

**STRATEGI PEMASARAN BISNIS TANAMAN HIAS
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Pedagang Tanaman Hias di Desa Rempoah,
Banyumas)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**ZAHARA ICHA TAZKIA
NIM. 1817201129**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K. H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Zahara Icha Tazkia
Nim	: 1817201129
Jenjang	: S1
Fakultas	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Ekonomi dan Keuangan Islam
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	: Strategi Pemasaran Bisnis Tanaman Hias Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang Tanaman Hias di Desa Rempoah, Banyumas)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujukn pada sumbernya.

Purwokerto, Desember 2022

Yang menyatakan,



Zahara Icha Tazkia
NIM. 1817201129



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PEMASARAN BISNIS TANAMAN HIAS PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pedagang Tanaman Hias
Di Desa Rempoah, Banyumas)**

Yang disusun oleh Saudara **Zahara Icha Tazkia** NIM 1817201129 Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **16 Januari 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I.
NIP. 19731014 200312 1 002

Sekretaris Sidang/Penguji

H. Kholilur Rahman, Lc., M.A
NIDN. 2016068203

Pembimbing/Penguji

Dr. Atabik, M.Ag.
NIP. 19651205 199303 1 004

Purwokerto, 26 Januari 2023



Mengetahui/Mengesahkan
Dekan

Dr. T. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Zahara Icha Tazkia, NIM. 1817201129 yang Berjudul:

**STRATEGI PEMASARAN BISNIS TANAMAN HIAS PERSPEKTIF
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pedagang Tanaman Hias di
Desa Rempoah, Banyumas)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 11 Januari 2023

Pembimbing



Dr. Atabik, M.Ag.
NIP. 19651205 199303 1 004

MOTTO

“tiada nanti untuk hari ini, jika bisa sekarang kenapa harus nanti.”



**STRATEGI PEMASARAN BISNIS TANAMAN HIAS PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Pedagang Tanaman Hias di Desa Rempoah, Kabupaten
Banyumas)**

Zahara Icha Tazkia

NIM. 1817201129

E-mail: zaharaichat74@gmail.com

**Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRAK

Strategi pemasaran adalah salah satu aktivitas kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan baik perusahaan jasa maupun perusahaan barang dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup dari usahanya. Pemasaran juga bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk kepada para konsumen. Perusahaan bisa menggunakan dua atau lebih strategi secara bersamaan, sebab setiap jenis strategi memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan. Oleh karena itu, dibutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program pemasaran.

Jenis Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, verifikasi data. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Berdasarkan dari hasil penelitian diketahui bahwa strategi bisnis yang digunakan pada pedagang tanaman hias di desa Rempoah Kecamatan Baturaden Kabupaten Banyumas adalah strategi bersaing generik dan strategi *marketing mix*. Berdasarkan perspektif ekonomi islam mengenai strategi tersebut telah sesuai dengan ketentuan ekonomi islam. Hal tersebut dapat dilihat dari strategi berdagang dalam islam, diantaranya yaitu jujur, menjual barang yang mempunyai kualitas bagus, amanah dan fatonah, serta tabligh.

Kata Kunci: Strategi bisnis, strategi pemasaran, pedagang tanaman hias, ekonomi islam.

**ORNAMENTAL PLANTS BUSINESS MARKETING STRATEGY
ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE
(Case Study of Ornamental Plant Traders in Relpoah Village, Banyumas
Regency)**

Zahara Icha Tazkia

NIM. 1817201129

E-mail: zaharaichat74@gmail.com

**Department of Islamic Economics Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRACT

Marketing strategy is one of the activities carried out by companies, both service companies and goods companies, in an effort to maintain the viability of their business. Marketing also aims to introduce a product to consumers. Companies can use two or more strategies simultaneously, because each type of strategy has a different effect on demand. Therefore, a mechanism is needed that can coordinate marketing programs.

This type of research uses qualitative research methods using a descriptive approach. Data collection techniques using observation techniques, interviews and documentation. While the data analysis technique uses data reduction, data presentation, data verification. Sources of data used are primary data and secondary data.

Based on the research results, it is known that the business strategy used by ornamental plant traders in Rempoah Village, Baturaden District, Banyumas Regency is a generic competitive strategy and a marketing mix strategy. Based on an Islamic economic perspective, this strategy is in accordance with the provisions of Islamic economics. This can be seen from trading strategies in Islam, including being honest, selling goods that are of good quality, trustworthy and fatonah, and tabligh.

Keywords: Business strategy, marketing strategy, ornamental plant traders, Islamic economics.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini bepedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 DAN Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Śa	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	H	<u>H</u>	Ha (dengan garis di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	Ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	<u>S</u>	Es (dengan garis di bawah)
ض	S'ad	<u>D</u>	De (dengan garis di bawah)
ط	Ta	<u>T</u>	Te (dengan garis di bawah)

ظ	Za	Z̲	Zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di 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	Waw	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap Karena Syaddah ditulis rangkap.

عَدَّة	Ditulis	'iddah
--------	---------	--------

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan h.

حِكْمَة	Ditulis	Hikmah
جِزْيَة	Ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كِرَامَة الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	Karâmah al- auliyâ'
-------------------------	---------	------------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t.

زكاة الفطر	Ditulis	Zakât al-fitr
------------	---------	---------------

4. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

5. Vokal panjang

1	Fathah + alif	Ditulis	A
	جَاهِلِيَّة	Ditulis	Jahiliyah
2	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تَنْس	Ditulis	Tansa
3	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كَرِيم	Ditulis	Karim
4	Dhammah+ wawu mati	Ditulis	U
	فَرَوَض	Ditulis	Furud

6. Vokal rangkap

1	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بَيْنَكُمْ	Ditulis	Bainakum
2	Fathah+ wawu mati	Ditulis	Au
	قَوْل	Ditulis	Qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	A'antum
أَعْدَت	Ditulis	A'uiddat

8. Kata sandang alif+ lam

- a. Bila diikuti huruf qamariyyah

القياس	Ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

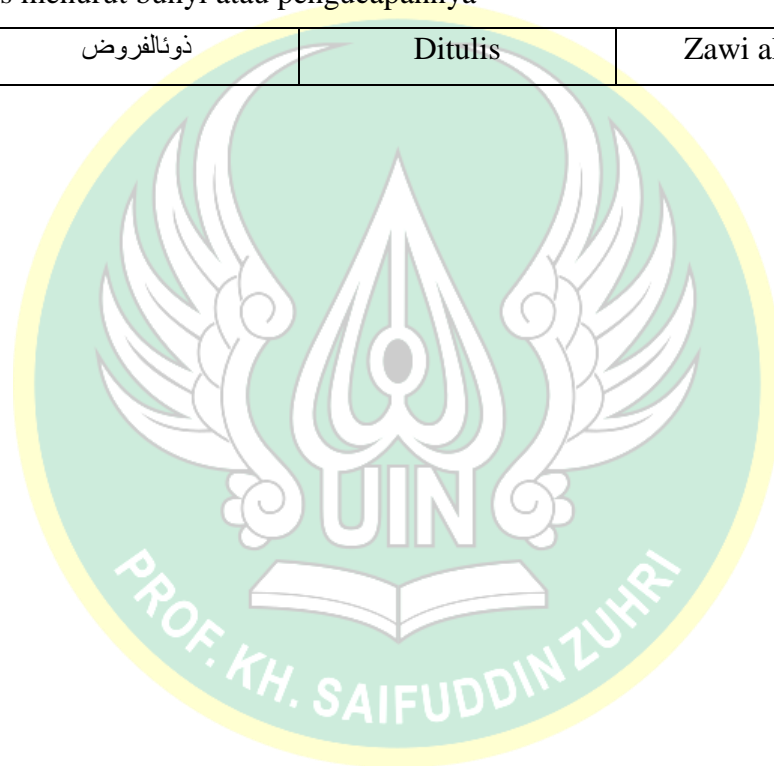
- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	Ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذونالفروض	Ditulis	Zawi al furud
-----------	---------	---------------



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat, karunia, dan hidayahnya yang telah membeirkna kesehatan, kekuatan dan kesabaran untuk penulis dalam mengerjakan skripsi ini. Dengan rasa syukur alhamdulillah, dengan segenap kerendahan hati. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa selalu melancarkan semua urusan penulis, terima kasih ya Allah Engkau telah mempermudah hamba-Mu ini sampai di titik sekarang. Tapa izin Mu semuanya tidak akan mungkin saya kuat menghadapi semuanya sampai ada ditahap sekarang. Terima kasih atas nikmatmu ya Rabb ku.
2. Kepada kedua orang tua penulis, Bapak Musbikhin dan Ibu Sri Murniasih yang selalu mendoakan penulis disetiap helaan nafasnya, sehingga penulis bisa berada dititik sekarang. Karena dukungan dan doa dari beliau dapat mengantarkan penulis menyelesaikan skripsi selesai dengan tepat waktu. Terima kasih ya Allah, Engkau telah menghadirkan orang tua yang hebat untuk penulis.
3. Kepada adik-adik saya, Annida Imra'atun Niswah dan Atabik Muinurraja al-Kindi yang sudah memberikan doa serta dukungan yang hebat. Jadilah adik yang baik yang bisa membanggakan kedua orang tua dan keluarga.
4. Kepada keluarga besar penulis yang selalu mengingatkan saya tanpa lelah. Serta memberikan dukungan kepada penulis untuk selalu ingat Allah dan selalu ingat sekitar.
5. Kepada Alfianisa Lien Istiqomah, terima kasih sudah menguatkan penulis, menemani penulis, menjadi teman keluh kesahku. Teman sedari duduk di bangku MAN hingga sekarang pun kita masih dekat.
6. Kepada Pondok Pesantren Manbaul Husna Purwokerto. Terima kasih sudah menjadi tempat belajar, tempat menuntu ilmu, tempat bersabar dan tempat segala kebaikan.

7. Kepada Kamar Shoffiyah angkatan 2018, kamar Khadijah di Pondok Pesantren Manbaul Husna. Terima kasih sudah menjadi teman cerita penulis, teman tidur penulis, teman yang selalu mengingatkan penulis tentang kebesaran Allah.
8. Sahabat Penulis: Bening Puput Damayanti, Anggita Nur Herdianti, Akis Zakiah Fate'ah. Terima kasih sudah menjadi sahabat yang baik dan menjaga, menemani dikala suka maupun duka.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin, penulis panjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat berjalan dan terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan ke pangkuan junjungan Nabi Agung Muhammad SAW, yang mana telah membawa perubahan besar bagi peradaban dunia dengan memberi teladan yang berakhlak mulia.

Penulisan karya ilmiah ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan Strata Satu (S.1.) guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang berjudul “Strategi Pemasaran Bisnis Tanaman Hias Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang Tanaman Hias di Desa Rempoah, Banyumas)”.

Selama dalam kepenulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa tidak lepas dari dukungan dan bantuan oleh berbagai pihak yang telah memberikan sumbangan pemikiran, bimbingan, arahan, serta masukkan yang positif dan membangun, maka penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M. Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.SI., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. Atabik, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Skripsi dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya atas ketersediannya menjadi dosen pembimbing karena telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan dan mengarahkan, masukan, motivasi serta kesabarannya dalam penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa sehat dan mendapat perlindungan dari Allah SWT.
8. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Prof. Abdul Basith dan bu Reni Fitriyani selaku Pengasuh Pondok Pesantren Manbaul Husna Purwokerto.
10. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah C Angkatan 2018 yang selalu menjadi teman diskusi baik di kelas maupun di luar kelas. Terima kasih relah berbagi cerita, dukungan dan motivasi kepada penulis.
11. Terima kasih kepada pemilik usaha tanaman hias di Desa Rempoah, Kecamatan Kabupaten Banyumas yang telah membantu penulis dalam penelitian dan memberikan informasi-informasi penting terkait penelitian penulis.
12. Teman-teman PPL di DPRD Kabupaten Banyumas.
13. Teman teman KKN-TEMATIK angkatan ke 49 kelompok 58 di Desa Nogoraji Kabupaten Kebumen.
14. Kepala, Guru dan Staf RA/ MI al-Huda Dermasari
15. Ketua dan kepala Sekretariat PNS, Staff Sekretariat Non PNS Panwaslucam Susukan Kabupaten Banjarnegara.
16. Dan semua pihak yang telah membantu dan mendo'akan penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Hanya ucapan terima kasih dan untaian do'a yang bisa penulis berikan. Semoga segala partisipasi yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dan imbalan dari Allah SWT. Penulis menyadari betul bahwa dalam penyusunan skripsi masih banyak kekurangan. Namun, Penulis berharap semoga skripsi ini memberikan manfaat baik untuk penulis maupun pihak-pihak lain.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Banjarnegara, 17 Januari 2022

Penulis



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Indicator strategi bisnis bersaing menurut M.E Porter, 5
Tabel 1.3	Penelitian Terdahulu, 11
Tabel 4.1	Penggunaan Lahan, 44
Tabel 4.2	Data pengusaha tanaman hias Desa Rempoah kecamatan Baturaden, 44



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Skema: pemilik, kreditor, karyawan, pemasok dan pelanggan, 19
- Gambar 4.1 Peta desa Rempoah, 43



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
PERSEMBAHAN	xii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR ISI.....	xix
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	6
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
E. Kajian pustaka	10
F. Sistematika Penelitian	14
BAB II: LANDASAN TEORI.....	16
A. Strategi <i>Marketing</i> dalam islam	16
B. Strategi Berdagang dalam Ekonomi Islam.....	20
C. Landasan Teologis.....	32
BAB III: METODE PENELITIAN.....	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
C. Subjek dan Objek Penelitian	37
D. Sumber Data.....	38
E. Populasi	38
F. Teknik Pengumpulan Data.....	39
G. Teknik Analisis Data.....	39

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Pedagang Tanaman Hias di Desa Rempoah, Banyumas	42
B. Strategi Pemasaran Bisnis Pedagang Tanaman Hias	45
C. Analisis Ekonomi Islam terhadap Manajemen Pedagang Tanaman Hias Rempoah.....	51
 BAB V: PENUTUP	55
A. Kesimpulan.....	55
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi bisnis merupakan kemampuan para pengusaha dalam hal lingkungan atau perusahaan dengan perumusan strategi, pelaksanaan rencana yang akan dirancang guna mencapai sasaran serta berakhir dengan evaluasi.

Bisnis adalah salah satu kegiatan ekonomi yang telah mempunyai peranan yang penting dalam memenuhi kebutuhan manusia. Hal yang terjadi pada kegiatan ini ialah jual beli, tukar menukar, bekerja dan memperkerjakan, memproduksi serta memasarkan dan yang lainnya (Tumangger R. B., 2018, hal. 1-2). Bisnis juga mempunyai tujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup pada perusahaan, mendapatkan keuntungan, tanggung jawab pada sosial dan adanya pertumbuhan sosial (Fauzia, 2013, hal. 3-4).

Pedagang adalah salah satu hal yang paling penting dalam hal memasarkan dagangan, tanpa adanya pedagang maka tidak akan ada proses tawar menawar, mencari keuntungan pun setiap orang berbeda-beda. Oleh karena itu, para pedagang mampu untuk memperhatikan permintaan para konsumen. Sebagai pedagang pun harus memahami etika bisnis dalam berdagang yang sesuai dengan ajaran islam, seperti prinsip kejujuran agar mendapatkan hasil yang halal (Susi Widiyari, 2020, hal. 28).

Agar sukses dalam mengerjakan bisnis, islam mengajarkan manusia untuk selalu mengelola waktu dengan seefisien mungkin dan efektif serta dapat bekerja keras. Tanpa adanya kerja keras mustahil apabila pelaku bisnis akan mendapatkan keberhasilan, karena profesi ini membutuhkan perjuangan, tantangan, mampu dalam mengelola waktu dengan baik dan dapat membaca serta dapat memanfaatkan peluang yang muncul. Biasanya peluang datang di masa yang sulit sehingga hal ini dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya, maka kecenderungan para pelaku bisnis dapat sukses dalam memenangkan suatu persaingan.

Untuk memenangkan persaingan, para pelaku usaha tidak hanya kerja keras, padahal mampu untuk bersaing berhitung diri. Sehingga dengan adanya hal ini

para pelaku bisnis dapat mempertimbangkan strategi bisnis agar mampu untuk bertahan dan berkembang sesuai dengan harapan para pelaku usaha (Djakfar, 2010, hal. 199-200).

Usaha tanaman hias ini merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi yang cukup penting, karena hal ini tidak dilakukan atas dasar hobi, melainkan dilakukannya secara komersial yang dapat menggerakkan pertumbuhan industri barang maupun jasa. Usaha ini juga sudah digeluti oleh masyarakat (Supiani, 2020, hal. 1-2). Pada tanaman hias juga ditetapkan sebagai model agribisnis kreatif Indonesia paling depan. Karena hal ini telah menampilkan dinamika kreatif dan yang paling dinamis apabila dibandingkan dengan para komoditas agribisnis yang lainnya. Para kreatif tanaman hias tidak akan pernah mati gaya untuk mendesain serta menghasilkan beberapa varian yang menarik, unik serta berharga yang tinggi (Setiawan, 2012, hal. 253)

Menurut Rohman (2019) menjelaskan bahwasanya tanaman hias akan tumbuh dengan baik apabila dibudidayakan dengan baik seperti halnya dengan kondisi tempat, kebutuhan air yang mencukupi serta cahaya yang harus mendukung (Wiguna, 2021, hal. 103).

Tanaman hias masuk ke dalam kategori hortikultura yang berperan sebagai sumber pendapatan atau nilai tambah bagi para petani. Tanaman hias ini juga dapat dijadikan sebagai hiasan pada bagian dalam ataupun luar ruangan dalam suatu bangunan yang berdiri dengan kokoh guna menambah nilai keunikan tersendiri. Tanaman yang dijual oleh pedagang tanaman hias berasal dari petani tanaman hias dan adapula yang membudidayakan sendiri yaitu dengan cara pembibitan, stek, pemotongan tunas dari tanaman yang sebelumnya sehingga para pedagang tanaman hias dapat meraih keuntungan yang besar.

Di desa Rempoah, kecamatan Baturaden, kabupaten Banyumas terdapat beberapa pedagang tanaman hias diantaranya: Berkah kembang Rezi, Trubus Indah, Farhani & Ukyat Karya Sari, Berkah Tri Lumayan, Nur Family, Bunga Berkah, Asoka, Barokah Jaya, Trubus Semi, Mega Mas, Nadya Karya dan Sumber Rezeki dan Tunggak Semi.

