ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK LOKAL CV CHALODO KEC. MASAMBA KAB. LUWU UTARA (PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)

IAIN PALOPO

S K R I P S I

Diajukan Untuk Memenuhi Kewajiban Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.E) Pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

OLEH,

RISKA HASTUTI
NIM 13.16.4.0111

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM JURUSAN EKONOMI SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
2017

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Jalal

NIM :13.16.4.0003

Jurusn : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/ karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana di kemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 25 April 2017
Yang membuat pernyataan

Ahmad Jalal
NIM 13.16.4.0003

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi Palopo, 25 April 2017

Lamp : 3 lembar

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Sesudah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ahmad Jalal

NIM : 13.16.4.0003

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Skripsi berjudul : **"Pemasaran Pada UMKM Kota Palopo Dalam Meningkatkan Produktivitas Produk (Studi Pada Usaha Kecil Kelurahan Balandai)".**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk di ujikan.

Demikian untuk di proses selanjutnya.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Pembimbing I

Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.
Nip. 19561217 198303 1 011

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi Palopo, 25 April 2017

Lamp : 3 lembar

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Sesudah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ahmad Jalal

NIM : 13.16.4.0003

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Skripsi berjudul : **"Strategi Pemasaran Pada UMKM Kota Palopo Dalam Meningkatkan Produktivitas Produk (Studi Pada Usaha Kecil Kelurahan Balandai)".**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk di ujikan.

Demikian untuk di proses selanjutnya.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Pembimbing II

Muzayyanah Jabani, ST., MM.
Nip. 19750104 200501 2 003

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul : **"Strategi Pemasaran Pada UMKM Kota Palopo Dalam Meningkatkan Produktivitas Produk (Studi Pada Usaha Kecil Kelurahan Balandai)".**

yang ditulis oleh:

Nama : Ahmad Jalal

NIM : 13.16.4.0003

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

disetujui untuk diujikan pada ujian munaqasyah.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo,25 April 2017

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Mahadin Shaleh, M.Si	Muzayyanah Jabani. ST., MM
Nip. 19561217 198303 1 011	Nip. 19750104 200501 2 003

ABSTRAK

Nama : Ahmad Jalal

NIM : 13.16.4.0003

Judul : Strategi Pemasaran Pada UMKM Kota Palopo Dalam Meningkatkan Produktivitas Produk (Studi Pada Usaha Kecil Kelurahan Balandai). Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing I Dr. Mahadin Shaleh, M.Si. Pembimbing II Muzayyanah Jabani, ST., MM.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Usaha Kecil, Produktivitas

Permasalahan pokok penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan usaha kecil kota palopo dalam meningkatkan produktivitas produk terkhusus di kelurahan balandai. Adapun sub pokok masalahnya yaitu: Upaya apa yang dilakukan pemilik usaha dalam rangka meningkatkan produktivitas produk atau usahanya.

Dalam konteks penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif yaitu penelitian yang mendeskripsikan suatu permasalahan pokok dari suatu penelitian berdasarkan teori-teori yang ada dan pengambilan kesimpulannya melalui proses deduktif induktif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data yang peneliti gunakan ada dua bagian yaitu sumber data primer dan sumber data skunder. Sumber data primer yaitu data yang langsung diambil dari objek peneliti. Sumber data primer ini berasal dari data lapangan yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan sumber data skunder yaitu data yang diambil berupa dokumen perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Upaya yang dilakukan pemilik usaha dalam rangka meningkatkan produktivitas produk atau usahanya adalah dengan cara menerapkan beberapa poin, seperti yang dilakukan bapak Anis sebagai pemilik usaha keripik yakni pemilihan lokasi usaha, melakukan penjualan siap antar, memberikan bonus pada konsumen, mendatangi kios-kios, tidak menggunakan zat-zat kimia atau pengawet, menggunakan harga ekonomis. Sedangkan langkah-langkah yang dilakukan bapak Tajuddin sebagai pemilik usaha arang yakni pemilihan lokasi usaha, penjualan door to door, memperbaiki kualitas produk, mempertahankan kualitas produk, menggunakan harga pasaran. Perbedaan dari kedua strategi yang diterapkan oleh kedua jenis usaha tersebut terletak pada proses penjualan produk dan target pasar yang berbeda sehingga dalam meningkatkan produktivitasnya mereka memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, hal ini dapat dilihat dari strategi yang diterapkan oleh kedua usaha tersebut.

PRAKATA

الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ وَالصَّلاَةُ وَالسَّلاَمُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ وَعَلَى اَلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِيْنَ أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah, segala Puji dan syukur kehadirat Allah swt. Atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul **"Strategi Pemasaran Pada UMKM Kota Palopo Dalam Meningkatkan Produktivitas Produk (Studi Pada Usaha Kecil Kelurahan Balandai)"** dapat rampung walaupun dalam bentuk yang sangat sederhana.

Shalawat dan salam atas junjungan Nabi Muhammad saw. yang merupakan suri tauladan bagi seluruh umat manusia, dan Nabi yang terakhir diutus oleh Allah swt. di permukaan bumi ini untuk menyempurnakan akhlak manusia.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan do'a, bantuan, bimbingan, masukan serta dorongan moril dari berbagai pihak, sehingga alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Dengan semua keterbatasan yang penulis miliki, maka skripsi ini tidak akan pernah terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu saya ucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu

penulis. Pertama-tama dari yang saya hormati, sayangi, dan sangat saya banggakan yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis pihak keluargaku sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi. Terimakasih terkhusus saya haturkan kepada kedua orang tua penulis **Ibunda Nyami** dan **Ayahanda Muh. Irfan.** Berkat beliau, penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Terimakasihku sebesar-besarnya karena telah melahirkan, merawat, membesarkan, menafkahi, mendidik penulis sampai saat ini sekali lagi terimakasih. Begitu pula selama penulis mengenal pendidikan dari Sekolah Dasar hingga Perguruan Tinggi, begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. Sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua itu, hanya do'a yang dapat penulis persembahkan untuk mereka berdua, semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah swt. amin.

Mohon maaf dan mohon ampunan yang sebesar-besarnya atas kesalahan, dosa, baik penulis sengaja maupun tidak sengaja lakukan hingga menyakiti hati dan perasaan **Ibunda** dan **Ayahanda.** Terimakasih atas segala doa dan bantuannya. Penulis juga menghaturkan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak, yaitu:

1. Rektor IAIN Palopo Dr. Abdul Pirol, M.Ag yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Wakil Rektor I, Dr. Rustan S.,M.Hum., Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarif Iskandar, M.M. dan Wakil Rektor III, Dr. Hasbi, M.Ag yang telah mencurahkan

segala tenaga dan pikiran, membantu dan membimbing penulis selama menempuh pendidikan di IAIN Palopo.

3. Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M Wakil Dekan I, Dr. Takdir, SH., MH, Wakil Dekan II, Dr. Rahmawati M.Ag, Wakil Dekan III, Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag., dan Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Ilham S.Ag., M.A beserta para staf dosen IAIN Palopo yang telah banyak memberikan tambahan ilmu khususnya dalam bidang Ekonomi Syariah.

4. Kepala perpustakaan Dr. Masmuddin, M.Ag. beserta stafnya, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur – literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

5. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si. selaku pembimbing I dan Muzayyanah Jabani, ST., MM. selaku pembimbing II yang telah mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

6. Dr. Masruddin, M.Hum. selaku penguji I dan Dr. Fasiha, M.EI selaku penguji II yang telah bersedia memberikan arahan dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Kepada saudara-saudaraku Nurhidayah, Fatonah, Muslikah, Muhammad Abdul Wahab, dan adik paling bungsuku Muhammad Hadi Salikin. Kepada kakak iparku Jemari, Slamet Ribowo, Fahrudin, Marya Handayani. Serta keponakan tercintaku Nihayatun Khamidah, S.E. Kharisma Khusniah, Eva Dwiana, Evi Dwiani, Muhammad Ardiansyah, Muhammad Ferdi Irawan, Muhammad Fadil Ridwan, dan keponakan paling kecilku Muhammad Rehan Alfahad**.**

8. Keluarga – keluargaku yang yang memberikanku ilmu dan semangat kebersamaan serta ketabahan dalam menjalani proses terkhusus yang ada di SIBOLA kepada kakanda Ardy, Roby Chaeruddin, Aswar, Dayat, menjadi kakak yang memberikan motivasi serta menjadi teman bersama. Seangkatanku Sibola Angkatan 08 teman seperjuangan berproses di sibola Wira Putra, jamal, yudistira, Anwar, Boncu, Cali, Cullang, mawan, pendi, Almaral, nunu, fals, dian, kak sasa, kakak-kakakku di sibola 07 Erna Mawardi, Risdawati Rustan, Anita Dahlan, Indrawati, Sari Geby, Ana Pertiwi, Uya, Sila, Ratna, Ayu. dan buat adik-adikku, angkatan 09 (SRIKANDI) juga buat adik-adikku angkatan 10 tanpa terkecuali yang telah banyak membantu penulis baik berupa motivasi, bimbingan maupun materi bahkan tempat tinggal, mulai dari awal penulis menuntut Ilmu di IAIN Palopo sampai penulis berhasil menyelesaikan studi di IAIN Palopo.

9. Teman seperjuangan dalam melakukan penulisan, penelitian, hingga selesai. Aswandi, Feri Fadli, Dedi Miswar, Ali Arafat, Afrijal Basri, Hendri Budianto, Haerul, Haerul Halid, Faisal, Arwan, Dadang Taufik, Eki Salasani, Endang Mustika Wati, Ainun Ayu Utami, Devi Ayu Pratiwi, Dewi Sartika, Fitrianti, Deti, Erni Sumiati, Erni, Deri, Yati, Anti, Hardianti, Yeni, Fatma, Ifa, dan seluruh teman-teman seperjuanganku terutama Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2013 yang selama ini bersedia membantu dan senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.

10. Teman-teman dipondok nusa indah Renita Ratnasari, Endang Mustika Wati, Vera Wati, Nurhikma Wahab, Sindi, Kecha, Ocha, Ani, yang selalu memberikan semangat selama penulisan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan ekonomi Islam dan semoga usaha penulis bernilai ibadah di sisi Allah swt. penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di sisi-Nya. Amiin.

