

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Latar Belakang Warung Kopi Delima

Warung Kopi Delima Kota Parepare adalah warung kopi yang berlokasi di Mallusetasi Kecamatan Ujung Kota Parepare Sulawesi Selatan, merupakan warung kopi yang bisa dikatakan sederhana, namun dari kesederhanaan itu, warung kopi Delima mempunyai ciri khas tersendiri dibanding dengan warung kopi lainnya, yaitu memiliki tata letak tempat seperti kafe, namun dalam menu yang ada, harga-harganya tidak mahal seperti yang ada di kafe.

Warung Kopi Delima Kota Parepare buka setiap harinya pada pukul 08.00 dan tutup pada pukul 17.30 WITA. Selain itu tersedia fasilitas wifi yang mempunyai kecepatan sangat baik, mengadakan event-event seperti nobar (nonton bareng), acara diskusi, tempat perayaan ulang tahun, dan lain-lain. Dengan kelebihan yang dimiliki warung kopi Delima membuat para pelanggan dimanjakan dengan fasilitas yang ada, sehingga warung kopi Delima selalu dipadati penikmat kopi setiap harinya.

2. Visi dan Misi Warung Kopi Delima

Visi bagi organisasi berfungsi untuk memberikan sebuah gambaran kondisi yang akan dicapai oleh perusahaan dimasa yang akan datang dan merupakan gambaran secara umum mengenai arah perusahaan. Tanpa visi, maka misi yang akan ditentukan tidak akan membawa perusahaan kearah mana pun. Begitu pula Warung Kopi Delima Di Mallusetasi Kota Parepare, usaha ini telah menetapkan visinya sebagai berikut:

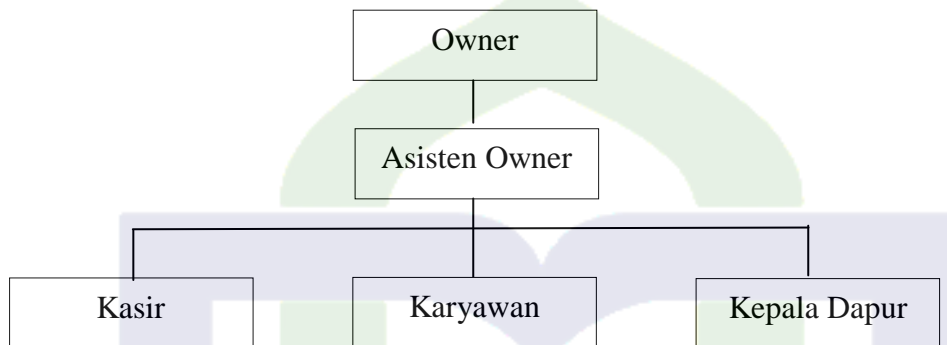
Untuk mengenalkan warung kopi yang berkualitas baik dan fasilitas yang memadai dan menjadi pilihan terbaik di daerah Kota Parepare

Adapun misi Warung Kopi Delima Di Mallusetasi Kota Parepare adalah sebagai berikut:

- a. Menciptakan trend penyajian kopi untuk gaya hidup yang minimalis dan modern.
- b. Memproduksi kopi yang terkait dengan kebutuhan masyarakat dengan mutu dan harga yang berdaya saing yang tinggi melalui pengolahan yang baik demi kepuasan konsumen.

- c. Menjalin kemitraan kerjasama dengan pemasok dan penyalur yang saling menguntungkan.
- d. Memberikan perhatian yang tulus terhadap masyarakat pecinta kopi khususnya di Idaerah Parepare untuk mendapatkan kopi yang terbaik dengan harga yang sangat terjangkau.

3. Struktur Warung Kopi Delima Di Mallusetasi Kota Parepare



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Warung Kopi Delima Kota Parepare

Keterangan:

- Owner : Pemilik Perusahaan (Warung Kopi Delima)
- Asisten Owner : Orang yang menjaga atau menjalankan perusahaan selama Owner tidak berada di perusahaan (Warung Kopi Delima).
- Kasir : Orang yang bertugas untuk mengurus dan menyimpan hasil pembayaran terutama uang, dan memasukkannya ke dalam mesin kasir.
- Karyawan : Orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor, perusahaan, dan sebagainya) dan digaji dengan uang.
- Kepala Dapur : Orang yang bertugas untuk mengurus dapur yang di dalamnya termaksud pengelolaan makanan atau minuman (menu) pada suatu perusahaan

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Segmentasi (*segmention*) pasar dalam Strategi Pemasaran Warung Kopi Delima di Mallusetasi Kota Parepare

Pada sub bab berikut akan menjelaskan hasil penelitian melalui metode wawancara dan observasi terkait dengan strategi pemasaran yang dikembangkan dalam segmentasi pasar.

