



PEMASARAN USAHA SANGCOK (PISANG COKLAT) DALAM PERSPEKTIF ISLAM

¹Syariah Hafizhoh, Ananda Sholih, ³Arif Rio, ⁴Audy Ayuni, ⁵Darma Syahputra,

⁶Delvina Sari, ⁷Dewi Aryanti, ⁸Nadila Aulia, ⁹Rini Amelia

Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

¹Sarihafizhoh@gmail.com, ²anandasholih4@gmail.com, ³aririokari@gmail.com,
⁴audyyayuniiii@gmail.com, ⁵dharmafarizyn@gmail.com, ⁶delvianasari266@gmail.com,
⁷ariyantidewi903@gmail.com, ⁸nadilaauliarahman@gmail.com,
⁹riniamaliasiagia@gmail.com

Abstract. Bananas are easily damaged so their durability is very limited. By processing bananas into sangcok it is quite profitable, so that it is used as a side business by the community as an additional income. This study aims to (1) analyze the characteristics of entrepreneurs and business profiles of sangcok (2) availability of raw materials, production technology, use of inputs, costs, income, efficiency and added value of the sangcok agro-industry. The raw material for making sangcok is kepok bananas. Entrepreneurs obtain raw materials for bananas by buying them directly at the market. The results of this study are the marketing plan implemented by the sangcok business, namely in terms of products, always maintain good product quality and the materials used are also halal, the prices applied are also affordable according to what was ordered, a less strategic place does not discourage culinary lovers from continuing to buy sangcok, and promotion strategies are carried out through online and offline media, promoting more through online media, although in doing promotions, honesty is emphasized and not badmouthing other businesses. The conclusion from this study is that the marketing plan carried out in the sangcok business is in accordance with an Islamic perspective. Related marketing plans such as product, price, promotion and place are also based on the Koran, hadith and the practice of the Prophet Muhammad in conducting marketing.

Keywords: Marketing, Business, Sangcok, Islamic Perspective

Abstrak. Buah pisang mempunyai sifat mudah rusak sehingga daya tahannya sangat terbatas. Dengan dilakukan pengolahan pisang menjadi sangcok cukup menguntungkan, sehingga dijadikan usaha sampingan oleh masyarakat sebagai tambahan penghasilan. Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis karakteristik pengusaha dan profil usaha sangcok (2) ketersediaan bahan baku, teknologi produksi, penggunaan input, biaya, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah agroindustri sangcok. Bahan baku untuk pembuatan sangcok adalah buah pisang kepok. Pengusaha memperoleh bahan baku pisangnya dengan cara membeli secara langsung di pasar. Adapun hasil penelitian ini adalah rencana pemasaran yang diterapkan usaha sangcok yaitu dari segi produk selalu menjaga kualitas produk dengan baik dan bahan yang digunakan juga halal, harga yang diterapkan juga terjangkau sesuai yang di pesan, tempat yang kurang strategis tidak menyurutkan para pecinta kuliner untuk tetap membeli sangcok, dan strategi promosi yang dilakukan melalui media online dan offline, lebih banyak melakukan promosi melalui media online meskipun begitu dalam melakukan promosi sangat ditekankan kejujuran dan tidak menjelek-jelekkan usaha lain. Kesimpulan dari penelitian ini, bahwa

Received Mei 05, 2023; Revised Juni 25, 2023; Accepted Juli 24, 2023

* Syariah Hafizhoh, sarihafizhoh@gmail.com

rencana pemasaran yang dilakukan pada usaha sangcok sudah sesuai dengan perspektif islam. Rencana pemasaran yang terkait seperti product, price, promotion dan place juga berlandaskan pada al-Qur'an, hadits dan praktik nabi Muhammad SAW dalam melakukan pemasaran.

Keywords: *Pemasaran, Usaha, Sangcok, Perspektif Islam*

PENDAHULUAN

Buah pisang tergolong buah yang banyak ditanam di Indonesia dan tergolong buah yang murah. Manfaat buah pisang sudah dikenal banyak kalangan. Selain itu juga disukai oleh berbagai umur, mulai dari anak-anak sampai dewasa karena teksturnya yang empuk dan rasanya manis jika sudah matang. Buah pisang juga bisa diolah dengan berbagai macam cara, ada yang langsung dimakan, direbus, digoreng, ataupun dibuat selai pisang. Pisang juga dapat diolah menjadi keripik.

Manfaat buah pisang tidak hanya pada buahnya saja. Buah pisang juga memiliki bagian-bagian yang banyak manfaatnya. Daunnya bisa dimanfaatkan untuk bungkus makanan, pohonnya bisa dimanfaatkan sebagai pupuk, keperluan irigasi, dan budaya. Jantung pisang sering dimasak untuk sayuran dan dendeng. Bagian buahnya bisa dimakan sebagai buah atau dijus, sangat bagus untuk pencernaan.