Palopo, 25 April 2017

Penulis,

Ahmad Jalal

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
HALAMAN SAMPUL
PERNYATAAN i
NOTA DINAS PEMBIMBING ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING vi
ABSTRAK v
PRAKATA vi
DAFTAR ISI xi

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah ..... …6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 7
E. Definisi Operasional 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9

A. Penelitian Terdahulu 9
B. Kajian Pustaka 11
C. Kerangka Pikir 30

BAB III METODE PENELITIAN 32

A. Jenis Penelitian 32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 32
C. Subjek dan Objek Penelitian 32
D. Sumber Data 33

E. Teknik Pengumpulan Data 33
F. Teknik Analisis Data 35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 36

A. Hasil Penelitian 36
1. Gambar Umum Lokasi Penelitian 36
B. Analisis Pembahasan 47
1. Pembuat Keripik 47
2. Pembuat Arang 50
C. Hasil Pembahasan 51
1. Upaya yang Dilakukan oleh Bapak Anis. R Dalam Meningkatkan Produktivitas Produk atau Usahanya (Usaha Keripik) 51
2. Upaya yang Dilakukan oleh Bapak Tajuddin Dalam Meningkatkan Produktivitas Produk atau Usahanya (Pembuat Arang) 57

BAB V PENUTUP 62

A. Kesimpulan 62
B. Saran 63

DAFTAR PUSTAKA 64

LAMPIRAN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN SAMPUL ..... **ii**
PERNYATAAN ..... **iii**
NOTA DINAS PEMBIMBING ..... **iv**
PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **vi**
ABSTRAK ..... **vii**
PRAKATA ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**

BAB I : PENDAHULUANA **1**

A. Latar Belakan Masalah 1
B. RumusanMasalah 15
C. TujuanPenelitian 16
D. ManfaatPenelitian 16
E. DefenisiOperasional 17

BAB II : TINJAUAN KEPUSTAKAAN **19**

A. Penelitian Terdahulu Yang Relavan 19
1. Pengertian strategi pemasaran 21
2. Manajemenstrategi 22
3. Proses produkasi 22
4. Pengertian strategi 23
5. Target pasar 24
6. Karakteristik produk 24
7. Penentuan harga 25
8. Promosi 25
9. Tenaga kerja 25
10. Analis persaingan 26

B. Kerangka Fikir 27
1. Strategi pengembangan produk 28
2. Strategi pemasaran produk 29
3. Perspektif ekonomi Islam 29

BAB III : **METODE PENELITIAN 32**

1. Jenis penelitian 32
2. Lokasi penelitian 32
3. Desain penelitian 32
4. Objek penelitian 32
5. Sumber data 33
6. Tehnik pengumpulan data 33
7. Tehnikan analisis data 34

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 36

A. Hasil penelitian 36
1. Sejarah Singkat Berdirinya CV Chalodo 36
2. Struktur pekerja pada perusahaan CV Chalodo 40
3. Fungsi CV Chalodo Masamba 40
4. Visi Dan Misi CV Chalodo Masamba 41
5. Struktur Organisasi CV Chalodo Masamba 42

B. Proses-Proses Perkembangan Produk Lokal CV Chalodo 44
C. Teori Strategi Pengembangan Produk 50
D. Pembahasan 52
E. Perspektif ekonomi Islam pada perusahaan CV Chalodo 53
1. Internalisasi terhadap proses pelayanan kepada pelanggan 55
2. Hubungan internasional dengan masyarakat sekitar perusahaan . 61

BAB V : PENUTUP 63

A. Kesimpulan 63
B. Saran 64

DAFTAR PUSTAKA 65

BAB I

PENDAHULUAN

A. *Latar Belakang Masalah*

Tujuan perusahaan memproduksi atau memasarkan suatu produk, baik perusahaan dagang ataupun jasa selalu berpatokan kepada apa yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut. Tujuan perusahaan dalam memasarkan produknya ini dapat bersifat jangka pendek atau jangka panjang.

Maka berbagai cara yang ditempuh oleh para pengusaha agar nantinya usaha yang mereka jalanka berubah keuntungan yang maksimal. Apalagi persaingan semakin ketat begitu banyak orang yang melakukan usaha yang sama dengan jarak tempat yang relatif berdekatan memicu pengusaha berfikir cerdas dalam melancarkan usahanya.

Zaman sekarang tidak jarang kita jumpai para pengusaha yang menjalankan usahanya tanpa peduli lagi akan halal dan haramnya usaha tersebut. Apalagi dalam sistem saat ini pemerintah tidak ikut campur dalam masalah ini, adapula para pengusaha yang mengabaikan etika dalam berbisnis.

Maka usaha kakao merupakan bagian integral dari dunia usaha nasional yang mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Mengingat peranannya dalam pembangunan, usaha kecil harus dikembangkan dengan semangat kekeluargaan, saling isi mengisi, saling memperkuat antara usaha yang kecil dan besar dalam rangka

pemerataan dalam mewujudkan kemakmuran yang sebesar-besarnya bagi seluruh rakyat indonesia.[1]

CV Chalodo merupakan bagian dari usaha kecil dan sebagai badan usaha yang eksis yang aktif dalam hukum ekonomi perusahaan, menjalankan asas-asas perubahan sehingga terlihat satu badan usaha maksimal dalam pengelolaan serta pelayanan untuk mencapai kemakmuran rakyat dan mampu mengalokasikan sumber daya sebaik mungkin guna menunjang program kesejahtraan anggota dan pembangunan ekonomi masyarakat pada umumnya dalam pengembangan usahanya.

Kemampuan dalam usaha CV Chalodo untuk *survive* dengan sumber daya pribadi inilah membuat banyak kalangan merasa optimis bahwa usaha CV Chalodo dimasa sekarang dan dimasa depan merupakan tonggak penyelamat ekonomi nasional. Dalam usaha CV Chalodo sebagai penyelamat perekonomian karena mereka yang masih mampu menjadi pemasok kebutuhan masyarakat, dan mereka juga masih mampu memberikan lapangan kerja.

Perusahaan selama ini terbukti mempunyai daya tahan lebih baik menghadapi terapan dan guncangan resesi ekonomi dunia. Perusahaan besar banyak yang tumbang, atau kinerja menurun mereka tidak seperti yang diharapkan, meskipun dengan mengatakan demikian tidak berarti bahwa peran perusahaan tidak di perlukan. Tidak pernah ada negara yang perekonomiannya kuat dan kokoh yang tidak mempunyai perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil, dapat

[1] Halmaeni, *Pola Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Di KSU Mitra Saudara Kota Palopo*, (Skripsi Angkatan 2013), h. 1

tumbuh berkembang normal dan sehat. Usaha kecil CV Chalodo justru memperlihatkan kemampuan untuk tetap *survive* meskipun mereka tetap badai krisis. Hal ini tidak mengherankan karena memang selama ini mereka eksis diatas usaha sendiri pada sumber daya pribadi.

Fakta tentang keberhasilan usaha kecil untuk eksis di tengah suasana dan kondisi perekonomian yang tidak ditentukan oleh banyak faktor. Misalnya karena CV Chalodo dikelolah oleh orang-orang yang memiliki kompetensi khusus, mereka mengalami titik kelemahan yang di hadapi usaha kecil, sehingga praktis mereka secarah mudah dapat mengatasinya dan mencari keterampilan yang diperlukan untuk memastikan sukses dari dimulainya perusahaan mereka.[2]

Selama ini dalam perusahaan CV Chalodo kita hanya menjual biji coklat dalam bentuk gelondongan, yang hasilnya kurang, jika di bandingkan jika kita mengolah bahan baku tersebut menjadi makanan coklat, penghasilannya menjadi akan lebih banyak di bandingkan dengan menjual biji coklat. Pihak akan memikirkan bagaimana industry kakao di Luwu Utara semakin lebih baik lagi, dalam mengolah kakao menjadi sejumlah produk makanan sudah baik. Kita akan upayakan agar industri ini akan lebih meningkat, dan kita berharap luwu utara menjadi pusat industri coklat di Indonesia, dan ini akan meningkatkan penghasilan masyarakat. Kualitas produk yang semakin meningkat karena hadirnya persaingan. Pesatnya

[2] *ibid*, h. 3

perkembangan perekonomian saat ini diikuti juga berkembangnya usaha ini di berbagai kota Indonesia, begitu juga di Masamba

Sejalan dengan meningkatnya usaha produk coklat, banyak pilihan produk pelanggan yang lebih emosional dan berubahnya motif seorang dalam melakukan usaha, kegiatan tersebut dilakukan tidak hanya sebagai kegiatan fungsional semata tetapi juga sebagai kegiatan pengisi waktu, rekreasi, hiburan atau bahkan sebagai pelepas stress yang akan mengakibatkan semakin ketatnya persaingan bisnis coklat di Luwu Utara.

Untuk menghadapi kompleksitas dan intensitas tantangan yang semakin berat, pimpinan perusahaan atau organisasi dituntut berfikir kreatif dalam melakukan bisnis. Untuk itulah perusahaan-perusahaan dituntut untuk dapat menerapkan suatu kebijakan-kebijakan yang strategis dalam melakukan usaha bisnis coklat, setidaknya dapat menjadi keberhasilan dalam melakukan usaha di perusahaan dalam menghadapi segala tantangan dan ancaman yang akan menghambat laju perkembangan perusahaan yang akan datang.

Meningkat betapa pentingnya peran usaha dalam melakukan suatu usaha berhasilnya produk yang dimiliki, agar usaha tersebut dapat bersaing atau setidaknya mampu mengimbangi laju persaingan di dunia usaha.

Produk ini sangat penting artinya bagi kehidupan atau perusahaan, karena tanpa usaha, maka tidak akan terjadi transaksi usaha dalam berbisnis produk coklat. Untuk itu kegiatan usaha perusahaan haruslah beriorientasi pada kepuasaan usaha dalam berbisnis.

Tidak diragukan lagi bahwa pemasaran menimbulkan nilai-nilai materialistis, bahkan dalam masyarakat paling primitif pun, orang ingin mengumpulkan kekayaan.[3] Pertama kali, pemasaran berorientasi pada transaksi, yaitu bagaimana dapat menjual. Pada fase kedua, pemasaran menjadi berorientasi pada hubungan bagaimana caranya membuat konsumen tetap kembali dan membeli lebih banyak. Pada fase ketiga, pemasaran akhirnya bergerak mengundang konsumen untuk berpartisipasi di dalam pengembangan produk.

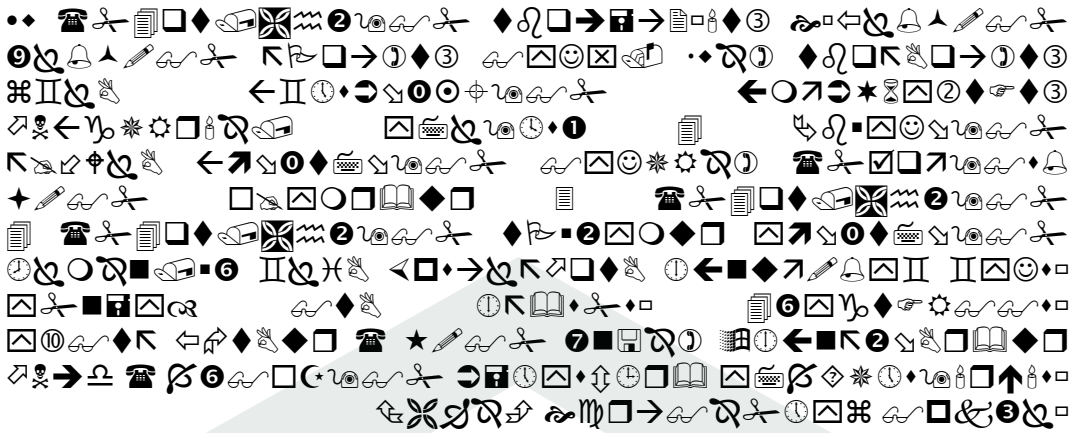
Islam mengajarkan manusia agar menjalankan hidup sesuai dengan syariat agama Islam dengan mengarahkan perekonomian Indonesia yang berlandaskan Al-qur'an. Bangsa Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam adalah negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Akan tetapi dalam kehidupan perekonomian, umat Islam berada pada posisi minoritas. Hal ini disebabkan etos kerja umat Islam, juga berkaitan dengan sistem ekonomi yang diterapkan. Suatu tantangan besar bagi umat Islam adalah bagaimana membangun ekonomi yang selaras dengan ideologi Islam. Banyak kalangan masyarakat Islam yang menilai dan memahami permasalahan ekonomi sebagai persoalan dunia yang lepas dari aturan agama sehingga menyepelekan hal-hal yang di haramkan dalam agama.

