah penelitian sebelumnya berfokus terhadap pendidikan keterampilan industri kecil pembuatan roti dalam menyerap tenaga kerja dengan pelatihan bagi warga yang tidak dapat melanjutkan sekolah dan warga masyarakat

¹³Septi Nur Ingtyas, “*Eksistensi Industri Kecil dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Perusahaan Roti di Desa Papahan, Kecamatan Tasikmadu, Karanganyar)*” (Skripsi Sarjana; Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan; Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2012), h. 10.

yang tidak terserap oleh perusahaan besar, sedangkan penelitian yang akan diteliti penulis berfokus pada strategi dan bentuk pelayanan pedagang *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru, serta dianalisis dari hukum ekonomi Islam.

2.1.2 Jurnal penelitian Khaerunnisa dengan judul “*Strategi Meningkatkan Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang Ikan Panggang Desa Suradadi Kecamatan Suradadi Kabupaten Tegal*”. Penelitian ini dalam kaitannya dengan kehidupan sosial seperti pendidikan, interaksi sosial, lembaga organisasi. Adapun dari aspek ekonomi meliputi kepemilikan benda, mata pencaharian, pendapatan dan modal usaha. Jadi, strategi meningkatkan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah strategi atau cara-cara yang dilakukan pedagang ikan panggang untuk mencapai suatu tujuan, yaitu dalam menaikkan kehidupan sosial dan ekonomi. Meningkat dalam kehidupan sosial dan ekonomi maksudnya untuk kemakmuran dan kesejahteraan pedagang ikan panggang dalam hal pemenuhan kebutuhan sehari-hari.¹⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Khaerunnisa memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu sama-sama mengkaji mengenai strategi pedagang dalam meningkatkan usahanya untuk mencapai kemakmuran dan kesejahteraan pedagang dalam hal pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaannya adalah penelitian sebelumnya membahas faktor pendorong dan penghambat pedagang ikan dalam menjalankan usahanya, sedangkan penelitian yang akan penulis teliti adalah mengenai bentuk pelayanan dalam memberdayakan pelanggannya dan upaya pedagang meningkatkan usaha *nasu palekko* di Mareto

¹⁴Khaerunnisa, “*Strategi Meningkatkan Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang Ikan Panggang Desa Suradadi Kecamatan Suradadi Kabupaten Tegal*” (Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Sosial; Universitas Negeri Semarang, 2015), h. 9.

Kabupaten Barruserta untuk mencapai keberhasilan dengan motif usaha yang dilakukan.

2.1.3 Jurnal penelitian Herdian Spektro Firetradengan judul “ *Kewirausahaan Pengusaha Industri Telur Asin di Desa Limbangan Wetan Kecamatan Brebes Kabupaten Brebes*”.Penelitian ini memiliki sasaran atau fokus penelitian mengacu pada kewirausahaan pengusaha industri telur asin. Kewirausahaan yang dimaksud adalah motivasi kuat, berani mengambil resiko, kreatif, inovatif dan jeli melihat peluang menjadi perilaku kewirausahaan pengusaha industri telur asin di Desa Limbangan Wetan.¹⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Herdian Spektro Firetra memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu sama-sama mengkaji mengenai jiwa berwirausaha dalam mengembangkan usaha yang digeluti. Metode penelitian yang digunakan sama yaitu metode penelitian kualitatif. Perbedaannya adalah penelitian sebelumnya membahas kewirausahaan produksi telur asin dengan melihat potensi desa yang tinggi dalam memproduksi bahan baku tersebut untuk meningkatkan usaha dengan memperhatikan faktor penyebab dan perilaku kewirausahaan. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis berfokus pada strategi pedagang *nasu palekko* di Marepe tanpa memperhatikan potensi desa tersebut dalam memproduksi ayam maupun bebek yang akan diolah menjadi *nasu palekko*. Usaha dagang ini berfokus pada peningkatan taraf hidup pedagang dan dianalisis berdasarkan hukum ekonomi Islam.

¹⁵Herdian Spektro Firetra, “*Kewirausahaan Pengusaha Industri Telur Asin di Desa Limbangan Wetan Kecamatan Brebes Kabupaten Brebes*” (Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Sosial; Universitas Negeri Semarang, 2013), h. 19.

2.2. Tinjauan Teoritis

2.2.1 Konsep Strategi Usaha

2.2.1.1 Pengertian Strategi

Kata “*Strategy*” berasal dari kata kerja bahasa Yunani, yakni “*stratego*” yang berarti “merencanakan pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber yang efektif”.¹⁶ Sedangkan menurut Crown Dirgantoro mengemukakan bahwa strategi berasal dari bahasa Yunani yang berarti “kepemimpinan dalam ketentaraan”.¹⁷ Istilah ini dahulu dipakai dalam hal ketentaraan.

Keberadaan strategi sangat penting dalam memasarkan produk. Sebaik apapun segmentasi pasar sasaran dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat. Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan, kadang langkah-langkah yang dihadapi terjal dan berliku-liku, namun adapula langkah yang relatif mudah.¹⁸ Jadi, strategi merupakan proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga keserasian antara tujuan perusahaan, sumber daya perusahaan, dan peluang pasar yang terus berubah, dengan tujuan untuk membentuk dan menyesuaikan usaha perusahaan dan produk yang dihasilkan, sehingga bisa mencapai keuntungan dan tingkat pertumbuhan yang menguntungkan.

Keuntungan yang diperoleh dengan keberadaan strategi sangat penting dalam memasarkan produk, sebaik apapun segmentasi pasar sasaran, posisi pasar yang

¹⁶Azhar Arsyad, *Pokok Manajemen: Pengetahuan Praktis Bagi Pimpinan dan Eksekutif* (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2002), h. 26.

¹⁷Dirgantoro, *Manajemen Strategik, Konsep, Kasus dan Implementasi* (Cet. I; Jakarta: Grafindo Persada, 2001), h. 5.

¹⁸Hasniah, “*Strategi Pemasaran Raya Motor Terhadap Minat Beli Masyarakat Kota Parepare (Tinjauan Manajemen Syariah)*” (Skripsi Sarjana; Hukum Ekonomi Syariah; STAIN Parepare, 2018), h. 10.

dilakukan tidak akan berjalan jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat. Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan, kadang langkah-langkah yang dihadapi terjal dan berliku-liku, namun adapula langkah yang relatif mudah.¹⁹

Strategi bisnis lebih menitikberatkan pada pembuatan keputusan-keputusan strategik yang melibatkan posisi bersaing dari sebuah produk atau pangsa pasar tertentu pada sebuah divisi.²⁰

Strategi usaha juga memberikan kesatuan arah bagi semua anggota organisasi. Konsep strategi yang tidak jelas akan mengakibatkan keputusan yang diambil akan bersifat subjektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan lain. Sebuah perusahaan ataupun organisasi harus memiliki strategi untuk mencapai sebuah tujuan. Ada banyak langkah yang dapat ditempuh terkait strategi yang digunakan dalam manajemen pemasaran, salah satunya adalah dengan menggunakan teori *marketing mix* atau bauran pemasaran.

2.2.1.2 Konsep Bauran Pemasaran(*Marketing Mix*)

Marketing Mix terdiri dari himpunan variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya. Variabel kegiatan tersebut perlu pula dikombinasikan dan dikoordinasikan oleh perusahaan seefektif mungkin dalam melakukan tugas/kegiatan pemasarannya.²¹

¹⁹Kasmir, *Kewirausahaan* (Cet. I; Jakarta: PT RajaGrafindo, 2006), h. 171.

²⁰Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik Pengantar Proses Berpikir Strategik* (Cet. I; Jakarta: Binarupa Aksara, 1996), h. 24-25.

²¹Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran/Sofjan Assauri*, Edisi I (Cet. XIII; Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 198.

2.2.1.2.1 Strategi *Marketing Mix*

Suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitas usahanya memiliki empat strategi utama yang di dalam pemasaran disingkat empat P (4P) yaitu harga (*price*), promosi (*promotion*), kualitas produk (*product quality*) dan tempat untuk menjual (*place*).²² Adapun uraian mengenai 4P sebagai berikut.²³

1. *Product* (Produk)

Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan pembeli, diusakan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen.

Jika dilihat dalam perspektif syariah, suatu produk yang akan dipasarkan atau ditukarkan haruslah produk yang halal dan memiliki mutu atau kualitas yang terbaik, bukan sebaliknya demi mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya untuk laku menurunkan kualitas suatu produk. Dan kualitas mutu produk yang akan dipasarkan itu juga harus mendapat persetujuan bersama antara kedua belah pihak, antara penjual dan pembeli produk tersebut.²⁴

2. *Price* (Harga)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkannya. Yang terkait dengan harga dan berpegaruh terhadap saling merelakan adalah penetapan tinggi-rendahnya harga, produk, cara

²²Nugroho J. Setiadi, *Business Economics And Managerial Decision Making Aplikasi Teori Ekonomi dan Pengambilan Keputusan Manajerial dalam Dunia Bisnis*, Edisi I (Cet. I; Jakarta: Kencana, 2008), h. 225.

²³Asri Ayu, “Strategi Pengembangan Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kota Parepare)”, h. 18-19.

²⁴Ita Nurcholifah, *Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah* (Pontianak: Jurnal Khatulistiwa, 2014), h. 79.

pembayaran yang bisa meringankan pembeli, potongan harga (diskon) yang mampu menyentuh hati dan akal pelanggan.²⁵

Penetapan harga jual barang yang tepat tidak selalu berarti bahwa haruslah ditetapkan rendah atau serendah mungkin. Sering kita jumpai bahwa apabila harga barang tertentu itu rendah maka banyak konsumen justru tidak senang karena dengan harga yang murah itu maka semua orang akan dapat membelinya dan dengan demikian berarti semua orang dapat memakai barang tersebut. Kondisi ini banyak diantara ibu rumah tangga khususnya kaum wanita karier tidak menyenangi kondisi tersebut. Mereka lebih senang bahwa barang yang dipakai tidak banyak orang yang menggunakannya dan hal ini berarti barang tersebut haruslah dengan harga yang cukup tinggi. Dengan harga yang tinggi maka tentu saja hanya orang-orang tertentu saja yang mampu untuk membeli barang tersebut. Oleh karena itu maka harga jual haruslah dipikirkan baik-baik.²⁶

Penetapan harga dalam perspektif syariah, tidaklah terlalu rumit, dasar penetapan harga tertumpu pada besaran nilai atau harga suatu produk yang tidak boleh ditetapkan dengan berlipat-lipat besarnya, setelah dikurangi dengan biaya produksi.

3. *Place* (Tempat)

Tempat adalah berbagai tempat kegiatan yang membuat produk terjangkau oleh sasaran konsumen.

²⁵Suwanto, *Manajemen Pemasaran Syariah (Jilid 1)* (Cet. I; Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015), h. 79.

²⁶Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua (Cet. III; Yogyakarta: BPFE, 2014), h. 158

4. *Promotion* (Promosi).

Promosi merupakan teknik komunikasi yang secara penggunaannya atau penyampaiannya dengan media seperti pers, televisi, radio, papan nama, poster, brosur, spanduk dan sebagainya yang bertujuan untuk menarik minat konsumen terhadap hasil produksi suatu perusahaan. Promosi sebagai media untuk kepentingan produsen dengan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller, promosi adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen lapangan atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual.

2.2.1.2.2 Komponen Strategi *Marketing Mix*

Pada masa kini, ketika teknologi sudah semakin canggih dan kompetisi dalam kegiatan-kegiatan yang sejenis semakin tajam. Bagian pemasaran dalam setiap perusahaan/organisasi usaha perlu memperhatikan empat komponen penting dari kegiatan pemasaran. Ke empat komponen tersebut, yang dikenal sebagai 4P atau *marketing mix* adalah *product, price, place, dan promotion*. Artinya, *marketing mix* tersebut meliputi: mengembangkan barang, menentukan harga, menyebarkannya ke berbagai tempat, dan mempromosikannya agar dibeli konsumen.²⁷

2.2.1.2.2.1 Strategi Pengembangan Produk

Untuk dapat menghadapi persaingan dan terus beroperasi, perusahaan harus selalu memperhatikan kedudukan barang yang dipromosikannya. Barang yang ada harus diperbaiki mutunya, dan sifatnya perlu diubah sesuai dengan perkembangan cita rasa konsumen. Terutama bagian pemasaran harus memikirkan jenis barang baru

²⁷Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis, et al*, Edisi I (Cet. III, Jakarta: Kencana, 2011), h. 210.

yang perlu diciptakan yang sesuai dengan perkembangan teknologi, perubahan keinginan konsumen, perubahan kegiatan ekonomi, dan peningkatan pendapatan.

2.2.1.2.2.1.1 Akumulasi Ide

Tahap pertama dari proses pengembangan produk adalah akumulasi ide yaitu melibatkan peningkatan kemampuan ide yang berdasarkan pada pertimbangan yang ada. Produk baru dimulai dengan ide, dan ide ini memiliki sumber yang bervariasi. Banyak sumber yang memungkinkan timbulnya ide adalah sebagai berikut:

1. Karyawan penjualan
2. Perusahaan kecil lain yang bersedia untuk melakukan akuisisi
3. Produk dan periklanan pesaing
4. Permintaan dan saran dari konsumen

2.2.1.2.2.1.2 Analisis Bisnis

Analisis Bisnis adalah tahap kedua dalam proses pengembangan produk. Analisis bisnis antara lain:

1. Hubungan produk dengan lini produk yang sudah ada
2. *Cost* pengembangan dan pengenalan produk
3. Tersedia karyawan dan fasilitas
4. Persaingan dan penerimaan pasar

2.2.1.2.2.1.3 Pengembangan Produk Total

Tahap berikutnya adalah pengembangan produk total yang memerlukan perencanaan bagi pemberian merek, pengemasan, dan usaha pendukung lainnya seperti penetapan harga dan promosi. Sebuah *prototipe*²⁸ aktual mungkin diperlukan

²⁸ Prototipe adalah model yang mula-mula atau nama dari seseorang, tempat atau semua benda dan segala yang dibendakan. Lihat Pusat Bahasa Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III, h. 900.

pada tahap ini. Setelah komponen-komponen ini dipertimbangkan, banyak ide produk baru dihilangkan.

2.2.1.2.2.1.4 Pengujian Produk

Langkah terakhir dalam proses pengembangan produk adalah pengujian produk. Hal ini disesuaikan dengan produk yang ditawarkan kepada konsumen.²⁹

2.2.1.2.2.2 Strategi Penentuan Harga

Setelah barang diwujudkan dan biaya produksi diketahui, tugas dari pemasaran adalah menentukan harga jual dari barang tersebut. Adakalanya persoalan menentukan harga merupakan masalah yang rumit. Harga yang tinggi dengan keuntungan per unit yang tinggi belum tentu mewujudkan keuntungan yang diharapkan. Sebaliknya harga yang rendah yang diikuti volume penjualan yang tinggi dapat menghasilkan keuntungan yang besar. Tindakan para pesaing dalam menghadapi kebijakan harga yang akan ditempuh oleh perusahaan juga perlu diperhatikan.

Strategi penetapan harga yang mencerminkan pertimbangan tambahan ada lima sebagai berikut:³⁰

1. *Penetration Pricing*

Sebuah perusahaan yang menggunakan strategi *penetration pricing*³¹ menetapkan harga sebuah barang atau jasa kurang dari harga normalnya, harga pasar jangka panjang dengan tujuan untuk memperoleh penerimaan oleh pasar

²⁹ Justin, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, h. 355-357.

³⁰ Justin, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, h. 383.

³¹ Penetration pricing adalah adalah strategi pendekatan pemasaran yang menetapkan harga lebih rendah dari harga normalnya untuk mempercepat penerimaan pasar pada sebuah barang atau jasa untuk meningkatkan pangsa pasar. Lihat Justin, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, h. 383.

yang lebih cepat atau untuk meningkatkan pangsa pasar yang sudah ada. Strategi ini kadang-kadang dapat menakutkan para pesaing baru untuk memasuki sebuah celah pasar jika mereka salah memandang bahwa *penetration price* sebagai sebuah harga jangka panjang. Secara nyata, perusahaan yang menggunakan strategi ini mengorbankan sejumlah *profit margin* untuk menjangkau *penetration* pasar.

2. *Skimming Pricing*

Strategi ini menetapkan harga barang atau jasa pada tingkat yang tinggi dalam waktu yang terbatas sebelum menurunkan harga tersebut, pada tingkat yang lebih kompetitif. Strategi ini mengasumsikan bahwa para konsumen tertentu akan membayar pada harga yang lebih tinggi karena mereka memandang sebuah barang atau jasa tersebut sebagai sebuah barang *prestisius*.³² Penggunaan *skimming price*³³ paling praktis ketika terdapat sedikit ancaman dalam persaingan jangka pendek ketika biaya awal harus ditutup secepatnya.

3. Penetapan Harga menurut Pemimpin Pasar

Penetapan harga menurut pemimpin pasar menggunakan pesaing tertentu sebagai model dalam menetapkan harga barang atau jasa. Reaksi yang mungkin muncul dari para pesaing adalah faktor kritis dalam menentukan kapan memotong harga di bawah harga yang berlaku saat ini. Bisnis berskala kecil dalam persaingannya dengan perusahaan yang lebih besar jarang berada dalam posisi untuk memikirkan dirinya sebagai pemimpin harga. Jika para pesaing memandang

³² Prestisius adalah sesuatu hal yang bersifat mengesankan, terhormat, bermartabat dan bergengsi; yang berkenaan dengan prestise. Lihat Pusat Bahasa Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III, h. 895.

³³ Skimming price adalah sebuah pendekatan pemasaran yang menetapkan harga yang sangat tinggi dalam waktu yang terbatas sebelum dikurangi untuk menjadi harga yang lebih kompetitif. Lihat Justin, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, h. 383.

penetapan harga perusahaan kecil relatif tidak penting, mereka mungkin memperbolehkan harga yang berbeda untuk muncul. Di pihak lain, beberapa pesaing mungkin memandang pemotongan harga yang lebih sedikit sebagai ancaman langsung dan menghadapinya dengan mengurangi harga produk mereka. Dalam kasus seperti itu, kegunaan penetapan harga menurut pemimpin pasar berperan sangat kecil dalam penyelesaiannya.

4. Penetapan Harga Variabel

Beberapa bisnis menggunakan strategi penetapan harga variabel³⁴ untuk menawarkan kelonggaran harga untuk para konsumen tertentu. Bahkan meskipun mereka mungkin memperlihatkan harga yang sama. Kelonggaran yang dibuat bagi berbagai alasan, termasuk pengetahuan dan daya tawar-menawar seorang konsumen. Dalam beberapa bidang bisnis, banyak perusahaan membuat keputusan penetapan harga dalam dua bagian: mereka menetapkan daftar harga standar dan menawarkan daftar kelonggaran harga pada para pembeli tertentu.

5. Penetapan Harga Fleksibel

Penetapan harga fleksibel³⁵ mempertimbangkan kondisi pasar khusus dan praktik penetapan harga para pesaing.

2.2.1.2.2.3 Strategi Pendistribusian Barang

Istilah *place* dalam konsep *marketing mix* berarti pendistribusian barang ke berbagai tempat. Berbagai jenis perusahaan menghasilkan barang/jasa yang pasarnya

³⁴ Penetapan harga variabel adalah sebuah pendekatan pemasaran yang menetapkan lebih dari satu harga bagi barang atau jasa dengan tujuan untuk menawarkan harga pada para konsumen tertentu. Lihat Justin, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, h. 383.

³⁵ Penetapan harga fleksibel adalah sebuah strategi berupa pendekatan pemasaran yang menawarkan harga yang berbeda untuk mencerminkan perbedaan dalam permintaan konsumen. Lihat Justin, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, h. 383.

tersebar ke berbagai pelosok kota, berbagai daerah, dan bahkan berbagai negara. Pendistribusian barang perlu dilakukan secara efisien³⁶, dalam waktu yang singkat dan dengan biaya relatif murah. Menentukan cara untuk mencapai tujuan ini merupakan tugas bidang pemasaran. Bentuk cara pendistribusian atau saluran pemasaran yang sesuai dengan tujuan di atas juga perlu ditentukan.³⁷

Strategi lokasi sangat penting dalam memulai suatu usaha. Lokasi industri pengolahan dapat dibedakan menjadi dua kelompok. *Pertama*, industri pengolahan yang lokasinya mendekati sumber bahan mentah. Ini terutama berlaku terhadap industri yang memproses barang primer, seperti pabrik pemrosesan dan lain-lain. *Kedua*, menentukan lokasinya berdasarkan biaya produksi, atas pertimbangan ini lokasinya dapat berjauhan dengan pasar maupun sumber bahan mentah.

Berikut beberapa faktor yang sebaiknya diperhatikan sebagai bahan pertimbangan strategi memilih lokasi usaha :³⁸

1. Tingkat kepadatan penduduk sekitar lokasi
2. Besar pendapatan masyarakat sekitar lokasi
3. Memperhatikan tingkat keramaian lalu lintas kendaraan
4. Banyaknya usaha yang mendukung lokasi tersebut
5. Sesuaikan dana dengan lokasi usaha yang akan dipilih
6. Pilih lokasi usaha yang tingkat kompetisinya rendah
7. Perhatikan pula akses menuju lokasi usaha

³⁶ Efisien merupakan hubungan antara input atau bahan baku dengan output atau produk yang berkaitan dengan ketepatan waktu. Lihat Sadono Sukirno, et al, *Pengantar Bisnis*, h. 151.

³⁷ Sadono Sukirno, et al, *Pengantar Bisnis*, h. 152.

³⁸ PT. Lantabura Media, "Bisnis UMK," *Situs Resmi PT. Lantabura Media* <http://bisnisumk.com/strategi-memilih-lokasi-usaha.html> (7 Mei 2018).