Berkaitan dengan pengembangan konsep strategi pemasaran dalam segmentasi pasar yang diterapkan oleh Warung Kopi Delima di Mallusetasi Kota Parepare dan berdasarkan hasil wawancara sebagai berikut:

“Hal pertama yang kami lakukan adalah dengan melengkapi fasilitas warkop seperti Wifi. Selain kami juga memiliki produk sendiri seperti beberapa minuman khas warkop Delima dan kami juga mengadakan jumat berkah dengan memberikan diskon pada beberapa jenis makanan dan minuman tertentu.”¹

Namun berbeda dengan jawaban bahwa:

”Salah satu hal yang membuat warkop kami unggul ya dari harganya yang lumayan murah. Warkop ini menyajikan berbagai menu dengan harga yang terjangkau dikantong, karena kami berfikir bahwa saat ini begitu banyak pelajar maupun mahasiswa yang hobi nongkrong sambal mabar di warkop. Namun walaupun menu kami murah meriah tapi kami tidak mengurangi kualitas rasa dari menu kami.”²

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti, bahwa segmentasi pasar yang ditawarkan Warung Kopi Delima Kota Parepare sangat beragam seperti pada menu yang disajikan dan harga produk. Beberapa produk ada yang jarang ataupun tidak dimiliki oleh warung kopi lain sehingga menjadi pembeda dari warung kopi lainnya. Selain itu produk atau menu yang ditawarkan seperti yang ada di café-café, tetapi harganya seperti di warung kopi, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelanggan dan konsumen.

Sebagaimana mengacu pembahasan pada BAB II, bahwa pasar terdiri dari banyak tipe pelanggan, produk dan kebutuhan. Segmentasi pasar yaitu mengelompokkan tipe pelanggan berdasarkan kebutuhan konsumen. Segmen pasar terdiri dari konsumen yang merespon dalam cara yang sama terhadap sejumlah usaha pemasaran tertentu.

¹ Malina, *Owner Warung Kopi Delima*, Wawancara Oleh Penulis, 01 Oktober 2020

² Nur Afni Rasyid, *Kasir Warung Kopi Delima*, Wawancara Oleh Penulis, 03 Oktober

Produk maupun menu-menu pada Warung Kopi Delima juga memiliki kualitas rasa yang baik dan tentunya disajikan dengan sajian yang halal. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Rahman (2009) bahwa produk berkualitas dalam Islam adalah produk yang halal dan baik. Sehingga mengkonsumsi produk yang yang halal dan baik adalah sebuah kewajiban yang sudah diperintahkan oleh Allah Swt.

Sebagaimana firman Allah Swt. dalam QS. Al-Baqarah/2:168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Terjemahnya:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu”.

Adapun pendapat *Owner* Warung Kopi Delima Ibu Marlina, SE dalam menentukan segmentasi pasar mengatakan bahwa:

“Dalam menentukan segmentasi saya harus memperhatikan waktu kerja seorang pegawai pembiayaan, polisi dan lain sebagainya. Dan setelah itu saya juga memerhatikan jam kerja dari para karyawan maupun polisi tersebut”³

Waktu beroperasi yaitu hari senin-sabtu karena sasaran dari warung kopi tersebut adalah seorang Pegawai Swasta, POLRI maupun wiraswasta, dan hari minggu tidak beroperasi dikarenakan kantor libur dan juga karyawan dari Warung Kopi tersebut istirahat. Kemudian Warung Kopi Delima dalam menentukan segmentasi pasarnya yaitu dengan cara warung kopi tersebut menyediakan menu sarapan pagi seperti nasi kuning, nasi goreng, kue tradisional dan lain-lain. Sehingga apabila konsumen tidak sempat sarapan di rumahnya dan pergi ke kantor, konsumen tersebut bisa sarapan di warung kopi tersebut. Hal itu merupakan salah satu strategi yang digunakan pemilik warung kopi tersebut dalam menarik minat konsumen.