Dari ke 13 pedagang tanaman tersebut, ada pedagang yang mengalami kenaikan pendapatan yaitu pedagang tanaman hias, Sebagai contoh toko Tunggak Semi tingkat penjualannya meningkat, akan tetapi ada kenaikan harga seperti tanaman Aglonema, bonsai dan tanaman *indoor*. Nur Family mengalami keuntungan pada saat trend tanaman hias dengan tidak ada kenaikan harga pada tanaman hias atau harga yang stabil sehingga mempunyai keuntungan yang meningkat dari sebelumnya. Demikian juga dengan toko Farhani dan Ukyat Seni I pada saat trend tanaman hias banyak para pembeli yang memburu tanaman yang sedang trend dan mendapatkan pekerjaan seperti pengolahan taman sedangkan untuk harga tetap stabil

Terkait dengan adanya strategi pemasaran bisnis tanaman hias yang melandasi pedagang tanaman hias di toko Tunggak Semi, Nur Family, dan Farhani dan Ukyat Sari I. Toko Tunggak Semi terletak di desa Rempoah, Baturraden-Banyumas. Usaha ini didirikan kurang lebih 20 tahun oleh keluarga pak Guntoro. Sejak adanya trend tanaman hias di tahun 2021 mengalami peningkatan baik dari segi tanaman maupun harga. Dengan adanya pandemi Covid-19 ini memang memberikan dampak akan tetapi di toko ini mendapatkan kenaikan pendapatan kurang lebih 50%. Sedangkan untuk penjualan, pemilik toko tanaman hias mulai memutar otak seperti jemput bola, pembuatan taman, dan yang lain sebagainya (Guntoro, 2021).

Selain itu, adapun toko Nur Family yang usahanya didirikan serta dikelola oleh bu Uni. Meskipun awal pandemi mengalami sepi, pemasukan kurang, pengeluaran ada. Akan tetapi semenjak ada trend tanaman hias yang digemari oleh masyarakat pecinta tanaman hias mendapatkan pemasukan meski tidak seimbang. (Uni, 2021)

Demikian juga dengan toko Farhani dan Ukyat sari I yang berlokasi di Rempoah yang dimiliki serta dikelola oleh bu Atin dan keluarga. Pada saat trend tanaman hias juga mengikuti adanya keuntungan. Ada tanaman yang diburu pada saat trend tanaman hias, sehingga para pecinta tanaman hias kerap untuk membeli atau memburu tanaman yang sedang trend tersebut dan ada juga tambahan seperti

pekerjaan taman atau garapan taman yang mengikuti PT. Sedangkan untuk harga tetap stabil, tidak ada kenaikan maupun penurunan. (Atin, 2021)

Tetapi peluang yang didapatkan oleh pedagang tanaman hias yang banyak peminatnya itu seharusnya dikelola dengan baik. Kenyataannya banyak juga pedagang yang memanfaatkan peluang itu dengan cara yang tidak baik, seperti melakukan kecurangan. Akan tetapi ke tiga toko tanaman tersebut tidak melakukan kecurangan. Pada saat penjual tanaman hias sedang viral itupun dimanfaatkan dengan cara yang tidak baik oleh oknum-oknum tertentu. Dengan contoh di Jakarta telah tertangkap modus penipuan online di sosial media Facebook bahwasanya ia mengaku sebagai penjual tanaman hias kepada korban. Pelaku kemudian meminta korban untuk transfer total uang yang sesuai dengan pesanan. Setelah korban transfer, pelaku tidak mengirimkan bunga kepada si korban (Luxiana, 2020). Kemudian ada 3 pedagang tanaman hias di Baturaden selama ini peningkatan penjualannya cukup signifikan. Dari informasi yang ada berdasarkan hasil observasi. Ketiga penjual tanaman hias itu memang dia menjaga nilai-nilai etika bisnis islam dan memiliki strategi dalam bisnis.

Menurut Sri-Edi Swasono intisari teori ekonomi islam yang dapat diambil pada dasar hukum ekonomii islam (Al-Qur'an Hadits dan al- Hadits), diantaranya yaitu:

1. Menekankan pada moralitas dan etika islam. Seperti dengan melakukan pelayanan yang baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
2. Dapat menghindari praktek kehidupan ekonomi yang tidak islami. Seperti kehidupan masyarakat yang perlu dianalisis dengan prinsip-prinsip islam.
3. Mengembangkan teori ekonomi yang dapat mentransformasi dari ekonomi menjadi ekonomi islam.
4. Bebas nilai. Bebas nilai atau mengakui hukum-hukum yang dapat dimanfaatkan guna memperkokoh dan melengkapi kajian ekonomi islam.
5. Keadilan. Jalan keluar untuk mengatasi kesulitan dalam hal ekonomi, seperti kemiskinan dan pengangguran. (Tumangger R. B., 2018, hal. 56-57)

Terkait dengan strategi bisnis tanaman hias ditinjau dari perspektif ekonomi syariah, seorang muslim juga harus memperhatikan hukum-hukum yang tidak

boleh dilanggar. Oleh karena itu, dalam mengembangkan kepemilikan syariat islam juga mempunyai cara cara tertentu, diantara lain:

1. Perjudian (maysir)
2. Riba
3. Penipuan (al-Ghabn)
4. Penipuan (Tadlis) dalam jual beli
5. Gharar (an-Nabhani, 2009, hal. 199-212)

Dengan demikian kebijakan PSBB telah memberikan dampak positif terhadap strategi bisnis terutama penjualan yang menyebabkan efek terhadap strategi bisnis di toko Tunggak Semi, Nur Family, dan Farhani dan Ukyat Karya Sari.

Tabel 1.1
Indikator strategi bisnis Bersaing menurut M.E Porter

Variabel		Sub Variabel		Indikator
Strategi Bersaing menurut M.E. Porter	Bisnis	Strategi Biaya Rendah		1. Penghematan biaya 2. Persaingan Harga
		Diferensiasi		1. Keunikan 2. Mutu produksi 3. Pelayanan

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai strategi bisnis yang dilakukan penjual tanaman hias dengan memperhatikan nilai-nilai dalam ajaran agama islam, untuk menyelesaikan masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Tanaman Hias Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang Tanaman Hias di Desa Rempoah, Baturaden)

B. Definisi Operasional

Penulis akan menjelaskan mengenai istilah-istilah yang akan digunakan agar tidak terjadi perbedaan dalam penafsiran. Juga akan memberikan arah, tujuan serta apa yang akan dicapai dalam penelitian ini, antara lain:

1. Strategi Pemasaran Bisnis

Strategi ialah suatu alat guna mencapai tujuan dalam jangka yang panjang atau suatu cara untuk mendapatkan kemenangan atau mencapai tujuan yang telah diharapkan. Menurut Dirgantoro (2001) menjelaskan bahwasanya strategi ialah hal yang berhubungan dengan memberikan arah pada perusahaan yang dapat memberikan keuntungan yang lebih baik lagi guna memenangkan adanya persaingan pasar.

Fungsi dari strategi sendiri ialah suatu rencana yang di susun dalam keadaan baik sehingga dapat menghasilkan tujuan yang lebih efektif. Dengan begitu dapat memberikan keputusan yang baik apabila proses pembuatannya baik akan menghasilkan berbagai strategi yang baik pula. Chan dan Sam (2005) juga menjelaskan tentang ciri ciri dari strategi, diantaranya ialah:

- a. Fokus
- b. Divergensi/ gerak menjauh. Mengikuti irama seperti menerapkan 4 langkah diantaranya ialah: menghilangkan, mengurangi, menciptakan dan meningkatkan.
- c. Motto. Motto yang dapat memikat para konsumen. (Ronald Watrianthos, 2020, hal. 125-126)

Bisnis adalah suatu pertukaran barang baik jasa maupun uang dan hal tersebut memberikan keuntungan dan manfaat. Bisnis juga berlangsung karena adanya kebergantungan. Bisnis juga dapat dilakukan dengan tujuan guna mendapatkan profit atau keuntungan, pertumbuhan sosial, mempertahankan kelangsungan hidup dan yang lain sebagainya. Apabila seseorang melakukan bisnis sudah harus siap dalam mengambil resiko guna mendapatkan keuntungan. Bukan hanya keuntungan saja, akan tetapi mengalami kegagalan bisnis seperti kekurangan, kesalahan, modal dan lain-lain.

Adapun ayat-ayat yang berkaitan dengan bisnis apabila dilihat dari segi umum diantaranya: surat al- Baqarah ayat 16, surat at-taubah ayat 24, surat Fatir ayat 29, surat al-saf ayat 10-11, dan surat al-jumu'ah ayat 11. Sedangkan dilihat dari segi khusus dalam qur'an surat al baqarah ayat 282, surat an-nisa ayat 29, surat an-nur ayat 37. (Fauzia, 2013, hal. 3-11)

Strategi pemasaran adalah salah satu yang rencana yang bertujuan untuk memberikan pengaruh besar, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atas dasar riset pasar, penilaian, promosi, perencanaan produk, perencanaan penjualan serta distribusi.

Sistem yang digunakan untuk mencapai tujuan perlu diperlukan taktik Pemasaran, meliputi

- a. Diferensiasi. Proses yang mampu untuk menjadi pembeda yang lebih menarik terhadap suatu sasaran tertentu. Pembedaan ini dilakukan baik terhadap produk kompetitor maupun produk lain dari produsen produk itu sendiri.
- b. *Marketing mix*. Serangkaian alat pemasaran yang digunakan dalam perusahaan untuk mencapai tujuan target pemasaran, hal ini biasanya dikenal dengan 4P (*product, price, promotion and place*).
- c. *Selling*. Salah satu aktivitas yang menjual produk atau jasa. Dalam proses penjualan, penjual barang/ jasa memberikan kepemilikan suatu komoditas kepada pembeli yang bertujuan untuk mendapatkan harga tertentu. Penjualan ini juga dapat dilakukan dengan metode penjualan langsung atau agen penjualan.

2. Pedagang Tanaman Hias

Perdagangan adalah bentuk transaksi atas kehendak sukarela dari kedua belah pihak, antara penjual dan pembeli. Perdagangan ini juga dapat memberikan keuntungan kepada kedua belah pihak. Di dalam al-Qur'an perdagangan dapat dibagi menjadi 3 bentuk, diantaranya ialah *jarah* (perdagangan), *yira'* (membeli), *bay'* (menjual) dan masih banyak istilah lain dalam ekonomi Islam. (Siti Nur Azizaturrahmah, 2014, hal. 280).

Tanaman hias ialah tanaman yang ditanam di dalam maupun di luar ruangan guna menciptakan kesan yang indah serta mempunyai daya tarik pada setiap objek dan memiliki berbagai macam jenis tanaman hias yang berbentuk unik maupun tanaman hias yang berbunga. Bentuk dari tanaman hias juga beraneka ragam dan mempunyai daya tarik tersendiri sehingga tanaman hias

layak untuk dikoleksi. Manfaat adanya tanaman hias ialah dapat mengurangi debu, meningkatkan tingkat kelembaban suhu udara dan menjauhkan kita dari semua penyakit lebih khususnya penyakit pernapasan dan stress. Tanaman hias ini juga dapat dipakai sebagai hiasan, bahkan tanaman hias sering dijumpai di ruang bekerja guna menambah suasana yang lebih nyaman selama bekerja (Supiani, 2020, hal. 2).

Pada tahun 80an, tanaman hias sudah menjadi tren sebagai hiasan rumah kantor, perhotelan serta restoran. Pada awalnya, mereka hanya menyewa tanaman hias pada perusahaan yang mempunyai sistem sewa menyewa tanaman hias. Semakin hari, tanaman hias sudah menjadi suatu hobi, sehingga dapat menciptakan para pekebun yang banyak dan banyak jenis tanaman yang baru. Akan tetapi, adanya jumlah tanaman hias dapat diikuti oleh tren tanaman hias. Bukan hanya di luar negeri saja tanaman hias menjadi tren, di Indonesia pun mengikuti tren tanaman hias. (Wiryanta, 2007, hal. 1).

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen Pemasaran pedagang tanaman hias di Rempoah?
2. Bagaimana analisis ekonomi islam terhadap manajemen pemasaran pedagang tanaman hias di Rempoah?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan merupakan hasil peneliti dalam melakukan penelitian sebagai jawaban atas permasalahan yang menjadi pertanyaan. Tujuan dari penelitian ini diantaranya:

- a. Untuk mengetahui manajemen Pemasaran pedagang tanaman hias di Rempoah
- b. Untuk mengetahui analisis ekonomi islam terhadap manajemen pemasaran pedagang tanaman hias di Rempoah

2. Manfaat Penelitian

Nilai dari suatu penelitian dapat ditentukan oleh besarnya manfaat yang diambil dari penelitian tersebut. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pemikiran terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai pertimbangan sekaligus rujukan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi ilmu pengetahuan

Hasil penelitian ini dapat diharapkan memberikan sumbangasih terhadap ilmu pengetahuan.

2) Bagi penulis

Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan memperluas ilmu pengetahuan serta sebagai media belajar untuk dapat mengidentifikasi dan memecahkan permasalahan secara ilmiah dan menerapkan pengalaman juga ilmu yang telah didapat dibangku perkuliahan dalam praktek, khususnya terhadap masalah penelitian tersebut.

3) Bagi Akademisi

Dapat memberikan informasi yang berguna terhadap dunia ilmu pendidikan, khususnya terhadap dunia ilmu pendidikan di bidang pemasaran, selain itu juga dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

E. Kajian Pustaka

Tinjauan Pustaka merupakan suatu kegiatan yang mendalami, menelaah, mencermati serta mengidentifikasi adanya pengetahuan untuk memhamai apa yang ada dan yang belum ada.

Dalam penulisan skripsi peneliti telah mengambil dari beberapa referensi dari jurnal, buku, skripsi maupun yang lainnya. Dengan demikian, penulis bisa

mendapatkan informasi yang baik dan lebih dalam serta terperinci mengenai topik penelitian yang telah dikaji.

Sebelum peneliti membahas yang lebih lanjut mengenai mengenai strategi bisnis pedagang tanaman hias dalam prespektif ekonomi syariah, peneliti menelusuri beberapa penelitian terlebih dahulu. Berikut ini hasil dari penelitian sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

Pertama, penelitian dari Andi Triyawan dan Amin Fitria (2019) dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Moeslem Square Ngawi”. Hasil penelitiannya adalah telah terbukti seperti karyawan diwajibkan menggunakan pakaian muslim, sholat 5 waktu, mengedapankan akhlak terpuji, dan mempererat silaturahmi. Untuk memudahkan para pembeli, toko tersebut memberikan pelayanan yang sangat baik, dan tidak lupa untuk bersedekah.

Kedua, penelitian dari Jurnal Al-Iqtishadiyah milik Devi Nindya Nur Anugerahi & Sri Eka Astuningsih dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata pada Masa Pandemi Covid-19 di Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung.” Hasil penelitiannya adalah: Strategi yang dilakukan belum dilakukan secara maksimal karena belum ada tindakan yang lebih khusus dalam langkah preventif untuk menghadapi pandemi Covid-19. Sehingga hal ini dapat menyebabkan belum adanya pemasukan. Sedangkan untuk kendala yang dihadapi adalah minimnya kreatifitas dan inovasi dari sumber daya manusia dan upaya yang dilakukan pemilik yaitu memberikan pelatihan kepada masyarakat terkait pengolahan makanan dari bahan dasar buah belimbing. Sedangkan untuk strategi yang dilakukan seperti memasarkan produk dari sistem online, lebih mengutamakan kualitas produk, dan melakukan kerja sama antar pemerintah.

Ketiga, penelitian dari jurnal JDEB milik Nofrizal (2020) dengan judul “Analisis Strategi Bertahan Pengrajin Rotan Kota Pekanbaru”. Hasil Penelitiannya adalah: stratei yang membuat bertahan hngga saat ini adalah kesesuain harga serta reputasi yang mempunyai nilai rata-rata 4(empat), sedangkan untuk indikator-indikator yang masih lemah adalah promosi, kualitas pendidikan, perkembangan inflasi, progra, CSR dan program pembinaan UKM dengan nilai rata-rat 2(dua).

Keempat, penelitian dari jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis milik Tiara Sartika Andryana, Heny K. Daryanto dan Agus Maulana (2019) dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Tanaman Hias PT Monfori Nusantara dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas.” Hasil penelitiannya adalah analisis SWOT memberikan kekuatan dalam proposisi nilai, segmen pelanggan. Sedangkan kelemahan segmen pelanggan ialah belum dapat mengoptimalkan pemasaran dari domestik.

Kelima, penelitian dari jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa milik Riski Eko Ardianto, Listin Indriyani Achmad dan Ria Kurniawati (2021) dengan judul “Analisis Strategi Marketing Layanan Payroll (Studi Kasus Bank BNI Syariah KCP Jababeka-Cikarang.” Hasil penelitiannya adalah: strategi yang dilakukan oleh KCP Jababeka ini ialah menggunakan 7P: Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, dan bukti fisik. Sedangkan konsep sistem yang dipakai ialah menggunakan sistem BNI Direct. Sedangkan untuk hambatannya ialah: kurangnya karyawan bank, kurangnya promosi dan penyuluhan secara langsung kepada para masyarakat.

Tabel 1.3
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	(Andi Triyawan dan Amin Fitria, 2019). (Andi Triyawan, 2019)	Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Moeslem Square Ngawi.	Sama sama menganalisis tentang strategi bisnis.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu pada objek penelitian. Pada penelitian Andi Amri menggunakan objek UMKM Moeslem Square Ngawi. Sedangkan penelitian pada objek ini ialah pedagang tanaman

				hias dari prespektif ekonomi syariah.
2.	(Devi Nindya & Sri, 2021)	Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata pada Masa Pandemi Covid-19 di Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung.	Sama sama menganalisis tentang strategi.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu pada objek penelitian. Pada penelitian tersebut menggunakan objek strategi pengembangan pariwisata pada masa pandemi Covid-19 di Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung. Sedangkan penulis meneliti objek pedagang tanaman hias dalam perpektif ekonomi syariah.
3.	(Nofrizal, 2020). (Nofrizal, 2020)	Analisis Strategi Bertahan Pengrajin Rotan Kota Pekanbaru	Sama sama menganalisis tentang strategi.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu pada objek penelitian. Pada penelitian tersebut menggunakan

				<p>objek Pengrajin Rotan Kota Pekanbaru. Sedangkan penelitian pada objek ini ialah pedagang tanaman hias dari prespektif ekonomi syariah..</p>
4.	(Tiara, Heny, & Agus, 2019)	<p>Startegi Pengembangan Bisnis Tanaman Hias PT Monfori Nusantara dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas.</p>	<p>Sama sama meneliti tentang strategi bisnis tanaman hias.</p>	<p>Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu pada objek penelitian. Pada penelitian tersebut menggunakan objek PT Monfori Nusantara dengan Pendekatan Model Binsi Kanvas. Sedangkan penelitian pada objek ini ialah pedagang tanaman hias dari prespektif ekonomi syariah..</p>
5.	(Riski, Listin, & Ria, 2021)	<p>Analisis Strategi Marketing Layanan Payrol (Studi Kasus</p>	<p>Sama sama menganalisis tentang strategi.</p>	<p>Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu pada objek</p>

		Bank BNI Syariah KCP Jababeka- Cikarang)	penelitian. Pada penelitian Riski Eko Ardianto, dkk menggunakan objek marketing layanan payroal. Sedangkan penelitian pada objek ini ialah pedagang tanaman hias dari prespektif ekonomi islam.
--	--	--	--

F. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan laporan penelitian ini merupakan gambaran sistematis pembahasan guna memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian dan memahami isi yang terkandung. Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 3 (tiga) bagian, yaitu sebagai berikut:

Bagian Pertama, berisi halaman sampul, halaman keaslian, halaman pengesahan, halaman nota pembimbing, abstrak, kata pengantar, pedoman transliterasi, daftar isi, daftar table dan gambar. *Bagian Kedua*, merupakan bagian isi pembahasan pokok skripsi yang terdiri dari 5 (lima) bab pembahasan, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN. Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA. Pada bab ini berisikan kajian pustaka yang terdiri dari kajian penelitian terdahulu dan kajian teoritis yang membahas tentang teori-teori yang akan digunakan sebagai acuan dalam membahas hasil penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN. Pada bab ini berisikan tentang metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, lokasi penelitian, objek dan subjek penelitian, metode pengumpulan data, sumber data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN. Pada bab ini yang berisikan tentang bagaimana strategi bisnis pedagang tanaman hias dari prespektif Ekonomi Syariah..