8. Tingkat keamanan yang mendukung

9. Perhatikan kebersihan lokasi usaha .

2.2.1.2.2.4 Strategi untuk Menjalankan Promosi

Dalam kegiatan pemasaran, promosi meliputi dua hal yaitu memperkenalkan barang yang diproduksi, dan membujuk para konsumen membeli barang tersebut. Apabila barang sudah lama tersedia di pasar, promosi dapat pula bertujuan untuk menaikkan jumlah barang yang dijual. Alat untuk melakukan promosi dapat dibedakan kepada beberapa bentuk seperti penjualan langsung, iklan dan pengiriman brosur mengenai barang-barang dijual kepada orang-orang yang diharapkan dapat menjadi langganan.

Promosi didasarkan pada komunikasi.³⁹ Komunikasi juga berperan penting dalam strategi promosi. Menjalankan strategi yang efektif dalam mempromosikan produk kuliner yang dijual dapat memberikan dampak yang luar biasa. Berikut strategi promosi yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:⁴⁰

1. Konsisten menjaga kualitas makanan
2. Strategi promosi usaha makanan dengan memanfaatkan momentum yaitu dengan mengikuti bazar atau *event-event* yang mengundang keramaian.
3. Membuat dan menyebarkan selebaran dengan desain dan informasi yang mudah diingat oleh orang lain.
4. Membuat spanduk, poster dan memasangnya di tempat yang mudah terlihat.

³⁹Komunikasi adalah sebuah proses dengan komponen-komponen yang dapat dikenal atau interaksi antara kedua belah pihak antara komunikan dengan penerima pesan. Lihat Justin, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, h. 406.

⁴⁰Rio Bryan, "10 Cara Promosi Usaha Makanan," *Blog Rio Bryan*. <http://www.maxmanroe.com/cara-promosi-usaha-makanan.html>. (7 Mei 2018)

5. Membuat peta lokasi usaha pada kemasan produk
6. Bergabung dengan komunitas tertentu
7. Memanfaatkan media sosial untuk promosi
8. Perkenalkan bisnis Anda ke instansi terdekat
9. Bekerjasama dengan agen perjalanan
10. Membuat program diskon di momen tertentu.

2.2.2 Konsep Pelayanan

2.2.2.1 Pengertian Pelayanan

Defenisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk fisik. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan kepada pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.⁴¹

Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Karena pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau

⁴¹Asnita, “Implementasi Pelayanan pada Kantor Bersama Samsat Kota Parepare (Analisis Hukum Ekonomi Syariah)” (Skripsi Sarjana; Hukum Ekonomi Syariah; STAIN Parepare, 2016), h. 13.

kegiatan yang bersifat jasa. Dalam hal ini maju atau tidaknya usaha yang digeluti bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Loyalitas pelanggan sangat menentukan keberhasilan usaha dengan memberikan pelayanan prima. Pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Artinya, terdapat dua faktor utama yang dapat mempengaruhi kualitas jasa yaitu layanan yang diharapkan dan layanan yang dirasakan.⁴²

Kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis di tengah ketatnya persaingan dalam industri. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan.

Pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu alasan yang membuat konsumen mau membeli barang suatu usaha. Konsep kualitas sangat subjektif, karena secara defenisi suatu hasil memproduksi barang dan jasa dengan karakter tertentu dengan standar kepuasan seperti apa yang diduga oleh konsumen. Sifat yang subjektif ini menyebabkan perusahaan tidak hanya dituntut memproduksi barang yang baik, tetapi juga harus sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen.⁴³

⁴²Rosadi Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Cet. I; Jakarta Utara: Kelapa Gading Permai, 2010), h. 280.

⁴³ Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis, et al*, h.152.

2.2.2.2 Unsur-Unsur Pokok Pelayanan Prima

Salah satu ciri pelayanan yang baik adalah menerapkan pelayanan prima (*Excellent Service*).⁴⁴ Pelayanan prima tersebut terdiri dari enam unsur pokok, antara lain:

1. Kemampuan (*Ability*)
2. Sikap (*Attitude*)
3. Penampilan (*Appearance*)
4. Perhatian (*Attention*)
5. Tindakan (*Action*)
6. Tanggung jawab (*Accounttability*)

2.2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Zeithmal, Berry, dan Peransuran dalam buku Fandy Tjiptono terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya terhadap kualitas pelayanan sebagai berikut:⁴⁵

1. Bukti Fisik. Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi serta memberikan kenyamanan kepada pelanggan.
2. Keandalan. Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan serta meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi.

⁴⁴ Pelayanan prima (*Excellent Service*) adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan yang memenuhi standar kualitas. Lihat Ajeng Kartini, “*Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet pada Plasa Telkom Group Parepare Perspektif Etika Bisnis Islam*” (Skripsi Sarjana; Hukum Ekonomi Syariah; STAIN Parepare, 2017), h. 48.

⁴⁵ Ajeng Kartini. A, “*Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet Pada Plasa Telkom Group Parepare (Perspektif Etika Bisnis Islam)*”, h. 21-26.

3. Daya Tanggap. Keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap
4. Jaminan. Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan.
5. Empati. Kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan serta kenyamanan konsumen seperti lokasi, tempat parkir, aspek kebersihan, dan lain sebagainya.

Menurut Lewis dan Booms dalam kualitas jasa adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, dengan tingkat pelayanan yang diberikan secara maksimal akan memberikan kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

2.2.3 Konsep Keberhasilan

Keberhasilan berwirausaha tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah. Berusaha lebih dilihat dari bagaimana seseorang bisa membentuk, mendirikan, serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali. Seberapa pun kecilnya ukuran suatu usaha jika dimulai dari nol dan

bisa berjalan dengan baik maka nilai berusahnya jelas lebih berharga daripada sebuah organisasi besar yang dimulai dengan bergelimang fasilitas.⁴⁶

Banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha para pengusaha baik yang berasal dari internal maupun eksternal. Faktor internal lebih banyak berasal dari pengusaha itu sendiri diantaranya adalah: latar belakang pendidikan, usia, pengalaman, efikasi diri, motivasi dan masalah internal lainnya. Sedangkan faktor eksternal dihadapkan kepada permasalahan di luar organisasi diantaranya: lingkungan, peluang, persaingan, sistem informasi global, dan masalah eksternal lainnya.⁴⁷

Setiap usaha memiliki prioritas untuk meningkatkan profit atau laba terhadap penjualan produknya, pengusaha dituntut untuk memiliki inovasi agar dapat bersaing dalam dunia usaha. Sehingga mampu menciptakan produk-produk baru seiring dengan berubahnya permintaan konsumen dan perkembangan zaman. Dalam memasarkan produknya, suatu usaha harus menentukan cara efektif yang dapat dijadikan sebagai strategi untuk memasarkan produk.

Hal ini akan menentukan keberhasilan suatu usaha serta sebagai langkah awal dalam memahami keadaan dan permintaan pasar. Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari bagaimana usaha tersebut mampu memasarkan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau sehingga membuat konsumen berminat dan tertarik untuk melakukan pembelian. Untuk dapat menarik konsumen agar membeli produk yang

⁴⁶Pendapat Ranto. Lihat Cantikef, "Keberhasilan Usaha, "Blog Cantikef", 2016. <http://cantikef.blogspot.com/2016/12/keberhasilan-usaha.html?m=1>(10 Agustus 2018).

⁴⁷Pendapat Hutagalung. Lihat Rina Wahyuni Daulay dan Frida Ramadini, "Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Foto Copy dan Alat Tulis Kantor, "Situs Resmi Jurnal Usu", 2012. <https://jurnal.usu.ac.id> (10 Agustus 2018).

dihasilkan, maka suatu usaha harus mampu merumuskan strategi pemasaran seperti apa yang akan digunakan.⁴⁸

Untuk menjadi wirausaha yang sukses, seseorang harus memiliki ide atau visi bisnis yang jelas serta kemauan dan keberanian untuk menghadapi risiko, langkah berikutnya adalah membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan, dan menjalankannya.⁴⁹ Agar usaha tersebut berhasil, selain harus bekerja keras sesuai dengan urgensinya, wirausaha harus mampu mengembangkan hubungan, baik dengan mitra usaha maupun semua pihak yang terkait dengan kepentingan perusahaan. Langkah menuju kewirausahaan yang berhasil yaitu ide, kemauan dan kemampuan, semangat dan kerja keras serta loyalitas dan tanggung jawab wirausaha.

2.2.3.1 Indikator Keberhasilan Usaha

2.2.3.1.1 Adapun indikator keberhasilan usaha menurut Suryana keberhasilan usaha antara lain:⁵⁰

1. Modal
2. Pendapatan
3. Volume Penjualan
4. Output produksi
5. Tenaga Kerja

⁴⁸Siti Maria Ulfa, “Strategi Pemasaran Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No. 67 Kota Jember, “*Situs Resmi Unej*. <https://jurnal.unej.ac.id>. (10 Agustus 2018).

⁴⁹Megahawani, “Kunci Sukses Dalam Berwirausaha,” *Blog Megahawani*, 2012. <http://megahawanipesat.blogspot.com/2012/06/kunci-sukses-dalam-berwirausaha.html?m-1> (10 Agustus 2018).

⁵⁰Nugraha, “Keberhasilan Usaha,” *Blog Nugraha*. <http://nugraha0215.blogspot.co.id/2013/09/konsep-keberhasilan-usaha.html> (12 Mei 2018).

Merujuk dari pengertian keberhasilan atau sukses, maka dalam mengukur keberhasilan bagi wirausaha dapat dibuktikan oleh prestasi yang dicapai, yaitu pertumbuhan dari perusahaan yang dikelolanya. Pertumbuhan ini dibuktikan dengan penjualan, aset yang dimiliki perusahaan dan jumlah karyawan. Pencapaian bukan harus sekaligus dibuktikan, melainkan tercapai keberhasilan itu, tentunya mempunyai kiat-kiat dalam menciptakan peluang usaha. Karena tahap pemanfaatan dan pengembangan kesempatan sudah menjadi hal yang rutin. Ide-ide inovatif seperti hal tersebut akan membantu dalam memotivasi pengusaha yang ingin maju. Wawasan dan pengalaman praktis serta perilaku wirausaha serta motif prestasi dan keberhasilan ini akan sangat mempengaruhi pengusaha lain.

2.2.3.1.2 Ada beberapa kunci yang harus dilakukan dan diperhatikan wirausaha untuk mencapai suatu keberhasilan yaitu:⁵¹

1. Kemampuan dan keberhasilan untuk mengimplementasikan gagasannya (*Implementation*).
2. Pemanfaatan waktu yang efektif dan efisien (*time*).
3. Pengelolaan biaya (*Cost*).
4. Melalui suatu proses (*Process*).
5. Pengembangan menciptakan nilai-nilai (*Value*).
6. Menentukan standar dari produk/jasa yang disediakan (*Standard*).

2.2.4 Konsep *NasuPalekko*

Nasu palekko merupakan makanan khas dari suku Bugis khususnya daerah sekitar Kabupaten Sidrap, Pinrang, Wajo, Barru dan Soppeng yang sangat terkenal.

⁵¹ Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, Edisi II (Cet IV; Jakarta: Kencana 2010), h. 253-270.

Sidrap salah satu daerah yang dikenal sebagai penghasil telur bebek. *Bebek palekko* atau yang dikenal dengani *itik palekko* ini cocok bagi Anda yang suka makanan pedas.⁵² Masakan ini digemari karena sensasi rasa pedasnya yang menggigit. Belum lagi sensasi rasa itik yang memiliki rasa gurih dan berbeda dari daging ayam. Maka masakan ini pasti akan sangat cocok dijadikan pilihan bagi pecinta masakan pedas.

Masakan ini juga menjadi salah satu menu favorit saat lebaran tiba. Terlebih lagi masakan ini menggunakan bahan-bahan yang mudah didapat dan juga proses pembuatan yang sangat praktis. Untuk bahan dasarnya yaitu itik, tentu saja bagi yang ingin membuat tidak boleh sembarangan dalam memilih itik tersebut. Sebaiknya memilih itik muda karena itik tua dagingnya cenderung bertekstur keras. Itik muda ini perlu untuk dicuci dengan air asam jawa.

Penggunaan air asam jawa ini sangat penting agar bau amis dari itik tidak lagi tercium. Setelah bau amis pada itik hilang, sekarang tinggal memisahkan kulit dengan daging itik. Kulit itik perlu dipisahkan karena kulit inilah yang kemudian akan digunakan sebagai minyak untuk menggoreng. Pastinya minyak yang dihasilkan dari kulit itik akan lebih gurih dan lezat untuk membuat masakan.⁵³

2.2.5 Konsep Peningkatan Taraf Hidup

Peningkatan yaitu kemajuan, perbaikan, perubahan⁵⁴ yang merupakan suatu prestasi yang membanggakan dengan meningkatnya perekonomian kearah yang lebih

⁵²Andi Mardana, "Sensasi Pedas Bebek Nasu Palekko," *Blog Majalah Kartini Portal Berita Wanita*, 2017.<http://majalahkartini.co.id/gaya-hidup/kuliner/sensasi/pedas-bebek-nasu-palekko/> (9 Februari 2018).

⁵³Hendry, "Resep Nasu Itik Palekko Khas Bugis yang Sedap," *Blog Hendry*.
<http://resepmasakanpedia.com/resep-nasu-itik-palekko-khas-bugis-yang-sedap/> (9 Februari 2018).

⁵⁴Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), h. 995.

baik. Peningkatan taraf hidup seseorang dapat dicapai dengan membuka usaha kecil maupun menengah. Mendirikan usaha kecil menengah ternyata memiliki hubungan terhadap peningkatan taraf hidup, dalam hal ini yang dimaksud adalah kesejahteraan.

Kesejahteraan sangat mempengaruhi kondisi ekonomi baik bagi pedagang maupun lingkungan masyarakatnya. Sejahtera yaitu aman dan makmur, sedangkan kesejahteraan adalah keamanan, keselamatan, dan ketentraman hidup. Dalam istilah umum kesejahteraan menunjukkan pada keadaan yang baik, kondisi dimana masyarakatnya berkeadaan makmur, dalam keadaan sehat dan damai.⁵⁵

Adapun kesejahteraan bagi pedagang merupakan suatu keadaan dimana orang yang berwirausaha berkecukupan baik mental maupun spiritual, aman, tentram, tertib dan maju. Jauh dari segala penderitaan dan kekurangan serta harkat dan derajatnya dapat dipelihara dan dijunjung tinggi. Kehidupan yang berkecukupan ditandai dengan terpenuhinya kebutuhan seseorang. Kebutuhan adalah perasaan kekurangan yang berasal dari dalam diri manusia terhadap benda atau jasa yang dapat memberikan kepuasan rohani. Misalnya, seorang merasa lapar maka ia harus memenuhi kebutuhan tersebut dengan makan.⁵⁶

Dalam perspektif Islam, kebutuhan ditentukan oleh masalah.⁵⁷ Pembahasan konsep kebutuhan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari kajian tentang perilaku

⁵⁵“Kesejahteraan,” *Wikipedia the Free Encyclopedia*. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kesejahteraan> (10 Agustus 2018).

⁵⁶Dwi, “Pengertian Umum Kebutuhan dan Macam-macam Kebutuhan Beserta Contohnya,” *Blog Dwi*, 2016. <http://umum-pengertian-blogspot.com/2016/06/pengertian-umum-kebutuhan-dan-macam.html?m=1> (10 Agustus 2018).

⁵⁷Mashlahah yaitu mencari nash dengan cara mengenali maqashid (tujuan) hukum dari illatnya. Lihat Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah* (Cet. I: Jakarta: Kencana, 2014), h. 49.

konsumen dalam kerangka *maqashid al-syariah*.⁵⁸ Di mana tujuan syariah harus dapat menentukan tujuan perilaku konsumen dalam Islam. Imam Ghazali telah membedakan antara keinginan dan kebutuhan.

Menurut Al-Ghazali kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukannya dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Lebih jauh lagi, Al-Ghazali menekankan pentingnya niat dalam melakukan konsumsi, sehingga tidak kosong dari makna ibadah.⁵⁹

Niat dalam menjalankan kehidupan di dunia ini haruslah niat karena Allah swt, mencari rezeki juga harus diniati sebagai bekal ibadah agar diberi kecukupan oleh Allah swt baik di dunia maupun di akhirat. Hal ini sesuai dengan firman Allah swt bahwa seorang muslim hendaknya mencari kebahagiaan negeri akhirat dan tidak melupakan kenikmatan duniawi, karenanya diperintahkan untuk berbuat baik kepada orang lain.⁶⁰

Konsumsi dilakukan dalam rangka mendekati diri kepada Allah swt. Hal ini berbeda dengan ekonomi konvensional, yang tidak memisahkan antara keinginan dan kebutuhan sehingga memicu terjebaknya konsumen dalam lingkaran konsumerisme. Memenuhi kebutuhan dan bukan keinginan/kepuasan yaitu tujuan

⁵⁸Secara etimologi *Maqashid Al-Syariah* terdiri dari dua kata, yakni *maqashid* dan *syari'ah*. *Maqashid* adalah bentuk jamak dari *maqshud* yang berarti kesengajaan atau tujuan. Adapun *syari'ah* artinya jalan menuju air, atau bisa dikatakan dengan jalan menuju ke arah sumber kehidupan. Lihat Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*, h. 41.

⁵⁹Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*, h. 41-42.

⁶⁰Lihat Q.S Al-Qasas/28: 77 dan terjemahannya. Lihat Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemah*, h. 398.

dari aktivitas ekonomi Islam, dan usaha untuk pencapaian tujuan tersebut merupakan salah satu kewajiban dalam agama.⁶¹

2.2.6 Konsep Hukum Ekonomi Islam

Secara etimologi kata hukum yang dikenal dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa Arab "hukm" yang berarti putusan atau ketetapan. Dalam Ensiklopedia hukum Islam, hukum berarti menetapkan sesuatu atas sesuatu atau meniadakannya.

Hukum Ekonomi merupakan keseluruhan kaidah hukum yang mengatur dan mempengaruhi segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan dan kehidupan perekonomian. Adapun ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengolah sumber daya untuk mencapai *masalah* atau *falah*⁶² berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai al-Qur'an dan sunnah.⁶³

2.2.6.1 Nilai Instrumental Ekonomi Islam

Di bawah ini nilai-nilai instrumental ekonomi Islam sebagai berikut:⁶⁴

2.2.6.1.1 Zakat

Zakat sebagai bagian dari harta yang harus dikeluarkan oleh seorang muslim bila harta mereka telah sampai nisab dan sudah memenuhi ketentuan-ketentuan yang

⁶¹Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*, h. 162-163.

⁶²Falah merupakan satu kondisi dalam bentuk kesejahteraan materi melalui sebuah aktivitas ekonomi yang dengannya merupakan sarana untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Lihat Nasri Hamang, *Ekonomi Islam Zakat Ajaran Kesejahteraan dan Keselamatan Umat* (Parepare: Stain Parepare, 2013), h. 29

⁶³Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas Kerja Sama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam* (Cet. IV; Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2012), h. 19.

⁶⁴Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi* (Cet. I; Malang: UIN Malang Press, 2008), h. 20-29.

telah ditetapkan syara'. Zakat dalam hal ini adalah zakat penghasilan atau zakat profesi. Zakat profesi sejalan dengan tujuan disyariatkannya zakat, seperti untuk membersihkan dan mengembangkan harta serta menolong para *mustahiq*. Zakat ini juga mencerminkan rasa keadilan yang merupakan ciri utama ajaran Islam yaitu kewajiban zakat pada semua penghasilan dan pendapatan dari usaha yang baik-baik dan setiap profesi yang dimiliki. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al-Baqarah/2:

267

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ
وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاَخٰذِيْهِ اِلَّا اَنْ تُغْمِضُوْا فِيْهِ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ
اَللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ ﴿٢٦٧﴾

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, Maha Terpuji.⁶⁵

Selain dari ayat tersebut di atas yang berupa anjuran untuk mengeluarkan zakat atau menginfakkan harta di jalan Allah, kita sebagai muslim yang baik juga harus memiliki sifat simpati dan empati terhadap muslim lainnya dalam hal memberikan dan menyisihkan sebagian dari rezeki yang Allah berikan kepada kita untuk orang lain. Zakat merupakan salah satu upaya tolong-menolong dalam kebaikan dan menyucikan harta benda yang kita miliki. Karena dalam harta yang kita miliki ada hak orang lain di dalamnya. Sebagaimana dalam al-Qur'an telah ditegaskan secara jelas terkait masalah di atas dalam Q.S Az-Zariat/51: 19

⁶⁵ Lihat Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemah*, h. 43.

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ ﴿٦٦﴾

Terjemahnya:

Dan pada harta benda mereka ada hak orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak meminta.⁶⁶

Ayat di atas menjelaskan bahwa kita diciptakan harus bisa saling mengerti, dalam artian meskipun kita sudah mempunyai harta yang banyak karena bisa bekerja dan menghasilkan suatu karya, maka jangan lupa dengan orang-orang yang ada disekitar kita. Terutama orang-orang yang membutuhkan, karena setiap harta yang kita miliki pasti ada harta mereka. Dan kita dianjurkan untuk bisa mendistribusikan dengan baik melalui zakat, infaq, sedekah dan lain-lain.

2.2.6.1.2 Pelarangan Riba.

Menurut bahasa, riba adalah *ziyadah* , yaitu tambahan yang diminta atas utang pokok.⁶⁷ Hakikat pelarangan riba dalam Islam adalah suatu penolakan terhadap resiko finansial tambahan yang ditetapkan dalam transaksi uang maupun jual beli yang dibebankan kepada satu pihak saja, sedangkan pihak lainnya dijamin keuntungannya. Inilah yang disebut menzalimi satu sama lain yang hal ini jelas diharamkan dalam Islam. Allah swt berfirman dalam Q.S Ar-Rum/30: 39

وَمَا آتَيْتُم مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ ^ط وَمَا آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ﴿٦٧﴾

Terjemahnya:

Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar harta manusia bertambah, maka tidak bertambah dalam pandangan Allah. Dan apa yang kamu berikan

⁶⁶ Lihat Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemah*, h. 470.