Namun dalam memberikan pemahaman bagi seluruh pelaku transaksi memang tidaklah mudah karena sifat tidak peduli terhadap sesama dan menjauhkan diri dari ajaran agama membuat masyarakat tidak memperhatikan keharaman dalam bertransaksi riba.

---

[3] Joseph P. Cannon, Ph.D.,*Pemasaran Dasar*, (Cet 1; Jakarta: Salemba Empat, 2009), h 360

Namun telah dijelaskan oleh Allah dalam surah Al-Baqarah, ayat 275



Terjemahnnya:

> orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila.yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.[4]

Berdasarkan ayat di atas, jelas bahwa Islam sangat mendorong umatnya untuk menjadi seorang pedagang. Berdagang adalah sesuatu hal penting dalam Islam, begitu pentingnya berdagang dalam Islam hingga Allah SWT menunjuk Nabi Muhammad saw sebagai seorang pedagang sangat sukses sebelum beliau diangkat menjadi Rasul.

Namun apabila seseorang sudah mengerti dengan perintah Allah swt yang mengharamkan riba, maka manusia tidak akan terjebak lagi apabila melakukan transaksi jual beli dengan pelaku ekonomi manapun.

[4] Departemen Agama RI*., Al.Quran Dan Terjemahannya* , h. 47

Dalam konteks Islam, setidaknya ada empat landasan yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Landasan Tauhid

Makna tauhid dalam konteks etika Islam adalah kepercayaan penuh dan murni terhadap ke Esaan Tuhan, kepercayaan itu menyebabkan manusia meyakini bahwa semuanya adalah milik Allah yang nantinya akan mempengaruhi bagaimana harus menyeimbangkan kebutuhan material dan spiritual. dimana landasan tauhid merupakan pondasi bagi setiap muslim dalam melangkah dan menjalankan fungsi hidupnya, diantaranya adalah fungsi aktvitas ekonomi. Tauhid artinya memandang bahwa segala aset dari transaksi bisnis yang terjadi di dunia adalah milik Allah, manusia hanya mendapatkan amanah untuk mengelolanya.

2. Landasan Keadilan dan Keseimbangan

Landasan keadilan dalam ekonomi berkaitan dengan pembagian manfaat kepada semua komponen dan pihak yang terlibat dalam usaha ekonomi, Segala keputusan yang menyangkut transaksi dengan lawan bisnis atau kesepakatan kerja harus dilandasi dengan akad saling setuju.. Landasan keseimbangan berkaitan dengan kewajiban terjadinya perputaran kekayaan pada semua anggota masyarakat dan mencegah terjadinya konsentrasi ekonomi hanya pada segelintir orang.

3. Landasan Kehendak Bebas

Memiliki kehendak bebas, yakni potensi untuk menentukan pilihan yang beragam.kebebasan manusia tidak dibatasi, maka manusia memiliki kebebasan pula untuk menentukan pilihan yang salah ataupun yang benar. Oleh karena itu kebebasan

manusia untuk melakukan kegiatan ekonomi haruslah dilakukan dengan cara-cara yang benar, adil, dan mendatangkan manfaat bagi masyarakat luas menurut Al-Qur'an dan Sunnah Rasul. Manajemen mempersilahkan umatnya untuk menumpahkan kreativitas dalam melakukan transaksi bisnisnya sepanjang memenuhi asas hukum ekonomi Islam, yaitu halal.

4. Landasan Pertanggung Jawaban

Bertanggung jawab atas apa yang dilakukan terhadap Tuhan, diri sendiri, masyarakat, dan terhadap lingkungan sekitar.

Apabila keempat hal tersebut diatas telah dilakukan oleh manusia dalam sistem perekonomiannya maka akan terhindar dari perbuatan riba dan sesuai dengan syariat agama Islam.[5]

Kualitas produk usaha terhadap kepuasan konsumen dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan keberhasilan pendapatan jangka panjangnya adalah pada sejauh mana kemampuan perusahaan atau organisasi secara maksimal kepada karyawan secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis.

Pada industri atau bisnis yang beriorientasi pada pelanggan, maka tidak dapat di hindari bahwa kualitas produk coklat menjadi satu-satunya faktor penentu dari eksistensis perusahaan atau industri atau bisnis yang penuh dengan persaingan, karena jika usaha produk coklat tidak di perhatikan, maka konsekuensinya pelanggan

[5]Hasmiat, *Strategi Pemasaran Pasar Sentral Palopo Menurut Perspektif Ekonomi Islam,* (Skripsi Angkatan 2013), h. 4-6

akan pindah kepada industri atau bisnis lain yang sejenis yang lebih memeberikan perhatian yang memuaskan bagi konsumsinya.

Bisnis atau perusahaan adalah suatu badan hukum yang menghasilkan barang atau jasa yang di perlukan pelanggan. Dalam mengelola bisnis pelayanan pelanggang dapat sangat menantang dan menguntungkan seperti juga halnya mengelola bisnis yang menghasilkan produk. Setiap bisnis dimulai sebagai hasil ide dari seorang atau lebih mengenai barang atau jasa, yang disebut wiraswasta, yang mengorganisasikan, mengelola dan mengasumsikan resiko yang di hadapi mulai dari permulaan bisnis. Para pengusaha produk lokal memegang peran kritis untuk mengembangkan bisnis baru karena mereka menciptakan produk baru (atau memperbaiki produk yang telah ada) yang diperlukan oleh pelanggan.

Seorang yang menciptakan bisnis pada mulanya menjalankan sebagai pemilik tunggal. Namun demikian, selama bisnis tumbuh mungkin memerlukan tambahan dana lebih dari pada yang dapat disediakan oleh pemilik tunggal. Sebagai konsekuensi, pemilik usaha akan memperbolehkan orang lain menanamkan modal ke dalam perusahaannya dan menjadi milik bersama.[6]

Pendirian suatu bisnis atau proyek akan memberikan berbagai manfaat atau keuntungan terutama bagi pemilik usaha. Keuntungan dan manfaat dapat dipetik oleh berbagai pihak dengan kehadiran suatu usaha. Misalnya bagi masyarakat luas, baik

[6] Kasmir, SE, MM,. *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Prenada Media, Cet 1, Juli 2003), h. 16-19

yang terlibat langsung dalam proyek maupun yang tinggal disekitar usaha, termasuk bagi pemerintah.

Studi kelayakan sebelum usaha atau proyek dijalankan. Agar apabila usaha atau proyek tersebut dijalankan tidak akan sia-sia atau tidak membuang uang, tenaga, atau pikiran secara percuma serta tidak akan menimbulkan masalah yang tidak perlu di masa yang akan datang. Adanya usaha atau proyek dapat memberikan berbagai keuntungan serta manfaat kepada berbagai pihak.

Seorang akan berniat menciptakan bisnis hanya apabila mereka mengharapkan imbalan untuk usahanya. Imbalan dari memiliki perusahaan dalam berbagai bentuk. Sebagian perang termotivasi oleh kesempatan mendapatkan penghasilan besar. Beberapa orang menginginkan supaya bisa menjadi atasan bagi mereka sendiri daripada bekerja kepada orang lain. Banyak orang senang dengan tantangan dan prestise yang berhubungan dengan memiliki perusahaan. Sebagian besar pemilik perusahaan setuju bahwa semua karakteristik memotivasi mereka untuk memulai suatu bisnis.

Suatu perusahan harus mempunyai suatu keunggulan kompetitif atau sifat unik yang dapat membuat produknya lebih diminati dari pada produk pesaingnya. Beberapa perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif dengan memberikan produk yang mirip terhadap produk pesaingnya, tetapi dengan harga yang lebih

murah. Bisnis lain merupakan produk yang kualitasnya lebih tinggi dari produk pesaing lainnya. [7]

Dalam berbisnis tidak terlepas dari aktifitas produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Aktivitas dalam bisnis pada umumnya punya tujuan menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan bagi seorang yang berbisnis atau bisnisman itu sendiri. Dalam konteks yang lebih sempit, masyarakat masamba sering kali menghubungkan bisnis dengan usaha, perusahaan atau suatu organisasi yang menghasilkan dan menjual barang hasil dari milik perusahaan seperti coklat. Sedangkan bisnisman dikaitkan dengan pedagang, pengusaha, usahawan, atau orang yang bekerja dalam bisnis, serta orang yang menjalankan perusahaan atau industri komersial. Mendistribusikannya, serta melakukan upaya-upaya lain dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memuaskan kebutuhan masyarakat.[8]

Perusahaan kecil yang dimiliki oleh seseorang tidak perluh merasa lemah. Sesungguhnya sebuah pengamatan pada struktur komonitas bisnis menunjukkan perusahaan kecil yang dimiliki oleh seorang wirausaha menjadi bagian yang kuat pada keseluruhan perekonomian. Peran penting perusahaan kecil tersebut didokumentasikan pada penelitian yang dilakukan oleh *David Birch, Presiden Cognetics, Inc*, sebuah perusahaan penelitian-penelitian perekonomian di *cambridge*

[7] Thomson Learning Asia, *Pengantar Bisnis, (*jakarta: Selemba empat, Tahun 2001), h. 3

[8] M.fuad,dkk, *Pengantar bisnis,(* Jakarta: PT Gramedia pustaka utama, desember 2000), h. 7

Massachusetts, yang membenarkan bahwa hampir semua pekerjaan baru di ciptakan oleh perusahaan.

Kesempatan bisnis muncul bagi mereka yang mampu menghasilkan produk yang diinginkan oleh para konsumen. Bila sebuah perusahaan dapat membuat barang atau jasa yang sangat menarik, prospeknya akan segerah menjadi cerah.

Pelayanan jasa yang baik dapat desediakan oleh berbagai macam bisnis. Bagaimanapun juga, bisnis berskala kecil lebih mempunyai peluang dari pada bisnis berskala besar dalam mencapai tujuan ini.

Bila ditangani secara baik, perusahaan pemula dapat melayani konsumen tanpa harus melewati kesulitan birokrasi atau memutuskan perjanjian kerja sama yang cenderung membekukan inisiatif karyawan.