Memasarkan produk warung kopi tersebut dalam prinsip ekonomi islam mengajarkan prinsip kebebasan, dimana owner dari warung kopi tersebut bisa berkreasi dalam memasarkan

³ Malina, *Owner* Warung Kopi Delima, Wawancara Oleh Penulis, 01 Oktober 2020

produk, baik itu mengembangkan menu warung kopi agar konsumen memiliki banyak pilihan menu yang ditawarkan, memberikan tawaran diskon kepada konsumen bagi yang menambah *item* makanan ataupun minuman yang dipesan, membuat acara yang mengundang banyak konsumen datang pada warung kopi tersebut seperti, nonton bareng pertandingan sepak bola, *live music*, dan lain sebagainya. Hal ini merupakan salah satu strategi pemasaran prinsip kebebasan dalam Islam dimana owner diberikan kebebasan untuk menambah daya tarik konsumen untuk berkunjung di warung kopi delima tanpa mencedarai warung kopi lainnya.

2. Target pasar (*targeting*) pasar dalam Strategi Pemasaran Warung Kopi Delima di Mallusetasi Kota Parepare

Pada sub bab berikut akan menjelaskan hasil penelitian melalui metode wawancara dan observasi terkait dengan strategi pemasaran yang dikembangkan dalam target pasar (*targetting*).

Berkaitan dengan pengembangan konsep strategi pemasaran dalam target pasar yang diterapkan oleh Warung Kopi Delima di Mallusetasi Kota Parepare dan berdasarkan hasil wawancara bahwa:

*“Target pasar warkop Delima ini kami fokuskan pada karyawan swasta yang tempat kerjanya berada tidak jauh dari warkop ini. Kami memilih menargetkan warkop ini ke karyawan swasta karena banyaknya perusahaan swasta di antara warkop.”*⁴

Pernyataan Sinta Latief tersebut didukung oleh pernyataan owner yang mengatakan bahwa:

*“Waktu buka warkop kami ini disesuaikan dengan waktu buka kantor swasta karena kebanyakan pelanggan kami adalah karyawan swasta. Setiap pagi alhamdulillah sudah ada karyawan swasta yang datang untuk sarapan di warkop ini. Waktu tutuppun seperti itu. Kami tutup ya kira-kira jam 11.00 malam. Biasanya pada jam 11.00 malam ke atas itu sudah sangat jarang pembeli. Mungkin karena karyawan swasta yang sudah pulang kerja”.*⁵

Selain waktu buka warkop yang mengikuti target pasar, harga juga turut menentukan dalam penetapan target pasar. Target pasar juga memfokuskan pada harga jual dari makanan dan minuman sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan terutama karyawan swasta.

⁴ Sinta Latief, Karyawan Warung Kopi Delima, Wawancara Oleh Penulis, 17 Oktober 2020

⁵ Malina, Owner Warung Kopi Delima, Wawancara Oleh Penulis, 01 Oktober 2020

Hal ini sejalan dengan pernyataan Nur Afni Rasyid yang mengatakan bahwa:

“Harga yang kami tawarkan tiap produk itu beragam. Namun tetap masih dikatakan murah. Kami menyesuaikan harga jual produk dengan kantong pembeli. Misalnya saja karyawan. Harga untuk makanan dan minuman kami pasok dengan harga Rp. 10.000 sampai Rp. 20.000 namun kebanyakan dengan harga Rp. 10.000. selain harga yang terjangkau, pelanggan kenalan dari bos juga bisa mendapat potongan harga bahkan free dari owner.”⁶

Penetapan harga merupakan kebijakan yang menyangkut seberapa besar nilai yang dikeluarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan produk atau menu di warung kopi yang mereka inginkan. Oleh karena itu dalam menetapkan harga diperlukan survey untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Dengan demikian, dalam menentukan suatu harga, Warung Kopi Delima menerapkan potongan harga dan menyesuaikan dengan harga yang terdapat di pasaran sehingga konsumen atau pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya mahal untuk sekedar menikmati kopi. Sebagaimana penjelasan dari ibu Marlina bahwa:

“Dalam penetapan harga, kami relatif mengambil keuntungan kecil, karena bahan-bahan menu kami mudah dicari dan memiliki pemasok tetap sehingga harganya tidak begitu mahal. Kami menetapkan harga yang murah pada produk-produk kami seperti di warung kopi lain meskipun produk kami memiliki standar seperti kafe, supaya dapat menarik pelanggan atau konsumen lebih banyak lagi. Terkadang kami juga memberikan potongan harga atau diskon kepada pelanggan yang sering berkunjung atau yang sudah dekat dengan kami”⁷.