⁶⁷ Ismail, *Perbankan syariah*(Jakarta: Kencana, 2013), h. 11.

berupa zakat yang kamu maksudkan untuk memperoleh keridaan Allah, maka itulah orang-orang yang melipatgandakan (pahalanya).⁶⁸

Sebagaimana ayat tersebut yang membandingkan antara riba dan zakat. Riba tidak menambah disisi Allah, namun zakatlah yang memberikan nilai tambah dan mendapatkan keridhaan disisi Allah swt.

2.2.6.1.3 Jaminan Sosial

Manusia sebagai makhluk sosial tentu membutuhkan bantuan orang lain. Hubungan sosial yang baik antar setiap individu akan melahirkan bentuk kepedulian sosial yang baik pula. Seorang muslim agar memerhatikan dan mempunyai kepedulian sosial yang tinggi, khususnya kepada tetangga yang ada dikiri kanannya.

Orang kaya belum berarti bebas meskipun telah membayar zakat, Ibnu Hazem mengemukakan bahwa fakir miskin mempunyai hak yang harus diterima dari orang yang mempunyai kelebihan harta. Dengan membantu fakir miskin, maka Allah swt pasti akan membantunya. Allah selalu menolong hambanya selama ia menolong saudaranya.

Apabila ingin diberipertolongan dan dilapangkan rezekinya oleh Allah swt, maka seorang muslim dianjurkan menolong saudaranya yang lain. Dengan demikian, nilai jaminan sosial akan mendekatkan manusia kepada Allah swt dan membuat harta menjadi bersih dan berkembaang serta menghilangkan sifat tamak dan mementingkan diri sendiri, dan juga hambatan-hambatan terhadap stabilitas dan pertumbuhan sosial ekonomi.

Manusia sebagai individu dianjurkan berderma dan tidak kikir. Derma bukan monopoli orang kaya saja, karena itu Islam tidak hanya memberikan kewajiban zakat,

⁶⁸Lihat Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemah*, h. 408.

tetapi juga menyunnahkan sedekah bagi siapa saja yang mampu dan tidak harus melebihi satu nisab, begitu pula anjuran hibah, wakaf, dan infak, yang dapat dipergunakan untuk kepentingan pendidikan, kesehatan, keagamaan dan lain sebagainya. Islam sangat tidak menganjurkan sikap kikir karena kikir sebenarnya adalah kikir pada dirinya sendiri.

2.2.6.1.4 Kerja Sama Ekonomi

Kerja sama merupakan karakter dalam masyarakat ekonomi yang Islami versus kompetisi bebas dari masyarakat kapitalis dan *marxis* dengan pertentangan kelas dan kekuasaan proletarnya. Islam memandang manusia mempunyai kedudukan yang sama, tidak dikenal perbedaan kelas, manusia hanya saling membantu satu sama lain dan melakukan kerja sama ekonomi.

Nilai kerja sama Islam harus dapat dicerminkan dalam semua tingkat kegiatan ekonomi. Bentuk kerja sama adalah *qirad* yaitu kerja sama antara pemilik modal dengan pemiik keahlian.

2.2.6.2 Prinsip-prinsip Ekonomi Islam

Berikut prinsip-prinsip ekonomi Islam antara lain:⁶⁹

2.2.6.2.1 Tauhid

Tauhid merupakan fondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah dan tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya selain dari pada Allah. Allah adalah pencipta alam semesta dan isinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu, Allah adalah pemilik hakiki. Manusia hanya diberi amanah “memiliki” untuk sementara waktu sebagai ujian bagi mereka. Segala

⁶⁹Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara dan Pasar* (Cet. III, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2014), h. 25-31

aktivitas manusia dalam hubungannya dengan alam dan sumber daya manusia (muamalah) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah. Karena kepadanya manusia akan mempertanggungjawabkan segala perbuatan, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis.⁷⁰

2.2.6.2.2 'Adl

Allah adalah pencipta segala sesuatu dan salah satu sifatnya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhluknya secara zalim. Islam mendefinisikan adil sebagai “tidak menzalimi dan tidak dizalimi”. Implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam.

2.2.6.2.3 Nubuwwah

Para nabi dan rasul diutus untuk menyampaikan petunjuk dari Allah kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar di dunia dan mengajarkan untuk kembali (taubat). Sifat-sifat nabi Muhammad saw yang harus diteladani oleh manusia sebagai berikut:

1. Siddiq (benar, jujur)
2. Amanah (tanggung jawab, dapat dipercaya)
3. Fathonah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas)
4. Tablig (keterbukaan, komunikasi)

2.2.6.2.4 Al-Khalifah

Prinsip khalifah adalah ketentuan Allah yang menjelaskan status dan peran manusia sebagai wakil Allah di muka bumi. Oleh karena itu, segala perbuatan

⁷⁰Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi III (Cet. IV; Jakarta; Rajawali Pers, 2011), h. 35.

manusia harus dipertanggungjawabkan kepada Allah di hari kemudian. Agar dapat menjalankan fungsinya sebagai khalifah di muka bumi ini, maka ia membutuhkan media yang berupa pemerintahan. Media pemerintahan sangat penting bagi manusia agar hubungan sesama manusia dapat terjaga dengan baik. Manusia wajib menjaga keharmonisan dalam segala interaksi sesama manusia dan pemerintah memainkan peranan penting untuk menjaga keharmonisan itu, termasuk dalam bidang ekonomi agar berjalan dengan benar tanpa ada kezaliman.

2.2.6.2.5 Hasil atau Keuntungan (*al- Ma'ad*)

Karakteristik ekonomi Islam mengakui ada dua tujuan yang harus dicapai oleh setiap orang selaku pelaksana ekonomi yaitu tujuan hidup dunia dan akhirat. Dalam ekonomi Islam, pelaksanaan segala bentuk aktivitas ekonomi harus mempunyai nilai ganda tersebut dan hal ini harus berimplikasi pada keseriusan berusaha karena adanya pertanggungjawaban dunia dan akhirat sekaligus. Seorang pelaku ekonomi Islam, baik individu maupun negara harus memiliki karakteristik *time horizon* agar tujuan ekonomi yang hendak dicapai dapat terlaksana dengan baik. Tujuan ini adalah kesejahteraan dunia dan kesejahteraan di akhirat kelak.⁷¹

2.3 Tinjauan Konseptual

Skripsi ini berjudul “Eksistensi Usaha *Nasu Palekko* dalam Meningkatkan Taraf Hidup Pedagang di Mareto Kabupaten Barru (Analisis Hukum Ekonomi Islam)”. Judul tersebut mengandung unsur pokok kata yang perlu dibatasi agar pembahasannya dalam skripsi ini lebih fokus dan lebih spesifik.

⁷¹Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, h. 13-16.

Selain itu tinjauan konseptual memiliki pembatasan makna yang terkait dengan judul tersebut akan memudahkan pemahaman terhadap isi pembahasan serta dapat menghindarkan dari kesalahpahaman. Adapun uraian dari defenisi operasional yakni sebagai berikut:

2.3.1 Eksistensi

Eksistensi adalah keberadaan, kehadiran, kedudukan suatu subyek yang mengandung unsur bertahan pada suatu produk atau layanan. Eksistensi menekankan pada kreativitas, subjektivitas pengalaman manusia, dan tindakan konkret dari keberadaan manusia atas setiap skema rasional untuk hakikat manusia atau realita.⁷²

2.3.2 Usaha *Nasu Palekko*

Nasu palekko merupakan masakan berupa daging bercita rasa pedas yang menggunakan campuran dari berbagai bumbu dan rempah-rempah. *Nasu palekko* ini merupakan salah satu jenis kuliner khas Bugis Makassar termasuk Barru dan sekitarnya. *Nasu palekko* yang penulis maksud yaitu *ayam palekko* dan *itik palekko*.

2.3.3 Peningkatan Taraf Hidup

Peningkatan taraf hidup yaitu kemajuan, perbaikan, perubahan yang merupakan suatu prestasi yang membanggakan dengan meningkatnya perekonomian kearah yang lebih baik.⁷³

⁷²Ahmad Tafsir, *Filsafat Umum Akal Dan Hati Sejak Thales Sampai Capra* (Cet. XX, Bandung: PT Remaja Rosdakarya; 2013), h. 218.

⁷³Departemen Pendidikan dan Kebudayaan: *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), h. 995.

2.3.4 Hukum Ekonomi Islam

Hukum Ekonomi Islam merupakan suatu rangkaian yang memiliki keterkaitan berupa aturan-aturan yang berlaku dalam aktifitas ekonomi atau perilaku manusia secara aktual, empirikal, baik dalam produksi, distribusi maupun konsumsi berdasarkan al-Qur'an dan sunnah serta Ijma para ulama dengan tujuan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.⁷⁴

Defenisi Operasional yang penulis maksud disini adalah keberadaan atau kehadiran dari usaha *nasu palekko* dalam meningkatkan usaha dan taraf hidup pedagang di Mareto Kabupaten Barru dengan meningkatkan perekonomian pedagang kearah yang lebih baik serta dalam menjalankan aktifitas ekonomi tidak terlepas dari hukum ekonomi syariah yang berlandaskan dalil-dalil al-Qur'an dan hadis.

2.4 Bagan Kerangka Pikir

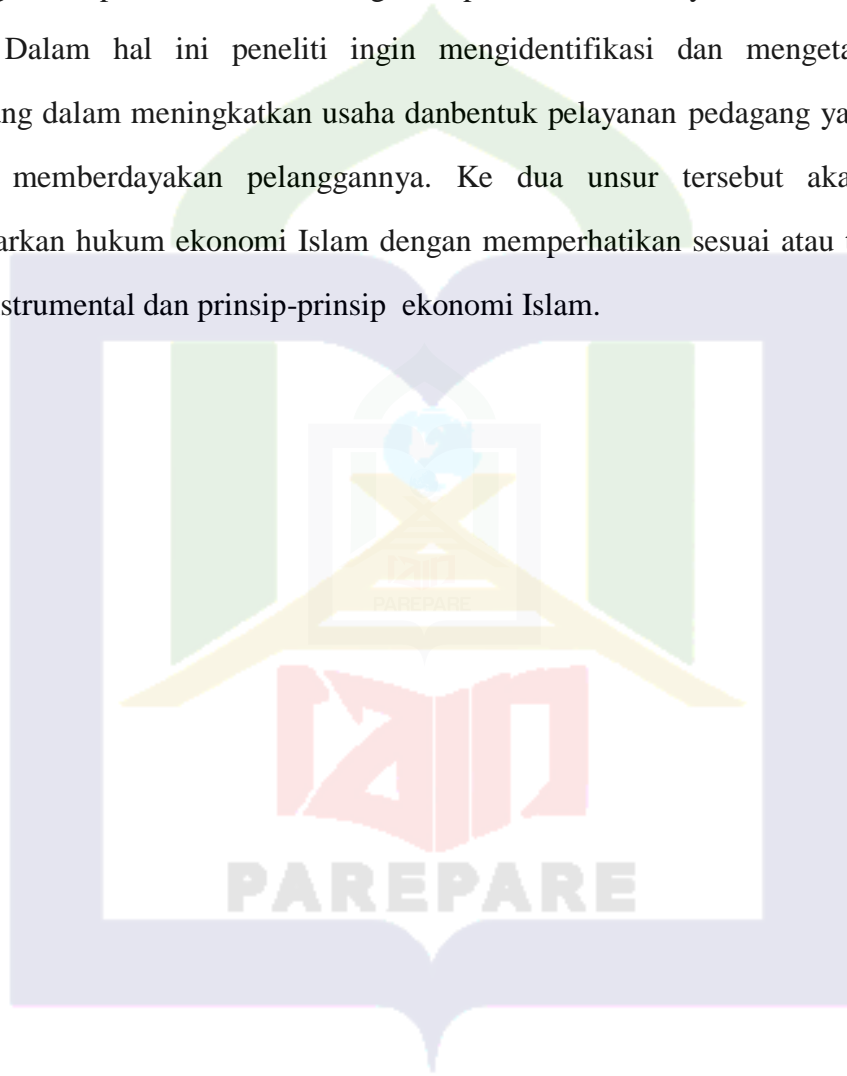
Kerangka pikir sebagai gambaran tentang pola hubungan antara konsep dan atau variabel secara koheren yang merupakan gambaran yang utuh terhadap fokus penelitian. Jadi kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Sintesa tentang hubungan variabel tersebut, selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis.⁷⁵

⁷⁴Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, h. 6.

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)* (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 92.

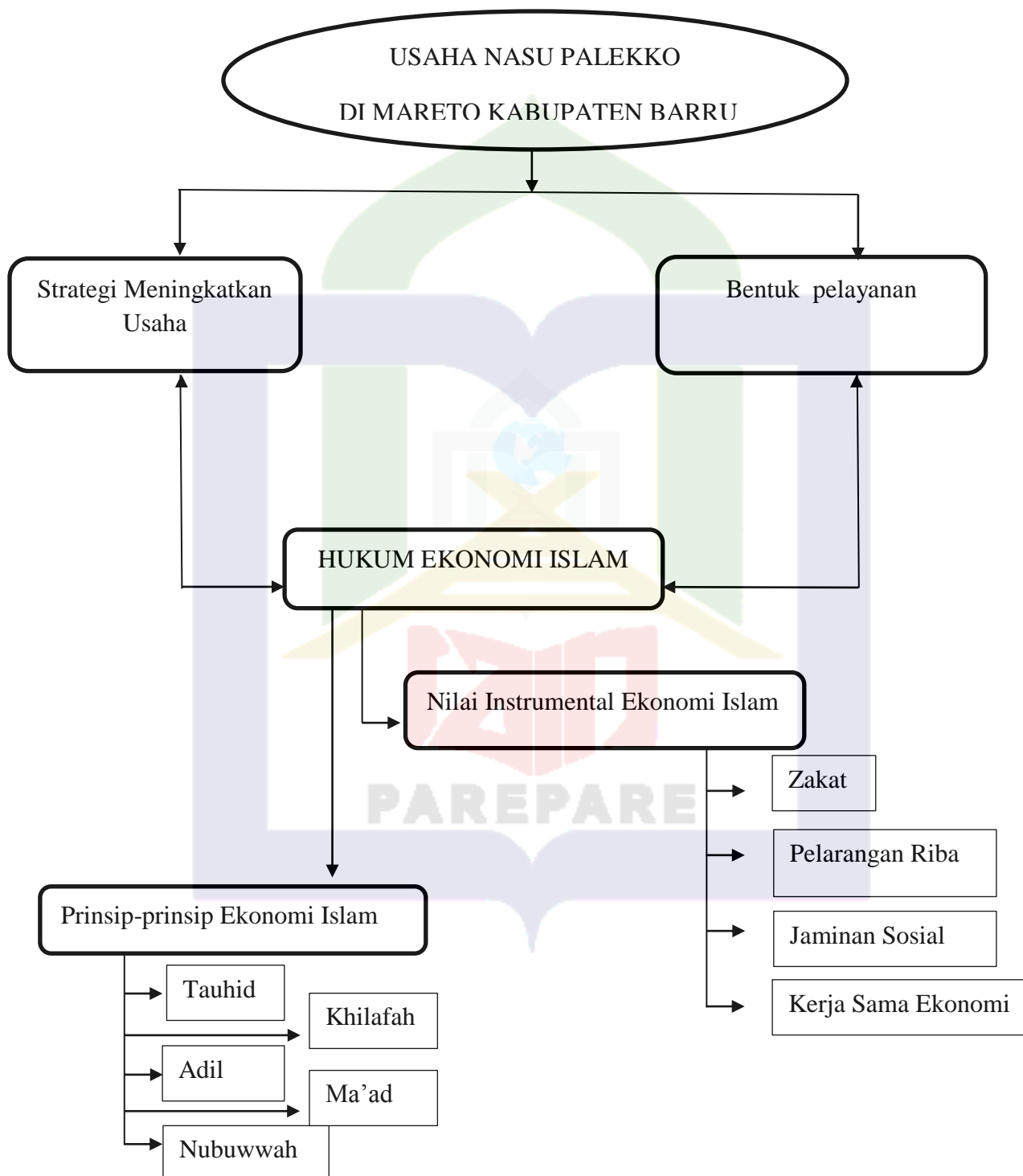
Berdasar dari berbagai teori dan konsep yang dideskripsikan sebelumnya, peneliti akan mengkaji dan menguraikan tentang keberadaan usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru dalam meningkatkan taraf hidup pedagang baik meningkatkan perekonomian keluarga maupun status sosialnya.

Dalam hal ini peneliti ingin mengidentifikasi dan mengetahui strategi pedagang dalam meningkatkan usaha dan bentuk pelayanan pedagang yang diberikan dalam memberdayakan pelanggannya. Ke dua unsur tersebut akan dianalisis berdasarkan hukum ekonomi Islam dengan memperhatikan sesuai atau tidak dengan nilai instrumental dan prinsip-prinsip ekonomi Islam.



Berdasar dari uraian tersebut terlihat bentuk bagan di bawah ini sebagai berikut:

Gambar 2.1



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode-metode penelitian yang digunakan dalam pembahasan ini meliputi beberapa hal yaitu jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.⁷⁶ Untuk mengetahui penelitian ini, maka diuraikan sebagai berikut:

3.1 Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang penulis gunakan adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut, mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.⁷⁷

Penelitian ini merupakan salah satu metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang kenyataan melalui proses berfikir induktif. Melalui penelitian kualitatif peneliti dapat mengenali subjek, merasakan apa yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari.⁷⁸

⁷⁶Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi (Parepare: STAIN Parepare, 2013), h. 34.

⁷⁷ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*(Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 28.

⁷⁸ Basrowi dan Suwandi, *Mamahami Penelitian Kualitatif*, h. 2.

Penelitian ini adalah penelitian jenis fenomenology yaitu mendeskripsikan atau menjawab pertanyaan-pertanyaan terkait fenomena yang nampak di kalangan masyarakat. Jenis penelitian ini juga mengkaji permasalahan yang ada di masyarakat.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dijadikan sebagai tempat pelaksanaan penelitian berlokasi di Dusun Mareto, Desa Lipukasi, Kecamatan Tanete Rilau, Kabupaten Barru. Lokasi tersebut dipilih atas pertimbangan bahwa Mareto merupakan salah satu rumah makan yang terkenal dengan *nasu palekkonya*.

3.2.2 Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian akan dilakukan dalam waktu kurang lebih dua bulan.

3.2.3 Fokus Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis akan berfokus terhadap keberadaan usaha *nasu palekko* dalam meningkatkan taraf hidup di Mareto Kabupaten Barru serta peneliti akan menganalisis strategi, bentuk pelayanan dan hasil yang dicapai pedagang *nasu palekko* tersebut, sesuai atau tidak dengan hukum ekonomi Islam.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah semua keterangan yang didapat dari informan maupun yang berasal dari dokumen-dokumen, baik dalam bentuk statistik maupun dalam bentuk lainnya guna untuk kepentingan penelitian tersebut.⁷⁹ Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

3.3.1. Data Primer

Data Primer merupakan jenis data yang diperoleh secara langsung dari pihak responden dan informasi melalui wawancara serta observasi secara langsung di

⁷⁹Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 87.

lapangan. Informan adalah orang yang dikategorikan sebagai sampel dalam penelitian yang merespon pertanyaan-pertanyaan peneliti.⁸⁰ Data primer adalah data yang diperoleh langsung dengan melakukan observasi dan wawancara pada pedagang *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru.

3.3.2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data penelitian yang dapat diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara. Dalam hal ini data sekunder yang dimaksud adalah dokumentasi-dokumentasi yang diharapkan dapat memberi informasi pelengkap dalam penelitian. Data sekunder yang dapat diperoleh antara lain berasal dari:

3.3.2.1 Buku-buku yang terkait tentang kewirausahaan dan etika bisnis islam.

3.3.2.2 Buku-buku tentang ekonomi syariah dan hukum ekonomi syariah.

3.3.2.3 Kepustakaan, internet, serta artikel yang terkait dengan penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah *field research* (penelitian lapangan), yaitu suatu metode pengumpulan data dilapangan dengan memilih lokasi di Mareto Kabupaten Barru. Dalam penelitian lapangan ini penulis mengumpulkan data dengan beberapa cara:

3.4.1 Teknik *Library Reserarch*

Teknik *Library Reserarch* digunakan oleh peneliti dengan mengumpulkan beberapa literatur kepustakaan dan buku-buku serta tulisan-tulisan ilmiah yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas. Dalam hal ini peneliti akan

⁸⁰Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: CV. Alfabet, 2002), h. 34.

mempelajari dan mencermati serta mengutip beberapa teori atau pendapat yang sesuai dan berkaitan dengan judul dan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini.

3.4.2 Teknik *Field Research*

Teknik *Field Research* dilakukan dengan cara penelitian terjun langsung kelapangan untuk mengadakan peneliti dan memperoleh data-data kongkret yang berhubungan dengan pembahasan ini. Adapun teknik yang digunakan untuk memperoleh data dilapangan yang sesuai dengan data yang bersifat teknis, yaitu sebagai berikut:

3.4.2.1 Observasi

Observasi yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengamati serta mencatat semua fenomena yang terjadi. Pengamatan akan fenomena itu dikhususkan kepada masalah tentang bagaimana analisis hukum ekonomi Islam terhadap strategi meningkatkan usaha, bentuk pelayanan dan hasil yang dicapai pedagang *nasu palekko* dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya.

3.4.2.2 Wawancara (*interview*)

Wawancarayaitu mendapatkan keterangan dengan cara bertemu langsung dan melakukan tanya jawab antara pewawancara dengan narasumber guna mendapatkan keterangan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Narasumber yang dimaksud disini adalah pedagang *nasu palekko*.