Tidak semua perusahaan kecil berhasil menangani pelayanan jasa, tetapi rata-rata menyadari bahwa ada potensi kearah tersebut. Semakin sedikit jumlah konsumen dan kedekatan perusahaan tersebut kepada mereka, membuat pelayanan jasa menjadi senjata ampun untuk perusahaan baru.[9]

Dengan menambah kredibilitas perusahaan, perencanaan bisnis dapat berfungsi sebagai sarana penjualan yang efektif untuk digunakan pada calon konsumen dan penyalur, sebaik pada investor. Penyalur, misalnya, memperluas kredit perdagangan yang sering merupakan bagian penting dari perencanaan keuangan perusahaan baru. Perencanaan bisnis yang dipersiapkan dengan baik mungkin

[9] Thomson Learning Asia, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, (Selemba Empat, thn 2001), h. 154

membantu didalam pendapatan kepercayaan perusahaan yang menguntungkan. Perencanaan bisnis dapat memperbaiki prospek penjualan. Sebagai contoh, dengan meyakinkan calon konsumen sebuah perusahaan yang profesional untuk berumur panjang, perencanaan tersebut dapat meyakinkan kembali pada konsumen bahwa perusahaan baru tersebut barangkali berada disekitar mereka untuk melayani produk atau untuk melanjutkan sebagai sumber perantara.[10]

Pembicaraan mengenai etika tidak terbatas kepada etika untuk seseorang. Pada masa ini ahli-ahli ilmu sosial lebih berminat untuk membicarakan etika dalam mengelola perusahaan. Seperti manusia, perusahaan juga mempunyai tanggung jawab moral kepada masyarakat, yaitu menjalankan kegiatannya sesuai dengan prinsip-prinsip moral yang baik hingga kegiatannya tidak merugiakan masyarakat. Dalam konteks ini, yang dimaksudkan dengan tanggung jawab sosial atau *social responsibility* adalah tindakan perusahaan yang bukan sepenuhnya bertumpu kepada tujuan untuk memperoleh keuntungan tetapi juga didasarkan kepada tujuan untuk menjaga kepentingan masyarakat dan kesejahtraan mereka.[11]

Manajemen strategis adalah hal yang fital bagi perusahaan besar, namun dengan perusahaan kecil, proses manajemen strategis sama pentingnya bagi perusahaan kecil. Semua organisasi memiliki strategi, jika strategi muncul hanya dari operasi sehari-hari. Jika dilakukan secara informal atau oleh seorang pemilik atau

---

[10] Siti Aisah*, Etika Bisnis Perusahaan Derah Air Minum Kota Palopo Cabang Prumnas Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam,* (Skripsi Angkatan 2013), h. 1

[11] Fred R David*, Manajemen Strategis,* (Jakarta: Selemba Empat, Tahun 2006), h. 263

wirausahawan, proses manajemen strategis dapat secara siknifikan mendorong pertumbuhan dan kemakmuran perusahaan kecil.

Starategi pemasaran merupakan salah satu awal dalam rangka mengenal produk pada konsumen dan ini akan menjadi sangat penting karna akan berkait ada keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh oleh perusahaan. Strategi pemasaran akan bisa berguna dengan optimal bila didukung dengan perencanaan yang struktur baik secara internal maupun secara eksternal.

Dalam melakukan strategi pemasaran harus kita ketahui dulu apa inti manajemen strategic atau strategi manajamen. Strategi manajemen dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu untuk menformulasikan, mengimplementasi, damengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisai atau perusahaan dapat mencapai tujuannya.

Dalam rencana pemasaran sendiri, perusahaan harus menargetkan pasar. Target pasar sendiri merupakanpasar dari pelanggan yang pantas untuk profil pelanggan. Profil pelanggan atau karakteristik pelanggan khusus (berdasarkan jenis kelamin, umur, hobi, dan sebagainya) harus diidentifikasi. Ini menolong dalam menentukan target pasar, yang terdiri dari pelanggan yang pantas untuk profil pelanggan.

Pemilik perusahaan bukan hanya memikirkan bagaimana meningkatkan penjualan produk saja, tetapi juga memberikan nilai tersendiri bagi konsumen masyarakat. Maka pemilik perusahaan harus memikirkan bagaimana produk tersebut

lebih menarik konsumen masyarakat didalam strategi pemasaranya. Serta bagaimana perusahaan membuat konsumen lebih puas dengan produknya menjadi pelanggan yang lama dan pelanggan tetap. Maka perusahaan harus mengetahui atau memahami bagaimana perilaku perilaku konsumen.

Setiap masyarakat menginginkan semua kebutuhannya terpenuhi secara langgsung dan cepat, dari sinilah perusahaan harus berfikir bagaimana perusahaan memenuhi kebutuhannya. Selain itu perusahaan bukan hanya memikirkan bagaimana melengkapi kebutuhan konsumen saja tetapi banyaknya pesaing pasar menghambat perkembangan penjualan produknya. dari sinilah sehinga peneliti mengambil masalah ini agar dapat dipecahkan melalui strategi pemasaran yang akan dilakukan suatu perusahaan, agar perusahaan tersebut berkembang dan meningkatkan penjualan dari aspek nilai konsumen masyarakat.

B. *Rumusan Masalah*

Untuk memperjelas pokok permasalahan dapat ditarik suatu pokok permasalahan yang dapat menjadikan standarisasi dalam memberikan pemikiran yang sistematis, yaitu:

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka permasalahan yang di kaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses produksi pengembangan produk yang dilakukan CV chalodo di Kec. Masamba Kab. Luwu Utara

2. Bagaimana strategi yang di terapkan untuk mengembangkan perusahaan CV Chalodo dalam pengolahan coklat di Kec. Masamba Kab. Luwu Utara?

C. *Tujuan Penelitian*

Tujuan yang ingin di capai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui proses pengembangan produk CV Chalodo di Kec. Masamba Kab. Luwu Utara
2. Untuk mengetahui strategi yang di terapkan untuk mengembangkan perusahan CV Chalodo dalama pengolahan coklat di Kec. Masamba Kab. Luwu Utara.

D. *Manfaat Penelitian*

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Teoritis
   a. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengukur tingkat pemahaman pemilik usaha kakao di kota masamba
   b. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan di masa akan datang apabila kelak menjadi seorang pemilik usaha yang sukses.
   c. Sebagai bahan informasi bagi pembaca di bidang etika bisnis.
2. Praktis
   a. Untuk menambah ilmu pengetahuan dalam bidang etika bisnis
   b. Hasil penelitian ini dapat berguna bagi masyarakat akan lebih mengenal dan memahami etika berbisnis

c. Memberikan gambaran bahwa betapa pentingnya penerapan etika bisnis dalam kegiatan usaha

E. *Definisi Operasional*

Dari penentuan variabel penelitian diatas, peneliti mencoba memberikan devenisi terhadap variabel tersebut untuk menghindari adanya interprestasi dan penafsiran yang berbeda.[12]

1. Analisis

Analisis adalah sikap atau perhatian terhadap sesuatu (benda, fakta. Fenomena) sampai mampu menguraikan menjadi bagian-bagian, serta mengenal kaitan antar bagian tersebut dalam keseluruhan.

Analisis dapat juga diartikan sebagai kemampuan memecahkan atau menguraikan suatu materi atau informasi menjadi komponen-komponen yang lebih kecil sehingga lebih mudah dipahami.

2. Strategi pengembangan produk lokal di CV Chalodo merupakan salah satu sumber pendapatan ekonomi negara digunakan untuk melaksanakan pembangunan bagi seluruh rakyat indonesia. Kemudian bagi hasil itu sendiri berasal dari warga negara indonesia dan menjadi salah satu syariat Islam yang wajib di penuhi bagi parah karyawan.

---

[12] Hasnidar, *Strategi Pengembangan Bank Syariah Di Indonesia Kajian Studi Di Kota Palopo, (* Skripsi Angkatan 2010), h. 42

Dalam prakteknya sering di jumpai adanya pihak-pihak yang tidak mempunyai kesadaran untuk menjadi karyawan. Adapun arti dalam strategi pengembangan adalah tujuan agar suatu perusahaan, dapat tercapai maka perusahaan harus selalu mengikuti perkembangan usahanya, karena pengembangan usaha akan mempengaruhi kondisi usaha tersebut. Dalam mengembangkan usaha diperlukan strategi juga perlu disusun untuk setiap perkembangan usaha.[13]

3. Produk lokal

Produk lokal adalah hasil dari kegiatan produksi yang berujud barang atau benda, desain dan jasa. Merupakan variable pertama dari pada pemasaran yang dianggap cukup penting serta dapat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen adalah produk, karena produk merupakan ssuatu yang di tawarkan kepasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen

[13] Suciana, *Pola Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Di Koprasi Bumi Asih Kota Palopo*, (Skripsi Angkatan 2011),h. 24

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. P*enelitian Terdahulu yang Relavan*

Riset penelitian terdahulu yang relavan bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini, maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil penelitian terdahulu.

Penelitian terdahulu yang di kaji oleh Halmaeni (2013) dengan judul tentang "Pola Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Di KSU Mitra Saudara Kota Palopo" dalam penelitian ini pengembangan bidang keanggotaan, pengembangan di bidang penghimpunan dan serta pengembangan di bidang pembagian hasil usaha. Sedangkan dari aspek penerapan syariat ekonomi islam yang di tetapkan oleh KSU Mitra Saudara kota palopo dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah telah sejalan dengan prinsip dasar ekonomi islam dalam hal tolong menolong dalam hal kebaikan dan kerjasama dalam bidang usaha.

KSU Mitra Saudara dalam melaksanakan kegiatan ekonomi yang sesuai dengan perspektif ekonomi islam adalah dalam pelaksanaan kegiatan koperasi yang didasari oleh sikap yang saling tolong menolong dan kerja sama yang baik antara pihak koperasi dengan anggotanya. Dalam menjalankan suatu usaha masyarakat harus menjalankan usahanya berdasarkan syari'ah yaitu tidak ada penipuan, kebohongan dalam melakukan transaksi jual beli.

Adapun bentuk kerjasama yang diterapkan di KSU Mitra Saudara kota palopo adalah kerjasama dalam bentuk *Mudhharabah* yakni masing-masing pihak dimana pihak pertama menyediakan modal dan pihak kedua sebagai pengelolanya. Kerjasama dalam bentuk *Musyarakah* yakni masing-masing pihak menyiapkan modal untuk usaha tertentu, dengan kesepakatan keuntungan dan resiko akan di tanggung bersama.[1]

Penelitian terdahulu yang di kaji oleh Siti Aisah (2013) dengan judul tentang "Etika Bisnis Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Palopo Cabang Prumnas Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam" dalam penelitian ini perusahaan daerah air minum sangat memperhatikan etika sebagai modal utama dalam dalam menjalankan sistem operasional perusahaan yang diterapkan pada perilaku personalia PDAM terhadap proses pelayanan kepada pelanggan dan masyarakat.[2]

Dalam perusahaan daerah air minum pada umumnya sudah menerapkan etika bisnis islam dalam menjalankan sistem operasional perusahaan dalam hal ini proses pelayanan terhadap pelanggan maupun non pelanggan. Perusahaan sebagai lembaga yang menegedepankan etika dalam bisnis demi terciptanya perusahaan dengan pengelolaan bisnis yang propesional dan Islam.