Mengoptimalkan penerapan harga yang sesuai dengan keuntungan harga pasar, Warung Kopi Delima merujuk pada ajaran Rasulullah Saw. dalam H.R. Bukhari dari Abdullah bin Umar Ra. Rasulullah Saw. bersabda: *“Janganlah kamu menjual menyaingi penjualan saudaramu”*. Oleh karena itu, *the war of price* (perang harga) tidak diperkenankan karena bisa menjadi boomerang bagi para penjual, secara tidak langsung Rasulullah Saw. menyuruh untuk tidak bersaing di harga, tetapi bersaing dalam hal lain seperti kualitas, layanan dan nilai tambah.

⁶ Nur Afni Rasyid, Kasir Warung Kopi Delima, Wawancara Oleh Penulis, 03 Oktober 2020

⁷ Malina, Owner Warung Kopi Delima, Wawancara Oleh Penulis, 01 Oktober 2020

3. Posisi Pasar (*positioning*) dalam Strategi Pemasaran Warung Kopi Delima di Mallusetasi Kota Parepare

Lokasi dan tempat strategis dimanfaatkan oleh Warung Kopi Delima dalam mempermudah akses kepada konsumen yang notabene merupakan karyawan swasta, dimana Warung Kopi Delima berada di pusat keramaian dan jalur ramai yang dilewati kendaraan yaitu di Mallusetasi.

Disamping itu, kelebihan lain yang dimiliki oleh Warung Kopi Delima adalah lokasinya yang berada di tengah-tengah perusahaan swasta sehingga lebih bisa memperkuat nilai jualnya. Sebagaimana yang diungkapkan oleh ibu Marlina dalam hasil wawancara berikut:

*“Lokasi warkop Delima ini menurut kami strategis, karena berada di daerah Mallusetasi, dimana banyak sekali tempat-tempat nongkrong yang tentunya banyak dikunjungi oleh masyarakat. Apalagi tempat kami juga di samping perusahaan swasta yang memiliki banyak karyawan. Kebanyakan jika waktu istirahat, karyawan swasta akan datang untuk makan siang. Bahkan tidak jarang ada yang datang untuk sarapan dan bahkan hanya untuk ngopi dan bercengkrama antar sesama karyawan. Tentunya hal itu memberikan keuntungan bagi kami. Oleh karena itu kami mendesain tempat ini senyaman mungkin bagi semua yang datang.”*⁸

Penjelasan ibu Marlina ditambahkan pula oleh Muhammad Mufti selaku barista, yang mengatakan bahwa:

*“Menurut saya tempat ini lumayan strategis, karena terletak pusat kota. Paling tidak banyak masyarakat yang datang kesini. Dan juga tempat ini dekat dengan perusahaan-perusahaan yang terkadang karyawannya juga datang kesini”.*⁹

Hasil wawancara diatas menunjukkan hasil yang sama dengan hasil observasi yang menunjukkan bahwa Warung Kopi Delima memang berada di tempat yang strategis dimana terdapat di pusat keramaian di sekitar lingkungan warung kopi yang menandakan bahwa lokasi tersebut berada di daerah dekat dengan perusahaan swasta dan daerah kos tempat tinggal karyawan swasta.

Sisi strategis lainnya adalah keberadaan warung kopi yang dekat dengan keramaian, pusat perbelanjaan, dan tempat-tempat nongkrong, yaitu di Mallusetasi. Dengan merujuk pada sebuah teori yang dijelaskan oleh Tjiptono (2005) bahwa dalam pemilihan tempat atau

⁸Malina, *Owner* Warung Kopi Delima, Wawancara Oleh Penulis, 01 Oktober 2020

⁹Muhammad Mufti, *Karyawan* Warung Kopi Delima, Wawancara Oleh Penulis, 09 Oktober 2020

lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap factor-faktor berikut: (1) Akses yang mudah; (2) visibilitas; (3) lalu lintas (*traffic*); (4) tempat parkir yang luas; (5) ekspansi; (6) lingkungan; (7) kompetisi atau pesaing.

Jika dilihat dari sudut pandang keIslaman, pemamfaatan kelebihan tempat dan lokasi yang dilakukan Warung Kopi Delima juga merujuk pada firman Allah Swt. yang berkaitan dengan pemamfaatan bumi, sebagaimana berikut:

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ بِسَاطًا لِّتَسْلُكُوا مِنْهَا سُبُلًا فِجَاًا

Terjemahnya:

“Dan Allah Swt. menjadikan bumi untuk mu sebagai hampan, supaya kamu menjalani jalan-jalan yang luas di bumi ini”. (QS. Nuh/71 : 19-20)

Ayat diatas adalah anjuran untuk menapaki jalan yang luas yang ada di bumi dengan tujuan agar manusia dapat menggali potensi yang ada di sana sekaligus untuk mensyukuri atas nikmat yang Allah Swt. turunkan di bumi.