3.4.2.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data berupa dokumen penting yang diperlukan untuk penelitian, seperti catatan, data arsip, serta catatan lain yang berkaitan dengan objek penelitian di lapangan.⁸¹

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan usaha untuk memberikan interpretasi terhadap data yang telah diperoleh dan disusun untuk mendapatkan kesimpulan yang valid. Setelah data-data yang dihasilkan dari penelitian langsung yang dilakukan oleh peneliti, langkah selanjutnya adalah menganalisis keabsahan data tersebut dengan menerapkan teknik analisis data sebagai berikut:

3.5.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti dalam hal ini adalah mengumpulkan data-data dari hasil penelitian untuk dilakukan langkah selanjutnya. Hasil-hasil tersebut baik itu dari hasil wawancara, file data dari proses dokumentasi maupun catatan-catatan lapangan.

3.5.2 Reduksi Data

Setelah semua data dikumpulkan dari metode sebelumnya, peneliti akan mereduksi data tersebut dengan cara mengelompokkan, mengklarifikasikan atau memberikan kode khusus untuk menyesuaikan menurut hasil penelitian.

⁸¹Masyuri dan Zainuddin, *Metode Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 30.

3.5.3 Penyajian Data

Setelah data-data yang sebelumnya sudah dikumpulkan dan diklarifikasikan, langkah selanjutnya adalah peneliti akan mendeskripsikan secara tertulis agar mudah dipahami dengan baik dan untuk keperluan penarikan kesimpulan.

3.5.4 Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap akhir dari analisis data ini adalah mengadakan pemeriksaan keabsahan dan menafsirkan data dalam mengolah hasil sementara menjadi teori substantif. Perlu dijelaskan bahwa dalam penelitian ini, pengumpulan dan analisis data dilakukan dan berjalan dalam waktu bersamaan serta dilakukan secara terus menerus. Masalah penelitian dapat disempurnakan dalam arti dipertajam, diperluas dan dipilih-pilih menjadi sub masalah bahkan mungkin diganti atau dirumuskan kembali, bergantung kepada data yang aktual setelah berada di lokasi atau selama berlangsungnya penelitian.

Kesimpulan-kesimpulan akan ditangani dengan longgar dan tetap terbuka, tetapi kesimpulan sudah disediakan, yang mulanya belum jelas, meningkat menjadi lebih rinci. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Rumah makan *nasu palekko* berlokasi di dusun Mareto, Kec. Tanete Rilau, Kab. Barru tepatnya sebelum jembatan kembar Bottoe dari kota Parepare. Dusun Mareto merupakan salah satu dusun dari total 6 dusun yang ada di Desa Lipukasi Kec. Tanete Rilau Kab. Barru. Dusun Mareto dengan luas wilayah 2,95 km² terdiri dari lima jumlah RT serta 456 jumlah kepala keluarga. Dusun Mareto berbatasan dengan:⁸²

- Sebelah Utara : Dusun Pao
- Sebelah Selatan : Dusun Bottoe
- Sebelah Timur : Dusun Salomoni
- Sebelah Barat : Dusun Lipukasi

Rumah makan *nasu palekko* tepatnya berada di sebelah kanan sebelum jembatan kembar Bottoe arah Jl. Poros Parepare-Makassar. Rumah makan ini bersebelahan jalan dengan usaha dagang ikan kering di Mareto Kab. Barru. Sebelah kiri dari Jl. Poros Parepare-Makassar. Rumah makan *nasu palekko* ini berjejer di sepanjang jalan kurang lebih tiga belas rumah makan dengan konsep rumah makan lesehan. Masyarakat dusun Mareto merupakan salah satu bentuk masyarakat dengan klasifikasi ciri masyarakat swasembada kota madya. Jarak antara rumah makan *nasu palekko* dusun Mareto ke kantor desa Lipukasi adalah 1,4 km² dengan waktu tempuh empat menit dengan menggunakan sepeda motor. Jarak rumah makan *nasu palekko*

⁸²Arfanita, *Profil Desa dan Kelurahan Lipukasi* (Lipukasi: Kantor Desa Lipukasi, 2018), h. 2-4.

kantor kecamatan adalah 3,3 km² dengan waktu tempuh enam menit menggunakan sepeda motor serta jarak rumah makan *nasu palekko* ke Ibu kota kabupaten Barru adalah 6,8 km² dengan waktu tempuh lima belas menit menggunakan kendaraan bermotor.

4.2 Strategi Pedagang *Nasu Palekko* dalam Meningkatkan Usaha dan Taraf Hidupnya di Mareto Kabupaten Barru

Keberadaan strategi sangat penting dalam memasarkan produk terutama dalam bidang perdagangan atau bisnis kuliner seperti *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru. Tingginya persaingan usaha dan banyaknya pesaing memicu para pelaku usaha untuk menentukan strategi yang harus dilakukan untuk menunjukkan keunggulan dan kelebihan bisnis kuliner yang satu dengan bisnis kuliner yang lainnya.

Sebaik apapun segmentasi pasar sasaran dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat. Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan, kadang langkah-langkah yang dihadapi terjal dan berliku-liku, namun adapula langkah yang relatif mudah.⁸³

Bagian pemasaran dalam setiap perusahaan/organisasi usaha perlu memperhatikan empat komponen penting dari kegiatan pemasaran. Ke empat komponen tersebut, yang dikenal sebagai 4P atau *marketing mix* adalah *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Artinya, *marketing mix* tersebut

⁸³Hasniah, “Strategi Pemasaran Raya Motor Terhadap Minat Beli Masyarakat Kota Parepare (Tinjauan Manajemen Syariah)”, h. 10.

meliputi: mengembangkan barang, menentukan harga, menyebarkannya ke berbagai tempat, dan mempermosikannya agar dibeli konsumen.⁸⁴

4.2.1 Strategi Pengembangan Produk

Dalam menghadapi persaingan bisnis, pelaku usaha *nasu palekko* harus selalu memperhatikan kedudukan produk yang dipromosikannya. Produk yang ada harus diperbaiki mutunya, dan sifatnya perlu diubah sesuai dengan perkembangan cita rasa konsumen. Terutama bagian pemasaran harus memikirkan jenis kuliner baru yang perlu diciptakan yang sesuai dengan perkembangan teknologi, perubahan keinginan konsumen, perubahan kegiatan ekonomi, dan peningkatan taraf hidup pelaku usaha *nasu palekko*. Sebagaimana ungkapan pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru:

Usaha *nasu palekko* ini baru dua tahun. Yah....saya kira strateginya bisa dengan kelengkapan menu. Jadi menu makanannya mungkin bisa ditambah, terus keluhan pelanggan juga diperhatikan. Seperti rasanya kurang asin atau kurang pedis jadi kami sesuaikan saja dengan keinginan dan selera pelanggan.⁸⁵

Respon yang sama juga diungkapkan oleh Aida selaku karyawan di warung Rest Area Madising 303 adalah

Strategi kami mengenai pengembangan produk, kami tambah menu masakan dan minumannya. Kami melakukan inovasi dan juga kami sesuaikan dengan keinginan konsumen.⁸⁶

Sesuai dengan ungkapan Yaya dan Aida mengatakan bahwa strategi yang digunakan dengan memperhatikan kelengkapan menu makanan dan minuman serta selera dari konsumen, karena selera setiap orang berbeda-beda. Jadi, salah satu

⁸⁴ Lihat Tinjauan Pustaka, h. 15.

⁸⁵ Yaya, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di warung “R.M Putri Yasmin”, 30 April 2017.

⁸⁶ Aida, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di warung “Rest Area Madising 303”, 30 April 2017.

strategi yang diberikan pedagang dengan menyediakan dan menawarkan beragam makanan dan minuman serta menyesuaikan dengan keinginan konsumen. Berbeda halnya dengan ungkapan Ibu Hukma dan Ibu Rohani mengenai pengembangan produk sebagai berikut:

Saya dan suami tidak melakukan pengembangan produk *nasu palekko*. Tapi kami berusaha mempertahankan saja baik itu dari segi kualitas pelayanan dan cita rasa masakannya. Usaha *nasu palekko* disini sudah terbelang lama sekitar tiga belas tahun. Karena kami yang kedua membuka usaha ini. Jadi kami hanya mengutamakan kualitas saja dan menjaga citra usaha kami karena banyak juga pesaing yang bermunculan.⁸⁷

Tidak ada pengembangan produk yang saya lakukan. Tapi kami hanya mempertahankan kualitas makanan saja. Jadi, caranya saya sangat hati-hati dalam membeli ayam dan itik. Makanya, untuk menjaga kualitas *nasu palekko* ada memang langgananku yang mengantar ayam maupun itik tiap minggu.⁸⁸

Banyak strategi yang bisa dilakukan oleh pedagang *nasu palekko* terkait pengembangan produk di bidang kuliner, tetapi Ibu Hukma dan Ibu Rohani lebih memilih untuk menjaga kualitas makanan dan nama baik rumah makan tersebut. Mempertahankan kualitas makanan dengan cara menjaga kebersihan makanan, tampilan, warna, dan rasa makanan. Konsumen yang telah terpikat dengan rasa makanan yang ditawarkan tentu akan kembali lagi menikmati hidangan di rumah makan *nasu palekko* tersebut.

Pelaku usaha di bidang kuliner memang sangat banyak, apalagi usaha makanan yang berbasis ayam maupun bebek. Usaha ini memiliki prospek cerah karena olahan ayam maupun bebek paling banyak digemari dan tidak kenal bosan untuk mengkonsumsinya. Banyaknya pesaing diantara pedagang memicu pelaku

⁸⁷ Hukma, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Jembatan Kembar 1”, 30 April 2017.

⁸⁸ Rohani, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Madising Khas Bebek Palekko”, 15 Mei 2017.

usaha untuk melakukan strategi khusus dengan melakukan inovasi terhadap kuliner yang ditawarkan kepada konsumen. Sebagaimana ungkapan salah satu pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru, Warung Papua Khas Palekko Pinrang yaitu:

Kelebihan warung kami dengan warung yang lainnya, di sini menyediakan menu masakan udang tepung terigu sedangkan warung yang lain tidak ada.⁸⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut di atas, bahwa strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan inovasi-inovasi⁹⁰ baru terhadap produk yang kita tawarkan kepada pelanggan dengan menambah kelengkapan menu makanan dan minuman serta menjaga kualitasnya. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan memiliki banyak pilihan kuliner sesuai dengan keinginan dan selera. Menciptakan dan menawarkan produk kuliner yang berbeda dengan yang lainnya merupakan salah satu strategi pelaku usaha dalam memikat pelanggan di Warung Papua Khas Palekko Pinrang.

Proses pengembangan produk *nasu palekko* maupun usaha lainnya yaitu dengan melakukan akumulasi ide sebagai tahap awal. Produk baru dimulai dengan ide, dan ide ini memiliki sumber yang bervariasi. Munculnya ide dapat diperoleh dari berbagai sumber antara lain karyawan penjualan, periklanan pesaing, permintaan dan saran dari konsumen serta media massa. Media massa seperti surat kabar, majalah,

⁸⁹ Ica, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Papua Khas Palekko Pinrang”, 15 Mei 2017.

⁹⁰ Inovasi adalah pengembangan dan implementasi gagasan baru oleh orang di mana dalam jangka waktu tertentu melakukan transaksi-transaksi dengan orang lain dalam suatu organisasi. Lihat M. Taufiq Amir, *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi* (Cet. 1; Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 232.

dan alat komunikasi sangat berpotensi membantu dalam menciptakan ide-ide baru terhadap pengembangan produk kuliner *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru.

4.2.2 Strategi Penentuan Harga

Penetapan harga *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru menggunakan penetapan harga fleksibel⁹¹ yaitu mempertimbangkan kondisi pasar khusus dan praktik penetapan harga para pesaing.

Berdasarkan strategi yang digunakan dalam penentuan harga makanan adapun ungkapan pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru:

Menu makanan yang paling banyak terjual itu *bebek palekko* dan *ayam palekko*. Masing-masing satu porsi harganya Rp. 25.000,00 adapun *sokko + nasu palekko* harganya Rp. 30.000,00. Di atas sedikit harganya *sokko e'* karena mahal bahannya. Mahal juga beras ketan di pasar.⁹²

Informan mengatakan bahwa penetapan harga setiap makanan tergantung dari harga bahan-bahan yang digunakan. Rumah makan *nasu palekko* bukan hanya *nasu palekko* saja yang ditawarkan kepada konsumen tetapi beragam kuliner pelengkap lainnya yang juga dapat menggugah selera. Termasuk tersedianya *sokko manu'* yang merupakan kuliner yang tidak kalah enakya dengan *nasu palekko* walaupun harga *sokko manu'* sedikit lebih mahal *dari nasu palekko*. Sedangkan penetapan harga jual yang ditawarkan oleh Ibu Hajrah dan Aida berbeda dengan informan sebelumnya:

Kalau di sini dek saya jualkan makananku harganya rata semua Rp. 25.000,00 satu porsinya, *bebek palekko* sama *ayam palekko'e* banyak terjual.⁹³

⁹¹ Penetapan harga fleksibel adalah sebuah strategi berupa pendekatan pemasaran yang menawarkan harga yang berbeda untuk mencerminkan perbedaan dalam permintaan konsumen. Lihat Justin, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, h. 383.

⁹² Hasnaini, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Raja Bebek” 30 April 2018.

⁹³ Hajrah, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Rest Area Madising 1011”, 30 April 2018.

Nasu palekko baik ayam maupun bebek *palekko* harganya Rp. 25.000,00. Kalau *Sokko* + ikan kering'e Rp. 25.000,00 saya jualkan.⁹⁴

Penetapan harga jual yang ditawarkan kepada konsumen menurut kedua informan tersebut di atas menggunakan metode dan strategi yang sama dengan menerapkan harga yang sama pula yaitu harga yang diberikan dan ditawarkan rata Rp. 25.0000,00 setiap porsinya, baik itu *nasu palekko* maupun *sokko manu* dll. Adapun kuliner yang paling banyak diminati oleh konsumen adalah *nasu palekko* baik itu ayam *palekko* maupun bebek *palekko*. Penetapan harga telah memiliki fungsi yang sangat luas di dalam program pemasaran. Menetapkan harga berarti bagaimana mempertautkan produk kita dengan aspirasi sasaran pasar, yang berarti pula harus mempelajari kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen.

Sokko + ikan kering'e Rp. 20.000,00 saya jualkan tapi *nasu palekko*'e satu porsi sama harganya dengan pesaing.⁹⁵

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan penulis bahwa makanan yang paling dominan terjual adalah *nasu palekko* baik itu ayam maupun bebek *palekko* seharga Rp. 25.000,00 dengan harga yang sama diantara para pelaku usaha dengan pesaingnya di Mareto Kabupaten Barru. Sedangkan *Sokko* + ikan kering harganya bervariasi Rp. 20.000,00 – 30.000,00. Hal ini berarti strategi penentuan harga yang dilakukan atau dipilih oleh para pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru menggunakan strategi penentuan harga kompetitif dengan *relative pricing* (harga relatif).⁹⁶ Pendekatan *relative pricing* ini yang digunakan pelaku usaha *nasu*

⁹⁴ Aida, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan "Rest Area Madising 303", 1 Mei 2018.

⁹⁵ Hasnawati, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan "Warung Pada Idi", 1 Mei 2018.

⁹⁶ Relative Pricing adalah menentukan harga di atas, di bawah, atau sama dengan tingkat harga persaingan di mana gerakan harganya mengikuti gerakan pesaing. Lihat Justin, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, h. 383.

palekko di Mareto Kabupaten Barru jika ditelaah secara mendalam dengan kelima strategi⁹⁷ yang telah penulis paparkan sebelumnya menggunakan pendekatan penetapan harga fleksibel dengan mempertimbangkan kondisi pasar khusus dan praktik penetapan harga para pesaing.

4.2.3 Strategi Pendistribusian Barang

Istilah *place* dalam konsep *marketing mix* berarti pendistribusian barang ke berbagai tempat. Berikut beberapa faktor yang sebaiknya diperhatikan sebagai bahan pertimbangan strategi memilih lokasi usaha:⁹⁸

1. Tingkat kepadatan penduduk sekitar lokasi

Usahakan memilih lokasi usaha yang memiliki kepadatan penduduk cukup tinggi. Semakin tinggi kepadatan penduduk di suatu lokasi, maka semakin besar pula potensi pasar sebuah usaha.

2. Besar pendapatan masyarakat sekitar lokasi

Besar pendapatan masyarakat yang ada di sekitar lokasi juga mampu mempengaruhi usaha yang akan dibangun. Sebab, tingkat pendapatan masyarakat juga akan berpengaruh terhadap daya beli konsumen. Jika ingin menjalankan usaha dengan produk yang harganya sedikit lebih tinggi, sebaiknya pilih lokasi yang daya belinya cukup tinggi. Sedangkan jika ingin menawarkan produk dengan harga yang relatif murah, tidak akan jadi masalah jika memilih lokasi yang daya beli masyarakatnya kurang. Hal ini karena konsumen di daerah tersebut lebih mementingkan harga murah, dibandingkan memperhatikan kualitas produk yang dijual.

⁹⁷Lihat Tinjauan Pustaka, h. 17-19.

⁹⁸Lihat Tinjauan Pustaka, h. 19.

3. Memperhatikan tingkat keramaian lalu lintas kendaraan

Sesuaikan jenis usaha dengan para konsumen yang lewat di lokasi tersebut. Sebagaimana ungkapan Yaya sebagai pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru:

Saya dan mertua membuka usaha *nasu palekko* karena lokasi ini merupakan *rest area* dan juga memanfaatkan peluang bisnis yang ada di daerah ini. Kami memanfaatkan lokasi ini karena dekat dengan jalan raya dan kebetulan tinggalnya di rumah ini, lagian tidak disewa juga. Sekaligus menambah-nambah penghasilan.⁹⁹

Banyak faktor yang dapat mendorong seseorang dalam memulai usaha, salah satunya untuk meningkatkan taraf hidup dan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan penulis, informan mengatakan lokasi yang dipilih ini merupakan lokasi yang sesuai dan strategis. Selain karena lokasi ini merupakan tempat kediaman pedagang, rumah makan ini juga merupakan area yang mudah terlihat maka sudah pasti akan banyak memperoleh perhatian dan tentunya juga memudahkan untuk masa perkenalan dan promosi bisnis yang baru saja mulai dirintis. Alasan setiap pedagang berbeda-beda terkait pemilihan lokasi ini di Mareto Kabupaten Barru:

Alasan saya membuka usaha *nasu palekko* dan memilih lokasi ini karena mengikutka dari warung sebelumnya. Karena pernahka dulu empat tahun bekerja di warung Bebek Jembatan Kembar Satu dan bagus kurasa, lancar juga usahanya. Jadi mauka mandiri dengan usahaku sendiri.¹⁰⁰

Lokasi sangat menentukan kemajuan usaha yang dibangun baik itu karena lokasi itu memang strategis atau memang lokasi itu terkenal dengan kekhasannya.

⁹⁹ Yaya, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “R.M Yasmin”, 1 Mei 2018.

¹⁰⁰ Marhaini, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Cahaya”, 1 Mei 2018.

Terkait alasan memilih usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru oleh para pelaku usaha tersebut disebabkan karena pada dasarnya mereka memanfaatkan peluang yang ada di daerah tersebut dan melihat kondisi dan potensi lokasi usaha yang memungkinkan akan mengarah pada kemajuan bisnis.

4. Banyaknya usaha yang mendukung lokasi tersebut

Semakin banyak usaha yang ada di sekitar lokasi, maka konsumen yang datang ke lokasi tersebut juga semakin ramai. Karena di lokasi tersebut terdapat berbagai macam usaha yang menyediakan produk yang berbeda pula, sehingga para konsumen lebih tertarik datang ke lokasi yang terdapat berbagai macam usaha.

5. Sesuaikan dana dengan lokasi usaha yang akan dipilih

Biasanya lokasi usaha yang ada di keramaian seperti *mall*, atau di pinggir jalan yang strategis, harga sewanya lebih mahal dibandingkan lokasi usaha yang kurang strategis. Untuk itu, sesuaikan dana yang dimiliki dengan lokasi usaha yang dipilih. Jangan memilih lokasi yang harga sewanya mahal, tetapi ternyata tidak ramai pengunjung. Sebagaimana ungkapan pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru sebagai berikut:

Warung ini sudah berjalan empat belas tahun dan ini adalah warung pertama yang membuka usaha *nasu palekko*. Sebenarnya tanah yang saya tempati membangun adalah milik pemerintah. Usaha ini sebenarnya binaan dari Dr. Ma'ruf, saya hanya mengelola saja. Awalnya usahaku itu menjual keramik. Tetapi karena tidak laku, makanya saya ganti menjadi usaha *nasu palekko*. Kemudian karena ini adalah milik pemerintah setiap bulannya saya bayar Rp. 800.000,00/bulan. Di daerah Rp. 200.000,00 dan di perindustrian Rp. 600.000,00tetapi alhamdulillah sekarang usahanya sudah maju. Sehingga semua biaya bisa tertutupi.¹⁰¹

¹⁰¹ Rohani, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Madising Khas Bebek Palekko”, 12 Mei 2018.

Dari hasil wawancara oleh penulis, informan mengatakan bahwa lokasi yang dipilih dengan beban sewa yang ditanggung dapat menutupi semua pembiayaan tiap bulannya. Pembayaran yang ditanggung tiap bulannya sebesar Rp. 800.000,00. Menurutnya, usaha *nasu palekko* yang ditekuni selama empat belas tahun ini sudah maju dan kuantitas pelanggannya juga semakin bertambah.