Kebutuhan masyarakat akan konsumsi yang semakin meningkat. Merupakan salah satu ide untuk membuat usaha ini. Selain sangcok adalah olahan makanan yang inovasi, usaha ini juga sangat menarik minat pembeli, karena makanan ini mempunyai rasa yang berkualitas dan dapat di nikmati oleh semua kalangan dengan harga ekonomis /terjangkau. Sehingga dapat menjadikan usaha ini dapat cepat berkembang dan menyebar luas.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah penelitian studi kepustakaan (library research) yakni dengan cara mengumpulkan beberapa data dan informasi dari berbagai macam buku maupun literatur-literatur yang ada, dokumen-dokumen maupun catatan-catatan yang erat kaitannya dngan objek penelitian yang sedang diteliti.

Sifat penelitian yang dilakukan ini adalah bersifat deskrtitif-analisis, teknik pengumpul data yang digunakan dalam penelitian pustaka yang dengan teknik pengumpul (inventarisir) data literal yang terdiri data primer, sekunder dan tertier yang ada kaitannya

dengan pembahasan. Dengan demikian metode yang dipakai yakni dengan cara mengumpulkan beberapa data dengan melakukan jalan studi kepustakaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menghadapi persaingan, sangcok tidak mementingkan dirinya sendiri, disini pemilik usaha Sangcok menganggap bahwasanya persaingan bukanlah sesuatu yang negatif, melainkan persaingan adalah salah satu motivasi untuk membuat usaha menjadi lebih baik lagi. Pemilik usaha sangcok meyakini bahwa rezeki masing-masing orang sudah ditentukan oleh Allah SWT. Berdasarkan empat variabel dalam bauran pemasaran (marketing mix) dengan berdasarkan dalil Al-Qur'an, Hadits dan pemasaran yang dilakukan Nabi Muhammad SAW yang terdiri dari sifat shidiq, amanah, tabligh dan fathonah.

A. Produk (Product)



Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen (Kasmir, 2012:216). Strategi produk yang digunakan oleh usaha sangcok yaitu dengan selalu menjaga kualitas produk sangcok bukan hanya cita rasa tetapi packaging juga penting dalam strategi produk. Semua bahan yang digunakan sudah pasti halal dan terjamin mutunya.

Persyaratan mutlak ada dalam sebuah produk yang akan dijual-belikan baik berupa barang maupun jasa harus memenuhi kriteria halal (Johan, 2008:106). Islam melarang umatnya menjual suatu barang sedang barang itu hukumnya haram. Sebagaimana Allah SWT, berfirman dalam surah Al-Baqarah ayat 168:

لَكُمْ نَهَى الشَّيْطَانِ خُطُوتٍ تَتَّبِعُوا ۖ وَلَا طَيِّبًا حَلَالًا رِضًا إِلَّا فِي مِمَّا كُلُّوا النَّاسُ يَا أَيُّهَا
مُؤْمِنِينَ عَدُوٌّ

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu” (QS. Al- Baqarah 168).

B. Harga (Price)

Harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa di mana kesepakatan tersebut diridhai oleh penjual dan pembeli. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam sebuah akad. Dalam Islam menentukan harga haruslah mengutamakan nilai keadilan. Jika kualitas produknya bagus, harganya tentu bisa tinggi. Sebaliknya, jika seseorang telah mengetahui keburukan yang ada di balik produk yang ditawarkan harganya pun harus disesuaikan dengan kondisi produk tersebut (Herman, 2006:178).

Strategi harga yang diterapkan pada usaha sangcok sudah sesuai dengan standard pasar karena harga yang ditawarkan memang sangat terjangkau sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Dalam melakukan kegiatan penetapan harga juga sesuai dengan selera konsumen dalam memesan produk sangcok, semakin bervariasi harga juga semakin naik. Penetapan harga yang dilakukan juga menguntungkan semua pihak baik pemilik usaha ataupun konsumen. Prinsip yang digunakan dalam menetapkan harga juga suka sama suka. Hal ini berdasarkan dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29:

تَرَاضٍ نَعْتَجَارَةً تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَا أَمْنُوا الَّذِينَ يَا أَيُّهَا
رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ ۖ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا ۖ مِنْكُمْ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (QS. An-Nisa: 29).

Dalam penetapan harga, usaha sangcok memberikan harga yang sesuai dengan kualitas. Harga juga di sesuaikan dengan standar harga pasar toko lainnya tanpa saling

merugikan antara konsumen maupun pedagang lainnya. Adapun harga usaha sangcok ini yaitu sebesar Rp. 5.000 permika.