BAB V PENUTUP, dalam bab ini akan disajikan kesimpulan dan saran yang merupakan rangkaian dari keseluruhan hasil penelitian secara singkat.

Bagian ketiga skripsi ini, di dalamnya akan disertakan daftar pustaka lampiran-lampiran yang mendukung dan daftar riwayat hidup



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Marketing dalam Bisnis

Strategi berasal dari bahasa Yunani “strategos” yang mempunyai 2 kata *stratos* dan *ag* yang berarti “militer” dan “memimpin” yang berarti generalship atau sesuatu yang dilakukan oleh jenderal atau pemimpin untuk memenangkan perang. (Arraniri, 2014, hal. 1)

Menurut Kenneth R. Adreus yang dikutip oleh Devi Nindya N.A dan Eka Astuningsih (2021) Strategi adalah suatu proses yang dapat mengevaluasi baik kekuatan maupun kelemahan sehingga hal ini dapat dibandingkan dengan peluang dan ancaman untuk memutuskan strategi yang ada untuk menyesuaikan kemampuan.

Menurut Hamel dan Prahalad, strategi adalah tindakan seseorang yang bersifat terus menerus yang dapat dilakukan sesuai sudut pandang tentang segala apa yang diharapkan oleh para konsumen di masa depan. (Devi Nindya Nur Anugraheni, 2021, hal. 81)

Clausewitz (2013) mengatakan bahwasanya strategi adalah salah satu seni yang digunakan dalam pertempuran agar dapat memenangkan perang. Strategi adalah suatu rencana secara jangka panjang untuk mencapai tujuan yang terdiri dari aktivitas yang penting. (Yunus, 2016, hal. 11)

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan barang maupun jasa yang dilakukan untuk kelangsungan hidup usahanya. Pemasaran juga bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk kepada konsumen atau pelanggan. Dalam islam, pemasaran adalah strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan produk.

Bisnis berasal dari kata *busy* dan *business* yang berarti sibuk dan kesibukan. Sedangkan secara umum, bisnis adalah suatu hal yang tidak terlepas dari kreativitas seperti produksi, pembelian, penjualan, pertukaran barang dan jasa yang mampu melibatkan orang maupun perusahaan.

Dalam artian sempit, bisnis adalah salah satu usaha yang dapat memenuhi kebutuhan manusia, organisasi, maupun masyarakat luas. Sebagai pelaku bisnis pasti selalu melihat kebutuhan masyarakat dan mampu melayani dengan cara yang baik, sehingga pembeli merasakan kepuasan atas pelayanan tersebut. Dari kepuasan pembeli itulah yang akan memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis agar dapat mengembangkan bisnisnya menjadi luas.

Griffin dan Ebert (2007:4), menjelaskan bisnis adalah suatu organisasi yang mampu menyediakan baik barang maupun jasa untuk dijual agar mendapatkan laba.

Sukirno (2010:20), menjelaskan bisnis adalah salah satu kegiatan yang mendatangkan keuntungan. Pasti setiap orang atau kelompok dalam hal melakukan kegiatan bisnis yaitu untuk memperoleh keuntungan agar kebutuhan hidup dapat terpenuhi. Tidak ada pelaku bisnis yang mempunyai bisnis untuk mencari kerugian.

Madura (2010:2), menjelaskan bisnis adalah suatu badan yang mampu menghasilkan produk pada barang maupun jasa kepada pelanggan.

Dari pengertian bisnis menurut para ahli maka dapat disimpulkan bisnis adalah seluruh rangkaian kegiatan dalam menjalankan investasi terhadap sumber daya yang ada dengan melakukan pekerjaan yang terbaik dengan cara individu maupun kelompok, sehingga dapat terpenuhi kebutuhan sehari-hari, meningkatkan taraf hidup dan dapat menciptakan barang, jasa atau mendapatkan laba (keuntungan yang sebesar-besarnya)

Tujuan utama dalam melakukan bisnis, yaitu

1. Memperoleh pengakuan/ penghargaan.
2. Kesempatan untuk menjadi bos bagi diri sendiri.
3. Menggali gaji untuk diri sendiri.
4. Mengatur waktu bagi diri sendiri.
5. Masa depan yang lebih cerah.

Tujuan bisnis apabila ditinjau dari motivasi pelaku bisnis, yaitu:

1. Dapat dijadikan sebagai mata pencaharian.
2. Dapat memakmurkan keluarga.
3. Mempunyai relasi/ wawasan yang lebih luas.
4. Sebagai penerus usaha keluarga.

5. Mencoba hal-hal baru.
6. Dapat memanfaatkan waktu luang.
7. Mempunyai usaha sendiri serta tidak bekerja pada perusahaan orang lain.

Jeff Madura (2007) menunjukkan dengan skema terkait pihak-pihak yang berkepentingan dalam suatu bisnis, diantaranya yaitu: pemilik, kreditor, karyawan, pemasok, dan pelanggan.

1. Pemilik (*owner/employer*)

Para usahawan yang mempunyai arti penting karena dapat menciptakan produk baru/ memperbaiki, serta menciptakan suatu ide yang mengenai terkait produk atau jasa.

2. Kreditor (*creditor*)

Salah satu pihak yang memberikan pinjaman terkait pendanaan kepada perusahaan yang berupa keuangan maupun individu.

3. Karyawan (*employee*)

Guna mencapai tujuan di dalam perusahaan, maka dibutuhkannya peran karyawan. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan imbalan atas jasa mereka pada perusahaan. Bentuk imbalan dapat berupa bentuk finansial (gaji, bonus, dan lain-lain), atau non finansial (fasilitas kendaraan, rumah, tiket liburan dan lain lain).

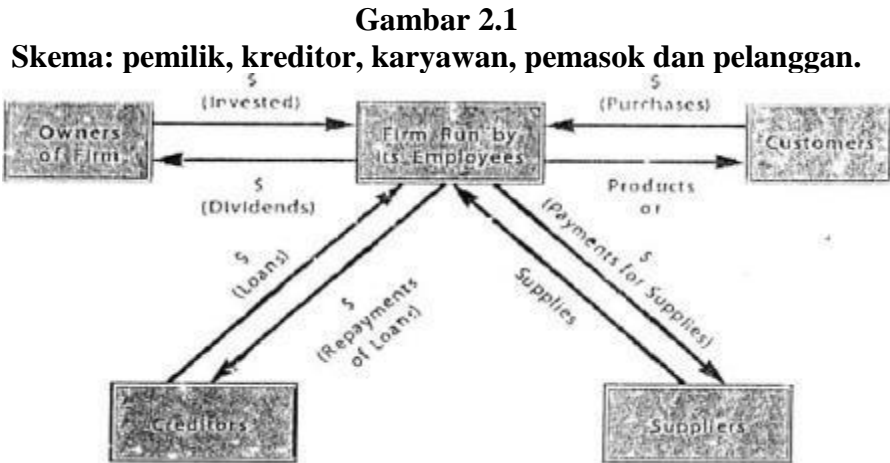
4. Pemasok (*supplier*)

Pemasok mempunyai peranan yang penting bagi perusahaan. Bagi perusahaan manufaktur, ketersediaan pada bahan baku inilah yang akan dapat memperlancar proses produksi, begitu juga sebaliknya.

5. Pelanggan (*customer*)

Perusahaan tidak akan bertahan hidup apabila tanpa adanya pelanggan. Dengan sikap pelanggan inilah yang akan menjaga kelangsungan bisnis pada perusahaan. Untuk menarik para konsumen, perusahaan harus menyediakan produk atau jasa yang berkualitas serta terjangkau sehingga para konsumen mempunyai kepuasan tersendiri.

Berikut ini merupakan skema yang menjelaskan bagaimana dana diperoleh dan sebagainya:



Sumber: <https://learniseasy.com/pengertian-bisnis-tujuan-dan-jenis-jenis-bisnis/>

Skema ini lah yang dapat menunjukkan bahwa manajer yang dapat memutuskan bagaimana dana yang diperoleh pemilik, kreditor maupun penjualan ke pelanggan. Dana yang mereka peroleh yaitu untuk menggaji karyawan, membayar supplier serta dapat membeli bahan baku, dan membayar para kreditor. Dengan uang yang tersisa dinamakan dengan laba. Sebagian laba akan ditahan untuk diinvestasikan kembali oleh perusahaan. Sedangkan sisa laba akan dipakai untuk dibagikan kepada pemegang saham atau dividen. (Dian & Anis, 2020, hal. 2-8)

Dengan hal tersebut dapat dipahami bahwasanya bagi pelaku bisnis besar maupun kecil baik yang memproduksi barang maupun jasa, pasti akan melakukan suatu aktivitas serta fungsi yang sama. Terdapat enam aktivitas yang digarap oleh entitas bisnis, seperti:

1. Dapat memproduksi atau menciptakan barang maupun jasa,
2. Dapat melakukan pemasaran produk terhadap konsumen,
3. Dapat mempertanggungjawabkan transaksi keuangan,
4. Dapat merekrut, mempekerjakan serta melatih dan mengevaluasi para karyawan,
5. Dapat mengelola dana,

6. Serta dapat memproses informasi yang didapatkan.

Selain aktivitas, pelaku bisnis juga menjalankan fungsi yang relatif sama, seperti:

1. Dapat merencanakan tujuan yang ingin dicapai,
2. Dapat mengorganisasi sumber daya yang ada,
3. Dapat mempekerjakan karyawan untuk bisa mengoperasikan bisnis,
4. Dapat melatih para karyawan untuk menjalankan bisnis,
5. Serta dapat memantau kemajuan yang dicapai.

M.E Porter mengemukakan bahwasanya di dalam dunia bersaing atau strategi berbisnis terdapat 2 strategi yang sering disebut sebagai strategi bersaing generik, yaitu: strategi biaya rendah (*the cost of leader ship*) dan diferensiasi (*differentiation*) (Novianto, 2019, hal. 50)

Strategi biaya rendah adalah suatu rangkaian yang dapat memproduksi serta menawarkan barang atau jasa dengan tawaran harga yang rendah terhadap para pesaing dengan ciri-ciri dapat diterima oleh pelanggan. Ketika perusahaan menawarkan suatu produk dengan kualitas yang standar, sedangkan untuk biaya jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan biaya industri itu sendiri. Apabila terdapat perusahaan yang mengambil strategi ini yaitu untuk menetapkan harga rendah atau mengambil margin yang lebih besar. Seperti halnya ketika perusahaan mampu membuat produk dengan biaya yang lebih rendah kemudian menjualnya dengan harga yang dapat memberikan laba yang lebih besar. (Merliana, 2016)

Penggunaan strategi ini akan berjalan dengan aktif apabila:

1. Konsumen mempunyai sifat yang sensitif pada harga. Hal ini akan menjadi faktor terbesar dalam keputusan pembelian.
2. Produk yang ditawarkan mempunyai faktor yang sama atau hampir mirip kegunaannya. Seperti halnya konsumen ingin membeli suatu barang, tapi karena tidak tersedia, akhirnya produsen menawarkan produk yang mempunyai faktor yang sama dan kegunaannya hampir mirip
3. Murah biaya perpindahan. Biaya yang dikeluarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk berpindah dari satu pemasok ke pemasok yang lain.

4. Mempunyai pasar yang luas sehingga pada proses pemasaran akan berjalan dengan efektif.
5. Kosumen mempunyai posisi tawar yang tinggi. Daya tawar pembeli tinggi apabila jumlah produk pengganti banyak stok, namu hanya edikit pembelinya (Sulistiani)

Sedangkan strategi diferensiasi adalah strategi yang berusaha untuk memperoleh nilai yang unik sehingga hal ini dapat mempunyai harga yang yang tinggi. Perusahaan yang mampu mencapai dan mempertahankan strategi ini akan menjadi perusahaan yang berkinerja tinggi. Secara logika strategi diferensiasi ini memiliki atribut yang berbeda dengan atribut perusahaan lain.

Strategi diferensiasi ini juga mampu menetapkan harga yang tinggi untuk produk yang ia jual dengan memperoleh loyalitas kepada pelanggan karena konsumen sudah begitu terikat dengan fitur yang ada di strategi tersebut. Fitur yang mampu membedakan suatu produk dengan produk perusahaan yang lain seperti pelayanan yang sangat unggul, teknis dan kinerja produk. (Muiz, 2018, hal. 30).

Penggunaan strategi diferensiasi ini merupakan strategi yang mempunyai keuntungan di atas rata-rata, dikarenakan strategi ini mampu menciptakan posisi yang aman meskipun dengan cara yang berbeda seperti biaya bukanlah target utama. Diferensiasi ini terkadang mampu menghambat untuk memperoleh pasar yang tinggi, karena dengan tidak semua pelanggan mampu untuk membayar dengan harga yang tinggi. (Muiz, 2018, hal. 32)

Menurut Arief, Rahayu dan Thoyib (2002) ada beberapa sumber diferensiasi:

1. Diferensiasi produk. Produk fisik inilah yang mampu untuk menjadi pembeda produk berdasarkan keistimewaan, daya tahan, kualitas kinerja, keandalan, mudah diperbaiki, gaya dan rancangan.
2. Diferensiasi pelayanan. Pembeda dengan perusahaan yang lain yaitu kemudahan dalam pemesanan, pengiriman, pemasangan, pemeliharaan dan perbaikan.
3. Diferensiasi personel. Karakteristik ini yang mampu menunjukkan peronel yang terlatih, contohnya: kemampuan personel, kesopanan, kredibilitas,

mampu untuk diandalkan, cepat tanggap serta komunikasi yang lancar. (Sulistiani, hal. 6-7)

Kedua jenis strategi ini atas dasar pemikiran bahwasanya perusahaan mampu dalam melayani target yang strateginya sempit ketimbang pesaingnya yang lebih luas. Sebagai akibatnya, perusahaan dapat mencapai strategi diferensiasi karena merasa mampu dalam memenuhi target tertentu atau mampu mencapai biaya yang lebih rendah dalam melayani target bahkan mampu dalam mencapai kedua duanya. (Muiz, 2018, hal. 32)

Setiap perusahaan pasti membutuhkan strategi agar usaha dapat berkembang dengan baik. Sementara itu, strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Salah satu strateginya yaitu pemasaran. Menurut Philip Kotler, dalam upaya untuk mencapai target pemasaran memerlukan adanya aspek-aspek dalam pemasaran atau disebut dengan *marketing mix* yang dikenal dengan empat bauran: produk, harga, promosi, dan tempat. Keempat bauran ini merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan..

1. *Product* (produk)

Produk adalah segala sesuatu yang mampu untuk ditawarkan di pasar serta mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen tidak hanya mengacu pada bentuk fisik seperti produk melainkan pelayanan yang diberikan oleh produsen. Oleh karena itu, untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan perlu adanya pengadaan usaha seperti penyempurnaan dan perubahan produk yang dihasilkan agar lebih baik, sehingga hal ini mampu untuk memberikan daya guna dan daya tarik yang lebih besar. Strategi dalam hal ini yaitu mampu untuk menetapkan cara atau penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, oleh karena itu hal ini mampu untuk memuaskan konsumen, meningkatkan keuntungan dalam jangka yang panjang.

Keputusan tentang produk mencakup penentuan dalam bentuk penawaran harga bagi produk berupa barang, merek yang ditawarkan serta fitur yang ditawarkan di dalam produk yang menyangkut pengemasan produk,

penataan dan servis yang diberikan dalam memberikan produk. Keputusan dalam hal pemilihan produk merupakan langkah awal yang harus ditentukan perusahaan agar terus berkembang.

2. *Price* (harga)

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli serta menikmati barang/ jasa yang ditawarkan. Penentuan harga sangat diperlukan mengingat harga menjadi salah satu penyebab laku atau tidaknya produk barang/ jasa yang ditawarkan. Apabila salah dalam menentukan harga maka hal ini akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya barang tersebut.

Penentuan harga yang ditawarkan harus sesuai dengan tujuan perusahaan. Tujuan penentuan harga secara umum, sebagai berikut:

a. Untuk bertahan hidup

Pada dasarnya untuk bertahan hidup untuk menentukan harga dilakukan dengan semurah mungkin. Tujuannya yaitu agar produk/ jasa yang ditawarkan laku di pasaran dan mendapatkan keuntungan.

b. Untuk memaksimalkan laba

Penentuan harga dilakukan agar penjualannya dapat meningkat sehingga laba menjadi maksimal, biasanya hal tersebut dilakukan dengan harga yang murah atau dengan harga tinggi.

c. Untuk memperbesar *market share*

Mampu memperluas serta memperbesar jumlah pelanggan. Oleh karena itu, dengan harga yang murah mampu untuk meningkatkan jumlah pelanggan dari produk yang ditawarkan.

d. Mutu produk

Mampu untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang dihasilkan mempunyai kualitas yang tinggi. Biasanya dengan harga yang tinggi masih beranggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dibanding harga pesaing.

3. *Place* (tempat)

Pemilihan lokasi untuk mendapatkan lokasi yang memberikan dampak positifnya dan menghindari kemungkinan adanya dampak negatif. Untuk keputusan lokasi lokasi yang digunakan adalah strategi untuk meminimalkan biaya, sedangkan untuk strategi yang terfokus pada perdagangan baik barang maupun jasa yaitu pada pasar sasaran.