---

[1] Halmaeni, *Pola Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Di KSU Mitra Saudara Kota Palopo*, (thn 2013), h. 59

[2] Siti Aisah, *Etika Bisnis Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Palopo Cabang Prumnas Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam,* (thn 2013), h. 63

1. Pengertian Strategi pemasaran

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang sama yaitu meningkatkan produktivitas dan keunggulan agar dapat bertahan di pasaran. Strategi merupakan hal penting bagi suatu perusahaan untuk mempertahankan pelanggan. Sehingga untuk mencapai tujuan maka di perlukan suatu strategi sebagai antisipasi dan kesiapan perusahaan menghadapi persaingan dalam memenangkan pasar. Pelanggan adalah dasar dari bisnis dan menjaga bisnis tetap hidup.[3]

Dalam penyusunan strategi suatu perusahaan tidaklah mudah sebab hal ini berkaitan dengan bagaimana perusahaan harus menghadapi tantangan dan kesempatan yang di hadapi. Pada sisi lain strategi selalu dimulai dengan konsep bagaimana menggunakan sumber daya perusahaan secara efektif dalam lingkungan yang berubah-ubah.

Sebuah perusahaan memilki perencanaan strategis yang dapat mengidentifikasikan peluang dan arah perusahaan di masa mendatang. Jika perusahaan mengembangkan berbagai strategi untuk mencapai perencanaan strategis, hal itu tergantung pada bagaimana manejer memanfaatkan sumber daya lainnya untuk membuat strategi tersebut dapat dilaksanakan.[4]

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan salah satu alat untuk memutuskan langkah-langkah yang ingin ditempuh agar tujuan perusahaan atau organisasi dapat tercapai. Dan setiap perusahaan memikirkan bagaimana

[3] Fred R. David, *Strategic Manejemen,* (Cet I; Jakarta: Salemba Empat, 2006), h.85

[4] Jeff Madura, *Pengantar Bisnis,* (Cet I; Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 2

konsumen dapat merasa puas dengan produk yang akan di produksi dan dapat laris di pasaran dan langkah selanjutnya adalah mempertahankan produk tersebut agar tidak kalah saing dengan produk dari perusahaan lain. Karena keberhasilan suatu perusahaan di tentukan dari kepuasan konsumen sehingga suatu perusahaan harus selalu mengetahui kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi di pasaran dan selalu merasa optimis menghadapi persaingan.

Jika produk tersebut sudah tidak bisa lagi memuaskan konsumen, tentu saja produk tersebut tidak akan lagi di lirik oleh konsumen. Dan akan mati di pasaran. Hal ini akan berdampak besar bagi perusahaan, karena kelangsungan hidup suatu perusahaan di tentukan oleh pelanggan.

2. Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah tentang mendapatkan dan mempertahankan kenunggulan kompetitif. Terminologi ini dapat di definisikan sebagai segala sesuatu yang dilakukan dengan sangat baik oleh sebuah perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. Sebuah perusahaan dapat melakukan sesuatu dan perusahaan lainnya tidak dapat, atau memiliki sesuatu yang diinginkan pesaingnya.[5]

3. Proses produksi

Bermacam keputusan harus dibuat mengenai proses produksi, misalanya lokasi dan fasilitas produksi dan rancangan serta tata letak fasilitas tersebut. Keputusan lokasi dapat mempunyai akibatnya kepada kinerja perusahaan karena

[5] Mudjiarto Aliaras Wahid*, Membangun Karakter Dan Kepribadian Kewirausahaan*, (Graha Ilmu, Cet 1, 2006), h. 144

mempengaruhi biaya sewa gedung maupun keuntungan yang dihasilkan oleh bisnis tersebut

Pengertian produksi adalah merencanankan produk, segala sesuatu yang berkaitan dengan produksi di rencanakan dengan harapan produk dapat di pasarkan sesuai target dan kelangsungan usaha. Pada tahap perencanaan produk ini tidak hanya merencanakan fisik produk, melainkan juga proses-proses yang memungkinkan produk tersebut dapat terwujut antara lain:

a. Pembuatan model yang sesuai dengan keinginan pasar
b. Bagian-bagian produk/spesifikasi produk
c. Pengujian mutu produk.

4. Pengertian Strategi

Pengertian strategi adalah fondasi tujuan organisasi, dalam hal agrebisnis strategi yang digariskan adalah intensifikasi, rehabilitasi, dan diservikasi.[6]

a. Intensifikasi adalah tanaman yang sudah ada dilaksanakan, misalnya: tebu, kapas, tembakau, dan cengkeh.
b. Rehabilitasi adalah sepereti tanaman karet, kelapa digunakan klon, dan bibit unggul.
c. Diservikasi adalah meningkatkan produktivitas tanah dan pendapatan petani. Misalnya: kopi, coklat, lada, panili, kapuk, dan tanaman pangan.

[6] Sukanto Reksoha diprodjo, M. Com., *Manajemen Strategi*, (Ed 1, Cet 1, Yokyakarta, Juli 1987), h. 11

5. Target Pasar

Profil pelanggan atau karakteristik dari pelanggan khusus (berdasarkan jenis kelamin, umur, hobi, dan sebagainya) harus diidentifikasi. Ini menolong dalam menentukan target pasar, yang terdiri dari pelanggan yang pantas untuk profil pelanggan.[7]

6. Karakteristik produk

Produk adalah barang atau jasa yang bisa di tawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli, agar pemasaran produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selerah konsumen.misalnya, dalam hal mutu, kemasan dan lain-lain. Karena itu tugas bagian pemasaran tidak mudah, harus menyusuaikan kemampuan perusahaan dengan keinginan pasar (konsumen).

Karakeristik produk harus digambarkan, yang menekankan atau menjadikan produk tarsebut lebih diminati dari pada produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing. Suatu produk mungkin diminati karena lebih mudah dipakai, lebih efektif, atau lebih awet.[8]

---

[7] Thomson Learning Asia, *Pengantar Bisnis*, (Ed I, Selemba Empat, Jakarta, 2001), h. 17

[8] M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis,* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, Desember 2000), h. 128

7. Penentuan harga

Penawaran harga yang di usulkan dari produk harus diumumka. Harga produk serupa yang dijual pesaing harus pula disebutkan. Harga akan mempengaruhi permintaan untuk produk.

8. Promosi

Cara produk dipromosikan harus pula dijelaskan. Strategi promosi harus konsisten dengan profil pelanggan. Misalnya, produk untuk menarik para pelajar harus diiklankan melalui koran kampus.

9. Tenaga Kerja

Setelah proses produksi ditetapkan dan mesin serta peralatan yang akan digunakan sudah dipilih, langkah selanjutnya adalah menentukan tenaga kerja yang akan turut membantu dalam pelaksanaan usaha.

Berdasarkan ketentuan yang berlaku dan pengalaman ini selama di indonesia, tenaga kerja dapat dikelompokkan menjadi tenaga dalam arti yang terikat dalam hubungan kerja, dan yang tidak terikat dalam hubungan kerja.

Tenaga kerja yang termasuk dalam hubungan kerja biasanya mendapat upah sebagai imbalan atau jasa yang diberikan yang selanjutnya disebut tenaga kerja upahan:

a. Tenaga kerja upahan,tenaga kerja yang memperoleh upah sebagai imbalan atas jasa yang diberikannya. Mereka terikat dalam suatu hubungan kerja dengan pemberi kerja.

b. Tenaga kerja tetap, adalah tenaga kerja yang secara teratur memperoleh hak-haknya seperti upah cuti, meskipun ia tidak bekerja karena sesuatu hal yang tidak melanggar ketentuan.

c. Tenaga kerja tidak tetap, adalah tenaga kerja yang tidak memiliki hak dan kewajiban tidak teratur. Umumnya mereka akan kehilangan hak-hak tertentu apabila mereka tidak bekerja, kedudukan tidak cukup kuat sehingga dapat dikeluarkan pengusaha dengan mudah. [9]

10. Analis persaingan

Bisnis harus selalu memperhatikan dan menganalisis masalah persaingan. Konteks ini dapat dipikirkan pendekatan apa yang dapat digunakan dalam menghadapi persaingan. Pada saat perusahaan menghadapi persaingan yang serius, kemampuan untuk bangkit dari persaingan adalah tugas penting lainnya didalam menggembangkan perusahaan dimasa depan. Analisis ini memberikan masukan kepada pihak manajemen sehingga para manajer memiliki pandangan yang realistik dalam melihat pasar, menentukan posisi perusahaan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Manajer dapat melalui menggunakan analisis persaingan, dengan mengidentifikasikan pesain yang sudah ada dan pesaing potensial lainnya yang akan masuk ke pasar. Langkah selanjutnya, para manajer perlu menentukan kompetensi perusahaan dalam bersaing berdasarkan sumber daya yang ada, dan mengetahui

[9] Mudjiarto Aliaras Wahid*, Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*, (Graha Ilmu, Cet I, thn 2006), h. 148

kekuatan serta mengalami kelemahan pesaing utama perusahaan. Perusahaan dapat melakukan beberapa strategi untuk ditempuh dalam menghadapi persaingan, seperti:

a. Diferensiasi**.** Perusahaan dapat menggunakan usaha untuk membedakan barang, seperti perbedaan terhada jasa dan presepsi produk, perbedaan dalam sifat barang yang unik (termasuk kualitas), atau teknologi baru yang terdapat pada barang pesaing.

b. Kepemimpinan *harga.* Kepemimpinan harga mempunyai keunggulan tersendiri dimata pembeli, strategi kepemimpinan harga bertujuan untuk menjadi pemimpin dalam harga. Untuk mencapai tujuan biaya yang dikeluarkan dalam industri haruslah rendah. Biaya yang rendah di industri mencerminkan keadaan dimana barang yang diproduksi dan di jual adalah lebih bermutu jika dibandingkan dengan barang pesaing mereka.

c. *Fokus dalam menghadapi masalah.* Strategi ini memerlukan tingkat perhatian yang tinggi yang di tujukan pada satu hal. Konsentrasi atau perhatian utama pada pasar regional atau pada kelompok pelanggan tertentu. [10]