C. Tempat/Saluran Distribusi (Place)

Tempat/saluran distribusi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin baik strategi lokasi/tempat dan saluran distribusi yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan kesuksesan sebuah usaha. Memang dalam Islam tidak dijelaskan secara khusus bagaimana menentukan tempat atau saluran distribusi dagang yang baik. Hanya dalam Islam memberikan rasa nyaman, aman, dan memudahkan konsumen untuk membeli produk merupakan hal yang dianjurkan. Hal ini yang diperhatikan adalah perantara perniagaan dengan maksud mendapatkan keuntungan dari transaksi dengan cara yang tidak baik, bahwa berdagang secara perantara dibolehkan asal dalam pelaksanaannya tidak terjadi penipuan dari satu pihak terhadap yang lain. Dalam perspektif syariah saluran pemasaran atau lokasi perusahaan bisa dimana saja asalkan tempat tersebut bukan tempat yang dipersengketakan keberadaannya.

D. Promosi (Promotion)

Promosi merupakan alat bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi semua kegiatan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan produk ke pasar sasaran oleh suatu usaha. Kegiatan ini bertujuan untuk mempengaruhi calon konsumen agar mereka menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan, kemudian tertarik untuk membeli produk tersebut. Segala kegiatan promosi yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan menggunakan produk dari usaha tersebut.

Strategi promosi yang digunakan pada usaha sangcok dalam memasarkan produknya yaitu melalui media online dan offline. Walaupun promosi lebih banyak dilakukan melalui media online tapi usaha sangcok selalu menekankan dalam hal kejujuran dan tidak ada manipulasi dalam mempromosikan produk mereka. Semua kegiatan promosi didasari dengan kejujuran, tidak pernah menjelek-jelekkkan produk orang lain. Melalui media sosial yang dimiliki usaha sangcok mereka juga tidak jarang mengunggah gambar atau video testimoni dari para konsumen. Usaha sangcok juga tidak pernah melakukan sumpah palsu kepada para

konsumen. Sumpah palsu menurut Nabi Muhammad SAW adalah usaha yang dilakukan untuk melariskan barang dagangannya dengan cara atau usaha yang tercela, sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al-Imran ayat 77:

فِي مَلْهُ خَلَقَ لَا أَوْلِيكَ قَلِيلًا تَمَنَّا وَأَيْمَانِهِمْ اللَّهُ بِعَهْدٍ يَشْتَرُونَ الَّذِينَ إِنَّ
لِيَوْمَ عَذَابٍ وَلَهُمْ ۖ يُرَكِّبُهُمْ وَلَا الْقِيَمَةَ يَوْمَ إِلَيْهِمْ يَنْظُرُ وَلَا اللَّهُ يُكَلِّمُهُمْ وَلَا الْآخِرَةَ

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpahsumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bahagia (pahala) di akhirat, dan Allah tidak akan berkata-kata dengan mereka dan tidak akan melihat kepada mereka pada hari kiamat dan tidak (pula) akan mensucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih” (QS. Al Imron: 77).

E. Alat dan Bahan Pembuatan Sangkok

1. Alat

No.	Alat
1.	Gas
2.	Sutil
3.	Wajan
4.	Pisau
5.	Hekter
6.	Kompor
7.	Sendok
8.	Piring
9.	Toples
10.	Parutan Keju

2. Bahan

No	Bahan	Banyaknya	Total Harga
1.	Logo	1 Lembar	Rp. 5000
2.	Tepung terigu	1/5 kg	Rp. 5000
3.	Pisang	1 Sisir	Rp. 8.000
4.	Seres Cokelat	2 bungkus	Rp. 12.000

5.	Susu Cokelat	2 Renteng	Rp. 18.000
6.	Keju	2 Kotak	Rp. 28.000
7.	Kulit Lumpia	3 Bungkus	Rp. 21.000
8.	Minyak Goreng	1 liter	Rp. 13.000
9.	Mika	50 Pcs	Rp. 12.500

3. Cara pembuatan

- a) 1 buah pisang dipotong menjadi 4 bagian
- b) Kemudian, 1 kulit lumpia dipotong menjadi 2 bagian
- c) Lalu, siapkan tepung terigu sebanyak 5 sdm dan diberi air
- d) Ambil kulit lumpia yang sudah dibagi menjadi 2 bagian, kemudian letakkan pisang dan seres diatas kulit lumpia
- e) Lalu beri lumuran tepung terigu di setiap pinggiran kulit lumpia dan lipat kulit lumpia nya
- f) Kemudian, panaskan minyak goreng dengan api yang sedang, setelah itu goreng sangcok.
- g) Kemudian susun sangcok yang sudah di goreng kedalam mika. 1 mika berisi 4 sangcok
- h) Setelah itu lumuri dengan susu coklat, keju dan seres di atas sangcok yang telah disusun, lalu tutup mika dengan menghektet pinggiran mika nya.