Secara umum tujuan dari strategi pemilihan lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan yang diperoleh dan mampu untuk meminimalisir biaya yang timbul dari kegiatan setiap usahanya. Sedangkan untuk pemilihan lokasi yang salah juga akan mempengaruhi kemaksimalan keuntungan. Kesalahan hal seperti ini tanpa mempertimbangkan pemilihan lokasi akan menghadapi beberapa masalah seperti: masalah tenaga kerja, biaya produksi dan pasar sasaran. Secara umum, Hani Handoko menyebutkan beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi perusahaan, yaitu sebagai berikut:

a. Lingkungan masyarakat

Kesediaan masyarakat disuatu daerah menerima segala konsekuensi baik positif maupun negatif. Perusahaan juga mampu untuk memperhatikan nilai nilai lingkungan di mana perusahaan akan beralokasi karena dengan adanya perusahaan ini sering memproduksi air, zat limbah seperti padat, air maupun udara. Di lain pihak, masyarakat membutuhkan industri karena menyediakan lapangan pekerjaan serta uang yang dibawa industri ke masyarakat.

b. Kedekatan dengan pasar

Dekat dengan pasar mampu untuk memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggan serta sering mengurangi biaya distribusi. Perusahaan besar dengan jangkauan yang pasar yang luas, bisa mendirikan pabrik-pabriknya dibanyak tempat.

c. Tenaga kerja

Dimanapun lokasi perusahaan pasti membutuhkan tenaga kerja, karena hal ini cukup mendasar bagi banyak perusahaan seperti kebiasaan dan sikap calon pekerja lebih penting dari keterampilan dan pendidikan. Karena jarang pada perusahaan yang dapat menemukan tenaga kerja baru yang telah siap pakai untuk pekerjaan yang bervariasi dan mempunyai sosialisasi yang tinggi, sehingga perusahaan harus menyelenggarakan programlatihan khusus bagai para pekerja yang baru. Orang-orang dari suatu daerah mampu menjadi tenaga kerja yang lebih baik dibanding dari daerah lain, seperti tingkat absensi dan semangat kerja yang berbeda. Disamping itu, pada penarikan tenaga kerja, dari kuantitas maupun jarak, tingkat upah yang berlaku serta persaingan antar perusahaan dalam merebutkan tenaga kerja yang mempunyai kualitas yang tinggi.

d. Sumber daya alam

Perusahaan seperti pabrik kertas, baja, gula, tenun dan lain sebagainya pasti membutuhkan air dalam kuantitas besar. Selain itu hampir setiap industri pasti memerlukan tenaga yang dibangkitkan dari aliran seperti: listrik, diesel, air, angin dan yang lain sebagainya. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan sumber daya dan sumber daya yang lainnya dengan murah dan mencukupi.

4. *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan salah satu hal yang penting untuk membuka pangsa pasar yang baru dan memperluas jaringan pemasaran. Dengan adanya strategi ini yaitu berusaha untuk mempengaruhi atau membujuk serta mengingatkan pasar sasaran atas dasar produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan.

Dalam pemasaran yang modern, produsen bukan hanya memproduksi barang yang menarik. Tapi, mereka harus mempunyai komunikasi yang baik dengan konsumennya dengan harapan menjadi pelanggan yang tetap. Seperti halnya dengan unsur bauran pemasaran yang lain, promosi juga mempunyai

kombinasi yang dikemukakan oleh Kamsir pada buku yang berjudul kewirausahaan, sebagai berikut:

a. Periklanan

Periklanan merupakan bentuk presentasi dalam promosi non pribadi baik tentang ide, barang maupun jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu.

b. *Personal selling*

Personal selling merupakan presentasi pada percakapan pada lisan kepada calon pembeli yang bertujuan untuk menciptakan penjualan.

c. Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan kegiatan pemasaran yang mendorong pembelian barang oleh konsumen. Kegiatan promosi penjualan diantaranya yaitu pameran.

Kegiatan promosi yang dilakukan dalam rangka menunjang pada keberhasilan kegiatan pemasaran melalui penyusunan rencana, maka perusahaan haruslah mampu untuk menetapkan serta menjalankan strategi promosi dengan tepat. (Dewi & Wahdi, 2020, hal. 80-96).

B. Strategi Berdagang dalam Ekonomi Islam

Dalam artikel Dompot Dhuafa yang berjudul 5 cara berdagang sukses dan berkah seperti Rasulullah SAW dijelaskan ada 5 cara Nabi Muhammad berdagang yang patut ditiru agar bisnis semakin berkah dan sukses (Sasya, 2021):

1. Jujur

Nabi berdagang bukan hanya sekedar mencari nafkah, akan tetapi beliau mencari relasi guna membangun reputasi untuk mempercayakan dananya agar para investor datang kepadanya, salah satu investornya yaitu istri Nabi yang bersama Khadijah. Ketika Nabi menjadi kepala negara di Madinah, beliau menumpas habis praktik seperti kecurangan, penipuan, riba, judi dan pengambila untung yang berlebihan.

Nilai kejujuran yang menjadi nilai dasar untuk mendukung keberhasilan suatu perusahaan. Kejujuran ini lah yang harus ditujukan kepada

semua pihak, baik itu internal maupun eksternal. Apabila nilai kejujuran ini dapat dipegang oleh perusahaan, maka nilai kepercayaan akan meningkat dari lingkungan perusahaan (Kurniati, 2015, hal. 187)

2. Menjual barang yang mempunyai kualitas bagus

Nabi Muhammad tidak pernah menjual barang yang cacat, apabila beliau menemukan barang yang cacat pasti Nabi Muhammad terus terang mengatakan baik kekurangan maupun kelebihan barang tersebut. seperti yang dijelaskan di dalam hadits riwayat dari Ibnu Majah, Uqbah bin Amir pernah mendengar Rasulullah bersabda “seorang muslim adalah saudara muslim yang lain, tidak halal bagi seorang muslim untuk menjual barang yang ada cacatnya kepada temannya, kecuali jika dia jelaskan” (HR. Ibn Majah)

3. Amanah dan Fatonah

Nabi Muhammad seorang yang cerdas dalam berdagang tanpa menipu dan tetap bisa mengembangkan bisnis dengan skala yang besar. Meskipun beliau dari kalangan yang kurang mampu, beliau tidak menjadikan bisnis sebagai aji mumpung.

Sedangkan untuk mempererat hubungan maka diperlukan juga prinsip keadilan yang dijelaskan di dalam buku Kewirausahaan Indutsri karya Edy Dwi Kurniati bahwasanya perusahaan harus mempunyai sikap keadilan terkait sistem bisnis. Contoh: dapat memberikan upah kepada karyawan sesuai dengan kontribusinya, dan mempunyai pelayanan yang sama terhadap konsumen tanpa memandang bulu (Kurniati, 2015, hal. 187)

4. Tabligh, tidak menyembunyikan fakta barang

Nabi Muhammad menjadi seorang pebisnis yang ulung karena beliau mampu dalam bernegosiasi, komunikasi serta mempunyai reputasi yang baik. Yang sesuai dengan arti Tabligh yang berarti menyampaikan adanya perintah dan larangan, dan beliau selalu bersikap tegas dalam menyampaikan keadaan berdagang tanpa menyembunyikan fakta.

Sebagai seorang wirausaha atau pemilik usaha pasti mempunyai angan-angan dan rasanya semua ingin dilakukan, seperti ekspansi usaha, efisiensi bahkan

ada yang membuat bisnis baru yang dapat mempengaruhi status keuangan. Semakin banyak kita berekspansi maka semakin banyak pula dana yang akan kita keluarkan.

Sebagai seorang yang muslim pasti menginginkan derajat yang tinggi bersama para nabi di akhirat serta mendapatkan keberkahan hidup baik di dunia maupun di akhirat melalui profesinya sebagai pedagang yang jujur, yaitu menjelaskan terkait barangnya yang mempunyai cacat kepada calon pembeli.

Rasulullah SAW, bersabda “pedagang yang mempunyai sifat jujur, dapat dipercaya akan bersama Nabi, Siddiqin dan orang-orang yang mati syahid. “(HR. Tirmidzi)

Rasulullah SAW, juga bersabda “apabila penjual dan pembeli mempunyai sifat yang jujur dalam hal kecacatan pada barang niscaya akad jual beli akan diberkahi. Namun, apabila keduanya berdusta serta menyembunyikan kecacatan pada barang, niscaya akan dihapus nilai keberkahan dari akad jual beli.” (HR. Bukhari dan Muslim)

Jadi, apabila pembeli membeli barang, ternyata barang tersebut mempunyai kecacatan dan pembeli tidak mengetahui sebelumnya dan penjual tidak memberitahu hal tersebut, maka dia berhak memilih di antara dua pilihan. *Pertama*, meneruskan pembelian tanpa adanya kompensasi apapun dari pihak penjual. *Kedua*, mengembalikan barang dan menarik kembali uang yang sudah dibayar. (Jarifin, 2019, hal. 61-63).

Fuad Moch Fachrudin mengemukakan bahwasanya ekonomi dalam bahasa arab atau islam disebut dengan “*iqtishad*” yang diambil dari ayat al Qur’an:

وَلَوْ أَنَّهُمْ أَقَامُوا التَّوْرَةَ وَالْإِنْجِيلَ وَمَا أُنزِلَ إِلَيْهِمْ مِنْ رَبِّهِمْ لَأَكَلُوا مِنْ فَوْقِهِمْ وَمِنْ تَحْتِ أَرْجُلِهِمْ مِنْهُمْ أُمَّةٌ مُقْتَصِدَةٌ
وَكَثِيرٌ مِنْهُمْ سَاءَ مَا يَعْمَلُونَ

Artinya: “Dan sekiranya mereka sungguh-sungguh dalam menjalankan hukum dari kitab Taurat, Injil dan al-Qur’an yang telah diturunkan kepada umatnya dari Tuhannya, niscaya mereka akan mendapat makanan dari atas mereka dan dari bawah kaki mereka” (QS Al Maidah: 66)

Dengan penjelasan ayat tersebut, maksud dari “iqtishad” adalah rezeki yang ada disekitar kita dapat dikerjakan dengan cara berhemat agar dapat menjadi manusia yang baik serta tidak merusak nikmat yang diberikan Allah.

Iqtishad merupakan salah satu bagian yang penting di dalam islam, karena islam dapat memperhatikan, mengatur serta mengelola baik di pertanian, perdagangan, zakat dan yang lain sebagainya. Dengan persoalan tersebut, akan mengadakan keseimbangan dalam hidup, seperti di dalam perjalanan keuangan, pembagian harta pustaka dan yang lain sebagainya.

Di samping itu, terdapat larangan yang menjadikan hal ini sebagai garis pemisah yang diperbolehkan maupun yang tidak diperbolehkan, dan yang haram maupun yang halal seperti mencuri, menipu, memonopoli barang dan yang dapat menghambat perjalanan dalam membangun ekonomi itu sendiri. Dengan demikian, ekonomi islam sangatlah berdasarkan pada kejujuran, budi pekerti yang mempunyai sifat kemanusiaan baik itu soal masyarakat, sosial dan politik (Umar, 2020, hal. 15-16)

Adapun secara istilah, ekonomi islam berasal dari dua kata yaitu ekonomi (*economics, economic dan economy*) dan islam (terjemahan *islamic*). Islam merupakan kata dari bahasa arab yang diambil dari kata salima yang berarti selamat, tunduk, pasrah dan berserah diri. Dengan penjelasan tersebut, islam berarti penyerahan diri kepada sang maha pencipta yaitu Allah SWT. Sebagaimana yang tercantum di dalam firman Allah:

إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ ۗ وَمَا اخْتَلَفَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ إِلَّا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْعِلْمُ بَعِيًّا بَيْنَهُمْ ۗ وَمَنْ يَكْفُرْ بِآيَاتِ اللَّهِ فَإِنَّ اللَّهَ سَرِيعُ الْحِسَابِ

Artinya: “sesungguhnya agama yang di ridhai di sisi Allah adalah islam. Tidaklah berselisih orang-orang yang telah diberi kitab kecuali setelah mereka memperoleh ilmu, karena kedengkian di antara mereka. Barang siapa ingkar terhadap ayat-ayat Allah, maka sungguh, Allah sangat cepat perhitungan-Nya”. (QS. Ali- Imran: 19).

Jadi, islam adalah suatu ajaran yang bersifat penyerahan, patuh, tunduk terhadap perintah hukum Tuhan untuk dilaksanakan oleh setiap manusia. Seperti yang di jelaskan oleh Michael Mayer dalam bukunya yang berjudul *Instructions*

Morales et Religieusus, Lere Leson, dalam mendefinisikan islam yaitu :seperangkat kepercayaan serta aturan yang telah dinyatakan pasti untuk membimbing kita dalam segala tindakan kita terhadap Tuhan, orang lain dan diri kita sendiri”.

Pengertian ekonomi islam menurut para ahli atau ekonom Muslim diantaranya ialah:

1. Halide, menjelaskan ekonomi islam adalah kumulan dasar ekonomi yang terkandung di dalam al-Qur'an dan as- Sunnah yang mempunyai hubungan dengan urusan ekonomi.
2. M. Akram Khan yang dikutip Dawam Rahardjo, menjelaskan ekonomi islam adalah ekonomi islam yang mempunyai tujuan untuk menyelidiki dari keberhasilan manusia yang dicapai dengan cara mengorganisasikan sumber-sumber yang ada di bumi atas dasar kerja sama dan berpartisipasi.
3. Muhammad Abdul Mannan, ekonomi islam adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari ekonomi rakyat yang dinilai islam.
4. Hasanuzzaman yang seorang bankir Pakistan, menjelaskan ekonomi islam adalah pengetahuan, penerapan dan tata cara yang berbasis syariah bertujuan dapat mencegah ketidakadilan sehingga mendapatkan sumber daya material yang menciptakan kepuasan manusia dan menjalankan perintah Allah dan masyarakat.

Dari penjelasan ekonomi islam yang beraneka ragam, berdasarkan dari perbedaan, sudut pandang, baik dari segi tujuan, cakupan, dan memandang permasalahan. Secara garis besar, penjelasan ekonomi islam dapat disederhanakan menjadi tiga pengertian, sebagai berikut:

1. Ekonomi islam adalah suatu ilmu pengetahuan yang mengetahui bagaimana cara menggali dan mengimplementasi adanya sumber daya material guna pemenuhan kebutuhan dan kesejahteraan manusia, di mana penggalian serta penggunaan harus sesuai dengan syariat islam.
2. Ekonomi islam adalah salah satu bentuk usaha duniawi yang mempunyai nilai ibadah, seperti amanah (melaksanakan kewajiban Allah dan kewajiban kepada manusia).

3. Ekonomi islam adalah tata aturan yang berkaitan dengan cara berproduksi, distribusi serta konsumsi dalam kerangka mencari *ma'isyah* yang sesuai dengan ajaran islam (al-Qur'an dan Hadits). (Aziz, 2008, hal. 2-4)

Ada tiga prinsip yang dapat menyangkut sistem ekonomi syari'ah menurut islam, diantaranya yaitu;

1. Tauhid, penguasa dan pemilik tunggal hanya Allah SWT.
2. Khilafah, wakil Allah SWT di muka bumi ini yang diberikan anugerah baik potensi spiritual maupun mental serta sumber daya materi yang dapat menyebarkan misi hidupnya.
3. 'Adalah, sumber daya yang berupa amanah harus digunakan untuk merefleksikan tujuan syari'ah seperti: kebutuhan terpenuhi, menghargai sumber pendapatan, distribusi pendapatan, kesejahteraan merata serta stabilitas dan pertumbuhan.

Selain ketiga prinsip tersebut, ada manfaat dalam mengamalkan ekonomi syariah bagi umat islam, yaitu:

1. Mewujudkan integritas seorang muslim yang kaffah agar islamnya tidak persial. Apabila umat islam masih bergelut dengan ekonomi ribawi, maka islamnya tidak kaffah karena islam mengabaikan hal tersebut.
2. Menerapkan serta mengamalkan ekonomi syariah serba syariah, seperti: bank syariah, asuransi syariah, reksadana syariah, pegadaian syariah, keuntungan duniawi dan ukhrawi. Keuntungan duniawi yang dimaksud adalah keuntungan dengan bagi hasil, sedangkan keuntungan ukhrawi seperti terbebas dari riba. Apabila manusia dapat mengamalkan ekonomi syariah ia akan mendapatkan pahala.
3. Praktek dengan unsur syariah yang bernilai dengan ibadah, karena telah mengamalkan syari'at Allah SWT.
4. Mengamalkan ekonomi syariah dengan lembaga bank syariah sehingga hal ini dapat mendukung kemajuan lembaga ekonomi umat islam.
5. Membuka tabungan dengan mengamalkan ekonomi syariah, berarti mendukung peberdayaan ekonomi umat islam sehingga dana yang terkumpul dapat digunakan untuk mengembangkan usaha kaum muslimin.

6. Mendukung gerakan amar ma'ruf nahi munkar merupakan salah satu mengamalkan ekonomi syariah, bank syariah tidak akan membiayai usaha-usaha haram, seperti pabrik minuman keras, usaha perjudian dan yang lainnya. Akan tetapi dana yang terkumpul akan digunakan untuk proyek proyek yang halal. (Kurniawan, 2014, hal. 1-6)

Kehidupan yang sedang terjadi di para masyarakat islam selama ini banyak melakukan pelanggaran atau tidak peduli dengan nilai-nilai ajaran agama islam. Bahwasanya ajaran agama islam melarang adanya *gharar*, *riba*, menipu (*tadlis*), dan lain sebagainya. Hal ini juga banyak dipraktikkan dalam kegiatan ekonomi sehari-hari dan seolah-olah telah terjadi kebenaran. (Mintaroem, 2009)

C. Landasan Teologis

Dalam jurnal Mutawasith yang berjudul Etika Bisnis Islam di Kalangan Pedagang Pasar Manaqib TQN Suryalaya menjelaskan bahwasanya di dalam al-Qur'an telah dibahas tentang bisnis dan jual beli yang dilarang oleh Allah SWT (Jamaludin, hal. 4-5), seperti yang dijelaskan dalam firman Allah:

وَيَقُومُوا أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مَفْسِدِينَ

Artinya: “dan Syu'aib berkata: ”hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan” (QS. Hud:85)

Ayat tersebut menjelaskan bahwasnya dalam berbisnis janganlah membuat kerugian buat orang lain, serta janganlah membuat kerusakan di muka bumi, dan dalma melakukan takaran atau timbangan pun harus adil. Seperti yang diterangkan mengenai riba, Allah SWT berfirman:

فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya: “maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu

bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiayanya dan tidak pula dianiaya” (QS al-Baqarah:279)

Berikut ini merupakan ayat-ayat yang menerangkan jenis-jenis praktek bisnis yang terlarang menurut persepsi al-Qur’an, diantaranya:

1. Riba (QS. Ar- Rum:39, QS. An-Nisa:160-161, QS Ali-Imran:130, QS Al-Baqarah: 275-279).

Islam sudah melarang riba dan memasukkan riba ke salah satu dosa besar. Akan tetapi Allah mampu mengharamkan riba dengan *step by step*, dikarenakan supaya tidak mengagetkan mereka yang telah biasa melakukan dosa besar dengan maksud mampu membimbing manusia untuk mengalihkan kebiasaan mereka yang telah melekat pada kehidupan manusia. Berikut ini merupakan tahapan-tahapan larangan riba dalam Al- Qur’an (Kurniawan, 2014, pp. 44-46)

- a. Tahap pertama

Pada surat ar-Rum ayat 39 telah dijelaskan bahwasanya Allah tidak menyukai orang yang melakukan riba. Sedangkan untuk mendapatkan hidayah dari Allah yaitu dengan cara menjauhkan riba. Allah menolak tanggapan bahwa pinjaman riba yang dianggap mampu menolong manusia dalam hal mendekati diri kepada Allah. Berbeda dengan zakat, Allah akan memberikan berkah-Nya serta melipatgandakan setiap pahala.