Warung Kopi Delima yang menjadikan lokasi strategis tersebut untuk mendirikan sebuah warung kopi sehingga dapat membawa kemaslahatan bagi masyarakat dan warung kopi itu sendiri.

Adapun hasil penelitian terkait prinsip-prinsip ekonomi Syariah yaitu:

4. Prinsip Kerja

Kerja adalah pemanfaatan atas kepemilikan sumber daya manusia. Secara umum Kerja berarti pemanfaatan sumber daya dan bukan hanya pemiliknya semata.¹⁰

Melakukan suatu pekerjaan kita sebagai manusia harusnya tidak luput dari ibadah atau mampu membagi waktu antara ibadah dan bekerja.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sikap owner di Warung Kopi Delima menerapkan prinsip kerja yang keras namun tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Hal tersebut didukung oleh pernyataan salah satu karyawan, Nur Afni Rasyid yang mengatakan bahwa:

“Di warkop ini bos tidak membatasi waktu beribadah kami. Misalnya saja pada saat bekerja dan sudah masuk waktu shalat, kami akan bergantian untuk pergi shalat.

¹⁰ Munrokhim misanam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajagrafindo, 2007), h. 66.

Apalagi kami semua selaku karyawan disini beragama Islam. Bos sudah pasti mengerti dan tidak melarang kami. Tapi dengan syarat harus bergantian.”¹¹

Pernyataan Afni sendiri di benarkan oleh owner Warung Kopi Delima yang mengatakan bahwa:

“Ya waktu shalat adalah waktu shalat. Kerja adalah kerja. Tapi bukan berarti waktu beribadah karyawan saya gantikan dengan waktu kerja. Mereka tetap beribadah pada waktunya namun tidak boleh bersamaan”¹².

Prinsip ini mengatakan bahwa produsen melangsungkan kegiatannya karena ketundukannya pada Allah SWT dan termotivasi beribadah kepada-Nya. Berdasarkan prinsip ini Allah SWT menetapkan batasan, aturan dan hukum atas aktivitas produksi yang dilakukan manusia, menegaskan kewajiban mereka pada Allah SWT.

Implementasi prinsip kerja ini dapat dilakukan melalui:

- a) Produsen tidak hanya mencari keuntungan semata melainkan juga memperoleh profit ibadah, memberikan manfaat bagi orang lain, dan mengaktualisasikan kemampuannya sebagai hamba Allah SWT
- 2) Motivasi beribadah memberikan sebanyak mungkin manfaat kepada konsumen.
- 3) Memproduksi barang dan jasa yang halal dan baik.
- 4) Menyusun tata kelola perusahaan yang baik agar menghasilkan pertumbuhan dan kesinambungan usaha secara sehat.
- 5) Menjalankan mekanisme produksi dengan asas efektif dan efisien, melalui analisis kelayakan usaha, manajemen risiko, analisis bisnis dan lain sebagainya.
- 6) Membayar zakat, sedekah, dan infak baik oleh produsen maupun karyawan dalam berbagai jenjang.
- 7) Melaksanakan program CSR dan program kemanusiaan lainnya yang berguna stakeholder perusahaan termasuk masyarakat sekitar.
- 8) Memperlakukan karyawan dan stakeholder lainnya secara adil dan proporsional.¹³

5. Prinsip Keadilan

¹¹Nur Afni Rasyid, Kasir Warung Kopi Delima, Wawancara Oleh Penulis, 03 Oktober 2020

¹²Malina, Owner Warung Kopi Delima, Wawancara Oleh Penulis, 01 Oktober 2020

¹³Fahrudin Sukarno, Etika Produksi Perspektif Agama Islam, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016),

Keadilan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana terdapat kesamaan perlakuan di mata hukum, kesamaan hak kompensasi, hak hidup secara layak, hak menikmati pembangunan dan tidak adanya pihak yang dirugikan serta adanya keseimbangan dalam setiap aspek kehidupan.¹⁴

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sikap owner di Warung Kopi Delima sangat berlaku adil. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Sinta Latief, salah satu karyawan yang mengatakan bahwa:

*”sikap owner kami sangat baik, karena ia tidak membeda-bedakan karyawan maupun pelanggan yang datang.”*¹⁵