Pemilihan lokasi ini karena kebetulan omku yang punya, walaupun demikian tetapji saya bayar sewa Rp. 1.500.000,00/bulan. Kalau resiko tidak tentu, paling banyakmi itu Rp.1.000.000,00. Kadang juga tidak ada sama sekali dari pagi sampai malam. Agak mahal cedde' sewana karena bagus tempatnya, baru dekat jalan raya i juga. Jadi pemilihan lokasi, haruski juga sesuaikan dengan dana yang ta punya.¹⁰²

Usaha yang dijalankan tentu mengalami yang namanya ketidakpastian. Banyak maupun sedikit resiko semua adalah kehendak Allah. Reski seutuhnya adalah Allah swt yang mengatur, manusia hanya berusaha dan bertawakal saja. Menurut informan bahwa pemilihan lokasi itu sebaiknya disesuaikan dengan dana yang dimiliki dan memikirkan keberlanjutan di masa mendatang. Ia mengaku bahwa pendapatan yang diperoleh tidak menentu, sedangkan beban sewa yang harus di tanggung tiap bulan adalah Rp. 1.500.000,00/ bulan.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut di atas penulis menyimpulkan bahwa sebelum memulai usaha perlu dipertimbangkan berbagai hal, salah satunya terkait dengan jumlah dana yang dimiliki dengan pemilihan lokasi serta produk apa yang akan ditawarkan kepada pelanggan. Apakah produk tersebut diminati dan dibutuhkan oleh pelanggan atau tidak, serta seorang wirausaha harus menentukan terlebih dahulu sasaran pangsa pasar, strategi dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

¹⁰² Hasmiah, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan "Rest Area Madising 202", 12 Mei 2018.

6. Pilih lokasi usaha yang tingkat kompetisinya rendah

Jika di lokasi tersebut sudah banyak usaha yang sejenis dengan usaha yang kamu pilih, sebaiknya lokasi ini dihindari. Namun, jika tetap memilih lokasi tersebut dengan alasan posisinya yang strategis. Anda harus siap bersaing dengan menciptakan inovasi baru yang dapat membedakan usaha Anda dengan usaha lain yang sejenis.

7. Perhatikan pula akses menuju lokasi usaha

Usahakan pilih lokasi yang mudah diakses oleh para konsumen. Jika memungkinkan, pilih lokasi usaha yang dilalui transportasi umum. Agar konsumen yang tidak memiliki kendaraan pribadi juga bisa menjangkau lokasi usaha Anda.

8. Tingkat keamanan yang mendukung

Lokasi usaha yang aman juga menambah kenyamanan para konsumen. Mereka tidak akan ragu meninggalkan kendaraan mereka di tempat parkir, dan bisa menikmati pelayanan usaha Anda dengan merasa nyaman.

9. Perhatikan kebersihan lokasi usaha

Konsumen tidak akan mengunjungi sebuah toko, warung dan sejenisnya jika berada di lingkungan yang kotor atau kumuh. Mereka akan merasa ragu untuk membeli produk Anda. Untuk itu jaga kebersihan lingkungan sekitar, agar konsumen merasa nyaman berkunjung ke lokasi usaha Anda. Sebagaimana ungkapan salah satu pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru:

Yang paling penting itu kami menjaga kebersihan rumah makan ini. Karena untuk apa bagus tempatnya kalau tidak bersihji juga di dalamnya.¹⁰³

¹⁰³ Yaya, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “R.M Yasmin”, 1 Mei 2018.

Bukan hanya masalah kebersihan saja, tapi saya mengutamakan kenyamanan pelanggan, kerapian tata ruang, warna cat tembok yang menarik serta kami menyediakan tempat khusus mushollah bagi pelanggan.¹⁰⁴

Dari hasil wawancara oleh penulis, informan mengatakan bahwa kebersihan adalah yang paling penting dan terutama yang harus diperhatikan oleh seorang pelaku usaha. Rumah makan yang bersih, sejuk dan tata ruang yang bagus tentu membuat para konsumen merasa nyaman dan tidak ragu untuk memilih rumah makan tersebut. Sedangkan menurut Ica selaku informan, juga memiliki pendapat yang sama dengan informan sebelumnya, tetapi jawabannya lebih dikembangkan lagi. Menurutnya, strategi yang dilakukan sebagai pelaku usaha bukan hanya terkait kebersihan yang harus dijaga, tetapi lebih bagaimana memberikan kenyamanan kepada pelanggan dengan tata ruang yang bagus, penempatan meja, lukisan, warna cat dan hiasan-hiasan dinding serta menyediakan ruang khusus untuk ibadah yang menjadi kelebihan dari rumah makan lainnya.

4.2.4 Strategi untuk Menjalankan Promosi

Strategi promosi pedagang *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru dengan membuat spanduk, poster dan memasanginya di tempat yang mudah terlihat. Promosi didasarkan pada komunikasi. Komunikasi juga berperan penting dalam strategi promosi. Menjalankan strategi yang efektif dalam mempromosikan *nasu palekko* dapat memberikan dampak yang luar biasa.

Strategi yang digunakan oleh Ibu Hukma dan Ibu Hajrah sebagaimana ungkapan yang diapaparkan antara lain:

Saya tidak menggunakan strategi promosi khusus dalam penjualan *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru. Saya dan suami hanya mengandalkan lokasi yang

¹⁰⁴ Ica, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Papua Khas Palekko Pinrang”, 15 Mei 2018.

strategis saja karena sasarannya adalah orang yang berkendara mobil maupun motor maupun pejalan kaki yang singgah untuk istirahat makan di sini.¹⁰⁵

Kami menggunakan spanduk dengan memberikan desain unik dan memasangnya di depan warung sehingga mudah terlihat oleh pelanggan.¹⁰⁶

Berikut strategi promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan menggunakan spanduk dalam pemberian nama dengan melahirkan kekhasan tempatnya yang menjadi identitas dari rumah makan *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru antara lain:

Warung Pada Idi' yang dalam bahasa Indonesia memiliki arti warung kita sendiri. Penamaan ini karena yang mengelola usaha ini bukan orang lain tapi keluarga sendiri. Kami juga berharap bahwa pelanggan itu menganggap warung ini sebagai warung kita bersama. Sehingga mereka makan di sini seperti kerabat sendiri. Tanpa melihat kelas sosial mereka. Nama ini juga menggunakan bahasa bugis agar mudah diingat oleh pelanggan.¹⁰⁷

Masalah pemberian nama pada Warung Jembatan Kembar 1, istri saya yang kasi nama itu. Mungkin karena warung ini berlokasi di Mareto dan juga dekat dengan jembatan kembar Bottoe. Sehingga mungkin itu alasan istri saya memberikan nama pada warung ini.¹⁰⁸

Pemilihan nama warung selain sebagai identitas dari rumah makan tersebut juga sebagai salah bentuk kreatifitas dari pelaku usaha *nasu palekko* yang merupakan salah satu strategi promosi yang dilakukan dalam memperkenalkan beragam kuliner yang ditawarkan pelaku usaha di Mareto Kabupaten Barru, penggunaan spanduk ini disertai dengan ornamen-ornamen yang menarik, warna yang cantik dengan slogan yang unik.

¹⁰⁵ Hukma, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan "Warung Jembatan Kembar 1", 30 April 2017.

¹⁰⁶ Hajrah, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan "Rest Area Madising 1011", 30 April 2018.

¹⁰⁷ Hasnawati, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan "Warung Pada Idi", 1 Mei 2018.

¹⁰⁸ Suami Ibu Hukma, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan "Warung Jembatan Kembar 1", 30 April 2017.

Menurut informan, penamaan Warung Pada Idi' dipilih karena warung itu adalah warung keluarga. Artinya, warung ini dikelola dengan anggota keluarga sendiri bukan orang lain yang mengelola. Oleh karena itu, Warung Pada Idi' ini sebagai slogan yang menarik dengan diksi menggunakan bahasa Bugis ditulis dengan kalimat yang jelas, padat dan menarik. Sedangkan menurut informan selanjutnya oleh suami Ibu Hukma di Warung Jembatan Kembar 1 mengatakan bahwa penamaan warung ini disesuaikan dengan kondisi lingkungan sekitar warung tersebut. Di mana warung *nasu palekko* ini ditandai dengan adanya jembatan gantung kembar yang merupakan perbatasan antara Mareto dengan Bottoe. Adapun nama warung lainnya di Mareto Kabupaten Barru antara lain

Tempat ini saya sewa. Masalah penamaan warungnya sudah ada memangmi. Rumah makan ini bernama Rest Area Madising 202. *Madising* dalam bahasa Bugis artinya sehat-sehat atau *magala-gala*. Dengan harapan agar kita semua diberikan kesehatan baik saya sendiri maupun pelanggan.¹⁰⁹

Warung Rest Area Madising 1011 bosku yang kasi nama. Ibu Musrifa namanya. Area ini ada empat penjual dengan menggunakan nama yang sama yaitu Rest Area Madising. Bedanya hanya nomor saja. Kalau di sini Rest Area Madising 1011 kalau disebelah Rest Area Madising 202 dan 303.¹¹⁰

Penamaan *Rest Area Madising* terambil dari gabungan antara bahasa Inggris dengan bahasa Bugis. *Rest are* yang berarti tempat istirahat sejenak untuk melepaskan kelelahan, kejenuhan selama dalam perjalanan jauh. Adapun kata *madising* terambil dari bahasa Bugis yang berarti *magala-gala, seha-seha mua, madeceng mua*. Sebagaimana artinya yang merupakan doa sekaligus harapan agar semuanya diberikan kesehatan baik pedagang maupun konsumen.

¹⁰⁹ Hasmiah, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan "Rest Area Madising 202", 15 Mei 2018.

¹¹⁰ Hajrah, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan "Rest Area Madising 1011", 30 April 2018.

Warung Khas Bebek Palekko Madising ini merupakan warung milik pemerintah binaan Dr. Ma'ruf yang memiliki usaha *sokko* sebelumnya dengan nama *Madising*, karena itu penamaan usaha ini juga terambil dari usaha sebelumnya dan menggunakan istilah *madising*.¹¹¹

Istilah *madising* memang paling dominan digunakan dalam penamaan *rest area* di Mareto Kabupaten Barru. Menurut Ibu Rohani selaku responden mengatakan bahwa penamaan *madising* ini sesuai dengan usaha yang telah ditekuni sebelumnya oleh Dr. Ma'ruf yaitu usaha *sokko*. Usaha *nasu palekko* di Warung Khas Bebek Palekko Madising ini merupakan binaan Dr. Ma'ruf yang memiliki usaha *sokko* di lokasi yang berbeda, sehingga itulah alasan yang menjadi sebab penamaan *madising* ini.

Sebagaimana dikatakan bahwa pemberian nama selain sebagai identitas, pembeda juga sebagai doa, begitu juga dengan nama warung. Setiap pelaku usaha tentu memberikan nama disertai alasan masing-masing. Sesuai yang dikatakan Ibu Marhaini selaku informan sebagai berikut:

Warung *nasu palekko* ini diberi nama Warung Cahaya, dengan harapan nak warung ini *maccayya i lao ritau matanna nennia pakkittanna tau e* dan banyak pelanggannya.¹¹²

Dari hasil wawancara tersebut di atas, penamaan Warung Cahaya ini diberikan dengan alasan bahwa setiap nama adalah doa dan harapan. Adapun harapan setiap pelaku usaha tentu mengharapkan kesuksesan dan kemajuan usaha di masa mendatang dalam meningkatkan taraf hidup pedagang. Kemajuan usaha rumah makan ini tentu disertai dengan ikhtiar, sabar dan ulet dalam bekerja. Warung Cahaya ini memiliki makna dan harapan yang besar bagi pelaku usaha yaitu agar warung ini

¹¹¹ Rohani, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan "Warung Madising Khas Bebek Palekko", 15 Mei 2018.

¹¹² Marhaini, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan "Warung Cahaya", 15 Mei 2018.

merupakan warung satu-satunya yang bercahaya di mata pelanggan. Meningkatnya produksi dan penjualan dapat meraih kesuksesan dan mampu meningkatkan taraf hidup pedagang di Mareto Kabupaten Barru. Berbeda dengan yang diungkapkan oleh Hj. Kartiah mengenai penamaan rumah makan *nasu palekko* di bawah ini:

Warung ini dengan konsep kesederhanaan dan penamaan warung ini atas nama saya sendiri.¹¹³

Berdasar dari hasil wawancara, informan memberikan nama warung *nasu palekko* ini sesuai dengan namanya sendiri yaitu Warung Sederhana Bebek dan Ayam Palekko Hj. Kartiah. Di katakan warung sederhana karena warung ini menggunakan konsep kesederhanaan. Konsep lesehan merupakan konsep yang minimalis dengan nuansa kekeluargaan. Jadi, sangat sesuai jika menikmati hidangan maupun kuliner bersama dengan keluarga. Keunikan dari setiap nama warung memiliki ciri khas tersendiri termasuk salah satu ungkapan informan sebagai berikut :

Saya sebelumnya pernah merantau ke Papua dan menjalankan bisnis di sana dan bisa dikatakan usahanya maju. Tetapi karena saya asli orang Barru, makanya saya kembali ke kampung dan membuka usaha *nasu palekko* dengan nama Warung Papua Khas Palekko Pinrang. Jadi saya berharap *nasu palekko* khas Pinrang bukan hanya di Pinrang saja ada. Tapi ada juga di Barru.¹¹⁴

Berdasarkan paparan informan terkait strategi promosi yang digunakan mereka menggunakan strategi promosi dengan memasang spanduk dan mendesainnya seunik mungkin. Strategi promosi yang paling khas dan menarik yang digunakan oleh masing-masing pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru yaitu dengan memberikan slogan yang unik dan mudah diingat oleh setiap

¹¹³ Hj. Kartiah, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Sederhana Bebek dan Ayam Palekko Hj. Kartiah”, 15 Mei 2018.

¹¹⁴ Ica, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Papua Khas Palekko Pinrang”, 15 Mei 2018.

pelanggan sekaligus slogan¹¹⁵ itu sebagai diferensiasi¹¹⁶ dalam pemberian nama warung atau rumah makan di Mareto Kabupaten Barru.

Selain menggunakan spanduk dalam mempromosikan *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru, strategi promosi pedagang dapat juga dengan memanfaatkan media sosial. Sebagaimana Aida sebagai karyawan salah satu warung di Mareto Kabupaten Barru mengungkapkan bahwa:

Kalau promosikan usaha *nasu palekko* lewat sosial media tidak terlalu sering. Tapi pernah sekali-kali, kadang juga kalau *whatsApp* atau *chattingan* sama teman biasa kupromosikan untuk mampir mencoba kuliner *nasu palekko* di Rest Area Madising. Dan biasanya kalau ada acara di kantor daerah di sini pesan makanan, karena banyakmi kerabat yang kerja di kantor daerah.¹¹⁷

Media sosial yang biasa dikenal dengan singkatan *medsos* di zaman sekarang ini sudah canggih. Media sosial selain memiliki dampak yang baik juga memiliki dampak yang buruk bagi penggunanya. Orang yang cerdas adalah orang yang bijak dalam menggunakan media sosial. *Facebook* merupakan salah satu media sebagai sarana yang dapat memudahkan dalam berkomunikasi dengan orang lain. Sebagaimana Aida adalah salah satu pelaku usaha *nasu palekko* yang telah memanfaatkan strategi ini untuk mengajak dan memperkenalkan produk kuliner *nasu palekko* kepada konsumen. Sebaliknya, Ibu Hasnawati dan Ibu Marhaini mengungkapkan ketidaktahuannya dalam menggunakan media sosial sebagai berikut:

¹¹⁵ Slogan adalah perkataan atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk memberitahukan sesuatu. Lihat Pusat Bahasa Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III, h.1080.

¹¹⁶ Diferensiasi adalah sesuatu hal yang menjadi unsur pembedaan antara suatu hal dengan yang lainnya yang membuatnya lebih menarik dan menghasilkan perbedaan. Lihat Pusat Bahasa Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III, h. 264.

¹¹⁷ Aida, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Rest Area Madising 303”, 1 Mei 2018.

Saya tidak pakai medsoska karena tidak ada punyaku begitu. Tidak ku tau juga caranya pakai *facebook*.¹¹⁸

Promosiku tidak pake *facebookka*'. Mengandalkan lokasi saja. Karena sempat ada nanti yang pesan makanan atau minuman namaui diantarkan siapami yang antar kalau begitu. Suamiku juga sibuk i. Anak juga pergi kuliah. Tidak ada juga karyawanku.¹¹⁹

Informan mengakui bahwa ia tidak menggunakan media sosial dalam mempromosikan *nasu palekkodan* kuliner lainnya, hal itu karena tidak adanya pengetahuan dalam menggunakan dan memanfaatkan media sosial seperti *facebook*, *instagram*, dan *whatsApp*.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh penulis pada umumnya sebagian besar pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru tidak memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan usaha *nasu palekko*. Hal ini karena sebagian besar dari pelaku usaha tersebut dipengaruhi oleh faktor umur dan ketidaktahuan dalam memanfaatkan sarana media sosial *seperti facebook, whatsApp, instagram* serta tidak adanya pengetahuan, keinginan dan kesempatan untuk belajar dan mengetahui hal tersebut. Mereka hanya memfokuskan pada strategi lokasi dan pelayanan prima yang diberikan kepada pelanggan.

4.3 Bentuk Pelayanan Pedagang *Nasu Palekko* dalam Memberdayakan Pelanggan dan Meningkatkan Taraf Hidupnya di Mareto Kabupaten Barru

Dalam prospek keberhasilan usaha, selain penentuan strategi usaha yang digunakan, bentuk pelayanan *nasu palekko* juga harus diperhatikan oleh pelaku usaha di Mareto Kabupaten Barru. Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan

¹¹⁸ Hasnawati, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Pada Idi”, 1 Mei 2018.

¹¹⁹ Marhaini, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Cahaya”, 1 Mei 2018.

melalui aktivitas orang lain secara langsung. Istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Karena pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Dalam hal ini maju atau tidaknya usaha yang digeluti bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

4.3.1 Dimensi Pokok yang Berkaitan dengan Kualitas Pelayanan sebagai berikut:¹²⁰

1. **Bukti Fisik.** Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi serta memberikan kenyamanan kepada pelanggan.
2. **Kehandalan.** Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan serta meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi.
3. **Daya Tanggap.** Keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap
4. **Jaminan.** Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko atau keraguan.
5. **Empati.** Kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan serta

¹²⁰Lihat Tinjauan Pustaka, h. 24-25.

kenyamanan konsumen seperti lokasi, tempat parkir, aspek kebersihan, dan lain sebagainya.

Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Hajrah dan Ibu Hasnaini sebagai pelaku usaha *nasu palekkodi* Mareto Kabupaten Barru:

Bentuk pelayanan yang saya berikan kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaiklah kepada pelanggan. Saya melayani pelanggan saya dengan banyak senyum dan memberikan pelayanan cepat. Karena saya tahu bahwa orang yang datang sudah pasti lapar dek dan tentu tidak suka menunggu kalau pelayanan kita lambat i.¹²¹

Saya berusaha memberikan pelayanan prima kepada pelanggan. Saya dan suami sangat memperhatikan kenyamanan ruang makan dengan memfasilitasi kelengkapan, peralatan dan saya menyediakan empat buah kipas sebelumnya tetapi tinggal dua buah karena baru-baru ji rusak dan berniatka lagi untuk perbaiki kipasnya kalau sudah terkumpul lagi modalnya. Kenyamanan pelanggan sangat penting karena kondisi lingkungan pada siang hari panas sekali dek. Makanya, dibutuhkan kipas angin agar pelanggan nyaman dan mau kembali makan *nasu palekko* di Warung Raja Bebek ini.¹²²

Berdasarkan wawancara tersebut di atas bahwa dalam bidang pelayanan, rumah makan (warung) memang seharusnya memberikan pelayanan yang terbaik dan pelayanan yang berkualitas, seperti memilih karyawan dan karyawan yang ramah, sigap, perhatian serta siap membantu segala kebutuhan pelanggan. Tentu hal tersebut mampu menarik pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu alasan yang membuat konsumen mau membeli barang suatu usaha. Konsep kualitas sangat subjektif, karena

¹²¹ Hajrah, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Rest Area Madising 1011”, 30 April 2018.

¹²² Ibu Hasnaini, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Raja Bebek”, 30 April 2018.

secara defenisi suatu hasil memproduksi barang dan jasa dengan karakter tertentu dengan standar kepuasan seperti apa yang diduga oleh konsumen. Sifat yang subjektif ini menyebabkan perusahaan tidak hanya dituntut memproduksi barang yang baik, tetapi juga harus sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen.¹²³

Bentuk pelayanan pedagang *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru dengan memperhatikan dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Mulai dari pemilihan karyawan, keamanan parkir, kelengkapan peralatan, memberikan kenyamanan kepada pelanggan dengan menyediakan kipas angin dan televisi agar pelanggan betah dan nyaman.

4.3.2 Memberikan Pelayanan Prima

Salah satu ciri pelayanan yang baik adalah menerapkan pelayanan prima (*Excellent Service*).¹²⁴ Pelayanan prima tersebut terdiri dari enam unsur pokok, antara lain:¹²⁵

1. Kemampuan (*Ability*)
2. Sikap (*Attitude*)
3. Penampilan (*Appearance*)
4. Perhatian (*Attention*)
5. Tindakan (*Action*)
6. Tanggung jawab (*Accounttability*)

¹²³ Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis, et.al*,h.152.

¹²⁴ Pelayanan prima (*Excellent Service*) adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan yang memenuhi standar kualitas. Lihat Ajeng Kartini, “*Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet pada Plasa Telkom Group Parepare Persektif Etika Bisnis Islam*” (Skripsi Sarjana; Hukum Ekonomi Syariah; STAIN Parepare, 2017), h. 48.

¹²⁵ Lihat Tinjauan Pustaka,h. 23-24.

Para pelanggan akan memberikan kesan pertama saat berhubungan langsung dengan orang yang terlibat dalam usaha rumah makan yaitu dengan karyawan dan pemilik usaha tersebut. Kesuksesan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tergantung pada orang-orang yang terlibat di dalamnya. Sikap ramah, sopan, bangga terhadap pekerjaannya, serta sikap menjaga citra usaha tersebut merupakan beberapa sikap yang diharapkan untuk dimiliki oleh pelaku usahanya *palekko*.