- b. Tahap kedua

Pada surat An-Nisa ayat 160-161 riba digambarkan sebagai suatu pekerjaan yang dianggap dzalim serta batil. Allah juga menerangkan tentang balasan bagi umat Yahudi bagi yang melakukan. Pada ayat ini juga telah dijelaskan bahwasanya pelarangan Yahudi sudah ada dalam agama yahudi. Hal ini juga memberikan isyarat akan ada ayat Allah yang diturunkan bagi kaum muslim tentang pengharaman riba.

- c. Tahap ke tiga

Pada surat Ali Imran ayat 130 dijelaskan bahwasanya ALLh tidak melarang riba secara tuntas, namun Allah melarang riba dalam bentuk lipat ganda.

Allah juga memberikan kebijakan bahawa Allah melarang sesuatu yang telah mandarah daging, melekat pada masyarakat.

d. Tahap ke empat

Pada surat al-Baqarah ayat 275-279 juga menjelaskan tentang pelarangan riba dengan tegas, pasti, jelas dan mutlak dalam mengharamkan dari berbagai bentuk serta tidak membedakan besar kecilnya. Allah dan Rasul akan memerangi bagi orang yang melakukan riba .

2. Tadlis atau Penipuan (QS an- Nisa: 29 al-Muthafifin:1-3, QS Ar-Rahman:8-9).

Tadlis adalah menunjukkan barang yang cacat seakan-akan barang tersebut itu utuh dan memiliki kesan yang bagus dan menarik. Tadlis ada 2 macam:

- a. Menyembunyikan kecacatan pada barang
- b. Menghiasi serta memperindah barang sehingga hal ini mampu untuk mendongkrak harga yang awalnya rendah menjadi tinggi.

Sebagai contoh: memperindah rumah yang cacat untuk mengelabui pembeli atau penyewa. Memperindah rumah sehingga tidak muncul kecacatan dan tipuan terhadap pembeli padanya. Setiap penjual muslim wajib melakukan akhlak yang baik serta mampu menerangkan informasi dengan jujur, dengan perlakuan yang jujur maka jual beli akan menimbulkan keberkahan. Sedangkan kebohongan akan menyebabkan hilangnya keberkahan. Walaupun dengan harga murah atas dasar kejujuran maka Allah akan memberikan keberkahan kepadanya. Sebaliknya, apabila ia melakukan jual beli dengan harga yang tinggi atas dasar kebohongan, maka nilai keberkahan akan terhapus dibarengi tidak ada nilai amal kebbaikannya. (Fauzan, 2020, pp. 506-508)

Pada surat an- Nisa ayat 29 dijelaskan bahwasanya Allah melarang manusia muslim untuk memakan harta yang bathil, yaitu usaha yang tidak syar'I seperti riba, judi dan hal lainnya. Karena hal ini mampu menimbulkan penipuan dan merugikan bagi pihak lain. Msegala perbuatan yang mampu untuk mengantarkan seseorang untuk memakan harta secara bathil maka menjadi haram.

Sedangkan pada surat QS Ar-Rahman:8-9 telah dijelaskan bahwasnya Allah memerintah kepada umat manusia untuk merawat serta menjaga keadilan di segala tempat, serta mampu menjaga hak-hak Allah. Allah juga melarang manusia agar ia tidak melakukan sesuatu yang berlebihan lebih khususnya pada hal timbangan. jangan sampai umat muslim menimbang dengan berlebihan entah itu dengan cara menambah atau mengurangi yang berakibat perbuatan dzalim terhadap orang lain. Jadilah manusia muslim yang memiliki sifat yang adil. Karena Allah berfirman yang artinya “dia telah menciptakan keadilan (keseimbangan). Agar kamu jangan merusak keseimbangan (keadilan) itu.”

3. Gharar dan judi (QS AL-Maidah:90-91).

Gharar terjadi apabila ada 2 pihak dalam transaksi baik secara kualitas maupun kuantitas, harga serta waktu penyerahan barang-barang sehingga pihak kedua merasa dirugikan.

Oleh karena itu gharar (ketidakpastian dalam akad) terjadi dalam beberapa praktis, yaitu:

- a. Gharar dalam kualitas. Contoh: jual beli anak sapi yang masih dalam kandungan
- b. Gharar dalam kuantitas. Contoh: kasus ijon.
- c. Gharar dalam harga. Contoh: murabahah rumah 1 tahun dengan margin 20%.
- d. Gharar dalam waktu penyerahan. Contoh: menjual barang yang hilang.

Keempat model tersebut mampu dikatakan gharar karena akadnya yang tidak pasti, serta barang yang tidak pasti diterima pembeli. Padahal, pembeli berekspektasi ketika mendapatkan barang tersebut tidak dalam keadaan cacat, sedangkan penjual bertransaksi dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Kondisi inilah yang akan menimbulkan perselisihan yang biasanya berakhir dengan permusuhan. (Mufid, 2019, p. 161)

Pada surat al-Maidah ayat 90 dijelaskan bahwasnya khamar, judi, berkorban untuk para berhala, serta mengundi nasib dengan anak panah

termasuk perbuatan setan. Oleh karena itu Allah melarang hal tersebut bagi orang-orang yang beriman serta menjauhinya agar mendapat keberkahan baik dunia maupun akhirat.

Dari penjelasan di atas jelaslah bahwasanya sebagai pelaku bisnis harus memahami hal-hal yang harus dihindarkan dalam dunia bisnis baik pedagang, karyawan maupun pengusaha yang lain agar terhindar dari larangan Allah SWT.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Deskriptif adalah salah satu penelitian yang dapat menuturkan atau memecahkan masalah yang ada sekarang berdasarkan data, menginterpretasi maupaun menganalisis (Sopiah, 2012, hal. 22). Dalam penelitian ini penulis akan mendeskripsikan Strategi Bisnis Pedagang Tanaman Hias Dari Perspektif Ekonomi Syariah.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mengambil lokasi di desa Rempoah, kecamatan Baturaden- Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia. Lokasi ini dipilih peneliti dikarenakan cukup data untuk menunjang penelitian seperti halnya tempatnya yang strategis tidak jauh dari tempat tinggal peneliti dan mempunyai potensi yang baik serta untuk mengetahui Strategi Bisnis Pedagang Tanaman Hias Dalam Prespektif Ekonomi Syariah yang mana meskipun pada masa Pandemi Covid 19 para pengusaha tetap bertahan dan berkembang sampai saat ini serta terjadinya peningkatan pendapat setiap bulannya.

Sedangkan dengan waktu penelitian mulai tanggal 12 April 2021 sampai dengan 12 September 2022.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek ialah orang-orang yang terlibat dalam penelitian, adapun subjek dalam penelitian ini adalah pemilik usaha tanaman hias di Desa Rempoah Kecamatan Baturaden Kabupaten Banyumas..

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ialah suatu hal yang menjadi sasaran pada penelitian, yang menjadi objek pada penelitian ini ialah Strategi Pemasaran Bisnis Tanaman

Hias Prespektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pedagang Tanaman Hias di Desa Rempoah Kabupaten Banyumas).

D. Sumber Data

Mengenai sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, dapat diekompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Data Primer

Sumber primer ialah suatu data yang diperoleh secara langsung dari sumber data yang dilakukan oleh penyidik guna tujuan tertentu (Surakhmad, 1994, hal. 134). Sedangkan data primer untuk penelitian ini ialah diperoleh secara langsung oleh pengurus atau pengelola pedagang tanaman hias baik itu pemilik, pengelola maupun karyawan dengan cara teknik penelitian wawancara kepada pihak yang terkait.

2. Data Sekunder

Sumber sekunder ialah suatu data yang dikumpulkan atau diperoleh peneliti dari berbagai macam sumber yang ada. Pada data sekunder ini juga dapat didapatkan dari berbagai sumber seperti halnya jurnal, laporan, buku dan masih banyak lainnya (Siyoto, 2015). Dalam penelitian ini, peneliti bisa mendapatkan data dari riset perpustakaan, buku-buku, jurnal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

E. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas serta karakteristik tertentu yang dapat ditetapkan oleh para peneliti guna dipelajari serta ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Populasi sendiri juga dilakukan oleh sekelompok orang, dari kejadian atau hal-hal yang dapat menarik untuk diteliti dan dapat dibatasi oleh para peneliti itu sendiri (Zulganef, 2013). Dengan adanya hal ini juga dapat didapatkan dengan penelitian yang lebih efektif serta dapat sesuai dengan apa yang peneliti inginkan. Populasi dalam penelitian ini ialah usaha tanaman hias yang berada di desa Rempoah, Baturaden sejumlah 13 pedagang tanaman hias yang memiliki strategi bisnis.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yang berkaitan dengan penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi ialah suatu proses yang melakukannya dengan cara pengamatan atau pencatatan dari pola perilaku baik subyek, objek, ataupun kejadian yang sistematis tanpa adanya pernyataan atau komunikasi per-individu yang diteliti (Suliyanto, 2011). Sedangkan observasi yang digunakan ialah observasi yang dilakukan secara langsung untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dengan melihat kebijakan yang diambil oleh pengelola usaha tanaman hias desa Rempoah serta fungsi sosial yang telah dilakukan.

2. Wawancara

Metode wawancara yaitu pengumpulan data dengan sistem tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan untuk tujuan penelitian. Dalam melakukan wawancara ini, peneliti harus memperhatikan sikap pada waktu datang, sikap duduk, kecerahan wajah, tutur kata, kesabaran serta keseluruhan penampilan, hal ini sangat berpengaruh terhadap isi jawaban responden yang dapat diterima oleh peneliti (Sandu Siyoto, 2015). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan sistem tanya jawab kepada pengelola pengusaha tanaman hias Rempoah Baturaden.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk memperoleh adanya data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang dapat berupa laporan serta keterangan yang mampu mendukung adanya penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang peneliti gunakan ialah dengan penggunaan analisis kualitatif dengan metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan demikian, setelah diperolehnya data yang cukup dengan metode deskriptif kualitatif yaitu mengumpulkan data-data yang diperlukan serta

dapat menggambarkan atau mendeskripsikan fenomena yang disusun menjadi kalimat atau paragraf, kemudian dianalisa untuk mendapatkan kesimpulan

Menganalisis data merupakan salah satu langkah yang dapat dikatakan kritis pada suatu penelitian. Sebagai seorang peneliti harus bisa memastikan pola mana yang harus digunakan. Pemilihan ini tergantung pada penggunaan jenis data apa yang dikumpulkan, (Suryabrata, 1992) diantaranya ialah:

1. Redukasi data

Meredukasi data berarti merangkum data, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan pola serta membuang hal-hal yang tidak perlu. Dengan begitu, suatu data yang direduksi dapat memberikan gambaran yang jelas dan dapat mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data.

Pada saat mereduksi data, peneliti pun dipandu dengan tujuan yang akan dicapai. Tujuan utamanya ialah pada temuan. Apabila peneliti menemukan suatu yang dipandang terlihat asing atau tidak memiliki pola, justru hal inilah yang dapat dijadikan sebagai perhatian dalam mereduksi data.

Dengan reduksi data ini, peneliti akan memilih serta dapat memfokuskan data-data yang pokok dari hasil pengamatan langsung di lapangan yang berkaitan dengan strategi bisnis pedagang tanaman hias kemudian dapat merangkumnya serta dapat mengkategorikan dengan data yang sesuai.

2. Penyajian data (*data display*)

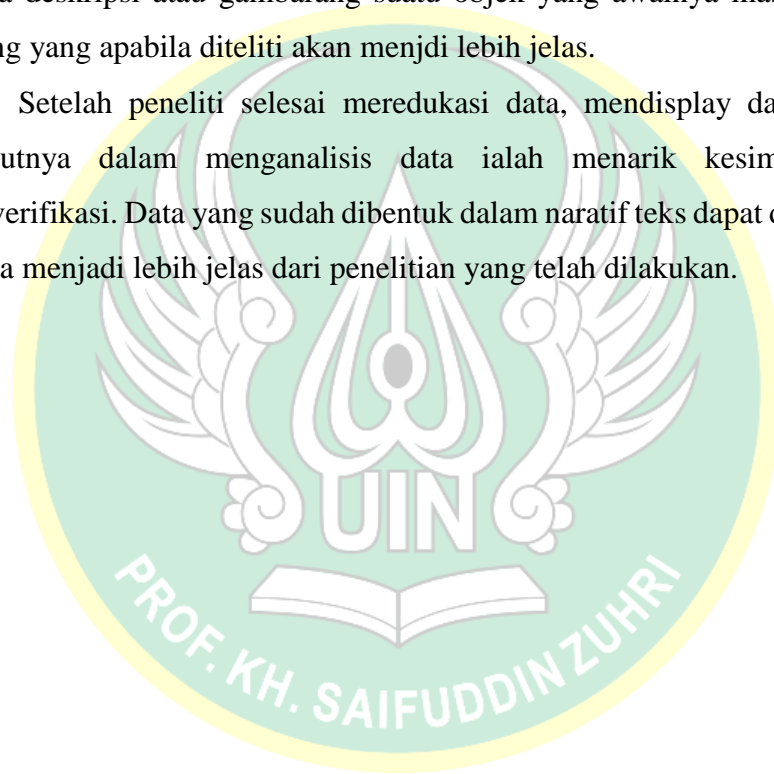
Langkah selanjutnya setelah mereduksi data ialah dengan mendisplay data. Biasanya hal ini dapat dilakukan dalam bentuk bagan, singkat, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Hal ini juga sering digunakan dengan teks yang bersifat naratif. Dengan melakukan penyajian data, maka akan lebih tersusun dalam pola hubungan sehingga lebih mudah untuk memahami apa yang terjadi. Hal ini bertujuan untuk memudahkan peneliti dapat merencanakan serta menyusun langkah selanjutnya.

3. Verifikasi

Langkah terakhir ialah menarik kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan ini dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan dari awal. Tidak semua rumusan masalah dapat terjawab, karena masalah dan rumusan masalah pada penelitian kualitatif ini bersifat sementara dan akan lebih berkembang setelah peneliti berada di lapangan.

Kesimpulan pada penelitian kualitatif yang diharapkan ialah menemukan sesuatu yang baru yang belum pernah ada. Temuan ini dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang awalnya masih remang-remang yang apabila diteliti akan menjadi lebih jelas.

Setelah peneliti selesai mereduksi data, mendisplay data, langkah selanjutnya dalam menganalisis data ialah menarik kesimpulan dan memverifikasi. Data yang sudah dibentuk dalam naratif teks dapat disimpulkan supaya menjadi lebih jelas dari penelitian yang telah dilakukan.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

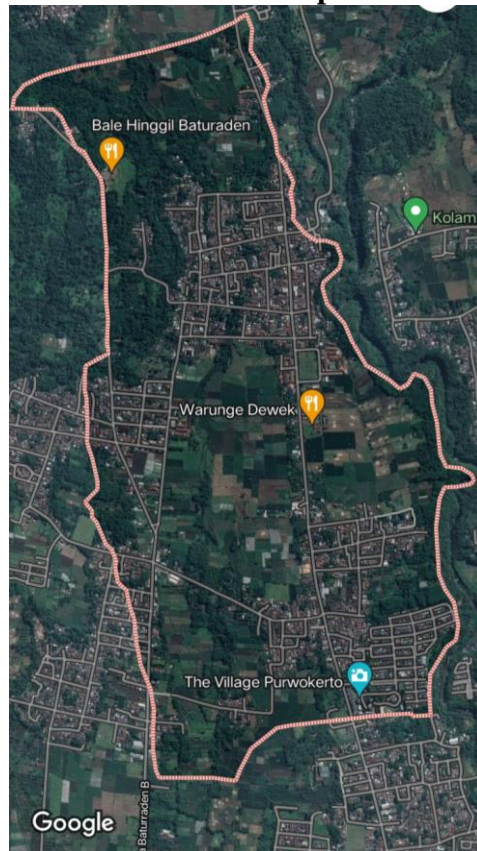
A. Gambaran Umum Pedagang Tanaman Hias di Desa Rempoah, Banyumas

Desa Rempoah merupakan desa yang mempunyai latar belakang yang unik. Awal mulanya, Rempoah dimulai dari cerita tentang petilasan Pancakoah yang mempunyai waktu kurang lebih 1700an. Pancakoah adalah tempat petilasan atau pertapaan pada zaman dahulu yang terletak di sebelah barat sungai Taman dan sebelah Barat makam desa Rempoah. Pertapaan ini digunakan oleh orang-orang yang ingin mencapai suatu tujuan atau cita-cita. Pancakoah ini digunakan pertama kali oleh pangeran atau staria dari kadipaten kabupaten Banyumas untuk menjadi petunjuk dari sang Maha Kuasa. Ketika pangeran tersebut melakukan pertapaan, kemudian mendengar bisikan atau petuntuk bahwasanya “apabila kamu menginginkan cita-citamu terwujud maka kamu harus menghindari 5 hal dalam kehidupan sehari-hari”. Panca koah di sini mempunyai arti panca yang berarti lima, sedangkan koah berarti goda atau napsu. Sedangkan pancakoah adalah 5 godaann. Lima godaan tersebut adalah madon, main, maling, mendem, dan madat. Apabila pangeran bisa menghindari laku pancakoah tersebut maka ia akan menjadi seorang yang adiluhur, wibawa dan bijaksana.

Rempoah berasal dari dua suku kata yaitu rem yang berarti mengendap atau mengendalikan sesuatu, sedangkan poah artinya goda atau napsu kenangan. Sedangkan untuk Rempoahnya adalah mengendalikan hawa napsu kesenangan.