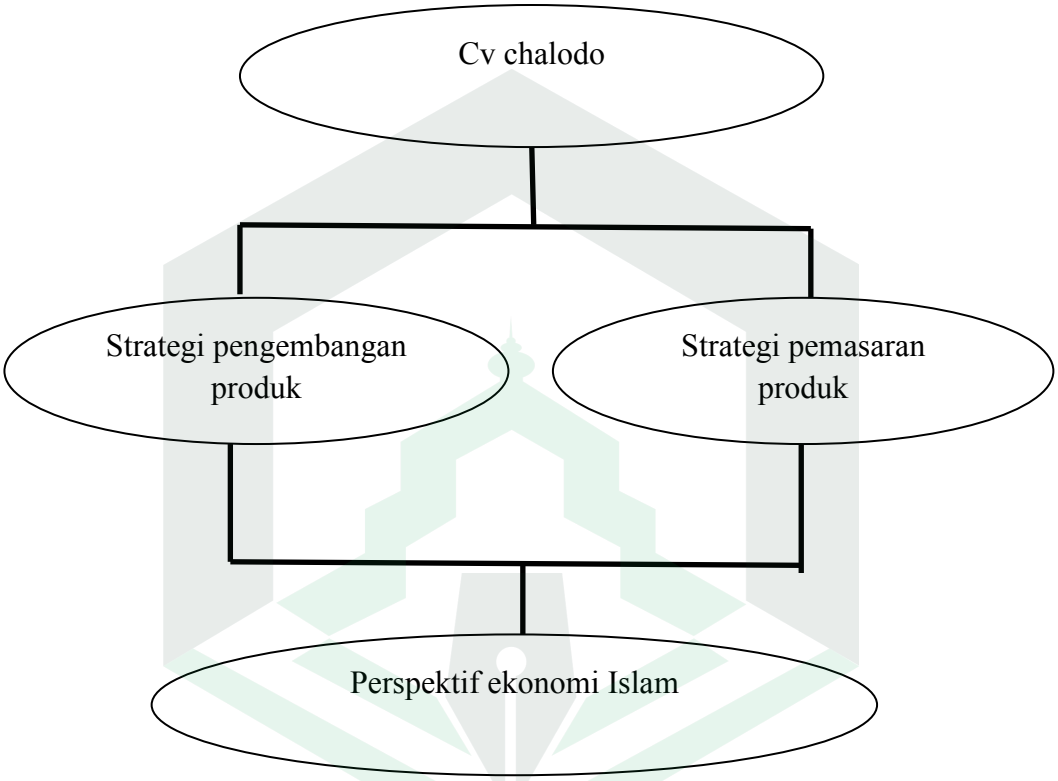
B. Kerangka Fikir

Berdasarkan latar belakang dan kajian pustaka, maka dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan sangatlah membutuhkan adanya penerapan dalam pelaksanaan bisnis. Dimana ada dampak yang dirasakan pada implemntasai pelaksanaan bisnis itu sendiri. Oleh karena itu dibutuhkan kerangka fikir untuk lebih

[10] Sadono Sukimi, dkk., *Pengantar Bisnis,* (Ed 1, Cet 1, Jakarta: Oktober 2004)

memudahkan. Berdasarkan hal tersebut diatas, penulis mencoba memberikan gambar kerangka fikir yang menjadi acuan dalam penelitian sebagai berikut.

BAGAN KERANGKA FIKIR



1. *Strategi Pengembangan Produk*

Strategi ini mencakup perubahan barang atau jasa yang tetap menggunakan cara produksi yang sama dengan cara produksi lama. Strategi ini umumnya dilakukan untuk memperpanjang masa edar atau siklus hidup, bilamana kita mengetahui bahwa sasaran pembeli mulai bosan sehinga kita harus mengubah barang yang ditawarkan.

2. *Strategi Pemasaran Produk*

Strategi pemasaran adalah suatu cara yang digunakan untuk membantu kita untuk membuat dan menjual barang dan jasa yang sesuai dengan kondisi perusahaan dan pasar target atau selera konsumen yang dituju strategi pemasaran yang dapat dilakukan yaitu:

a. Menembus pasar

Strategi ini dilakukan jika kita mengetahui masih banyak sasaran pembeli yang belum dapat dijangkau oleh barang atau jasa yang ditawarkan, atau masih banyak sasaran pembeli yang belum menggunakan barang atau jasa kita.

b. Mengembangkan pasar

Strategi ini dilakukan apabila sasaran pembeli yang lama sudah jenuh atau sudah habis sehingga perlu mencari sasaran pembeli yang baru dengan tetap menawarkan produk atau jasa yang lama.

3. Perspektif Ekonomi Islam

Maksud dari perspektif ekonomi islam adalah suatu ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, meninjau, meneliti, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang Islami.

Ekonomi Islam di dunia merupakan Negara berpenduduk Islam terbanyak di dunia mempunyai prospek perkembangan yang pesat merupakan Negara yang bermasyarakat religious/agamis dan ber-pancasila.

Dalam masyarakat yang religios telah diterapkan sistem ekonomi campuran yang didominasi oleh sistem kapitalisme-materialistis yang skuler sehingga sering

timbul gejolak baik di bidang sosial-politik dalam menegakkan Negara kesatuan repoblik Indonesia hingga sekarang. Hal ini diakibatkan karena telah terjadi brain washing/pencucian otak mulai dari anak-anak sampai dewasa tanpa memandang warnah kulit, jenis suku, agama serta tingkat pendidikan.

Islam mengajarkan bahwa sebenarnya kebutuhan manusia secara rill baik untuk kebutuhan primer, sekunder maupun tersier adalah terbatas. Sedangkan alat pemenuhan kebutuhan, manusia dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan tekhnologi menjadi tidak terbatas sehingga akan menimbulkan kemitraan diantara para pelaku ekonomi.

Muhammad Ali Alkuhli dalam " *The Light Of Islam*" Menerapkan dengan demikian Islam merupakan suatu agama yang lengkap/komplik yang berhubungan dengan menjelaskan tentang berbagai aspek pokok kehidupan yang meliputih masalah: ekonomi, politik, hokum, keluarga, tubuh,akal/fikiran, filsafat. Sejarah contoh-contoh kehidupan masa lalu dan akan datang, yang akan sangat berguna bagi tuntunan umat manusia di bumi ini untuk mencapai kedamaian dan keselamatan yang sejati. Islam merupakan agama penutup yang telah disempurnakan oleh Allah.

Islam dapat member petunjuk untuk mencari jalan keluar dari semua permasalahan. Jika seseorang telah meninggalkan petunjuk Allah hasilnya adalah kekacauan. Manusia menjadi tidak dapat membedakan hal yang buruk dan yang baik, yang salah dan yang benar. Tantpa tuntunan Allah maka sesuatu yang baik dan benar menurut seseorang belum tentu hal tersebut sama dengan orang lain. Sesuatu baik dan

benar untuk suatu Negara dinilai jelek dan salah oleh Negara lain bila hal ini terjadi maka kekacauan dan peperanganlah yang akan timbul.

Sebaliknya bila manusia sebagai individu, keluarga, kelompok masyarakat ataupun bangsa. Semakin dekat dengan ajaran agama (Islam) maka akan sedikitlah permasalahan ataupun bencananya yang akan dihadapi, sebab bila manusia mendekat kepada Allah, maka Allah akan merapat dan memeluk manusia itu. Bila manusia dapat berhasil merapat dan memeluk Allah ibaratnya, maka Allah akan masuk ke nadi, otak, hati ataupun kalbu manusia itu.[11]

[11] ttps://inkapela.wordpress.com/2010/02/15/perpektif-ekonomi-Islam/

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan deskriptif kualitatif. Secara harfiah desain penelitian deskriptif adalah peneliti yang bermaksud membuat pencandraan (deskripsi), gambaran mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian yang telah terjadi di perusahaan tersebut.

B. Lokasi Penelitian

Kegiatan penelitian ini peneliti laksanakan di CV Chalodo yang terletak di Kec. Masamba Kab. Luwu Utara.

C. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, penelitian ini menggunakan jenis deskriptif kualitatif, pengolaan data yang bersifat gagasan yang dikemukan para ahli kemudian dianalisis, juga, menggunakan metode kualitatif yaitu pengolaan data yang bersifat kasus atau fakta-fakta sosial, dalam penulisan skripsi ini, peneliti menggunakan, metode kualitatif, yaitu pengelolaan data yang bersifat uraian, argumentasi dan paparan yang kemudian akan dianalisis dan sifat penelitian survey.

D. Objek Penelitian

Subjek penelitian atau informan adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sumber perolehan data dalam sebuah penelitian. Peran subjek penelitian adalah

memberikan tanggapan dan informasi terkait data yang dibutuhkan oleh peneliti, baik secara langsung maupun tidak langsung.

E. Sumber Data

Sumber Data dalam penelitian ini dibagi atas dua jenis yaitu:

1. Data Primer, yaitu data yang diambil langsung dari CV Chalodo berupa pola pengembangan dalam bisnis usaha di CV Chalodo kota masamba dan CV Chalodo dalam mengembangkan usaha kecil di kota masamba dengan perspektif islam. Peneliti ini akan mencari dan menelusuri data riil melalui wawancara dengan karyawan CV Chalodo Kota masamba.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diambil berupa dokumen-dokumen kepustakaan, kajian-kajian teori, dan karya ilmia yang ada relevansinya dengan masalah yang akan di teliti.

F. Tehnik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data untuk proses penulisan skripsi ini, penulis menggambarkan 2 (dua) metode sebagai berikut:

1. Metode *library research*, yaitu proses pengumpulan data dengan menggunakan berbagai *literatur* buku, majalah, surat kabar, dan internet yang ada kaitannya dengan pembahasan masalah. Dalam mengutipan literatur yang dijadikan landasan teoritis penulis menggunakan tekhnik pengutipan sebagai berikut:
   a. Kutipan langsung, yaitu mengutip tanpa merubah redaksi teks yang dikutip sebagaimana teks aslinya.

b. Kutipan tidak langsung, yaitu mengutip dengan hanya mengambil inti sari atau makna dari teks yang dikutip tanpa mengikuti redaksi aslinya.

2. Metode *field research*, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dilapangan (objek penelitian) dengan mengguanakn tekhnik, observasi, wawancara, dokumentasi dan angket.

Dalam proses pengumpulan atau penulis menggunakan beberapa instrumen, sebagai berikut:

a. Observasi, yaitu proses pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung dilapangan mengenai objek penelitian.
b. *Interview* (wawancara), yaitu untuk komonikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh.
c. Dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan membuka dokumen-dokumen yang ada pada lembaga objek penelitian kemudian mengambil data yang relavan dengan penulis.

G. Tehnik Analisis Data

Data yang telah diperoleh dalam penulisan skripsi ini, akan dianalisa selanjutnya dengan menggunakan metode sebagai berikut:[1]

1. Tehnik induktif, yaitu suatu bentuk pengolahan data yang berawal dari fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum.