Saat melakukan pelayanan kepada konsumen, maka perlu memperhatikan dan mencermati keinginan konsumennya. Jika konsumen sudah menunjukkan niat untuk membeli produk kuliner yang ditawarkan maka segera layani dengan baik. Sehingga konsumen merasa diperhatikan dan keinginannya dapat terpenuhi. Sebagaimana ungkapan salah satu pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru:

Bentuk pelayanan yang kami berikan pada dasarnya sama dengan pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha lainnya. Saya dan mertua menjalankan usaha kuliner *nasu palekko* ini dengan memberikan pelayanan terbaik dengan konsep rumah makan lesehan. Karena rumah panggung memiliki estetika tersendiri, hal ini agar pelanggan itu merasa makan di rumah sendiri. Jadi kami membuat konsep ini didukung juga karena memang kami tinggal di rumah ini sekaligus membuka usaha *nasu palekko* ini. Yang paling penting itu kami menjaga kebersihan rumah makan ini. Karena untuk apa bagus tempatnya kalau tidak bersih juga di dalamnya.¹²⁶

Hal tersebut sesuai dengan ungkapan Ibu Hasnawati :

Konsumen adalah raja. Pelayanan yang saya berikan menempatkan keinginan konsumen menjadi yang paling utama. Jadi saat pelanggan memesan *nasu palekko* saya bertanya dulu selera mau pilih yang pedas sekali, sedang atau tidak pedas. Karena selera konsumen beda-beda. Jadi itu mungkin nak pelayananku. Ku usahakan agar konsumen ini suka dan mau kembali makan di rumah makan kami “Warung Pada Idi”.¹²⁷

¹²⁶ Yaya, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “R.M Yasmin”, 1 Mei 2018.

¹²⁷ Hasnawati, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Pada Idi”, 1 Mei 2018.

Dalam konsep tindakan, pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru pada bagian pelayanan selalu memperhatikan dan mencermati apa yang menjadi keinginan konsumen. Beberapa bentuk pelayanan pada konsep ini misalnya seperti mencatat pesanan yang diinginkan pelanggan, menyelesaikan transaksi pesanan pelanggan, dan mengucapkan terimakasih kepada pelanggan jika sudah melayani.

Seorang wirausaha juga harus memiliki kejujuran dan kepercayaan serta bertanggung jawab. Dalam melakukan pelayanan harus memiliki aspek kejujuran dalam segala hal terkait dengan usaha *nasu palekko* baik itu jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam bentuk pembiayaan dan jujur dalam menyelesaikan pekerjaan tepat pada waktunya. Jika seseorang bersikap jujur maka pelayanan yang diberikan tidak akan menimbulkan keragu-raguan.

Konsep kesederhanaan sangat efektif dan efisien. Prosedur atau tata cara pelayanan kepada konsumen harus dipermudah dan tidak berbelit-belit dalam pelaksanaannya. Pelayanan kepada konsumen harus efisien dan efektif karena konsumen menuntut hal tersebut. Sehingga dapat menghasilkan biaya murah, waktu singkat dan tepat, serta hasil dari pelayanan yang berkualitas. Oleh karena itu efisien dan efektif merupakan hal yang harus diwujudkan dan harus menjadi perhatian serius dalam melakukan pelayanan.

4.3.3 Pentingnya Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan

Jika suatu usaha ingin maju dengan mengharapkan konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkannya dan tetap menjaga supaya konsumen tetap berlangganan, walaupun banyak usaha yang menawarkan produk sejenis atau sama, maka dalam hal ini pelayanan prima sangat berperan penting dalam menentukan

kemajuan bisnis. Berikut ungkapan yang dipaparkan oleh narasumber di Mareto Kabupaten Barru:

Pelayanan itu penting karena bisa mengukur kepuasan pelanggan. Nah...kalau puasmi pelanggan ada rasa bangga tersendiri dari kami sebagai pelaku usaha.¹²⁸

Untuk memuaskan pelanggan tentu haruski tahu lebih dekat mengenai selera yang pelanggan suka dan tidak suka serta makanan yang baik dan makanan yang tidak baik untuk kesehatannya sendiri. Jadi kalau kembali i pelanggan'e tidak perluki lagi bertanya hal yang sama kepada pelanggan semisal mau i minum teh jadi ditau memangmi selera yang mengenai tingkat kadar gula minuman atau hal lain yang semisalnya.¹²⁹

Dari hasil wawancara oleh penulis dengan pelaku usaha *nasu palekko* sebagaiinforman mengatakan bahwa pelayanan itu sangat penting karena dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, setiap karyawan atau pelaku usaha harus menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kualitas sebagai totalitas karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan. Selain itu, untuk menunjang pelayanan yang berkualitas pelaku usaha harus mampu berkomunikasi dengan baik, serta memiliki sifat empati dan rasa ingin tahu yang tinggi baik itu mengenai identitas maupun selera pelanggan.

Sedangkan hasil wawancara oleh penulis dengan salah satu pelanggan/konsumen sebagai informanterkait dengan strategi dan pelayanan *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru sebagai berikut:

Saya makan di sini bukan pertama kalinya ini, karena langgananku di sini memang. Masalah strategi dan pelayanannya lumayan baik. Tempatnya juga

¹²⁸ Aida, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Rest Area Madising 303”, 1 Mei 2018.

¹²⁹ Rohani, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Madising Khas Bebek Palekko”, 12 Mei 2018.

sederhana dan nyaman. Tapi pelayanannya bisa ditingkatkan lagi dari lima menit menjadi tiga menit. Tapi semenjak makan di sini saya cukup puas.¹³⁰

Pelayanan yang diberikan pedagang penyajiannya cepat dan tidak menunggu lama, harga makanannya juga saya rasa sudah sesuai. Saya merasa puas dan tidak ada kritikan apapun.¹³¹

Informan mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan pedagang kepada mereka lumayan baik, penyajiannya cepat dan tidak menunggu lama. Walaupun tempatnya sederhana tetapi mampu memberikan kenyamanan kepada mereka. Jadi, keberadaan mereka di warung tersebut selain karena faktor pelayanan yang baik, harga yang sesuai, juga disebabkan karena sudah berlangganan sejak lama. Pendapat yang sama juga diungkapkan oleh Khusnul yaitu:

Alasan saya memilih makan di warung ini karena warung ini terkenal dan banyak pelanggannya. Serta penyajiannya cepat dan tidak perlu menunggu lama. Ramah juga pedagang dan karyawannya. Adapun mungkin saran sedikit dari saya lebih enak lagi kalau panas-panas baru dihidangkan.¹³²

Dengan demikian, berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan penulis baik dari pelanggan maupun pedagang *nasu palekko*, dengan ini penulis dapat menyimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan kepada pelanggan adalah pelayanan prima. Pelayanan prima sangat penting karena sangat menentukan loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan serta dapat mengamankan masa depan bisnis kuliner *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru.

¹³⁰ Munandar, Konsumen, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Jembatan Kembar Satu, 12 Mei 2018.

¹³¹ Yuliana, Konsumen, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Rest Area 303, 12 Mei 2018.

¹³² Khusnul, Konsumen, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Madising Khas Bebek Palekko, 12 Mei 2018.

4.4 Perspektif Hukum Ekonomi Islam terhadap Strategi dan Pelayanan Pedagang *Nasu Palekko* dalam Meningkatkan Usaha dan Taraf Hidupnya di Mareto Kabupaten Barru

Strategi dan pelayanan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan usaha. Usaha yang berhasil yaitu usaha yang dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dengan memberikan pelayanan prima, harga yang lebih murah dengan yang lainnya, waktu pelayanan yang cepat dan memberikan kenyamanan kepada pelanggan. Strategi dan pelayanan yang diberikan pedagang *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru diharapkan sesuai dengan hukum ekonomi Islam yaitu nilai instrumental ekonomi Islam dan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

4.4.1 Prinsip-prinsip Ekonomi Islam

Prinsip-prinsip ekonomi Islam yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha *nasu palekko* sebagai berikut:¹³³

4.4.1.1 Tauhid

Tauhid merupakan fondasi ajaran Islam. Segala aktivitas manusia dalam hubungannya dengan alam dan sumber daya manusia (muamalah) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah. Karena kepadanya manusia akan mempertanggungjawabkan segala perbuatan, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis. Oleh karena itu, segala kegiatan ekonomi yang meliputi permodalan, proses produksi, distribusi, konsumsi, dan pemasaran harus senantiasa dikaitkan dengan nilai-nilai ilahiah dan harus selaras dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh-Nya.¹³⁴

Sebagaimana ungkapan Ibu Hajrah dan Ibollo selaku pemilik usaha sebagai berikut:

¹³³Lihat Tinjauan Pustaka, h. 36-38.

¹³⁴Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, h. 9-15.

Usaha *nasu palekko* ini sudah berjalan empat tahun, yang namanya usaha kadang banyak pembeli, kadang tidak ada sama sekali. Masalah resiko itu tidak boleh dipaksa. Tuhan yang atur semua.¹³⁵

Pelayanan apa??? *De'ma gaga*. Baru- baru ka ini buka i jualanku. *De'gaga pangngelli siddini esso'e*. *Maega toni pabbalu' palekko*. *Puang' e bawang matoroi riaseng'e dalle' nennia deceng*.¹³⁶

Berdasar dari hal tersebut di atas, informan mengatakan bahwa kuantitas pesaing semakin meningkat, tetapi masalah rezeki adalah murni kehendak Allah. Dunia bisnis tidak lepasdengan adanya persaingan. Meskipun ada usaha lain yang tidak menawarkan produk sejenis, tetapi mereka dapat menjadi pesaing karena produk mereka lebihmemberikan kenyamanan, kemudahan, efisensi, kecepatan dan nilai tambah lainnya, sehingga nilai tambah tersebut akan menjadi alasan pelanggan meninggalkan suatu produk tertentu dan beralih ke produk lainnya. Dengan demikian, pelayanan prima merupakan solusi apabila produk yang ditawarkan sama dengan produk yang ditawarkan pesaing.

Tauhid dapat juga diartikan dengan akidah, iman, dan tanggung jawab terhadap amanah. Ke tiga makna tersebut dalam konteks ekonomi memberikan suatu kesadaran kepada para pelaku usaha dari kecenderungan berlebihan terhadap materi, membentuk pemikiran yang bertanggung jawab dalam mengelola aset-aset ekonomi, dan sikap berbuat baik kepada sesama. Sikap tauhid inilah yang diberikan oleh pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Sikap ramah, sopan santun dan murah senyum merupakan bentuk

¹³⁵ Hajrah, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Rest Area Madising 202”, 30 April 2018.

¹³⁶ Ibollo, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Rest Area Madising ”, 30 April 2018.

pelayanan terbaik serta memberikan kenyamanan kepada pelanggan baik dari segi suasana, siap melayani dan memberikan bantuan terhadap kebutuhan pelanggan.

4.4.1.2'Adl

Salah satu prinsip yang sangat penting dalam melaksanakan kegiatan ekonomi Islam adalah keadilan. Berperilaku adil tidak hanya berdasarkan kepada al-Qur'an dan Sunnah, tetapi didasarkan pula pada pertimbangan hukum alam, yang didasarkan pada keseimbangan dan keadilan. Keadilan dalam ekonomi dapat diterapkan secara menyeluruh, antara lain dalam penentuan harga, kualitas produk, perlakuan terhadap para pekerja, dan dampak dari kebijakan ekonomi yang dikeluarkan.

Adil artinya tidak berat sebelah. Islam mendefinisikan adil sebagai “tidak menzalimi dan tidak dizalimi”. Implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Sebagaimana ungkapan Ibu Hasnaini sebagai berikut:

Pelayanan saya sama pelanggan sama semua. Saya melayani mereka dengan adil. Tidak ada saya beda-bedakan. Mau naik mobil bagus atau tidak. Mau kaya atau miskin. Semuanya sama caraku layani pelanggan.¹³⁷

Berdasar dari wawancara di atas bahwa sudah selayaknya pelaku usaha di manapun berada, bentuk usaha apapun itu harus menanamkan nilai-nilai etika dan kejujuran dalam dirinya, keadilan serta tidak adanya penipuan dan kezaliman terhadap orang lain. Penegakan keadilan dan usaha mengeliminasi segala bentuk diskriminasi menjadi prioritas utama al-Qur'an sebagaimana firman Allah swt dalam Q.S Al-Maidah/5 : 8

¹³⁷ Ibu Hasnaini, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Raja Bebek”, 30 April 2018.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوْمِينَ لِلّٰهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اٰلٍ تَعَدِلُوْا اَعَدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۚ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿١٣٨﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.¹³⁸

Prinsip keadilan sebagaimana yang ditetapkan oleh Allah tersebut haruslah dilaksanakan dalam segala dimensi kehidupan, bila hal ini tidak terlaksana, maka penindasan, kekerasan, dan eksploitasi akan terus berlangsung. Keadilan adalah ruh dari penerapan nilai-nilai kemanusiaan, keharmonisan, dan kesejahteraan, dalam kehidupan manusia. Jadi, keadilan dalam Islam bermakna tidak berbuat zalim kepada sesama manusia, dan bukan berarti sama rata sama rasa. Maksud adil dalam Islam adalah menempatkan sesuatu pada tempatnya (*wud'u al- syai'ala makanih*). Dengan demikian, keadilan merupakan komponen penting dalam mengembangkan sendi-sendi ekonomi yang sesuai dengan syariat Islam. Selain firman Allah yang telah disebutkan di atas, sifat adil juga dijelaskan dalam surah an-Nahl/15 : 90

اِنَّ اللّٰهَ يٰمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْاِحْسٰنِ وَاِتٰى ذٰى الْقُرْبٰى وَاِتٰى ذٰى الْقُرْبٰى وَيَنْهٰى عَنِ الْفَحْشَآءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُوْنَ ﴿١٣٨﴾

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji,

¹³⁸Lihat Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemah*, h. 108.

kemungkarannya dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.¹³⁹

Dalam kaitan ini, Quraish Shihab¹⁴⁰ menjelaskan bahwa kata *al-‘Adl* dalam ayat ini mengandung dua makna yang bertolak belakang yakni lurus dan sama, bengkok dan berbeda. Seseorang yang adil adalah orang yang berjalan lurus dengan sikapnya selalu menggunakan ukuran yang sama, bukan ukuran ganda. Persamaan inilah yang menjadikan seseorang yang adil tidak berpihak kepada yang salah dalam kehidupannya. Aplikasi dari tindakan adil ini seyogyanya diikuti dengan perbuatan baik dalam segala tindakannya. Keadilan dapat menghasilkan keseimbangan dalam perekonomian dengan meniadakan kesenjangan antara pemilik modal (kelebihan dana) dengan orang yang membutuhkan modal.

4.4.1.3 Nubuwwah

Para nabi dan rasul diutus untuk menyampaikan petunjuk dari Allah kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar di dunia dan mengajarkan untuk kembali (taubat).¹⁴¹ Sifat-sifat yang terkandung dalam prinsip *al-Nubuwwah* sebagai berikut:

1. *Shiddiq* (kebenaran). Di mana seorang nabi dan rasul senantiasa mengimplementasikan sifat kebenaran dan keikhlasan serta menghindarkan diri dari perilaku dusta dan kemunafikan.
2. *Amanah* (terpercaya). Sifat ini senantiasa menjelma dalam perilaku kehidupan dalam bentuk kejujuran, saling memercayai, prasangka baik, dan tanggung jawab.

¹³⁹Lihat Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemah*, h. 277.

¹⁴⁰Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, h. 11-12.

¹⁴¹Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara dan Pasar*, h. 25-31

3. *Fathonah* (cerdas). Sebagai seorang nabi dan rasul, paling tidak harus memaksimalkan fungsi akal dan intelektualitas terutama dalam menjalankan fungsi-fungsi manajerial. Pendekatan rasional objektif dan sistematis akan muncul dari sifat ini sehingga dalam melakukan penataan dan pengembangan kehidupan yang lebih baik terus meningkat. Sebagaimana respon yang diberikan oleh Aida dan Ibu Hukma mengenai strategi dan pelayanan pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru sebagai berikut

Strategi kami mengenai pengembangan produk, kami tambah menu masakan dan minumannya. Kami melakukan inovasi dan juga kami sesuaikan dengan keinginan konsumen.¹⁴²

Saya dan suami tidak melakukan pengembangan produk *nasu palekko*. Tapi kami berusaha mempertahankan saja baik itu dari segi kualitas pelayanan dan cita rasa masakannya. Usaha *nasu palekko* disini sudah terbilang lama sekitar tiga belas tahun. Karena kami yang kedua membuka usaha ini. Jadi kami hanya mengutamakan kualitas saja dan menjaga citra usaha kami karena banyak juga pesaing yang bermunculan.¹⁴³

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis, strategi dan pelayanan pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru yaitu melakukan inovasi-inovasi baru dengan menambah kelengkapan menu makanan dan minuman. Strategi sebenarnya bukan terbatas dengan melakukan pengembangan produk saja tetapi menjaga kualitas makanan dan citra usaha juga harus dilakukan oleh seorang pelaku usaha. Pengadaan karyawan dan memberikan pelayanan dengan saling memercayai, prasangka baik, dan tanggung jawab merupakan ciri pelaku usaha yang amanah (terpercaya). Selain itu, sifat cerdas yang dimiliki pelaku usaha mulai dari pengembangan produk, penentuan lokasi, penentuan harga dan strategi promosi

¹⁴² Aida, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di warung “Rest Area Madising 303”, 30 April 2017.

¹⁴³ Hukma, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Jembatan Kembar 1”, 30 April 2017.

tentunya akan berdampak baik terhadap peningkatan usaha dan taraf hidup pedagang *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru.

4. *Tabliq* (komunikatif). Sifat ini diperlukan terutama dalam menumbuhkan sifat profesionalisme dalam menjalankan tugas amanah yang diembannya.

4.4.1.4 Nilai Pemerintahan (*al-Khalifah*)

Prinsip khalifah adalah ketentuan Allah yang menjelaskan status dan peran manusia sebagai wakil Allah di muka bumi. Oleh karena itu, segala perbuatan manusia harus dipertanggungjawabkan kepada Allah di hari kemudian. Agar dapat menjalankan fungsinya sebagai khalifah di muka bumi ini, maka ia membutuhkan media yang berupa pemerintahan. Media pemerintahan sangat penting bagi manusia agar hubungan sesama manusia dapat terjaga dengan baik. Manusia wajib menjaga keharmonisan dalam segala interaksi sesama manusia dan pemerintah memainkan peranan penting untuk menjaga keharmonisan itu, termasuk dalam bidang ekonomi agar berjalan dengan benar tanpa ada kezaliman.

4.4.1.5 Hasil atau Keuntungan (*al-Ma'ad*)

Manusia hendaknya tidak menjadikan dunia sebagai tujuan pokok dan tidak selayaknya hanya mementingkan kehidupan dunia saja, tetapi juga harus memerhatikan kehidupan jangka panjang di akhirat nanti. Oleh karena itu, manusia sebagai pelaku ekonomi berupaya memperoleh keuntungan (*ma'ad*) yang bernilai tinggi yaitu harus mencakup dua kehidupan yaitu kehidupan dunia dan akhirat. Hal ini dapat dicapai apabila manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi selalu tolong-menolong dalam kebaikan, tidak tolong-menolong dalam keburukan dan kejahatan.¹⁴⁴

¹⁴⁴Lihat Tinjauan Pustaka, h. 37-38.

Keuntungan yang dihasilkan oleh pedagang *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru selain dapat meningkatkan taraf hidupnya sendiri sebagai pemilik usaha juga dapat meningkatkan taraf hidup karyawannya. Membuka lapangan kerja bagi orang lain merupakan salah satu bentuk tolong-menolong dalam kebaikan. Seseorang yang sebelumnya dipenuhi keterbatasan materi tidak dapat mencukupi kebutuhannya. Tetapi, dengan keberadaan usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru memicu pedagang *nasu palekko* untuk membuka lapangan kerja. Hal tersebut memberikan dampak positif terhadap jaminan sosial dan kesejahteraan masyarakat di Mareto Kabupaten Barru. Selain itu, keuntungan yang diperoleh pedagang harus dipertanggungjawabkan di dunia maupun di akhirat kelak. Sebagaimana hasil wawancara dengan beberapa informan di Mareto Kabupaten Barru bahwa pendistribusian harta ataupun keuntungan yang diperoleh pedagang *nasu palekko* dapat dilakukan melalui jaminan sosial dan mengeluarkan zakat.

Zakat yang penulis maksud dalam hal ini adalah zakat penghasilan atau zakat profesi. Zakat profesi sejalan dengan tujuan disyariatkannya zakat, seperti untuk membersihkan dan mengembangkan harta serta menolong para *mustahiq*.

Sebagaimana yang dipaparkan oleh pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru adalah sebagai berikut:

Saya tidak tahu kalau ada yang namanya zakat penghasilan atau zakat profesi. Tapi saya cuma sedekah saja kalau ada lagi rezeki.¹⁴⁵

Iya..kadang-kadang saya kasi keluar zakatnya ke mesjid.¹⁴⁶

Tidak ada ku kasi keluar zakatnya. Tapi sering saya menyumbang saja.¹⁴⁷

¹⁴⁵ Hasnawati, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Pada Idi”, 15 Mei 2018.

¹⁴⁶ Rohani, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Madising Khas Bebek Palekko”, 15 Mei 2018.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, pada umumnya para pelaku usaha *nasu palekko* tidak mengetahui keberadaan adanya zakat profesi atau zakat penghasilan dari hasil usaha yang diperoleh. Pemahaman mereka mengenai zakat lebih kepada sedekah. Sedekah sebagai pemberian kepada orang lain dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah swt dan diberikan kepada orang yang sangat membutuhkan tanpa mengharapkan pengganti pemberian tersebut. Hukum sedekah itu disunnahkan dan dianjurkan untuk dikeluarkan kapan saja. Dalam al-Qur'an, Allah menyebutkan banyak ayat yang menganjurkan untuk bersedekah diantaranya dalam Q.S Yusuf/12: 88.