Namun berbeda yang dikatakan oleh Muhammad Mufti selaku barista Warung Kopi Delima yang mengatakana bahwa:

*“Kami memberikan diskon minuman untuk beberapa orang, misalnya saja kalau ada kenalan bos yang datang. Kami memberikan potongan harga bahkan minuman gratis pada konsumen tertentu.”*¹⁶

Prinsip ini menegaskan bahwa berlaku adil dengan siapapun akan meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas hidup manusia. Dengan tujuan memperbesar volume kesejahteraan manusia secara umum. Dalam konsep produksi Islam, bentuk keadilan adalah distributif yang memiliki dua pengertian. Pertama, pihak-pihak yang terlibat mendapatkan porsi kesejahteraan sesuai dengan input yang diberikannya secara proposional. Kedua, hak-hak masyarakat dan konsumen sebagai stakeholder produksi harus dipenuhi produsen.¹⁷ Implementasi pada prinsip keadilan adalah:¹⁸

- a) Memenuhi hak pekerja sesuai dengan kapasitasnya dengan tetap memerhatikan keluruhan martabat manusia.
- b) Membayar zakat, infak, sedekah dan CSR bagi kelompok kurang beruntung.
- c) Menerapkan mekanisme bagi hasil (mudharabah dan musyarakah) dalam sistem transaksi permodalan dan pendanaan.
- d) Melakukan kegiatan konservasi dan pelestarian sumber daya alam.

¹⁴ Munrokhim misanam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajagrafindo, 2007), h. 59.

¹⁵ Sinta Latief, Karyawan Warung Kopi Delima, Wawancara Oleh Penulis, 17 Oktober 2020

¹⁶ Muhammad Mufti, Karyawan Warung Kopi Delima, Wawancara Oleh Penulis, 09 Oktober 2020

¹⁷ Fahrudin Sukarno, *Etika Produksi Perspektif Agama Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016),

¹⁸ Fahrudin Sukarno, *Etika Produksi Perspektif Agama Islam*, h. 269

e) Merekayasa sektor produksi yang full-employment (padat karya) untuk mengentaskan pengangguran dan kemiskinan.

6. Prinsip Tanggungjawab

Tanggungjawab dalam ekonomi Islam dikenal sebagai *khilafah*. Pengertian umumnya adalah amanah dan tanggungjawab manusia terhadap apa-apa yang dikuasakan kepadanya. Dalam makna sempit *khilafah* berarti tanggung jawab manusia untuk mengelolah sumber daya yang dikuasakan Allah kepadanya untuk mewujudkan *mashlahah* yang maksimum dan mencegah kerusakan di muka bumi.¹⁹

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sikap owner di Warung Kopi Delima bertanggungjawab atas karyawan. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Muhammad Mufti salah satu karyawan yang mengatakan bahwa:

*”Wah owner kami ini sangat baik terhadap karyawan. Dia selalu memperhatikan karyawan.”*²⁰

Namun, sikap tanggungjawab juga ditunjukkan oleh semua karyawan. Hal tersebut dikemukakan oleh owner ibu Marlina yang mengatakan bahwa:

*“Tidak hanya owner yang menunjukkan sikap tanggung jawab terhadap karyawan. Karyawan juga harus bertanggungjawab atas apapun yang dilakukan baik terhadap kerjaan maupun pelanggan.”*²¹

Implementasi kegiatan produksi pada prinsip ini, dimana semua manusia mempunyai hak dan tanggungjawab untuk mengaktualisasikan kemampuan produktifnya untuk meningkatkan kapasitas kesejahteraannya.²² Adapun implementasi pada prinsip ini adalah:

- a). Memberi kesempatan yang luas bagi setiap manusia untuk mengaktualisasikan kemampuan ekonominya.
- b). Seorang produsen memproduksi barang dan jasa berdasarkan kategori kebutuhan manusia untuk memudahkan kehidupan di dunia.
- c). Memaksimalkan keuntungan harus disertai upaya memaksimalkan social return terutama bagi kelompok yang membutuhkan.

¹⁹ Munrokhim misanam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajagrafindo, 2007), h. 62.

²⁰ Muhammad Mufti, Karyawan Warung Kopi Delima, Wawancara Oleh Penulis, 09 Oktober 2020

²¹ Malina, Owner Warung Kopi Delima, Wawancara Oleh Penulis, 01 Oktober 2020

²² Fahrudin Sukarno, *Etika Produksi Perspektif Agama Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016),

d). Larangan memproduksi barang dan jasa yang menimbulkan mudharat, haram dan menghancurkan keluruhan martabat manusia.

e). Menjaga persaudaraan sesama manusia.