[1] Hasnidar, *Strategi Pengembangan Bank Syariah Di Indonesia Kajian Studi Di Kota Palopo, (* Skripsi Angkatan 2010), h. 44

2. Tehnik deduktif, yaitu suatu bentuk penganalisahan data yang bersifat umum kemudian menarik kesimpulan yang bersifat khusus.
3. Tehnik komparatif, yaitu penganalisa data dengan cara mengadakan perbandingan dari data atau pendapat dari para ahli tentang masalah yang berhubungan pembahasan dan kemudian menarik suatu kesimpulan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah berdirinya Cv Chalodo Masamba

CV Chalodo Masamba Kab. Luwu Utara didirikan sejak tahun 2009 oleh H.Baharuddin. Dan pada saat itu perusahaan mendapat bantuan dari pemerintah sejak awal bermulanya perusahaan CV Chalodo berupa peralatan pabrik coklat dan kapasitas 5 kilo perminggu. Setelah perusahaan mulai berjalan, coklat dapat dikelola menelan dana 500 juta sehingga perusahaan ini berjalan dengan baik. Selama 4 tahun di subsidi kita mendapatkan dana 5-7 juta perbulan untuk gaji karyawan dan pembyaran lampu tiap bulan. Dan pada tahun ke 5 masi mendapatkan dana dari pemerintah. Dan pada tahun ke 6 perusahaan pabrik coklat sudah mulai berhasil, dan dsitulah mulai berdatangan beberapa kabupaten, provinsi dan dari Negara-negara lain yang datang berkunjung di pabrik coklat. Dan mahasiswa dari universitas dari palopo dan Makassar pun mulai berdatang untuk melakukan kegiatan PPL, dan siswa dari SMKN 2 Malangke pun datang melakukan kegiatan PKL.[1]

Mesin pabrik terdengar menderu dari areal perkebunan kakao di sudut Kabupaten Luwu Utara, Sulawesi Selatan, pertengahan Agustus 2010. Pabrik pengolahan kakao milik Haji Rudi, merupakan satu-satunya pabrik pengolahan kakao di Luwu Utara. Lokasi pabrik ini cukup jauh dari Kota Makassar. Pabrik seluas 680

[1] H.Baharuddin Iskandar Pemilik Cv Chalodo. *Wawancara* perusahaan pabrik coklat Masamba, 08 februari 2017.

meter persegi yang berlokasi di Jalan Lamaranginan Topangi Indah, Kabupaten Luwu Utara, Sulawesi Selatan, ini berdiri di atas lahan seluas dua hektare. Dari Makassar, pabrik ini berjarak sekitar 550 kilometer (km) arah utara. Waktu tempuhnya bisa mencapai setengah hari atau 12 jam perjalanan darat. Tapi jika ingin jalur cepat, pengunjung bisa menggunakan fasilitas penerbangan lokal Makassar–Luwu Utara yang berjarak tempuh hanya sekitar dua jam. Namun, pesawat tersebut hanya beroperasi sebanyak dua kali dalam sepekan. Pemilik perusahaan ini serius menekuninya sejak Agustus tahun lalu dengan mendirikan perusahaan CV Chalodo.[2]

Sebelum terjun mengolah kakao , pemilik perusahaan CV Chalodo di Luwu Utara ini memang telah akrab dengan komoditas tersebut. Selama ini pemilik perusahaan terbilang sukses menjadi petani dan pedagang pengumpul kakao.

Mesin pabrik terdengar menderu dari areal perkebunan kakao di sudut Kabupaten Luwu Utara, Sulawesi Selatan, pertengahan Agustus 2010. Pabrik pengolahan kakao milik Haji Rudi, merupakan satu-satunya pabrik pengolahan kakao di Luwu Utara. Lokasi pabrik ini cukup jauh dari Kota Makassar. Pabrik seluas 680 meter persegi yang berlokasi di Jalan Lamaranginan Topangi Indah, Kabupaten Luwu Utara, Sulawesi Selatan, ini berdiri di atas lahan seluas dua hektare. Dari Makassar, pabrik ini berjarak sekitar 550 kilometer (km) arah utara. Waktu tempuhnya bisa mencapai setengah hari atau 12 jam perjalanan darat.

---

[2] *ibid*

Sebelum terjun mengolah kakao , pemilik perusahaan CV Chalodo di Luwu Utara ini memang telah akrab dengan komoditas tersebut. Selama ini pemilik perusahaan terbilang sukses menjadi petani dan pedagang pengumpul kakao. Pemilik usaha menjadi petani kakao sejak tahun 1987. Lantaran usahanya terus maju, tiga tahun kemudian, dia naik kasta menjadi pedagang pengumpul. Dia terjun langsung menjemput kakao dari perkebunan-perkebunan rakyat. Wilayah kerjanya di sekitar Luwu Utara, mulai dari kawasan Pongo, Salulemo, Masamba, hingga Malangke.

Dari 250.000 ton kapasitas terpasang, industri baru bisa memaksimalkan produksi setengahnya saja, yakni 125.000 ton per tahun. Kondisi ini membangkitkan semangat orang Sulawesi selatan untuk menciptakan nilai tambah pada produk kakao. Salah satunya mewarnai perusahaan CV Chalodo yang memproduksi aneka cokelat batangan dan cokelat bubuk. Saat ini produksi cokelat di pabrik H. Baharuddin memang masih minim, baru sebanyak 25 kilogram (kg) per hari atau 750 kg per bulan. Jumlah itu sesuai dengan kemampuan produksi dari pabrik tersebut. Padahal, pasokan biji kakao ke pabrik ini lumayan besar, yakni mencapai 14 ton per bulan.

Jadi, selain sibuk merintis pabrik pengolahan cokelat, H.Baharuddin masih tetap rutin menjual mayoritas biji kakao tersebut kepada para eksportir. Sampai kini dia masih berusaha memaksimalkan kapasitas pabrik pengolahan kakao agar petani kakao Sulsel mendapatkan nilai tambah. H. Baharuddin juga menularkan pengetahuan kepada para petani. Misalnya, siap menampung biji kakao hasil fermentasi. Petani pun termotivasi menciptakan nilai tambah bagi produk kakao . Harga jual biji kakao hasil fermentasi lebih mahal ketimbang tanpa fermentasi. Sebagai gambaran, biji

kakao tanpa fermentasi hanya seharga Rp 20.000 per kg, sedangkan biji kakao fermentasi bisa mencapai Rp 23.000–Rp 25.000 per kg. Dalam beberapa tahun terakhir, upaya pengembangan industri pengolahan kakao terus bermunculan di Sulawesi selatan. Selain pabrik CV Chalodo di Masamba Kab. Luwu Utara, muncul pula pabrik-pabrik pengolahan kakao di tiga kabupaten atau kota lainnya, yakni Kabupaten Luwu, Kabupaten Luwu Timur, dan Kota Palopo. Empat wilayah tersebut biasa disebut Tanah Luwu. Di Sulawesi selelatan, produksi terbesar kakao berasal dari tanah Luwu. [3]

Keempat pabrik tersebut pernah memperoleh bantuan dari Pemerintah provinsi Sulawesi selatan, masing-masing senilai Rp 1 miliar. Bantuan tersebut mereka pakai untuk membeli mesin pengolahan kakao . Belakangan, hanya satu pabrik yang beroperasi secara normal, yakni milik H. Baharuddin, Tiga pabrik cokelat lain berjalan ala kadarnya.

[3] http://www.kompasiana.com/sandybask/nasib-industri-pengolahan-kakao-di-sulsel_55003a63813311491afa73b7

2. Struktur pekerja pada perusahaan CV Chalodo

Tabel 4.1

Posisi	Jumlah (orang)	keterangan
Pimpinan	1 (orang)	Pegawai tetap
Bendaharah	1 (orang)	Pegawai tetap
Sekertaris	1 (orang)	Pegawai tetap
Karyawan	8 (orang)	Karyawan tetap

Sumber data: diambil langsung dari pemilik perusahaan berupa file.

3. Fungsi CV Chalodo Masamba

Pabrik coklat adalah salah satu perusahaan yang dimiliki oleh luwu utara, sebagai salah satu perusahaan yang dimiliki oleh H. Baharuddin Iskandar. Pabrik coklat merupakan sumber kehidupan masyarakat di Luwu Utara. Coklat merupakan kebutuhan oleh masyarakat Luwu Utara.[4]

CV Chalodo disamping mencari keuntungan untuk membiayai serta menghidupi kelangsungan perusahaan itu sendiri. Melalui peningkatan mutu dan kualitas pelayanan nantinya akan tercipta kepuasan pelanggan yang selanjutnya dari upaya tersebut, maka dengan sendirinya akan bertambah jumlah pelanggan.

[4] *ibid*

Dari uraian diatas disimpulkan bahawa fungsi CV Chalodo adalah sebagai berikut:

a. Melaksanakan kegiatan-kegiatan dalam pengelolaan dan pengurusan coklat sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi perusahaan.
b. Memberikan pelayanan kepada masyarakat dalam hal membeli coklat batang.
c. Dijadikan suatu badan yang akan dikembangkan lebih lanjut menjadi salah satu bentuk usaha sesuai dengan ketentuan perudang-undangan yang berlaku.

4. Visi dan misi CV Chalodo Masamba

Dalam peningkatan dan pengembangan perusahaan, CV Chalodo masamba menegaskan ide-ide pengembangan perusahaan kedalam integrasi visi dan misi perusahaan. Adapun visi dan misi CV Chalodo masamba adalah sebagai berikut:

Visi

Menjadikan salah satu CV Chalodo terkemukaka di Indonesia

Misi

a. Meningkatkan kemampuan SDM, meningkatkan mutu informasi, perkuatkan organisasi mencegah adanya konflik kepentingan dalam pengelolaan perusahaan.
b. Meningkatkan keandalan system produksi distribusi, meningkatkan kuantitas, kuantiunitas dan kualitas.
c. Meningkatkan kepuasan pelanggan.
d. Meningkatkan pencapaian keseimbangan arus kas dan keuntungan.

5. Struktur Organisasi CV Chalodo Masamba

Struktur organisasi merupakan alat terpenting bagi perusahaan dalam mencapai tujuannya, dengan adanya struktur organisasi yang jelas, maka dapat menggambarkan kedudukan atau bagian yang dilibatkan dalam operasi perusahaan.