فَلَمَّا دَخَلُوا عَلَيْهِ قَالُوا يَا أَيُّهَا الْعَزِيزُ مَسَّنَا وَأَهْلَنَا الضُّرُّ وَجِئْنَا بِبِضْعَةٍ مُزَجَّلَةٍ فَأَوْفِ لَنَا الْكَيْلَ وَتَصَدَّقْ عَلَيْنَا إِنَّ اللَّهَ تَجَزَى الْمُتَصَدِّقِينَ ﴿٨٨﴾

Terjemahnya:

Maka ketika mereka masuk ke (tempat) Yusuf, mereka berkata, ”Wahai Al Aziz! Kami dan keluarga kami telah ditimpa kesengsaraan dan kami datang membawa barang-barang yang tidak berharga, maka penuhilah jatah (gandum) untuk kami, dan bersedekalah kepada kami. Sesungguhnya Allah memberi balasan kepada orang-orang yang bersedekah.¹⁴⁸

Orang kaya belum berarti bebas meskipun telah membayar zakat, Ibnu Hazem mengemukakan bahwa fakir miskin mempunyai hak yang harus diterima dari orang yang mempunyai kelebihan harta. Dengan membantu fakir miskin, maka Allah swt pasti akan membantunya. Allah selalu menolong hambanya selama ia menolong saudaranya. Orang-orang yang menyedekahkan hartanya di jalan Allah niscaya akan diberikan balasan berupa pahala. Sedekah yang kita berikan yang disertai dengan niat

¹⁴⁷ Marhaini, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Cahaya”, 1 Mei 2018.

¹⁴⁸ Lihat Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemah*, h. 222.

ikhlas dan kepada orang yang menerima sedekah tentu merasa diperhatikan serta mereka akan mendoakan kebaikan kepada pemberi sedekah.

Keberadaan usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru dari keuntungan (*ma'ad*) yang diperoleh pelaku usaha sejalan dengan nilai-nilai instrumental ekonomi Islam yaitu memenuhi nilai zakat, pelarangan riba, jaminan sosial dan kerja sama. Sebagaimana ungkapan pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru:

Kalau makan di warung seperti ini tidak ada istilah pinjam. Tidak seperti jual barang campuran bisa dipinjam atau bisa dihutangkan. Semua yang makan di sini langsung bayar.¹⁴⁹

Tidak adaji yang mengutang dek. Biasanya pun dari keluargaku itu yang singgah makan kalau waktu-waktu ramadhan. Biasanya ta satu mobil. Tapi besoknya langsung mi na bayar semua.¹⁵⁰

*De'magaga mangnginreng nak. Nasaba to mabelama leppang manre.*¹⁵¹

Dari hasil wawancara tersebut di atas, informan mengatakan sistem pembayaran antara pedagang dengan konsumen itu tunai bukan kredit. Jadi, terkait masalah riba dan jenis-jenis riba tidak ada, karena sudah sesuai dengan nilai-nilai instrumental ekonomi Islam.

Selanjutnya, mengenai jaminan sosial yang penulis maksud di sini adalah dengan keberadaan usaha *nasu palekko* dapat memberikan jaminan sosial, baik terhadap pemilik usaha maupun jaminan sosial terhadap karyawannya. Sebagaimana ungkapan yang dipaparkan pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru:

Alhamdulillah..setiap bulan ndak pernah lambat gajiku. Selalunya ji tepat waktu nakasika bosku. *Alamua deceng gennemaro* kebutuhang e'.¹⁵²

¹⁴⁹ Hasnawati, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan "Warung Pada Idi", 15 Mei 2018.

¹⁵⁰ Yaya, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan "R.M Yasmin", 1 Mei 2018.

¹⁵¹ Marhaini, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan "Warung Cahaya", 1 Mei 2018.

Saya sudah bekerja di warung Jembatan Kembar 1 selama lima tahun. Gajiku di sini dek rahasia berbeda dari karyawan di warung lainnya. Karena gajiku tergantung dari pendapatan bos. Paling banyak itu Rp.500.000/ bulan.¹⁵³

Ibu Hajrah sebagai karyawan di Warung Rest Area Madising 202 mengatakan bahwa gaji yang diterima setiap bulannya sudah mencukupi dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Hal yang sama juga dikatakan oleh Ibu Nur Asia selaku karyawan mengatakan bahwa gaji yang diterima setiap bulan tidak menetap, kadang-kadang banyak, kadang-kadang sedikit tergantung pendapatan manajernya. Tetapi, Warung Jembatan Kembar 1 sudah beroperasi selama belasan tahun. Jadi, usaha ini sudah maju dan kuantitas konsumen juga semakin meningkat. Sehingga pendapatan informan sudah mampu untuk meningkatkan taraf hidupnya sendiri.

Keuntungan (*al-Maad*) yang diperoleh pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru tentu salah satunya disebabkan oleh strategi dan pelayanan yang menjanjikan kepada pelanggan. Pemberdayaan pelanggan merupakan salah satu yang perlu diperhatikan oleh seorang wirausaha. Pemberdayaan pelanggan bisa dengan memberikan pelayanan prima yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Untuk mewujudkan semua itu harus adanya kerja sama antara atasan dan bawahan serta rekan bisnis. Suatu kerja sama akan tercipta dengan adanya komunikasi yang baik antara komunikasikan dengan penerima pesan.

Komunikasi sebagai media kerjasama merupakan suatu media yang menyampaikan suatu pesan dari suatu pihak ke pihak yang lain sehingga yang

¹⁵² Hajrah, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Rest Area Madising 202”, 30 April 2018.

¹⁵³ Nur Asia, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Jembatan Kembar 1”, 15 Mei 2018.

bersangkutan mengerti dan menyadari secara persis apa yang akan diharapkan darinya pada saat itu maupun pada saat yang akan datang. Karena itu komunikasi sangat penting yang dapat menentukan berhasil atau tidak interaksi yang dilakukan. Kerja sama yang dilakukan tidak hanya antara pemilik usaha dengan karyawan, karyawan dengan karyawan, tetapi kerja sama juga harus tercipta antara pesaing dengan produk yang sama maupun kerja sama antara pesaing dengan produk yang berbeda. Sebagaimana ungkapan Ibu Hj. Kartiah di Warung Sederhana Bebek dan Ayam Palekko sebagai berikut:

Kerja sama memang penting. Saya dan tiga karyawanku alhamdulillah bagusji kerja samanya. Artinya, dengan hadirnya mereka lebih mudah kita dalam menyelesaikan pekerjaan. Karena sudah memang ada masing-masing pembagian tugasnya. Ada yang bagian dapur, ada yang bagian pemasaran, ada juga yang bagian mengantar dan melayani pelanggan. Meskipun ada pembagian tugasnya tetapi harus saling membantu antar karyawan.¹⁵⁴

Kerja sama kami sesama pemilik warung yaitu dalam penentuan harga *nasu palekko* baik bebek maupun *ayam palekko* sama harganya Rp. 25.000,00 satu porsi. Harga itu kita samakan dan telah disepakati oleh pedagang semua.¹⁵⁵

Berdasarkan pemaparan oleh pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru terkait dengan kerja sama yang telah dilakukan oleh para pelaku usaha sudah terlaksana dengan baik dan diterapkan dalam strategi penentuan harga yang sama. Kerja sama antara seluruh pedagang *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru dalam penentuan harga dengan menetapkan harga yang sama terhadap *nasu palekko* baik ayam maupun *bebek palekko* seharga Rp. 25.000,00 satu porsinya. Nilai kerja sama Islam harus dapat dicerminkan dalam semua tingkat kegiatan ekonomi. Bentuk kerja sama adalah *qirad* yaitu kerja sama antara pemilik modal dengan pemilik

¹⁵⁴ Hj. Kartiah, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Sederhana Bebek dan Ayam Palekko”, 15 Mei 2018.

¹⁵⁵ Rohani, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Madising Khas Bebek Palekko”, 15 Mei 2018.

keahlian. Prinsip kerja sama seperti hal tersebut di atas dibolehkan untuk dilakukan sepanjang tidak ada yang dirugikan. Bentuk akad kerja sama dalam Islam berbagai macam antara lain *syirkah*, *mudhorabah*, *musyarakah*, *murabahah*, *salam*, *istisna*, *ijarah* dan lain-lain.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Rohani dan Ibu Hasnawati sebagai berikut:

Yang punya ini warung Puang Cantik asal orang Barru, saya hanya mengelola saja. Dia yang kasika modal awal Rp. 1.000.000,00 dan perindustrian Rp. 500.000,00. Kemudian saya mengelola bersama dengan tiga karyawan lainnya.¹⁵⁶

Warung ini milik kakakku. Tapi kami bersaudara yang mengelola. Tidak ada orang lain.¹⁵⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas penulis menyimpulkan bahwa kerja sama yang dilakukan oleh Ibu Rohani sesuai dengan akad kerja sama *mudhorabah*.¹⁵⁸ Sedangkan kerja sama yang dilakukan Ibu Hasnawati adalah sesuai dengan akad kerja sama *syirkah*. *Syirkah* menurut bahasa berarti pesekutuan, perserikatan, percampuran. Sedangkan menurut istilah *syirkah* adalah suatu akad kerja sama antara dua orang atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana atau amal dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan kerugian akan di tanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Jadi, kedua akad tersebut jika

¹⁵⁶ Rohani, Pemilik Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Madising Khas Bebek Palekko”, 15 Mei 2018.

¹⁵⁷ Hasnawati, Karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, wawancara oleh penulis di rumah makan “Warung Pada Idi”, 15 Mei 2018.

¹⁵⁸ Mudharabah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola. Lihat Nurhayati dan Ali Imran Sinaga, *Fiqh dan Ushul Fiqh*, Edisi Pertama (Cet. 1; Jakarta: Kencana, 2018), h. 170.

dikaitkan dengan hukum islam adalah *mubah*.¹⁵⁹ Sebagaimana hadis yang membahas hukum *syirkah*:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "قَالَ اللَّهُ تَعَالَى: أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ، فَإِذَا خَانَ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنَهُمَا" رَوَاهُ أَبُو دَاوُدَ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ.¹⁶⁰

Terjemahan:

Dari Abu Hurairah r.a. beliau berkata: Rasulullah pernah bersabda Allah telah berfirman: "Aku menemani dua orang yang bermitrasusaha selama salah seorang dari keduanya tidak mengkhianati yang lain. Bila salah seorang berkhianat, maka Aku akan keluar dari kemitrasusahaan mereka".(HR. Abu Daud)

Maksud hadis tersebut adalah apabila dua pihak melakukan akad (kontrak) kemitrasusahaan dengan berbagai macam bentuknya, maka Allah akan memberikan dukungan penuh kepada kedua pihak tersebut selama keduanya memegang amanah masing-masing dan tidak mengkhianati janjinya. Bila salah seorang dari keduanya tidak memiliki komitmen lagi terhadap (isi) perjanjian yang telah disepakati dalam akad (kontraknya), maka Allah akan berlepas diri dari kemitrasusahaan keduanya, dengan mencabut kepeduliannya untuk mendukung usaha mereka. Sehingga usaha mereka selamanya tidak akan mendapatkan pertolongan, bimbingan dan berkah Allah swt.

Berdasarkan sumber hukum diatas maka secara *ijma* para ulama sepakat bahwa hukum *syirkah* yaitu boleh. Makna hadits itu ialah bahwa Allah bersama keduanya dalam pemeliharaannya, pengawasannya, dalam bantuan dan pertolongan kepada

¹⁵⁹ Mubah adalah sesuatu yang dituntut oleh syar i untuk memilih dikerjakan oleh mukallaf atau ditinggalkan. Lihat Nurhayati dan Ali Imran Sinaga, *Fiqh dan Ushul Fiqh*, h. 19.

¹⁶⁰ Lihat Deni Setiawan, "Jurna Ekonomi," *Kerja Sama (Syirkah dalam Ekonomi Islam)*, vol. 1 no 3 (3 September 2013), h. 4. <https://media.neliti.com/media/publications/8681-ID-kerja-sama-syirkah-dalam-ekonomi-islam.pdf> (diakses 13 Agustus 2018).

keduanya dalam pengembangan harta keduanya dan Allah menurunkan berkah pada perdagangan keduanya. Apabila terjadi pengkhianatan salah satu dari keduanya, maka akan dicabut berkah dari harta keduanya. Jadi, dalam hadis tersebut terkandung anjuran kerjasama tanpa ada pengkhianatan serta ancaman Allah terhadap orang yang mengadakan persekutuan yang terdapat pengkhianatan antara kedua belah pihak.

Menurut Muhammad, bangunan ekonomi Islam diletakkan pada lima fondasi yaitu ketuhanan (*ilahiah*), keadilan (*al-'Adl*), kenabian (*al-Nubuwwah*), pemerintahan (*al-Khalifah*), dan hasil (*al-Ma'ad*) atau keuntungan. Kelima fondasi ini hendaknya menjadi aspirasi dalam menyusun proposisi-proposisi atau teori-teori ekonomi Islam.¹⁶¹

Berdasarkan pemaparan tersebut di atas terkait strategi dan pelayanan pedagang *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru dalam perspektif hukum ekonomi Islam, penulis menyimpulkan bahwa strategi dan pelayanan *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam dan memenuhi nilai instrumental ekonomi Islam. Strategi pedagang *nasu palekko* memiliki kesesuaian dengan prinsip nubuwah dalam hal ini adalah *sifat fathonah* (cerdas). Sedangkan pelayanan pedagang *nasu palekko* memiliki kesamaan dengan prinsip tauhid, adil, nubuwah, dan hasil atau keuntungan (*al-Ma'ad*). Prinsip nubuwah dalam hal ini adalah dianggap sejalan dengan nilai amanah (terpercaya) dan tabliq (komunikatif).

¹⁶¹Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, h. 9-15.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti dapat simpulkan sebagai berikut:

- 5.1.1 Strategi pedagang *nasu palekko* dalam meningkatkan usaha dan taraf hidup di Mareto Kabupaten Barru yaitu menggunakan strategi *marketing mix*. Ke empat komponen yang dikenal sebagai 4P atau *marketing mix* adalah *product, price, place, dan promotion*. Artinya, *marketing mix* tersebut meliputi: mengembangkan barang, menentukan harga, menyebarkannya ke berbagai tempat, dan mempermosikannya agar dibeli konsumen.
- 5.1.2 Bentuk pelayanan *nasu palekko* dalam memberdayakan pelanggan dan meningkatkan taraf hidup pedagang di Mareto Kabupaten Barru dengan memberikan pelayanan prima yaitu pelayanan terbaik dan berkualitas.
- 5.1.3 Perspektif hukum ekonomi islam terhadap strategi dan pelayanan pedagang *nasu palekko* dalam meningkatkan usaha dan taraf hidup di Mareto Kabupaten Barru memiliki kesesuaian dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam dan nilai instrumental ekonomi Islam. Strategi pedagang *nasu palekko* memiliki kesesuaian dengan prinsip nubuwah dalam hal ini adalah *sifat fathonah* (cerdas). Sedangkan pelayanan pedagang *nasu palekko* memiliki kesamaan dengan prinsip tauhid, adil, nubuwah, dan hasil atau keuntungan (*al-Ma'ad*).

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang penulis simpulkan sebagai berikut:

- 5.2.1 Bagi pemilik usaha *nasu palekko*, sebaiknya mengikuti *trend* yang ada saat ini demi keberhasilan usaha *nasu palekko* dan sebagai upaya menghadapi pesaing. Banyak strategi usaha yang bisa dilakukan, baik strategi promosi maupun strategi pengembangan produk yang perlu untuk diperbaharui dan ditingkatkan lagi demi kemajuan bisnis usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru.
- 5.2.2 Bagi pelanggan, jangan ragu-ragu dalam memberikan kritikan yang bersifat membangun kepada pemilik warung *nasu palekko* baik dari segi makanan, pelayanan maupun berbagai hal lainnya yang menyangkut kenyamanan dan keamanan pelanggan. Kritik yang disampaikan, demikian pula harus dengan cara yang sopan agar tidak ada ketersinggungan antara kedua belah pihak.
- 5.2.3 Bagi pemerintah, sebaiknya mengoptimalkan pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dengan melakukan pemberdayaan masyarakat dalam rangka mewujudkan kesejahteraan dengan membuka lapangan kerja sehingga mampu meningkatkan taraf hidup ke arah yang lebih baik, mengurangi kemiskinan serta mengurangi pengangguran. Pemerintah juga bisa turun tangan dalam melakukan sosialisasi terkait dengan kiat-kiat rahasia sukses dalam berwirausaha dengan konsep ekonomi kreatif, sehingga masyarakat di Mareto Kabupaten Barru memiliki wawasan yang luas terkait strategi- strategi usaha yang perlu dilakukan dan dikembangkan demi kemajuan dan keberhasilan usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru.

DAFTAR PUSTAKA

Al Qur'anul Al-Karim

- Amir, M.Taufik. 2011. *Manajemen Strategi: Konsep dan Aplikasi*. Cet. I. Jakarta: Rajawali Pers.
- Arfanita, 2018. *Profil Desa dan Kelurahan Lipukasi*. Lipukasi: Kantor Desa Lipukasi.
- Arsyad, Azhar. 2002. *Pokok Manajemen: Pengetahuan Praktis Bagi Pimpinan dan Eksekutif*. Cet. I. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Asnita, 2016. *“Implementasi Pelayanan pada Kantor Bersama Samsat Kota Parepare (Analisis Hukum Ekonomi Syariah)”*. Skripsi Sarjana; Hukum Ekonomi Syariah; STAIN Parepare.
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran/Sofjan Assauri*, Edisi I. Cet. XIII. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ayu, Asri. 2016. *“Strategi Pengembangan Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kota Parepare)”*. Skripsi Sarjana; Hukum Ekonomi Syariah; STAIN Parepare.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1989: *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa*. Edisi IV. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Diana, Ilfi Nur. 2008. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Cet. I. Malang: UIN Malang Press.
- Dirgantoro. 2001. *Manajemen Strategik, Konsep, Kasus dan Implementasi*. Cet. I. Jakarta: Grafindo Persada.
- Fauzia, Ika Yunia dan Abdul Kadir Riyadi. 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al- Syari'ah*. Cet. I. Jakarta: Kencana.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua. Cet. III. Yogyakarta: BPFE.
- Hamang. Nasri. 2013. *Ekonomi Islam Zakat Ajaran Kesejahteraan dan Keselamatan Umat*. Parepare: Stain Parepare.
- Hasnia H, 2018. *“Strategi Pemasaran Raya Motor terhadap Minat Beli Masyarakat Kota Parepare (Tinjauan Manajemen Syariah)”*. Skripsi Sarjana; Hukum Ekonomi Syariah; Stain Parepare.
- Ismail. 2013. *Perbankan syariah*. Jakarta: Kencana.
- Jusmalayani. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Justin. 2001. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Cet. IV; Jakarta: Salemba Empat.