Desa Rempoah terletak di wilayah kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas, yang menjadikannya sebagai pusat aktivitas seperti kecamatan, polsek, UPK, Koramil, Puskesmas dan pusat perekonomian di wilayah Baturraden tersebut. Desa Rempoah Kecamatan Baturraden ini pun menjadi ibu kota Kecamatan Baturraden sejak tahun 1956.

Gambar 4.1
Peta Desa Rempoah



*Sumber: Aplikasi goggle maps
tahun 2021*

Secara geografis, Desa Rempoah terletak di dataran sedang dengan batass-batas desa sebagai berikut:

- a. Barat berbatasan dengan Desa Pamijen dan Desa Kebumen.
- b. Utara berbatasan dengan Desa Karang Tengah dan Desa Kemitug Kidul.
- c. Timur berbatasan dengan Desa Desa Banjarsari Kulon.
- d. Selatan berbatasan dengan Desa Pandak.

Desa Rempoah mempunyai luas +- 146.433 ha yang dapat terlihat data penggunaan dibawah ini:

Tabel 4.1
Penggunaan Lahan

No	Penggunaan Lahan	Luas (Ha)
1.	Sawah Pertanian	131,12
2.	Pekarang/ Bangunan	88,52
3.	Tegal/ Kebun	7,31
4.	Kolam Perikanan	1,1
5.	Makam Desa	2,5
6.	Sarana Olahraga/ Lapangan OR	2,9
7.	Sarana Pemerintahann dan Jalan	1,2
8.	Lain-Lain	11,78
	Jumlah	246,433

Sumber: Dokumen profil desa dari Kantor Desa Rempoah Kecamatan Rempoah Kabupaten Banyumas 2022.

Adapun gambaran umum tentang usaha Pedagang Tanaman hias Di Desa Rempoah Kecamatan Baturaden Kabupaten Banyumas yang menjadi objek penelitian ini, dirangkum dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2
Data Pengusaha Tanaman Hias
Desa Rempoah Kecamatan Baturaden Kabupaten Banyumas 2022

No.	Nama	Jabatan
1	Amin	Pemilik Toko Bunga Berkah
2	Uni	Pemilik Toko Nur Family
3	Muhrinto	Pemilik Berkah Tri Lumayan
4	Atin	Pemilik Farhani dan Ukyat Karya Seni
5	Misno	Pemilik Toko Trubus Indah
6	Winanto	Pemilik Toko Berkah Kembang Rezi
7	Kusno	Pemilik Toko Nadya Karya
8	Kirno	Pemilik Toko Sumber Rezeki
9	Dani	Pemilik Toko Asoka

10	Jikin	Pemilik Toko Barokah Jaya
11	Mega	Pemilik Toko Mega Mas
12	Sarwin	Pemilik Toko Trubus Semi
13	Guntoro	Pemilik Toko Tunggak Semi

Sumber: data dari kantor Desa Rempoah, Kecamatan Baturaden Kabupaten Banyumas 2022.

Pada tabel 4.3 ternyata terdapat 13 pengusaha tanaman hias yang ada di desa Rempoah seperti pada usaha tanaman hias Bunga Berkah yang dimiliki oleh pak Amin, usaha tanaman hias Toko Nur Family yang dimiliki oleh bu Uni, usaha tanaman hias Berkah Tri Lumayan yang dimiliki oleh pak Muhrinto, usaha tanaman hias Farhani dan Ukyat Karya Seni yang dimiliki bu Atin, usaha tanaman hias yang dimiliki pak Misno, usaha tanaman hias Berkah Kembang Rezi yang dimiliki oleh pak Winanto, usaha tanaman hias Nadya Karya yang dimiliki oleh pak Kusno, usaha tanaman hias Sumber Rezeki yang dimiliki oleh pak Kirno, usaha tanaman hias Asoka yang dimiliki oleh pak Dani, usaha tanaman hias Barokah Jaya yang dimiliki oleh pak Jikin, usaha tanaman hias Mega Mas yang dimiliki oleh pak Mega, usaha tanaman hias Trubus Semi yang dimiliki oleh pak Sarwin, dan usaha tanaman hias Tunggak Semi yang dimiliki oleh pak Guntoro.

B. Strategi Pemasaran Bisnis Pedagang Tanaman Hias

Strategi pemasaran adalah salah satu rangkaian seperti proses merencanakan produk, pemasaran produk menentukan harga jual, dan mempromosikan produk. (Julyantoro, 2020, hal. 112). Definisi pemasaran yang lebih menekankan pada proses manajerial yaitu proses perencanaan, penetapan konsepsi, penetapan harga, promosi, barang dan jasa, untuk menciptakan kepuasan.

Adapun strategi bisnis yang digunakan oleh pedagang tanaman hias Desa Rempoah dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya yaitu dilihat dari strategi bersaing generik dan strategi *marketing mix*:

1. Strategi bersaing generik

a. Memperhatikan biaya produksi

Pada dasarnya sebagai seorang penjual harus memperhatikan kualitas yang bagus baik pada barang maupun jasa. Dengan memberikan kualitas yang bagus juga akan mendapatkan harga yang tinggi, kepuasan kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pengelola usaha tanaman hias: Bunga Berkah, Nur Family, Berkah Tri Lumayan, Farhani & Ukyat Karya Sari, Trubus Indah, Berkah Kembang Rezi, Mega Mas, Nadya Karya, Sumber Rezeki, Asoka, Barokah Jaya, Trubus Semi, dan Tunggak Semi.

Adapun strategi yang dilakukan oleh usaha tanaman hias Barokah jaya yaitu menawarkan suatu produk dengan kualitas yang standar, sedangkan untuk biaya jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan biaya itu sendiri, seperti jual beli tanaman stek atau cangkok. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir biaya yang dikeluarkan sehingga memperoleh laba yang besar.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam strategi biaya rendah perlu diperhatikan dalam proses produksi, khususnya pada proses stek atau cangkok yang masih terikat di pohon atau belum dipindahkan ke dalam pot. Hal ini akan merugikan pembeli apabila tanaman tersebut tidak mampu bertahan lama. Pada dasarnya perusahaan harus menyediakan produk atau jasa yang berkualitas serta terjangkau sehingga para konsumen mempunyai kepuasan tersendiri.

b. Mempunyai atribut yang berbeda

Ketika perusahaan menetapkan harga yang tinggi untuk produk yang ia jual dengan memperoleh loyalitas kepada pelanggan karena konsumen begitu terikat dengan pelayanan yang sangat unggul. Secara logika, strategi differensiasi memiliki atribut yang berbeda dengan atribut perusahaan yang lain.

Berdasarkan hasil penelitian penulis, dapat disimpulkan bahwa usaha yang dilakukan oleh toko tanaman hias Tunggak Semi mampu memberikan kepuasan pada pelanggan, seperti menawarkan jasa servis taman dengan kemampuan skill yang pak Guntoro miliki dengan harga Rp 250.000. Namun, ia tidak mau jika biaya skill yang pak Guntoro miliki disamakan dengan tukang kuli bangunan yang hanya Rp 80.000.

Menurut Arief, Rahayu dan Thayib ada beberapa sumber differensiasi, salah satunya adalah Diferensiasi produk yang mampu untuk menjadi pembeda produk berdasarkan keistimewaan, daya tahan, dan kualitas kinerja. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pengelola usaha tanaman hias Berkah Tri Lumayan, dan Tunggak Semi.

Adapun yang menjadi pembeda produk berdasarkan keistimewaannya yaitu dengan memilah tanaman yang sensitif, tanaman *indoor* dan *out door*,

Sedangkan untuk differensiasi pelayanan seperti kemudahan dalam pemesanan dan pengiriman yang dimiliki oleh usaha tanaman hias: Nur Family, Asoka, Trubus Semi, Farhani & Ukyat Karya Sari, Mega Mas dan Tunggak semi. Dikarenakan merekalah yang melakukan penjualan secara online.

Berdasarkan hasil penelitian penulis, dapat disimpulkan bahwa usaha mereka sudah berhasil dalam pelayanan seperti ketika ada yang pesan, mereka siap untuk mengantar tanaman tersebut. Sedangkan untuk pemesanan bisa langsung datang ke lokasi atau bisa via whatsapp.

2. Strategi *Marketing*

a. Meningkatkan kualitas Barang

Pada dasarnya ke tiga belas toko usaha tanaman hias telah memberikan yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. Seperti halnya pada *marketing mix* yaitu produk. Hal sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pengelola usaha tanaman hias

bahwasnya untuk mempertahankan dan meningkatkan pada perubahan produk agar barang yang dihasilkan mempunyai daya guna dan daya tarik yang lebih besar, yaitu dengan cara harus mempunyai niat untuk merawat tanaman, contohnya: menyiram tanaman dengan tepat, memberikan pupuk dari kualitas yang baik, memotong bagian yang kering. Strategi inilah yang akan memberikan rasa kepuasan pada konsumen sehingga bisa meningkatkan keuntungan dalam jangka yang panjang.

Lain lagi dengan toko usaha tunggal semi, Nur Family, dan Farhani & Ukyat Karya Sari ternyata menerima jasa servis, servis inilah menjadi salah satu fitur yang dilakukan untuk menawarkan produk dengan adanya biaya tambahan yaitu adanya jasa taman atau servis taman. .

b. Menentukan harga dengan tepat

Selain produk, salah satu bauran pemasaran adalah harga. Harga yang menjadi penyebab laku atau tidaknya produk dari barang atau jasa yang akan ditawarkan. Apabila dalam melakukan penjualan salah dalam menentukan harga yang akan berakibat fatal atau tidak lakunya barang. Dalam menentukan harga juga harus memahami tujuannya agar sesuai dengan tujuan yang diinginkan oleh pengelola. Seperti pada toko usaha tanaman hias: Bunga Berkah, Trubus Indah, Asoka, Barokah Jaya, dan Mega mas mempunyai tujuan dalam menentukan harga yang rendah di masa pandemi yaitu mampu untuk bertahan hidup, untuk memaksimalkan laba, dan memperbesar market place.

Hal tersebut juga berbeda dengan toko usaha tanaman yang lain dalam mematok harga yang tinggi, perusahaan yang lebih mengedepankan mutu produk beranggapan bahwasanya suatu produk yang memiliki harga nilai tinggi mempunyai produk yang berkualitas. Hal ini juga sesuai dengan wawancara peneliti dengan pengelola usaha tanaman hias: Berkah Tri Lumayan, Farhani & Ukyat Karya Sari, Sumber Rezeki, Berkah Kembang Rezi, Trubus Semi, Nur Family, Barokah Jaya dan Tunggak Semi.

Sedangkan untuk toko usaha tanaman hias Nadya Karya mempunyai tujuan dalam penentuan harga yang mencangkup semuanya, hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pengelola seperti untuk bertahan hidup, memaksimalkan laba, memperbesar marketshare dan mutu produk. Apabila pesaing turun maka dia ikut turun, begitupun dengan sebaliknya. Apabila pesaing naik, maka dia ikut naik.

c. Lokasi yang strategis

Lokasi strategis merupakan tempat terjadinya kegiatan operasi pada suatu perusahaan yang mempunyai fungsi untuk mencapai tujuan sehingga hal tersebut akan memaksimalkan laba. Adanya lokasi strategis ini maka usaha bisnis akan mengalami kemajuan dalam hal mudah dijangkau.

Secara umum, dalam menentukan lokasi dapat mempengaruhi kemaksimalan keuntungan. Sedangkan untuk lokasi toko usaha tanaman hias berada di desa Rempoah, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas. Ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi, yaitu lingkungan masyarakat, kedekatan dengan pasar, tenaga kerja dan sumber daya alam.

13 Pengusaha tanaman hias dalam melakukan perawatan salah satunya adalah penyiraman. Sehingga di Desa Rempoah yang dikelilingi oleh persawahan merupakan tempat yang cocok untuk membudidayakan tanaman. Oleh karena itu, sebagai pemimpin harus memperhatikan nilai – nilai lingkungan masyarakat, agar mereka menerima segala konsekuensi baik positif maupun negatif.

Untuk menjadi pengusaha harus memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Seperti melakukan pendekatan dengan konsumen dengan tujuan menjadi pelanggan tetap. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada pengelola usaha tanaman hias: Nur Family, Farhani & Ukyat Karya Sari, Tunggak Semi, dan mega mas. Berdasarkan hasil penelitian penulis, dapat disimpulkan bahwa usaha ini berhasil memasarkan produknya dengan strateginya sendiri sehingga

pemasaran semakin meluas. Akan tetapi dalam mempromosikannya masih sangat terbatas yang hanya mengandalkan via aplikasi whatsapp. Mereka sempat melakukan disalah satu *marketplace*, mereka beranggapan bahwa kurang fokus dalam menjalankan penjualan di *marketplace*. Oleh karena itu, mereka lebih memfokuskan pada media whatsapp.

Sedangkan pada 9 pedagang tanaman hias juga melakukan pelayanan yang baik kepada konsumen, namun ia tidak melakukan pendekatan dengan konsumen. Seperti halnya mengutamakan perawatan pada tanaman. Adapun kegiatan promosi yang dilakukan oleh dari 9 usaha ini yaitu dengan melayani konsumen yang datang langsung ke tempat usaha sehingga pengusaha secara langsung melayani konsumen pada saat pembelian tanaman hias.

Perusahan pasti membutuhkan tenaga kerja karena hal ini cukup mendasar bagi banyak perusahaan, hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada pengelola usaha tanaman hias: Bunga berkah, Nur Family, berkah kembang rezi, nadya karya dan barokah jaya. Lain lagi dengan pengusaha yang tidak mempunyai karyawan, seperti: Berkah tri Lumayan, Farhani & Ukyat Karya Sari, Trubus Indah, Sumber Rezeki, Asoka, Mega mas, dan Trubus Semi. Berdasarkan dari hasil wawancara maka dapat disimpulkan bahwa pengusaha bisnis tanaman hias yang mempunyai karyawan yang berasal dari Desa Rempoah atau sekitarnya dikarenakan pada kembangan ini terkadang ada pesanan kagetan yang tidak mungkin dilakukan hanya satu orang saja, minimal 2 orang. Hal ini dapat menjaga kepercayaan toko karena untuk memenuhi permintaan konsumen juga harus memerlukan waktu yang tidak banyak.

d. Mempengaruhi Calon Konsumen

Salah satu hal yang penting dalam proses pemasaran adalah promosi. Hal ini dilakukan untuk mempengaruhi, membujuk serta mengingatkan kepada konsumen. Promosi juga mempunyai kombinasi unsur bauran

pemasaran seperti periklanan yang dilakukan oleh Nur Family, Asoka, Trubus Semi, Farhani & Ukyat Karya Sari, Mega Mas dan Tunggak semi.

Berdasarkan hasil penelitian penulis, dapat disimpulkan bahwa usaha yang dilakukan oleh Nur Family, Asoka, Trubus Semi, Farhani & Ukyat Karya Sari, Mega Mas dan Tunggak semi telah melakukan periklanan di media sosial, meskipun dengan hanya media whatsapp. Hal ini juga mampu untuk memicu hati pelanggan untuk memperindah rumah dengan tanaman hias.

Sedangkan pada pedagang usaha tanaman hias: Bunga Berkah, Berkah Tri Lumayan, Trubus Indah, Berkah kembang Rezi, Nadya Karya, Sumber Rezeki, dan Barokah Jaya melakukan promosi dengan unsur *Personal Selling* yang bertujuan untuk menciptakan penjualan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa promosi yang mereka lakukan adalah dengan teknik *personal selling* yang hanya mengandalkan pelanggan yang datang, jika pelanggan tidak datang, maka tidak akan proses jual beli.

C. Analisis Ekonomi Islam terhadap Manajemen Pedagang Tanaman Hias Rempoah

Berdasarkan observasi secara langsung dan melalui hasil wawancara dengan pedagang tanaman hias di Desa Rempoah Kecamatan Baturaden Kabupaten Banjarnegara peneliti telah menghasilkan data. Dari hasil observasi, peneliti melihat secara langsung dagangan yang dijual di toko tersebut. Dari hasil wawancara, peneliti dapat mengetahui strategi bisnis pada usaha pedagang tanaman hias dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada narasumber, sehingga hal ini cukup bagi peneliti untuk menganalisa dan membahas apakah strategi bisnis yang dilakukan oleh pengusaha tanaman hias sudah sesuai dengan perspektif ekonomi islam.

Perusahaan yang menggunakan strategi biaya rendah ini untuk menetapkan harga rendah yang mampu untuk mengambil margin yang lebih besar. Seperti halnya ketika perusahaan mampu untuk membuat produk dengan biaya yang lebih rendah kemudian menjual dengan harga yang dapat memberikan laba yang lebih besar.

Berdasarkan wawancara dengan usaha tanaman hias Barokah Jaya dalam menetapkan strategi bisnis nya yaitu dengan strategi biaya rendah. Seperti membudidayakan tanaman hias dengan proses stek atau cangkok.

Dalam ekonomi silam untuk pengambilan keuntungan harus adil, sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Hud ayat 84 bahwasanya untuk mengambil keuntungan terhadap bisnis harus didasarkan pada aspek keadilan, sehingga hal ini mampu untuk membawa kemanfaatan kepada semua pihak. Sedangkan lawan untuk keadilan adalah tindakan yang mampu untuk merugikan masyarakat. Dengan demikian nilai adalah salah satu nilai dasar dalam kehidupan sosial.

Strategi lainnya yaitu pada strategi diferensiasi yang memberikan loyalitas kepada pelanggan seperti halnya memiliki atribut yang berbeda dengan perusahaan lain. Penggunaan strategi differensiasi mampu untuk menghambat dalam perolehan besar yang tinggi, karena tidak semua pelanggan tidak mampu untuk membayar dengan harga yang tinggi. Kemampuan skill yang dimiliki oleh pak Guntoro mampu memberikan kesan menarik bagi para pelanggan. Seperti terikat dengan kontrak pada pelanggan.

Pedagang yang baik adalah pedagang yang senantiasa mampu menepati janji, baik kepada pembeli maupun diantara para pebisnis. Janji yang dimaksudkan adalah janji seorang pebisnis melakukan transaksi bisnisnya baik pada pembeli, maupun pada rekan kerja. Allah SWT berfirman dalam Q.S al-Maidah ayat 1 “ *hai orang-orang yang beriman penuhilah akad-akad itu*”. Dari ayat tersebut dapat ditegaskan bahwa pentingnya menepati janji dalam melakukan bisnis dan jangan berusaha untuk mengingkari janji atas apa yang telah diucapkan. (Fakhry & Havis, 2020, hal. 85).

Sebagai pen setiap perusahaan pasti membutuhkan strategi agar usaha dapat berjalan dengan baik yang sesuai dengan syariat islam, strategi yang lain adalah strategi *marketing mix*, upaya untuk mencapai target pemasaran juga memerlukan aspek aspek pemasaran yaitu produk, harga, promosi dan tempat.