7. Prinsip Kebebasan

Pandangan Islam, manusia memiliki kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh *kemashlahah*-an yang paling tinggi dari sumber daya yang ada pada kekuasaannya. Manusia diberi kebebasan untuk memilih antara yang benar dan yang salah, yang baik dan yang buruk serta yang bermanfaat dan yang merusak. Islam memberikan kebebasan kepada manusia untuk memiliki sumber daya, mengelolanya dan memanfaatkannya untuk mencapai kesejahteraan hidup.²³

Sesuai dengan pernyataan barista, Muhammad Mufti yang mengatakan bahwa:

*“Disini kami bebas bereksperimen untuk menciptakan menu-menu baru namun tetap cocok dilidah masyarakat bugis. Seperti saat ini saya sedang mencoba membuat menu minuman baru namun masih butuh proses.”*²⁴

Prinsip kebebasan yang dimaksud disini yaitu kebebasan dalam hal memproduksi menu-menu baru namun tetap halal dikonsumsi. Prinsip kebebasan bersifat inheren. Kegiatan produksi mengambil manfaat, mengeksplorasi dan mengelola sumber daya ekonomi disertai larangan merusak dan bertanggung jawab untuk melestarikannya. Hal ini menandakan bahwa prinsip kebebasan bermakna untuk menjadi manusia yang berkualitas maka setiap perbuatan bebas manusia harus mengandung implikasi moral dan psikologis yaitu tanggung jawab kepada diri, masyarakat dan tuhan.

Adapun implementasi pada prinsip ini adalah:

- a). Produsen bebas memiliki harta kekayaan dengan meningkatkan kapasitas produksinya disertai tanggung jawab untuk membayar zakat, infak, serta menjaga kelestarian lingkungan hidup.
- b). Produsen bebas mengupayakan pertambahan nilai kekayaannya disertai tanggung jawab untuk mendayagunakan serta menginvestasikan hartanya itu pada mekanisme transaksi yang halal.

²³ Munrokhim misanam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajagrafindo, 2007), h. 68.

²⁴ Muhammad Mufti, Karyawan Warung Kopi Delima, Wawancara Oleh Penulis, 09 Oktober 2020

- c). Produsen bebas mengembangkan bisnisnya disertai dengan kewajiban untuk memerhatikan kesejahteraan karyawan, meningkatkan kemampuannya secara bertahap, dan memberdayakan masyarakat sekitar dengan program-program strategis ekonomi.
- e). Produsen bebas mengaplikasikan kemampuan bisnisnya disertai tanggung jawab untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan kekayaan, pengentasan kemiskinan serta menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat.²⁵

8. Prinsip Keseimbangan

Keseimbangan hidup dalam ekonomi Islam dimaknai sebagai tidak adanya kesenjangan dalam pemenuhan kebutuhan berbagai aspek kehidupan: antara aspek fisik dan mental, material dan spiritual, individu dan sosial, masa kini dan masa depan serta dunia dan akhirat. Dalam arti sempit, dalam hal kegiatan sosial, keseimbangan bermakna terciptanya suatu situasi dimana tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan, atau kondisi saling *ridha* (*'an aradhin*). Hal inilah yang kemudian disebut sebagai keseimbangan pasar, dimana kondisi saling *ridha* terwujud antara penjual dan pembeli.²⁶

Prinsip keseimbangan selalu diterapkan di Warung Kopi Delima ini. Hal tersebut dilihat dari kualitas menu dan harga yang ditawarkan. Pernyataan tersebut didukung oleh pernyataan Sinta Latif selaku karyawan yang mengatakan bahwa:

“Kualitas menu dan harga yang kami tawarkan menurut kami ini sudah sesuai. Walaupun harga yang ditawarkan cukup murah namun kualitas rasa dari menu kami tidak diragukan lagi. Hal itu yang mungkin membuat kami memiliki pelanggan tetap”.²⁷

Tidak hanya Sinta Latif, owner Warung Kopi Delima juga menambahkan:

“Kami selalu memastikan kualitas dari menu kami setiap bulannya. Setiap bulannya kami akan melakukan evaluasi untuk tiap kinerja karyawan agar baik itu kualitas rasa, harga maupun sumber daya manusia kami berkualitas”.