- Karim, Adiwarman A. Edisi III. 2011. *Ekonomi Mikro Islam*. Cet. IV; Jakarta; Rajawali Pers.
- Kartini, Ajeng. 2017. “*Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet pada Plasa Telkom Group Parepare Perspektif Etika Bisnis Islam*”. Skripsi Sarjana; Hukum Ekonomi Syariah; STAIN Parepare.
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Cet. I. Jakarta: PT. RajaGrafindo.
- Khaerunnisa. 2015. “*Strategi Meningkatkan Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang Ikan Panggang Desa Suradadi Kecamatan Suradadi Kabupaten Tegal*”. Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Sosial; Universitas Negeri Semarang.
- Kotler. 2006. *Kewirausahaan*. Cet. I. Jakarta: PT RajaGrafindo.
- . 2012. *Kewirausahaan*, Edisi Revisi. Cet. II. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Manan, Abdul. 2012. *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*. Cet. I. Jakarta: Kencana.
- Masyuri dan Zainuddin. *Metode Penelitian (Pendekatan Praktis dan Aplikatif)*. Moenir. 2005. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*; Jakarta: Bumi Aksara.
- Mujahidin, Akhmad. 2014. *Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara dan Pasar*. Cet. III; Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Nur Ingtyas, Septi. 2012. “*Eksistensi Industri Kecil dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Perusahaan Roti di Desa Papahan, Kecamatan Tasikmadu, Karanganyar)*”. Skripsi Sarjana; Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan; Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Nurcholifah, Ita. 2014. *Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah*. Pontianak: Jurnal Khatulistiwa.
- Nurhayati dan Ali Imran Sinaga. Edisi I. 2018. *Fiqh dan Ushul Fiqh*, Cet. 1; Jakarta: Kencana.
- Ruslan, Rosadi. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Cet. I; Jakarta Utara: Kelapa Gading Permai.
- Setiadi, Nugroho J. Edisi I. 2008. *Business Economics And Managerial Decision Making Aplikasi Teori Ekonomi dan Pengambilan Keputusan Manajerial dalam Dunia Bisnis*, Cet. I; Jakarta: Kencana.
- Shomad, Abd, ed. 2010 . *Hukum Islam Penormaan Prinsip Syariah dalam Hukum Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Spektro Firetra, Herdian. 2013. “*Kewirausahaan Pengusaha Industri Telur Asin di Desa Limbangan Wetan Kecamatan Brebes Kabupaten Brebes*” .Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Sosial; Universitas Negeri Semarang.
- Sri Wahyudi, Agustinus. 1996. *Manajemen Strategik Pengantar Proses Berpikir Strategik*. Cet. I. Jakarta; Binarupa Aksara.
- Subagyo, Joko. 2006. *Metode Penelitian dalam Teori Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Sugiyono. 2002. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabet.
- Sugono, Dendy. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Cet. IV; Jakarta: PT Gramedia.
- Sukirno, Sadono. Edisi I. 2011. *Pengantar Bisnis, et al*, Cet. III, Jakarta: Kencana.
- Suryana. 2016. *Kewirausahaan Pedoman Praktis:Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suwanto. 2015. *Manajemen Pemasaran Syariah (Jilid 1)*. Cet. I. Semarang: CV. Karya Abadi Jaya.
- Tim Penyusun, 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi; Parepare: STAIN Parepare.
- Wahyudi, Sri Agustinus. 1996. *Manajemen Strategik Pengantar Proses Berfikir Strategik* . Cet. I. Jakarta:nBinarupa Aksara.
- “Kesejahteraan,” *Wikipedia the Free Encyclopedia*. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kesejahteraan> (10 Agustus 2018).
- Bryan, Rio. 2018. “10 Cara Promosi Usaha Makanan,” *Blog Rio Bryan*. <http://www.maxmanroe.com/cara-promosi-usaha-makanan.html>.(7 Mei 2018).
- Cantikef. 2018. “Keberhasilan Usaha,” *Blog Cantikef*. <http://cantikef.blogspot.com/2016/12/keberhasilan-usaha.html?m=1>(10 Agustus 2018).
- Ciputra, 2018. “Kualitas Pelayanan dan Cara Mengukurnya,” *Blog Ciputra*. <http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/kualitas-pelayanan-dimensi-dan-cara-mengukurnya> (11 April 2018).
- Daulay, Rina Wahyuni dan Frida Ramadini, 2018. “Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Foto Copy dan Alat Tulis Kantor,” *Situs Resmi Jurnal Usu*. <https://jurnal.usu.ac.id> (10 Agustus 2018).
- Dwi. 2018. “Pengertian Umum Kebutuhan dan Macam-macam Kebutuhan Beserta Contohnya,” *Blog Dwi*. <http://umum-pengertian.blogspot.com/2016/06/pengertian-umum-kebutuhan-dan-macam.html?m=1> (10 Agustus 2018).
- Hendry. 2018. “*Resep Nasu Itik Palekko Khas Bugis yang Sedap*.” *Blog Hendry*. <http://resepmasakanpedia.com/resep-nasu-itik-palekko-khas-bugis-yang-sedap/> (9 Februari 2018).
- Mardana, Andi. 2018. *Sensasi Pedas Bebek Nasu Palekko* *Majalah Kartini Portal Berita Wanita*. <http://majalahkartini.co.id/gaya-hidup/kuliner/sensasi/pedas-bebek-nasu-palekko/> (9 Februari 2018)
- Megahawani. 2018. “Kunci Sukses Dalam Berwirausaha,” *Blog Megahawani*. <http://megahawanipesat.blogspot.com/2012/06/kunci-sukses-dalam-berwirausaha.html?m=1> (10 Agustus 2018).
- PT. Lantabura Media. 2018. “Bisnis UMK,” *Situs Resmi PT. Lantabura Media*. <http://bisnisumk.com/strategi-memilih-lokasi-usaha.html> (7 Mei 2018).

- Setiawan, Deni. 2018. "Jurna Ekonomi," *Kerja Sama (Syirkah dalam Ekonomi Islam)*, vol. 1 no 3 (3 September 2013). <https://media.neliti.com/media/publications/8681-ID-kerja-sama-syirkah-dalam-ekonomi-islam.pdf> (diakses 13 Agustus 2018).
- Ulfa, Siti Maria. 2018. "Strategi Pemasaran Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No. 67 Kota Jember," *Situs Resmi Unej*. <https://jurnal.unej.ac.id>. (10 Agustus 2018).



LAMPIRAN-LAMPIRAN





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE**

Alamat : Jl. Amal Bhakti No. 08 Soreang Kota Parepare ☎ (0421)21307 📠 (0421) 24404
Website : www.stainparepare.ac.id Email: email.stainparepare.ac.id

Nomor : B-1343-1 /Sti.08/PP.00.9/04/2018
Lampiran : -
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Daerah KAB. BARRU
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KAB. BARRU

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE :

Nama : AYU ANDIRA
Tempat/Tgl. Lahir : PASSEDE, 12 Januari 1996
NIM : 14.2200.084
Jurusan / Program Studi : Syari'ah dan Ekonomi Islam / Muamalah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : PASSEDE, KEC. TANETE RILAU, KAB. BARRU

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **KAB. BARRU** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"EKSISTENSI USAHA NASU PALEKKO DALAM MENINGKATKAN TARAF HIDUP PEDAGANG DI MARETO KABUPATEN BARRU (ANALISIS HUKUM EKONOMI ISLAM)"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **April** sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

13 April 2018

A.n Ketua

Wakil Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL)



Muh. Djunaidi



PEMERINTAH KABUPATEN BARRU
DINAS PENANAMAN MODAL, PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
DAN TENAGA KERJA

Jl. Sultan Hasanuddin No. 42 Telepon (0427) 21662 , Fax (0427) 21410 Kode Pos 90711

Barru, 30 April 2018.

Kepada
Yth. Kepala Dusun Mareto
di -

Nomor : 0226/18/BR/IV/2018/DPMPTSPK
Lampiran : -
Perihal : Izin/Rekomendasi Penelitian.

Tempat

Berdasarkan Surat Kepala STAIN Pare-Pare Nomor : B-1343.1/St.08/PP.00.9/04/2018 tanggal 19 April 2018 perihal tersebut di atas, maka / Mahasiswa / Peneliti / Dosen / Pegawai di bawah ini :

N a m a : AYU ANDIRA
Nomor Pokok : 14.2200.084
Program Study : Syari'ah dan Ekonomi Islam / Muamalah
Pekerjaan : Mahasiswa (S1)
A l a m a t : Passedde Kec. Tanete Rilau Kab. Barru

Diberikan izin untuk melakukan Penelitian/Pengambilan Data di Wilayah/Kantor Saudara yang berlangsung mulai tanggal **30 April 2018 s/d 30 Juni 2018**, dalam rangka Penyusunan Skripsi, dengan judul :

**EKSISTENSI USAHA NASU PALEKKO DALAM MENINGKATKAN TARAF HIDUP
PEDAGANG DI MARETO KABUPATEN BARRU**


Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan melapor kepada Kepala SKPD (Unit Kerja) / Camat, apabila kegiatan dilaksanakan di SKPD (Unit Kerja) / Kecamatan setempat;
2. Penelitian tidak menyimpang dari Izin yang diberikan;
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1 (satu) eksemplar copy hasil penelitian kepada Bupati Barru Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal, Pelayanan Terpadu Satu Pintu Dan Tenaga Kerja Kabupaten Barru;
5. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

Untuk terlaksananya tugas penelitian tersebut dengan baik dan lancar, diminta kepada Saudara untuk memberikan bantuan fasilitasi seperlunya.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan dipergunakan seperlunya.

a.n. Kepala Dinas,
Kabid. Penyelenggaraan Pelayanan
Perizinan,


FATMAWATI LEBU, SE
Pangkat : Pembina, IV/a
NIP. 19720910 199803 2 008

TEMBUSAN : disampaikan Kepada Yth.

1. Bupati Barru (Sebagai Laporan);
2. Kepala Bappeda Kab. Barru;
3. Camat Tanete Rilau;
4. Wakil Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga;
5. Mahasiswa yang bersangkutan;
6. Pertinggal.



PEMERINTAH KABUPATEN BARRU
KECAMATAN TANETE RILAU
DESA LIPUKASI

Alamat : Pao Desa Lipukasi Kecamatan Tanete Rilau Kabupaten Barru

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

NOMOR : 963/DLP/TR/VII/2018

Yang bertanda tangan dibawah ini :

- Nama : **MAHARUDDIN**
- Jabatan : Kepala Desa Lipukasi
- Alamat : Dusun Mareto Desa Lipukasi

Menerangkan bahwa :

1. Nama Lengkap : **AYU ANDIRA**
2. Nomor Pokok : 14.2200.084
3. Program Study : Hukum ekonomi Syariah/ Muamalah
4. Pekerjaan : Mahasiswa S1
5. Alamat : Passedde Kec. Tanete Rilau Kab. Barru
6. Judul Penelitian : **EKSISTENSI USAHA NASU PALEKKO DALAM MENINGKATKAN TARAF HIDUP PEDAGANG DI MARETO KABUPATEN BARRU**

Telah melakukan penelitian/ pengambilan data dalam lingkup wilayah Desa Lipukasi kecamatan tanete Rilau Kabupaten Barru mulai tanggal 30 April s/d 30 Juni 2018

Demikian Surat Keterangan ini diberikan kepada yang Bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.





**PEMERINTAH KABUPATEN BARRU
KECAMATAN TANETE RILAU**

Alamat : Jl. K. H. Maulana No. 57 Telp.(0427)322441 Kode Pos 90761

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 070 / 165 / TRL / VII / 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Drs. H. MUH. HUDRI, M. Si**
Jabatan : **Camat Tanete Rilau**
Alamat : **Garessi**

Menerangkan bahwa :

Nama : **AYU ANDIRA**
Nomor Pokok : **14.2200.084**
Program Study : **Syari'ah dan Ekonomi Idlam / Muamalah**
Pekerjaan : **Mahasiswa S1**
Alamat : **Passedde Kec. Tanete Rilau Kab. Barru**
Judul Penelitian : **EKSISTENSI USAHA NASU PALEKKO DALAM MENINGKATKAN
TARAF HIDUP PEDAGANG DI MARETO KABUPATEN BARRU**

Telah melakukan penelitian / pengambilan data dalam lingkup wilayah Desa Lipukasi
Kecamatan Tanete Rilau Kabupaten Barru mulai tanggal **30 April 2018 s/d 30 Juni 2018**.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana
mestinya.

Tanete Rilau, 09 Juli 2018

Camat Tanete Rilau

Drs. H. MUH. HUDRI, M. Si

Pangkat : Pembina

NIP. 19620514198206 1 001

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor :

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ELISA
Jabatan : Kepala Dusun Mareto
Alamat : Mareto

Menerangkan bahwa:

Nama : Ayu Andira
NIM : 14.2200.084
Alamat : Passedde
Pekerjaan : Pelajar/ Mahasiswa SI
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Judul Penelitian : *Eksistensi Usaha Nasu Palekko dalam Meningkatkan Taraf Hidup Pedagang di Mareto Kabupaten Barru*

Telah melakukan penelitian/pengambilan data dalam lingkup wilayah Dusun Mareto, Desa Lipukasi, Kec. Tanete Rilau, Kab. Barru mulai tanggal 30 April 2018 s/d 30 Juni 2018.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Barru, 12 Juli 2018

Kepala Dusun Mareto


ELISA

DAFTAR NAMA INFORMAN

No.	Daftar Nama Narasumber	Nama Warung	Paraf
1	Nur Asia	Warung Jembatan Kembar 1	<i>Nur Asia</i>
2	Hasmiah	Rest Area Madising 202	<i>Hasmiah</i>
3	Ica	Warung Papua Khas Palekko Pinrang	<i>Ica</i>
4	Hj. Kartiah	Warung Sederhana Bebek & Ayam Palekko	<i>Kartiah</i>
5	Rohani	Warung Madising Khas Bebek Palekko	<i>Rohani</i>
6	Marhaini	Warung Cahaya	<i>Marhaini</i>
7	Yaya	R.M Yasmin	<i>Yaya</i>
8	Aida	Rest Area Madising 303	<i>Aida</i>
9	Ibollo	Rest Area Madising	<i>Ibollo</i>
10	Hajrah	Rest Area Madising 1011	<i>Hajrah</i>
11	Hasnaini	Warung Raja Bebek	<i>Hasnaini</i>
12	Hasnawati	Warung Pada Idi	<i>Hasnawati</i>
13	Hukmah	Warung Jembatan Kembar 1	<i>Hukmah</i>
14	Yuliana	Rest Area 303	<i>Yuliana</i>
15	Munandar	Warung Jembatan Kembar 1	<i>Munandar</i>
16	Khusnul Khatimah	Madising Khas Bebek Palekko	<i>Khusnul Khatimah</i>

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bersangkutan adalah dibawah ini :

Nama : HURMAH
Jabatan : PEMILIK USAHA
Nama Warung : WARUNG JEMBATAN KEMBAR L

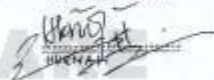
Menerangkan bahwa :

Nama : Ayu Andira
NIM : 14.2200.084
Alamat : Pascedde
Pekerjaan : Petani Mahasiswa ST
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Judul Penelitian : Eksistensi Usaha Nona Pelaku dalam Meningkatkan Taraf Hidup Pedagang di Mareto Kabupaten Barru

Telah melakukan penelitian/pengambilan data di rumah makan Rest Area Madising Dusun Mareto, Desa Lipikani, Kec. Tanete Rillau, Kab. Barru pada bulan April-Mei 2018.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Barru, 12 Mei 2018
Pelaku Usaha



PAREPARE

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang beranda dengan identitas ini

Nama : HASMIAH
Lokasi : PEMILIK USAHA
Nama Wawancara : REST AREA MADISIN 202


Informasi tentang siswa:

Nama : Ayu Andira
NIM : 11.2290.084
Alamat : Pasohok
Pekerjaan : Pelajar Mahasiswa SI
Institusi : Syarifah dan Ekonomi Islam
Prodi : Bidang Ekonomi Syariah (Muamalah)
Judul Penelitian : Eksistensi Usaha Negeri Pasohok dalam Meningkatkan Taraf Hidup Pedagang di Mareto Kabupaten Barru

Telah melakukan penelitian/pengambilan data di rumah makan Rest Area Madising Dusun Mareto, Desa Lipukani, Kec. Tanete Riang, Kab. Barru pada bulan April-Mei 2018.

Oleh karena surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Barru, 12 Mei 2018
Pelaku Usaha


HASMIAH

PAREPARE

SEKELAH KEPEMANGKALAN PENELITIAN

PEDAGOGIS WAWASAN KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

Yang beranda tugas dibawah ini

Nama : **ROHANI**
Ishtari : **EGMIK USAHA**
Motto : **MARCHA TUPAKUNG MARISING KHAI BODOK PALECKO**

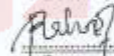
Memerangkan dibawah:

Nama : **Ayi Andini**
NIM : **14.2209.084**
Motto : **Pascehde**
Pekerjaan : **Pelajar Mahasiswa ST**
Jurusan : **Syariah (Jur. Ekonomi Islam)**
Prodi : **Hubung. Ekonomi Syariah (Muamalah)**
Judul Penelitian : **Eksistensi Usaha Nasa Palekko dalam Meningkatkan Taraf Hidup Pedagang di Marete Kabupaten Barro**

telah melakukan pengamatan-pengamatan data di rumah makan Rest Area Madiling Dusun Marete Desa Lipohasi, Kec. Tante Riba, Kab. Barro pada bulan April-Mei 2018.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Barro, Mei 2018
Pelaku Usaha


ROHANI

PAREPARE

PEDOMAN WAWANCARA PEDAGANG

Nama : CA
 Umur : 28 tahun
 Jabatan : PEMILIK
 Nama warung : WARUNG KHAS PALEKKO PINRANG

Berikut pertanyaan yang diajukan terkait dengan judul penelitian skripsi oleh saudari Ayu Andira "Eksistensi Usaha Nasu Palekko dalam Meningkatkan Taraf Hidup Pedagang di Mareto Kabupaten Barru (Analisis Hukum Ekonomi Islam)"

1. Kapan Anda membuka usaha *nasu palekko* ini di Mareto Kabupaten Barru?
2. Bagaimana strategi Anda (produk, tempat, harga dan promosi) dalam meningkatkan usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru?
3. Bagaimana pelayanan Anda dalam memberdayakan pelanggan di Mareto Kabupaten Barru?
4. Apakah dengan membuka usaha *nasu palekko* mampu untuk meningkatkan taraf hidup Anda sebagai pedagang?
5. Bagaimana hasil yang Anda capai sebagai pedagang *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru?
6. Bagaimana upaya Anda dalam menghadapi persaingan bisnis *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru?
7. Apa alasan Anda memilih/membuka usaha *nasu palekko* ini di Mareto Kabupaten Barru?
8. Apa saja kendala Anda dalam menjalankan dan meningkatkan usaha *nasu palekko*?
9. Berapa modal awal Anda dalam memulai usaha ini?
10. Berapa karyawan Anda?
11. Bagaimana implementasi nilai ekonomi Islam para pelaku usaha *nasu palekko* di Mareto Kabupaten Barru terkait dengan:

e. Zakat	e. Tauhid
f. Pelarangan riba	f. Adil
g. Kerja sama	g. Nubuwwah
h. Jaminan sosial	

Mareto, 1 Mei 2018

Sihma



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) PAREPARE

Kantor: Jalan Amal Bakti Soreang Parepare ☎ (0421) 21307 Fax. (0421) 24404

Nomor : B.2623/Sti.08/PP.00.01/10/2017
Lampiran :-
Perihal : Penetapan Pembimbing Skripsi

Kepada
Yth. Bapak/Ibu

1. Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd. (Pembimbing Utama)
2. Aris, S.Ag., M.HI (Pembimbing Pendamping)

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan hasil sidang judul mahasiswa:

Nama : Ayu Andira
NIM : 14.2200.084
Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam/
Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Tanggal 17 April 2017 telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

**Eksistensi Perdagangan Ikan dalam meningkatkan Taraf Hidup Masyarakat Bottoe
Kabupaten Barru (Analisis Hukum Ekonomi Islam)**

dan telah disetujui oleh Ketua Jurusan, maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa dimaksud.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Parepare, 11 Oktober 2017

An. Ketua STAIN
Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam,



Budiman

DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar 1: Wawancara dengan Ibu Hasmiah, Pemilik Usaha *nasu palekko*, Mareto Kabupaten Barru, di rumah makan Rest Area Madising 202, 12 Mei 2018.



Gambar 2: Wawancara dengan Aida selaku karyawan Usaha *Nasu Palekko*, Mareto Kabupaten Barru, di rumah makan Rest Area Madising 303, 1 Mei 2018.



Gambar 3: Desain spanduk dan suasana rumah makan *nasu palekko* Raja Bebek, 30 April 2018.



Gambar 4: Suasana rumah makan *nasu palekko* di R.M Putri Yasmin, 1 Mei 2018



Gambar 5: Daftar menu makanan dan wawancara dengan Ibu Hajrah di rumah makan *nasu palekko* Rest Area Madising 1011, 30 April 2018.



Gambar 6: Tata ruang dan mushollah rumah makan *nasu palekko* di Warung Papua Khas Palekko Pinrang, 15 Mei 2018.



Gambar 7: Wawancara dengan Bapak Munandar selaku konsumen usaha *nasu palekko* di rumah makan Warung Jembatan Kembar 1, 12 Mei 2018.



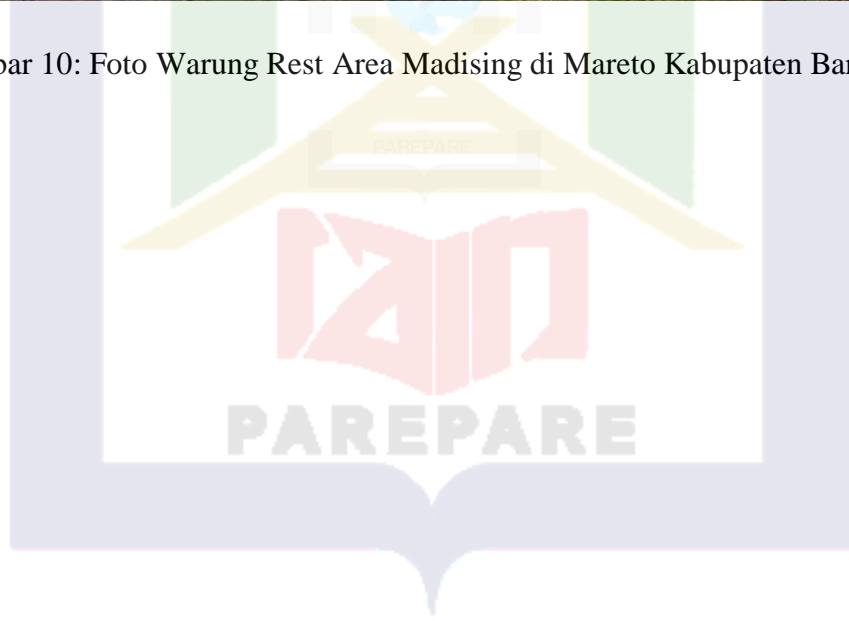
Gambar 8: Wawancara dengan Ibu Rohani dan suasana rumah makan *nasu palekko* di Warung Madising Khas Bebek Palekko, 12 Mei 2018.



Gambar 9: Desain spanduk dan suasana rumah makan *nasu palekko* di Warung Pada Idi dan Warung Cahaya.



Gambar 10: Foto Warung Rest Area Madising di Mareto Kabupaten Barru



BIOGRAFI PENULIS



Ayu Andira. Lahir di Passedde, 12 Januari 1996. Anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Bahtiar dan Syahriah di Barru Sul-Sel. Penulis masuk pendidikan formal pada Sekolah Dasar Negeri (SDN) 12 Mareto pada tahun 2003-2008, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Tanete Rilau pada tahun 2008-2011, Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Barrupada tahun 2011-2014.

Kemudian pada tahun yang sama yaitu tahun 2014, penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare yang saat ini telah berubah nama menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H), maka penulis mengajukan skripsi dengan judul *“Eksistensi Usaha Nasu Palekko dalam Meningkatkan Taraf Hidup Pedagang di Mareto Kabupaten Barru (Analisis Hukum Ekonomi Islam)”*.

Penulis melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Pengadilan Agama Barru dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Mandalan, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, Sulawesi Selatan. Selama menuntut ilmu di IAIN Parepare pernah bergabung di organisasi internal kampus yaitu Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) Al-Madani IAIN Parepare.

Contact : ayu.andira37@yahoo.com