Produk adalah segala sesuatu yang mampu untuk ditawarkan di pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, untuk mempertahankan serta

meningkatkan penjualan perlu pengadaan usaha seperti penyempurnaan pada produk yang dihasilkan agar lebih baik, sehingga hal tersebut mampu memberkan daya guna dan daya tarik yang lebih besar. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan toko usaha tanaman hias: Bunga Berkah, Nur Family, Berkah Tri Lumayan, Farhani & Ukyat Karya Sari, Trubus Indah, Berkah Kembang Rezi, Nadya Karya, Sumber Rezeki, Asoka, Barokah Jaya, Mega Mas, Trubus Semi, dan Tunggak Semi.

Pada dasarnya Nabi Muhammad tidak pernah menjual barang dagangan yang cacat, apabila beliau menemukan barang yang cacat pasti Nabi Muhammad SAW berkata dengan terus terang. Hal ini di jelaskan dalam hadits riwayat dari Ibnu Majah, Uqbah bin Amir pernah mendengar bahwa Rasulullah SAW bersabda “ seorang muslim dan suadar muslim yang lain, tidak halal bagi seorang muslim untuk menjual barang yang ada cacat kepada temannya, kecuali jika dia jelaskan.

Ketika penjual menentukan harga harus mempunyai tujuan diantaranya untuk mampu bertahan hidup, mampu memaksimalkan laba, memperbesar marketplace, mengedepankan mutu produk, produk yang berkualitas.

Dalam konsep islam setelah adanya produk yaitu menentukan harga. Penentuan harga ditentukan oleh mekanisme pasar. Hal ini dilakukan dengan maksud tidak ada yang teraniaya dan terdzalimi. Di dalam praktik fikih muamalah, harga mengambil dari posisi tengah, tidak berlebih-lebihan, dan tidak juga untuk merendahkan. Imam al-Ghazali menyatakan mengambil untung terlalu tinggi adalah hal yang dilarang. Pada dasarnya melipatgandakan harga diperbolehkan karena jual beli adalah aktivitas untuk mendapatkan keuntungan. Jika pembeli menambah harga pada suatu barang karena senangnya dengan barang tersebut atau karena membutuhkannya, maka yang harus dilakukan oleh penjual adalah melarangnya.

Pada proses jual beli, perusahaan pasti membutuhkan lokasi yang dapat memaksimalkan keuntungan. Sedangkan untuk menjadi pengusaha harus memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Salah satu perkembangan pasar yang dilakukan adalah penjualan yang disesuaikan dengan perkembangan zaman pada saat ini yaitu penjualan dengan media sosial seperti media whatsapp.

Selain itu juga melakukan perkembangan secara offline seperti melakukan pendekatan kepada konsumen di toko masing masing. Sedangkan untuk lokasi sekarang mudah terjangkau. Kemudian yang terakhir adalah beberapa toko usaha tanaman hias di Desa Rempoah sudah terdaftar di *google maps* agar mempermudah konsumen untuk mencari lokasi usaha tanamn tersebut.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa, sebagian besar pedagang tanaman hias di Desa Rempoah Kecamatan Susukan Kabupaten Banyumas memegang prinsip strategi berdagang dalam islam. Meskipun mereka tidak paham mengenai berbisnis dalam islam, tetapi dalam menjalankan kegiatan perdagangan mereka senantiasa sesuai dengan ajaran islam, dan tidak melakukan tindakan-tindakan yang dilarang dalam islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang digunakan pedagang tanaman hias menggunakan 2 strategi yaitu strategi bersaing generik menurut M.E Porter dan strategi bauran pemasaran menurut Philip. M.E Porter mengemukakan di dalam dunia bersaing generik terdapat 2 strategi, yaitu strategi bersaing rendah dan strategi differensiasi. Sedangkan strategi menurut Philip Kotler mengemukakan aspek dalam pemasaran diantaranya terdapat 4 bauran atau dikenal dengan *marketing mix: product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi).
2. Manajemen pemasaran pedagang tanaman hias di Desa Rempoah Kecamatan Susukan Kabupaten Banyumas memegang prinsip strategi berdagang dalam islam. Meskipun mereka tidak paham mengenai berbisnis dalam islam, tetapi dalam menjalankan kegiatan perdagangan mereka senantiasa sesuai dengan ajaran islam, dan tidak melakukan tindakan- tindakan yang dilarang dalam islam. Hal tersebut dapat dilihat dari strategi berdagang dalam islam, diantaranya yaitu dapat berkata dengan jujur, menjual barang yang mempunyai kualitas bagus, memiliki sifat yang amanah dan fatonah, serta tabligh.

B. Saran

Berdasarkan penjelasan bab sebelumnya dan pembahasan yang dilakukan dengan menggunakan analisis strategi bisnis pada pedagang tanaman hias dalam perspektif ekonomi syariah, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya untuk menciptakan nilai yang unik serta mendapatkan kualitas yang bagus ialah dengan mengedepankan skill. Supaya konsumen merasa puas dengan apa yang dikerjakan, sehingga hal ini mampu menjadikan konsumen sebagai pelanggan yang tetap.

2. Guna memperluas pasar, maka pihak pemilik seharusnya mulai mempertimbangkan metode promosi lain yaitu mencoba untuk menjual dengan media online. Sehingga, konsumen akan lebih mudah untuk memilih jenis tanaman atau berkonsultasi.
3. ketika pada masa pandemi, banyak para karyawan yang diberhentikan atau sebagai karyawan panggilan. Pasti sebagai manusia membutuhkan tenaga manusia yang lain, untuk memenuhi permintaan. Sebagai pemilik toko harus mampu mempertimbangkan karyawannya, sehingga ketika pemilik membutuhkan skill karyawan tersebut selalu siap untuk menjadi karyawan panggilan.
4. Seharusnya perlu melakukan pencatatan keuangan yang secara sistematis sehingga hal ini mampu untuk mengetahui kondisi untung rugi serta dapat tertata dengan baik daripada sebelumnya.
5. Sebagai seorang muslim, jangan pernah lupa untuk melakukan hal hal yang bernilai ibadah, seperti: sholat tepat waktu, berdoa, sedekah, zakat, infak dan masih banyak lainnya.
6. Alangkah baiknya untuk yang belum bekerja sama dengan PT atau taman desa atau perusahaan yang lain. Lebih baik untuk melakukan kerja sama, sehingga dengan adanya resiko pada masa pandemi mampu tertut

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Triyawan, A. F. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Moeslem Square Ngawi. *AL-INTAJ (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu)*, Vol. 5(1).
- an-Nabhani, T. (2009). *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif: Perspektif Islam*. Surabaya: Risalah Gusti.
- Arraniri, I. (2014). *Manajemen Strategi: Dilengkapi dengan Studi Kasus Manajemen Strategi*. Sukabumi: Al- Fath Zumar.
- Atin. (2021, Desember 25). Pengelola Toko Tanaman Hias Farhani dan Ukyat Seni 1.
- Aziz, A. (2008). *Ekonomi Islam: Analisis Mikro & Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Devi Nindya Nur Anugraheni, S. E. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19 di Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung. *Al- Iqtishadiyah*, 81.
- Devi Nindya, N. A., & Sri, E. A. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19 di Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung. *Jurnal Al-Iqtishadiyah*, Vol. 7 (2).
- Dewi, D. M., & Wahdi, A. (2020). *Bisnis dan Perencanaan Bisnis Baru*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Dian, M. D., & Anis, W. (2020). *Bisnis dan Perencanaan Bisnis Baru*. Yogyakarta: Deepublish by CV Budi Utama.
- Djakfar, M. (2010). *Teologi Ekonomi: Membumikan Titah Langit di Ranah Bisnis*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Fakhry, Z., & Havis , A. (2020). *Etika Bisnis Islam: Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Fauzan, S. b. (2020). *Ringkasan Fikih Lengkap: Jilid 1 & 2*. Jakarta: Darul Falah.
- Fauzia, I. Y. (2013). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Guntoro. (2021, Desember 25). Wawancara dengan Pendiri Toko Tanaman Hias Tunggak Semi.

- Jamaludin, D. G. (n.d.). Etika Bisnis Islam di Kalangan Pedagang Pasar Manaqib TQN uryalaya. *Mutawasith*, 4-5.
- Jarifin, A. (2019). *88 Strategi Bisnis ala Rasulullah yang Tak Pernah Rugi*. Yogyakarta: Araska.
- Julyantoro, F. (2020). *25 Jurus Pemasaran Praktis untuk UMKM: Plus 7 Tips Pendampingan UMKM*. Banyumas: CV. Cakrawala Satria Mandiri.
- Kurniati, E. D. (2015). *Kewirausahaan Industri*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kurniawan, B. (2014). *Ekonomi & Bisnis Islam*. Tangerang: Al Fath Zumar.
- Luxiana, K. M. (2020, September 10). *Bonkr Penipuan Jual Beli Tanaman Hias, Bareskrim Tunggu Lporan Korban Lain*. Retrieved Juni 13, 2022, from Detik News: <https://news.detik.com/berita/d-5168432/bongkar-penipuan-jual-beli-tanaman-hias-bareskrim-tunggu-laporan-korban-lain>
- Merliana, V. (2016). Pengaruh Strategi Biaya Rendah dan Diferensiasi Terhadap Keberhasilan PT Tahu Tauhid. *Jurnal Manajemen*, 222.
- Mintaroem, K. (2009). *Kurikulum Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga dan Perannya dalam Perekonomian Indonesia*. Bandung.
- Mufid, M. (2019). *Kaidah Fikih Ekonomi dan Keuangan Kontemporer: Pendekatan Tematis dan Praktis*. Jakarta: Kencana.
- Muiz, E. (2018). Penerapan Strategi Diferensiasi Memiliki Pengaruh terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis dan Keuangan*, 30.
- Nofrizal. (2020). Analisis Strategi Bertahan Pengrajin Rotan Kota Pekanbaru. *Jurnal Dinamika Ekonoi dan Bisnis, Vol. 17 (01)*.
- Novianto, E. (2019). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Qodri, M. (2020). *Dampak Covid 19 Bagi Perekonomian Indonesia*. Banjarmasin: Center for Open Science.
- Resti, N. K. (2022). Implementasi Kebijakan Pemerintah di Masa Pandemi Covid-19. *OFPREPRINTS*, 3-4.
- Riski, E. A., Listin, I. A., & Ria, K. (2021, April). Analisis Strategi Marketing Layanan Payroll (Studi Kasus Bank BNI Syariah KCP Jababeka-Cikarang). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa, Vol. 06* .

- Ronal Watrianthos, E. S. (2020). *Kewirausahaan dan Strategi Bisnis*. Yayasan Kita Menulis.
- Sandu Siyoto, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sasya. (2021, April 30). *5 Cara Berdagang Sukses dan Berkah Seperti Rasulullah SAW*. Retrieved September 21, 2022, from Dompot Dhuafa: <https://zakat.or.id/cara-nabi-muhammad-rasulullah-berdagang/>
- Setiawan, I. (2012). *Agribisnis Kreatif: Pilar Wirausaha Masa Depan, Kekekuatan Dunia Baru Menuju Kemakmuran Hijau*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Siti Nur Azizaturraohmah, I. M. (2014). Pemahaman Etika Berdagang Pada Pedagang Muslim Pasar Wonokromo Surabaya (Studi Kaus Pedagang Buah). *Jurnal Ekonomi syariah Teori dan Terapan, Vol 1(4)*, 280.
- Siyoto, S. &. (2015). *Dasar Metodologi Peneitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sopiah, E. M. (2012). *Metode Pendekatan Praktik dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV. And Offset.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian (Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiani, D. (n.d.). Mencapai Keunggulan Bersaing dengan Strategi Diferensiasi. *el MuhasabaJurnal Akuntansi*, 5.
- Suliyanto. (2011). *Ekonomi Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Supiani, L. S. (2020). Analisis Pendapatan Usaha Tanaman Hias (Studi Kasus UD. Rahma Nurseri di Desa Bangunsari Kabupaten Muna). *Paradigma Agribisnis*, 3 (1), 1-6.
- Supiani, L. S. (2020, September). Analisis Pendapatan Usaha Tnaman Hias (Studi Kasus UD. Rahma Nurseri di Desa Bangunsari Kabupaten Muna). *Paradigma Agribisnis*, 3 (1), 1-6.
- Surakhmad, W. (1994). *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar Metoda dan Teknik* (7 ed.). Bandung: Tarsito.
- Suryabrata, S. (1992). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali.

- Susi Widiyanti, F. E. (2020). Perilaku Pedagang Grosir Ditinjau dari Etika Bisnis Islam. *Jurnal al-Hikmah*, Vol.8, 27-36.
- Tiara, S. A., Heny, K. D., & Agus, M. (2019, Januari). Strategi Pengembangan Bisnis Tanaman Hias PT Monfori Nusantara dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5 (1).
- Tumangger, R. B. (2018). *Analisis Strategi Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada BMT Mandiri Abadi Syariah)*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, Manajemen Bisnis Syariah, Medan.
- Tumangger, R. B. (2018). *Analisis Strategi Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada BMT Mandiri Abadi Syariah)*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Fakultas Agama Islam, Medan.
- Umar, S. (2020). *Strategi Memperbaiki Ekonomi Umat Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Uni. (2021, Desember 25). Pendiri dan Pengelola Toko Tanaman Hias Nur Family.
- Wiguna, I. M. (2021). Dampak Corona Virus Disease (COVID 19) terhadap Penjualan Anggrek Bulan (*Phalaenopsis amabilis*) Pada Pedagang Bunga Tradisional di Denpasar. *AGRICA: Journal of Sustainable Dryland Agriculture*, 14(2), 102-112.
- Wiriyanto, T. W. (2007). *Media Tanam untuk Tanaman Hias*. Jakarta Selatan: Agromedia.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Zulganef. (2013). *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

PEDOMAN PERTANYAAN WAWANCARA KEPADA NARASUMBER

1. Apakah saudara terdampak adanya pandemi covid 19?
2. Bagaimana dengan adanya tren tanaman hias? memberikan keuntungan atau kerugian?
3. Apabila saudara mendapatkan kerugian, bagaimana cara saudara menanggulangi dari kerugian tersebut?
4. apakah saudara mempunyai karyawan?
5. Apakah saudara menjual tanaman stek atau cangkok?
6. Apa saja yang saudara tawarkan kepada para konsumen?
7. Bagaimana saudara merawat tanaman tersebut?
8. Bagaimana dengan harga tanaman hias di masa pandemi?
9. Apakah saudara melakukan penjualan secara online?
10. Bagaimana saudara mempengaruhi atau membujuk konsumen?
11. Apa yang akan saudara lakukan apabila tanaman yang diinginkan oleh pembeli tidak ada di toko saudara?

Lampiran 2. Hasil Wawancara

1. Apakah saudara terdampak adanya pandemi covid 19?

- | | | |
|----|----------------------------|--|
| 1 | Bunga Berkah | “iya,jadi agak sepi” |
| 2 | Nur Family | “dibilang ya dampak, Pengeluaran banyak tapi pemasukannya kurang. Harganyaa turun 50% sampai dengan 80%” |
| 3 | Berkah Tri Lumayan, | “kerugian, sebelum covid kan ada pemasukan tiap hari, kalo sekarang sepi.” |
| 4 | Farhani & Ukyat Karya Sari | “tidak seperti biasanya mba, jadi sepi.” |
| 5 | Trubus Indah | “ada kerugian. Pengunjung sepi yang biasanya ada dari laur kota. Jadi tidak ada masukan dan penghasilan berkurang banyak.” |
| 6 | Berkah Kembang Rezi | “sepi banget mba, yang biasanya ada konsumen 2 atau 3, malah sekarang sepi” |
| 7 | Nadya Karya | “kerugian karena sepi banget dan jarang banget untuk dapet pemasukan” |
| 8 | Sumber Rezeki | “mendapatkan kerugian” |
| 9 | Asoka | “untung ada rugi juga ada, jadi lebih ke ruginya” |
| 10 | Barokah Jaya | “agak nurun mba” |
| 11 | Mega Mas | “kerugian.” |
| 12 | Trubus Semi | “kadang untung kadang rugi. Ngga nentu lah mba” |
| 13 | Tunggak Semi | “pemasukan jadi berkurang” |

2. Bagaimana dengan adanya tren tanaman hias? memberikan keuntungan atau kerugian?

- | | | |
|---|--------------|---|
| 1 | Bunga Berkah | kerugian mba, paling satu atau 2 orang mba |
| 2 | Nur Family | alhamdulillah, dapat keuntungan mba seperti: tanaman makin laku,bukan hanya tanaman aja yang dicari mba, potnya juga terjual. |

- | | | |
|----|----------------------------|---|
| 3 | Berkah Tri Lumayan, | ya ada, pemasukan tapi lebih banyak kerugian |
| 4 | Farhani & Ukyat Karya Sari | pada waktu itu banyak tanaman yang diburu, seperti tanamna aglonema |
| 5 | Trubus Indah | susah, kalau mau mengambil keuntungan kan. Soalnya kan tidak ada pemasukan sama sekali. Pas lagi ada trend tanaman hias ya lumayan ada tamu 1-2an |
| 6 | Berkah Kembang Rezi | awal tren ya rame, tapi abis itu sepi lagi |
| 7 | Nadya Karya | kerugian karena sepi banget dan jarang banget untuk dapet pemasukan |
| 8 | Sumber Rezeki | mendapatkan kerugian, intinya rugi lah |
| 9 | Asoka | untung ada rugi juga ada |
| 10 | Barokah Jaya | agak nurun mba |
| 11 | Mega Mas | kerugian. |
| 12 | Trubus Semi | dikit mba, tidak banyak |
| 13 | Tunggak Semi | dapat keuntungan. Seperti tanaman yang mereka cari adalah stok lama |

3. Apabila saudara mendapatkan kerugian, bagaimana cara saudara menanggulangi dari kerugian tersebut?

- | | | |
|----|---------------------|---|
| 1 | Bunga Berkah | merawat tanaman aja paling mba |
| 2 | Berkah Tri Lumayan, | menunggu tamu datang aja |
| 3 | Trubus Indah | itu ya harus sabar,brang kali menunggu kapan ada waktu tamu masuk maka hal ini akan memeberikan peluang untuk masuk. Dan bisa untuk nutup modal |
| 4 | Berkah Kembang Rezi | menjalani saja dan merawat tanaman, kan tanaman juga harus dirawat. |
| 5 | Nadya Karya | kan ada temen atau kenalan yang ngambil tanaman jadi bisa nutup |
| 6 | Sumber Rezeki | kalau memperbaiki si tidak bisa,kita hanya berangkat pagi. Siapa tau dapet rezeki . |
| 7 | Asoka | menjual stok stok yang sudah lama |
| 8 | Barokah Jaya | ya paling sabar, bikin tanaman stekkan |
| 9 | Mega Mas | sering possting di sosial media. |
| 10 | Trubus Semi | sedikit-sedikit sambil berjalan |

4. apakah saudara mempunyai karyawan?