Prinsip ini menegaskan pemahaman bahwa manusia harus melakukan sebanyak mungkin kebajikan dalam hidupnya. Prinsip ini adalah landasan kegiatan produksi dalam Islam yaitu meningkatkan kualitas hidup manusia secara kolektif. Dalam pemberlakuan

²⁵Fahrudin Sukarno, *Etika Produksi Perspektif Agama Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), h. 270

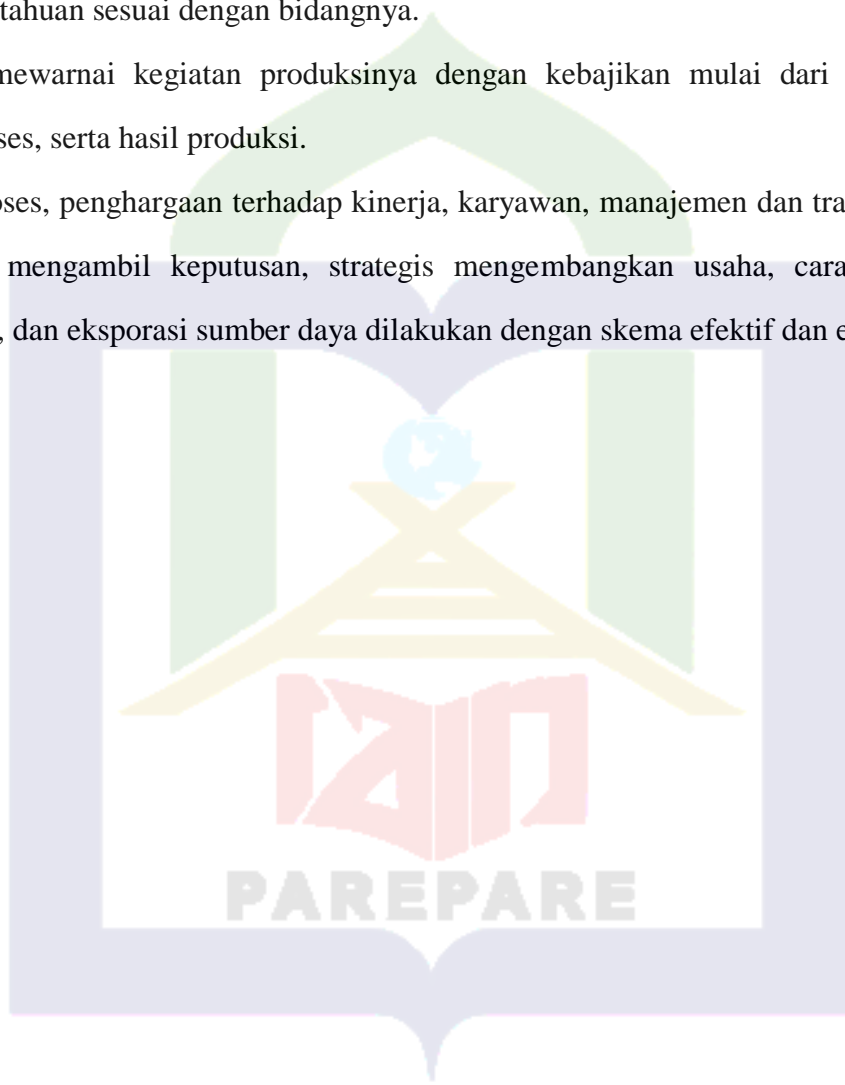
²⁶ Munrokhim misanam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajagrafindo, 2007), h. 69.

²⁷Sinta Latief, Karyawan Warung Kopi Delima, Wawancara Oleh Penulis, 17 Oktober 2020

prinsip ini, produsen tidak bisa semena-mena mengeksploitasi dan mengeksplorasi sumber daya alam kecuali disertai tindakan pemeliharaan dan pelestarian.²⁸

Adapun implementasi pada prinsip ini adalah:

- a). Seorang manajer dapat menyusun kebijakan strategis dalam meningkatkan kualitas SDM di perusahaannya melalui kegiatan pelatihan, membuka perpustakaan atau transformasi ilmu pengetahuan sesuai dengan bidangnya.
- b). Produsen mewarnai kegiatan produksinya dengan kebijakan mulai dari pengelolaan modal, proses, serta hasil produksi.
- c). Dari sisi proses, penghargaan terhadap kinerja, karyawan, manajemen dan transparan dan rapi, cara mengambil keputusan, strategis mengembangkan usaha, cara menyikapi kompetitor, dan eksplorasi sumber daya dilakukan dengan skema efektif dan efisien.



⁷²Fahrudin Sukarno, *Etika Produksi Perspektif Agama Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), h. 261-262