4. Modal dan Keuntungan

Modal (seluruh harga bahan ditambahkan) = 122.500

1 sisir buah pisang dapat 45 mika (45 mika x 5.000 = 225.000)

Hasil penjualan – Modal: 225.000 – 122.500 = 102.500.

Jadi, keuntungan yang di dapat dari menjual Sangcok adalah sebesar 102.500

KESIMPULAN

Strategi pemasaran di usaha sangcok pada perspektif Islam melalui penerapan taktik bauran pemasaran (marketing mix). Usaha sangcok mengkoordinir keempat unsur (product, place, price, promotion) yang masing-masing elemen di dalamnya saling berpengaruh sehingga diperoleh suatu cara pemasaran yang efektif. Penerapan strategi bauran (marketing mix) yang

dilakukan usaha ini berpedoman pada Al-Qur'an dan sabda Rasulullah serta terkait dengan praktik Nabi Muhammad pada melakukan pemasaran (shidiq, jujur, tabligh, serta fathanah). Hal ini terbukti dari seni manajemen dalam unsur bauran pemasaran yang dilakukan oleh usaha sangcok sebagai berikut:

- 1) Penerapan seni manajemen produk yang dilakukan usaha sangcok diantaranya: sangcok biasa, dan sangcok topping yang bervariasi. Semua bahan yang dipergunakan pada produksi telah absolut halal. Usaha sangcok selalu menjaga kualitas produk dengan baik dan tak lupa packaging yang menarik dan cita rasanya yang lezat membuat konsumen ingin mencoba lagi. Pada pelayanan yang diberikan kepada konsumen pula telah baik serta selalu menanamkan kejujuran dalam setiap memasarkan produk.
- 2) Penerapan taktik harga di usaha sangcok juga menyesuaikan menggunakan kualitas barang serta sesuai dengan standart pasar. Memakai prinsip senang sama senang. Harga yang dibayarkan konsumen sama dengan apa yang mereka terima. Semakin bervariasi produk sangcok semakin tinggi juga harga yang ditawarkan. Penetapan harga yang dilakukan juga menguntungkan seluruh pihak baik pemilik usaha ataupun konsumen.
- 3) Penerapan taktik tempat/saluran distribusi usaha sangcok, walaupun lokasi kurang strategis akan tetapi tak menyurutkan konsumen buat membeli produk sangcok, hal ini dikarenakan usaha sangcok selalu menjaga kualitas supaya semakin baik. Lokasi yang digunakan pula belum memiliki badan hukum akan tetapi lokasi ini tanah milik pribadi jadi tidak ada persengketaan di dalamnya.
- 4) Penerapan strategi promosi pada usaha sangcok yaitu melalui media online mirip instagram, facebook, dan whatsapp serta pula offline yaitu menggunakan cara pribadi kepada calon konsumen. Walaupun promosi lebih banyak dilakukan melalui media online tapi usaha sangcok selalu menekankan dalam hal kejujuran serta tidak ada manipulasi pada mempromosikan produk mereka. Semua aktivitas promosi didasari dengan kejujuran, tidak pernah menjelek-jelek kan produk orang lain, serta pula tidak melakukan janji palsu kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadiati, A., Purwana, D., & Maulida, E. (2008). *Wirausaha: Jalur Cepat Menuju Sukses*. Jakarta: UNJ Press.
- Baity Ramona1, Erizka, Dkk.() . *PISCOQUE GRANAT(PerencanaanPendirian Usaha PisangCoklatBentukBulat)*. Jurnal UNJ.

Faiqotul Hikmah, Sofi, Dkk. (2021). *Implementasi bauran pemasaran pada usaha piscok lumerque di blokagung menurut perspektif ekonomi islam*. Vol. 2. No. 1. The 2nd ICO EDUSHA 2021.

Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar

Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi wirausaha sukses*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Gambar Logo <https://www.ayoyogya.com/umum/pr-39942941/praktis-dan-anti-gagal-resep-piscok-lumer-yang-enaknya-meleleh-di-lidah>. Di Akses tanggal 18 Juli 2023

<https://cookpad.com/id/resep/7411583-piscok-pisang-goreng-coklat>. Di Akses pada tanggal 21 Juli 2023

<https://alvanlovi.wordpress.com/2013/12/28/segmentasi-targeting-dan-positioning/>. Di Akses tanggal 21 Juli 2023