1	Bunga Berkah	1 atau 2 orang
2	Nur Family	2 atau tiga orang
3	Berkah Tri Lumayan,	tidak ada karyawan
4	Farhani & Ukyat Karya Sari	tidak ada karyawan mba, paling bapak sama anak yang ngebantuin.
5	Trubus Indah	tidak ada karyawan
6	Berkah Kembang Rezi	hanya satu
7	Nadya Karya	tidak ada karyawan
8	Sumber Rezeki	tidak ada karyawan
9	Asoka	tidak ada karyawan
10	Barokah Jaya	tidak ada karyawan
11	Mega Mas	kerugian.
12	Trubus Semi	tidak ada karyawan
13	Tunggak Semi	tidak ada karyawan

5. Apakah saudara menjual tanaman stek atau cangkok?

1	Bunga Berkah	Tidak
2	Nur Family	Tidak
3	Berkah Tri Lumayan,	Tidak
4	Farhani & Ukyat Karya Sari	Tidak
5	Trubus Indah	Tidak
6	Berkah Kembang Rezi	Tidak
7	Nadya Karya	Tidak
8	Sumber Rezeki	Tidak
9	Asoka	Tidak
10	Barokah Jaya	Iya
11	Mega Mas	Tidak
12	Trubus Semi	Tidak
13	Tunggak Semi	Tidak

6. Apa saja yang saudara tawarkan kepada para konsumen?

1	Bunga Berkah	tanaman dan pupuk
---	--------------	-------------------

2	Nur Family	pot, pupuk dan jasa taman atau servis taman
3	Berkah Tri Lumayan,	tanaman dan pupuk
4	Farhani & Ukyat Karya Sari	pot, pupuk dan jasa taman atau servis taman
5	Trubus Indah	tanaman dan pot
6	Berkah Kembang Rezi	tanaman dan pot
7	Nadya Karya	tanaman
8	Sumber Rezeki	tanaman, pupuk
9	Asoka	tanaman
10	Barokah Jaya	tanaman dan pupuk
11	Mega Mas	tanaman dan pupuk
12	Trubus Semi	tanaman dan pupuk
13	Tunggak Semi	tanaman, pot, pupuk, jasa atau servis

7. Bagaimana saudara merawat tanaman tersebut?

1	Bunga Berkah	melakukan penyiraman, diberi pupuk, proses pemotongan agar tanamannya lebih bagus
2	Nur Family	membedakan tanaman indoor dan outdoor, menyiram tanaman dengan intensif, kalo tanamannya kena hama ya diberi obat
3	Berkah Tri Lumayan,	memotong bagian yang kering biar lebih enak kalo dilihat. Disiram setiap pagi dan sore, memisahkan tanaman yang sensitif dan yang tidak
4	Farhani & Ukyat Karya Sari	kaya pada umumnya mba, disiram, diberi pupuk, dikasih obat apabila kena hama
5	Trubus Indah	mejaga kebersihan taman itu yang paling utama mba, terus disiram dengan air yang bersih, dikasih pupuk yang alami
6	Berkah Kembang Rezi	paling ya disiram, dipotong, dipupuk, kaya gitu aja si mba

- | | | |
|----|---------------|---|
| 7 | Nadya Karya | Siram tanaman dengan rutin, beri pupuk secara intensif, potong pada daun atau tangkai yang sudah kering |
| 8 | Sumber Rezeki | kalo ditanaman yang paling dasar ya siram, potong dan pupuk |
| 9 | Asoka | ada beberapa proses, seperti pemotongan, penyiraman dan pemupukan |
| 10 | Barokah Jaya | tanaman dan pupuk |
| 11 | Mega Mas | apabila tanaman yang sudah rimbun harus membudidayakan terus, disiram, dipupuk sama di potong daunnya kalau sudah mati |
| 12 | Trubus Semi | pahami dulu tanamannya, kiranya apa yang dibutuhkan, biasanya disiram, dipupuk dan pemotongan |
| 13 | Tunggak Semi | dengan cara perawatan, bisa dengan obat-obatan, perawatan yang intens, itu kan membuat tanaman jauh lebih baik. Ibaratnya kalau jor-joran tanaman tersebut jadi hasilnya nggak maksimal |
8. Bagaimana dengan harga tanaman hias di masa pandemi?
- | | | |
|---|---------------------|---|
| 1 | Bunga Berkah | untuk tanaman sekarang turun. Awalnya sekitar 150 sekarang 100 ribuan |
| 2 | Nur Family | tanaman sekarang lebih ke naik, contoh pada tanaman Aglonema. |
| 3 | Berkah Tri Lumayan, | kalau untuk harga tetap stabil aja mba. Pas lagi trend juga harganya stabil aja mba, hanya saja peminatnya banyak jadi mendapatkan keuntungan. Orang yang biasanya tidak suka tanaman jadi suka tanaman |

- 4 Farhani & Ukyat Karya Sari untuk harga stabil aja dan tidak mengalami kenaikan harga
- 5 Trubus Indah untuk harga kebanyakan turun malah , soalnya akan kondisi tamu ngga ada dan sepi akhirnya ya jadi harga-harga jualan malah semakin berkurang malah sekain murah dari yang awal nya 250 jadi 100 ribu
- 6 Berkah Kembang Rezi untuk harga tetap stabil dan biasa,
- 7 Nadya Karya kalau harga itu ada yang standar dan ada yang turun, ngikutin teman aja. Misal teman jual 10k ya kita juga jual 10k. Kebanyakan harga tanaman. Yang dulu nya itu harga ada yang 400 turun jadi 200. ada yang turunnya 50%, 70% . Tamu banyak daripada yang engga.
- 8 Sumber Rezeki pas lagi ada tren tanaman hias naik harga tapi sekarang turun. Kita beli di desa aja tinggi di sini tidak bisa dijual tinggi.
- 9 Asoka untuk harga sekarang lagi turun mba , tapi ngga nentu si mba. Tergantung konsumen. Misal dengan harga 500 ribu jadi 50 atau 400 gitu
- 10 Barokah Jaya semenjak adanya covid harganya menurun mba , contohnya dari harga 10 ribu aling jadi harga 6000
- 11 Mega Mas sedangkan untuk harga sekarang turun, soalnya kalo ngga turun nanti susah , seumpama dari harga 50, turun harga 10 ribu jadinya 40 ribu. Tergantung pohonnya juga apa
- 12 Trubus Semi sedangkan untuk harga biasa aja

- 13 Tunggak Semi rata-rata kebanyakan ngga ngerti harga pasar. Soalnya kaan kalo tanaman hias bagi orang awam kan tidak paham sama harganya, jadi ini tidak ada ptokan harga. Soalnya inikan hobby. Yang penting larinya bagus, seneng, appaun kita tawar tapi masih btas wajar itu pasti dibeli

9. Apakah saudara melakukan penjualan secara online?

- | | | |
|----|----------------------------|---|
| 1 | Bunga Berkah | di tempat aja mba,ngga online engga |
| 2 | Nur Family | sebelum pandemi tetap di sini, pas pandemi akhirnya putar otak seperti jemput bola. |
| 3 | Berkah Tri Lumayan, | tidak melakukan penjualan secara online |
| 4 | Farhani & Ukyat Karya Sari | paling bikin story diwhatsapp "bismillah yah, toko kamibuka" |
| 5 | Trubus Indah | tidak melakukan penjualan keliling |
| 6 | Berkah Kembang Rezi | jualnya di toko aja paling mba |
| 7 | Nadya Karya | penjualannya tetap, soalnya kan ini kios jadi sudah menetap. |
| 8 | Sumber Rezeki | kalo oline susah lah, jadi lebih baik jual di sini aja. |
| 9 | Asoka | online, dan offline |
| 10 | Barokah Jaya | tidak online |
| 11 | Mega Mas | sering possting di sosial media. |
| 12 | Trubus Semi | tidak melakukan penjualan keliling, tapi di online sedikit |
| 13 | Tunggak Semi | online, dan sudah punya cabang di daerah Bumiayu |

10. Apa yang akan saudara lakukan apabila tanaman yang diinginkan oleh pembeli tidak ada di toko saudara?

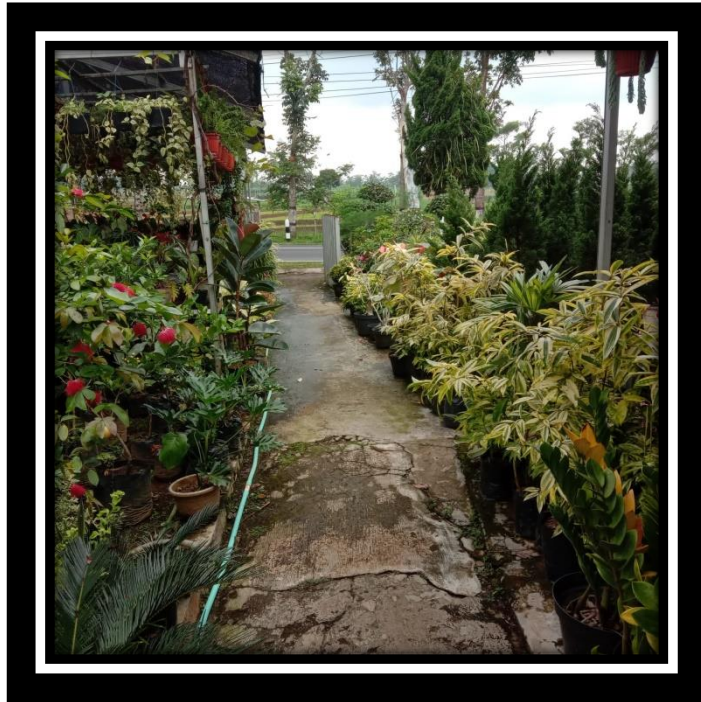
- | | | |
|---|--------------|------------------------------------|
| 1 | Bunga Berkah | paling tidak ya besok |
| 2 | Nur Family | biasanya sidari temen ke temen mba |

- 3 Berkah Tri Lumayan, silahkan cari ke toko yang lain saja
- 4 Farhani & Ukyat Karya Sari untuk mendapatkan kepuasan pelanggan ya kami usahakan untuk mencari ke temen dulu
- 5 Trubus Indah tek rekomendasikan ke tokonya temen saya si mba
- 6 Berkah Kembang Rezi iya, paling nanti sayaambil punya temen saya
- 7 Nadya Karya baru ada besok mba,gimana? Akalau mau nunggu ya Alhamdulillah
- 8 Sumber Rezeki ya saya bilang terus treang aja kalau tanamannya sedang tidak ada di toko saya
- 9 Asoka tergantung banyak barangnya atau harga nya tinggi atau engga nya. Kalo hal itu memenuhi saya tek bantu cari.
- 10 Barokah Jaya saya langsung bilang aja "sedang tidak ada atau kosong" juga bias
- 11 Mega Mas paling besok
- 12 Trubus Semi saya ngomong apa adanya aja mba. Berarti kan itu bukan rezekisaya. Gitu aja mba
- 13 Tunggak Semi apabila konsumen butuh ribuan. Kalau barang saya tidak ada paling dari temen ke temen mba. Tanaman itu harus dirawat, kalau tanpa itu ya tidak ada hasilnya. Meski harga mahal, tapi acak acakan pasti mengurangi nilai jual.

Lampiran 3. Dokumentasi







Lampiran 4. Surat Keterangan

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini pemilik dari usaha tanaman hias Tunggak Semi Desa Rempoah, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Bayumas menerangkan bahwa:

Nama : Zahara Icha Tazkia
NIM : 1817201129
Universitas : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Yang bersangkutan telah mengadakan penelitian di usaha tanaman hias Tunggak Semi Desa Rempoah, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Bayumas, terhitung mulai April 2021 s.d September 2022 guna penulisan skripsi dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN BISNIS TANAMAN HIAS PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus Pedagang Tanaman Hias di Desa Rempoah, Banyumas)”**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banyumas, Agustus 2022



Amt

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini pemilik dari usaha tanaman hias Farhani & Ukyat Karya Seni Desa Rempoah, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Bayumas menerangkan bahwa:

Nama : Zahara Icha Tazkia
NIM : 1817201129
Universitas : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin
Zuhri Purwokerto
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Yang bersangkutan telah mengadakan penelitian di usaha tanaman hias Farhani & Ukyat Karya Seni Desa Rempoah, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Bayumas, terhitung mulai April 2021 s.d September 2022 guna penulisan skripsi dengan judul **"STRATEGI PEMASARAN BISNIS TANAMAN HIAS PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus Pedagang Tanaman Hias di Desa Rempoah, Banyumas)"**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banyumas, Agustus 2022



SURAT KETERANGAN


Yang bertanda tangan di bawah ini pemilik dari usaha tanaman hias Nur Family Desa Rempoah, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Bayumas menerangkan bahwa:

Nama : Zahara Icha Tazkia
NIM : 1817201129
Universitas : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin
Zuhri Purwokerto
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Yang bersangkutan telah mengadakan penelitian di usaha tanaman hias Nur Family Desa Rempoah, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Bayumas, terhitung mulai April 2021 s.d September 2022 guna penulisan skripsi dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN BISNIS TANAMAN HIAS PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus Pedagang Tanaman Hias di Desa Rempoah, Banyumas)”**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banyumas, Agustus 2022


(NUR Family)

Lampiran 5. Sertifikat






 MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
 STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
 TECHNICAL IMPLEMENTATION UNIT OF LANGUAGE
 Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaizu.ac.id | www.sib.uinsaizu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية بجمهورية إندونيسيا
 جامعة الأستاذ كياهي الحاج سيق الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو
 وحدة اللغة

CERTIFICATE
الشهادة
 No.: B-1119/Un.19/UPT.Bhs/PP.009/921/V/2022

This is to certify that		منحت إلى
Name	: ZAHARA ICHA TAZKIA	الإسم
Place and Date of Birth	: Banjarnegara, 7 April 2001	محل وتاريخ الميلاد
Has taken	: IQLA	وقد شارك/ت الاختبار
with Computer Based Test, organized by		على أساس الكمبيوتر
Technical Implementation Unit of Language on:	11 Desember 2018	التي قامت بها وحدة اللغة في التاريخ
with obtained result as follows		مع النتيجة التي تم الحصول عليها على النحو التالي
Listening Comprehension: 57	Structure and Written Expression: 58	Reading Comprehension: 60
فهم السموع	فهم العبارات والتراكيب	فهم العقروء
Obtained Score :	585	المجموع الكلي :

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto. تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياهي الحاج سيق الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو.

Purwokerto, 27 Mei 2022
 The Head,
 رئيسة وحدة اللغة

 Ade Ruswatie, M. Pd.
 NIP. 19860704 201503 2 004


 MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
 STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
 TECHNICAL IMPLEMENTATION UNIT OF LANGUAGE
 Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaizu.ac.id | www.sib.uinsaizu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية بجمهورية إندونيسيا
 جامعة الأستاذ كياهي الحاج سيق الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو
 وحدة اللغة

CERTIFICATE
الشهادة
 No.: B-1119/Un.19/UPT.Bhs/PP.009/921/V/2022

This is to certify that		منحت إلى
Name	: ZAHARA ICHA TAZKIA	الإسم
Place and Date of Birth	: Banjarnegara, 7 April 2001	محل وتاريخ الميلاد
Has taken	: EPTUS	وقد شارك/ت الاختبار
with Computer Based Test, organized by		على أساس الكمبيوتر
Technical Implementation Unit of Language on:	11 Desember 2018	التي قامت بها وحدة اللغة في التاريخ
with obtained result as follows		مع النتيجة التي تم الحصول عليها على النحو التالي
Listening Comprehension: 47	Structure and Written Expression: 47	Reading Comprehension: 48
فهم السموع	فهم العبارات والتراكيب	فهم العقروء
Obtained Score :	473	المجموع الكلي :

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto. تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياهي الحاج سيق الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو.

Purwokerto, 27 Mei 2022
 The Head,
 رئيسة وحدة اللغة

 Ade Ruswatie, M. Pd.
 NIP. 19860704 201503 2 004

 **SERTIFIKAT** 

No. 096/A1/PBAK-FEBI/DEMAFEBI/VIII/2018

Diberikan kepada :

ZAHARA ICHA TAZKIA

Sebagai
Peserta

Kehadiran	Keaktifan	Tugas	Rata-rata
95	86	95	92

Dalam kegiatan PBAK FEBI 2018 yang diselenggarakan oleh
Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Pada tanggal 24-25 Agustus 2018 di IAIN Purwokerto

Wakil Dekan III



Drs. Atabik, M.Ag
NIP. 196512051993031004

Ketua DEMA



Ifan Muarif
NIM. 1522201092

Ketua Panitia PBAK FEBI



M. Nu'man Annabhani
NIM. 1617203030

 **PANITIA KEGIATAN PELATIHAN MENULIS MAKALAH
HMI KORKOM IAIN PURWOKERTO**

SERTIFIKAT

Diberikan kepada:

ZAHARA ICHA TAZKIA

Sebagai Peserta

Dalam Kegiatan Pelatihan Menulis Makalah (PLATMA)
yang diselenggarakan pada 15 September 2018
di AULA UPK Dinas Pendidikan Purwokerto Utara

KORKOM IAIN
Purwokerto



M. Abdul Aziz

Mengetahui,
Ketua Panitia



Yudha Pratama

Sekretaris



Pramita Wijayanti



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Zahara Icha Tazkia
2. NIM : 1817201129
3. Tempat/ Tanggal Lahir : Banjarnegara, 07 April 2001
4. Alamat : Dermasari, RT 03 RW 02, Kec.
Susukan- Kab. Banjarnegara
5. Nama Orang Tua
 - a. Nama Ayah : Musbikhin
 - b. Nama Ibu : Sri Murniasih

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK/ PAUD : TK Pertiwi Pancarini Dermasari
 - b. SD/ MI, Tahun Lulus : MI al-Huda Dermasari, 2012
 - c. SMP/MTs, Tahun Lulus : MTs Riyadush Sholihin Purwareja
Klampok, 2015
 - d. SMA/MA, Tahun Lulus : MAN 2 Banjarnegara, 2018
 - e. S.1 Tahun Masuk : 2018
2. Pendidikan Non Formal
 - a. Pondok Pesanten Riyadlu al- Ahmad, Kecitran
 - b. Pondok Pesantren Manbaul Husna, Purwokerto

Banjarnegara, 21 Januari 2023



Zahara Icha Tazkia