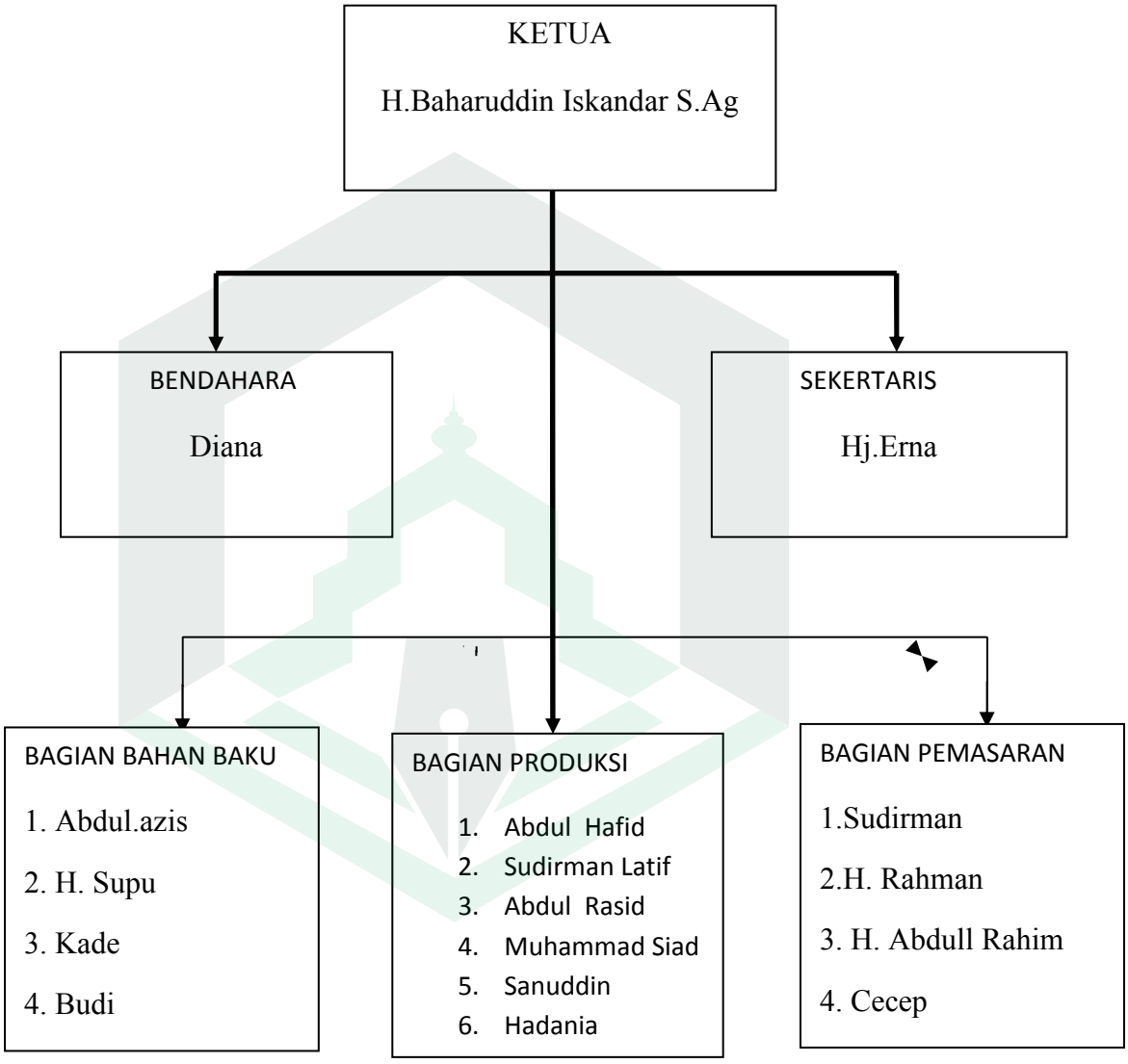
Dengan dibuatnya struktur organisasi yang baik oleh perusahaan, maka aka nada pemisahan bagian, tanggung jawab, dan wewenang masing-masing bagian yang jelas dengan tujuan agar tidak menimbulkan penumpukan pekerjaan atau tugas. Setiap perusahaan atau organisasi memerlukan suatu susunan atau struktur tertentu untuk fungsi wewenang dan tanggung jawab untuk setiapa individu dan terlibat dalam oerganisasi tersebut.

Dengan adanya struktur tersebut diharapkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh setiap bagian yang ada dalam organisasi menurut pola hubungan kerja dan tanggung jawab dari pimpinan sampai pada satuan-satuan terbawah.

STRUKTUR ORGANISASI

CV CHALODO

KELURAHAN KASIMBONG KEC. MASAMBA



B. Proses-Proses Perkembangan Produk Lokal CV Chalodo

1. Pedagang coklat (1987)

Tahun 1987 menjadi pedagang coklat, pemilik usaha H.baharuddin Iskandar menjadi petani kakao sejak tahun 1987. Lantaran usahanya terus maju, tiga tahun kemudian, dia naik kasta menjadi pedagang pengumpul. Dia terjun langsung menjemput kakao dari perkebunan-perkebunan rakyat. Wilayah kerjanya di sekitar Luwu Utara, mulai dari kawasan Pongo, Salulemo, Masamba, hingga Malangke. Pemilik perusahaan bersemangat membesarkan industri pengolahan kakao di Sulawesi Selatan.

2. Menerima bantuan dari pemerintah (2009)

Pada tahun 2009 berdirinya perusahaan CV Chalodo. Awal yang dimiliki oleh perusahaan ini adalah merupakan modal pribadi sendiri yaitu berupa tanah dan gedung pabrik untuk pengolahan kakao. sedangkan mesin-mesin peralatan pengolahan cokelat merupakan bantuan dari pemerintah.

Salah satu kabupaten yang menjadi sentra pengembangan dan penghasil kakao terbesar di Sulawesi selatan adalah kabupaten luwu utara dengan luas areal perkebunan 39.618,32 hektar dan total produksi 5738, 765 ton per tahun (Anonim,2009). Perkembangan usaha dalam bidang agribisnis dari waktu ke waktu semakin mendapat perhatian baik dari pemerintah maupun dari pihak pemilik atau pengusaha agribisnis itu sendiri.

Dengan adanya potensi produksi kakao yang cukup besar yang dimiliki oleh Kabupaten. Luwu Utara maka Departemen Perindustrian RI melalui Direktorat Industri Kecil dan Menengah dan bekerja sama dengan Pemerintah daerah Luwu Utara memberikan bantuan mesin atau peralatan pengolahan kakao menjadi berbagai produk cokelat seperti cokelat tree in one yang terdiri dari bubuk cokelat, susu dan gula serta cokelat batang di Kabupaten Luwu Utara.

Tabel 4.2

N0	**DESKRIPSI**	**JUMLAH**	**SATUAN**
1.	Pengadaan laha		
2.	Mobil	1	unit
3.	Bangunan a. pabrik,gudang,kantor	1	unit
	b. rumah	3	unit
4.	Mesin dan peralatan		
	a. mesin sortasi biji kakao (groder)	1	unit
	b. mesin sangrai kakao	1	unit
	c. mesin pemecah kulit dan pemisah biji	1	unit
	d. mesin pemasta kasar	1	unit
	e. mesin pengempa lemak	1	unit
	f. mesin pembubuk cokelat	1	unit
	g. mesin pengayak bubuk coklat mekanis	1	unit

	h. mesin pencampur	1	unit
	i. mesin choncing	1	unit
	j. mesin tempering-oven	2	unit
	k. mesin pengemas manual	1	Unit
	l. cetakan adonan coklat	1	Unit
	m. mesin penghalus gula pasir	1	Unit
	n. mesin penghalus coklat	1	Unit
	o. Mesin genset	1	Unit

Modal tersebut sebagian dari modal milik pribadi oleh ketua perusahaan CV Chalodo yaitu H.Baharuddin dan sebagian lagi yaitu berupa mesin-mesin peralatan pengolahan cokelat adalah merupakan bantuan dari pemerintah yaitu Departemen Perindustrian melalui Direktorat Industri Kecil dan Menengah.

3. Menciptakan beberapa merek produk (2010)

Tahun 2010 perusahaan ini sudah mampu mengolah coklat dan membuat beberapa merek produk. perusahaan pengolahan kakao di perusahaan CV Chalodo juga datang dari daerah lain, terutama pulau jawa dengan segmen pasar yang sama, serta perusahaan dari luar negeri seperti perusahaan cokelat-cokelat sayang masih dikalah dalam hal kualitas dari cokelat tersebut.

Tabel 4.3

NO	MEREK COKLAT	JUMLAH PENJUAL/BULAN
1.	Silverqueen	2560
2.	Delfi	1800
3.	Fonnut	1440
4.	Sayang	1400

Sumber Data Sekunder Setelah Diolah, 2010.

Dari Tabel diatas dapat diketahui bahwa merek cokelat yang penjualannya paling besar diantara merek cokelat lainnya adalah cokelat Silverqueen dengan jumlah penjualan 2560/ bulan, sehingga yang menjadi pesaing utama dari cokelat sayang adalah cokelat silverqueen. Untuk dapat bersaing dengan merek cokelat tersebut,cokelat sayang masih terus menerus melakukan inovasi-inovasi atau percobaan-percobaan untuk mencari formulasi yang tepat untuk cokelat mereka sehingga tidak kalah bersaing dengan merek cokelat lain.

Dalam hal harga maupun kemasan yang digunakan oleh cokelat sayang sudah dapat bersaing dengan merek cokelat yang lainnya. Kemasan yang digunakan karyawan.

4. Mendirikan cafe

Tahun 2015 pemilik perusahaan CV Chalodo mampu mendirika sebuah Cafe coklat. Selama 7 tahun berdirinya perusahaan CV Chalodo, pemilik usaha sudah mampu mendirikan anak usaha lain dari keuntungan hasil pengolahan coklat.

Seperti mendirikan kafe coklat di Jl. Jend.Ahmad Yani (depan bandara) masamba Kab. Luwu Utara.

a. Daftar menu

Pada saat berdirinya Cafe coklat Chalodo tahun 2015, Cafe ini hanya memiliki 7 jenis minuman dan 3 menu makanan.

7 jenis minuman tersebut adalah:

1. Hot chocolate milk Rp 15 ribu
2. Hot chocolate milk cinnamon Rp 17 ribu
3. Hot chocolate milk + madu Rp 17 ribu
4. Hot chocolate bitter Rp 15 ribu
5. Hot chocolate bitter cinnamon Rp 15 ribu
6. Hot chocolate bitter + madu Rp 15 ribu
7. Ice chocolate milk original jumbo Rp 15 ribu

Adapun jenis makanan yang disediakan adalah**:**

1. Pisang goreng cokelat Rp 8.000
2. Pisang goreng cokelat keju Rp 10 ribu
3. Pisang bakar cokelat keju Rp 10 ribu

b. Tambahan menu

pada tahun 2016-2017 menu-menu minuman dan makanan di cafe coklat Chalodo sudah mulai berkembang/ bertambah yaitu: 12 jenis minuman dan 5 jenis makanan.

Tambahan Jenis Minuman

1. Hot chocolate milk Rp 15 ribu
2. Hot chocolate milk cinnamon Rp 17 ribu
3. Hot chocolate milk + madu Rp 17 ribu
4. Hot chocolate bitter Rp 15 ribu
5. Hot chocolate bitter cinnamon Rp 15 ribu
6. Hot chocolate bitter + madu Rp 15 ribu
7. Ice chocolate milk original jumbo Rp 15 ribu
8. Ice chocolate milk original sedang Rp 12 ribu
9. Ice chocolate milk original small Rp 7.000
10. Ice chocolate milk mangga Rp 15 ribu
11. Ice chocolate milk strawberry Rp 15 ribu
12. Ice chocolate milk alpokat Rp 15 ribu

Tambahan Jenis Makanan

1. Pisang goreng cokelat Rp 8.000
2. Pisang goreng cokelat keju Rp 10 ribu
3. Pisang bakar cokelat keju Rp 10 ribu
4. Roti bakar cokelat Rp 8.000
5. Roti bakar cokelat keju Rp 10 ribu

C. Teori Strategi Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan tugas yang sering terlupakan. Pada saat salah satu ataupun beberapa produk yang sedang dipasarkan itu berada pada tahap "kedewasaan", maka pengusaha haruslah mulai memanfaatkan keuntungan yang diperolehnya dari produk yang berada pada tahap tersebut untuk mengembangkan ide penciptaan suatu produk. Produk inilah yang diharapkan nantinya dapat menggantikan produk lama yang sedang jaya tersebut.

Produk merupakan salah satu aspek penting dalam variabel marketing mix, produk juga merupakan salah satu variabel yang menentukan dalam kegiatan suatu usaha. Tanpa produk, suatu perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan untuk mencapai hasil yang diharapkan.

Banyaknya pesaing dalam dunia bisnis memerlukan suatu bentuk produk yang berbeda satu sama lainnya. Produk suatu perusahaan haruslah memiliki suatu keunggulan ataupun kelebihan dibandingkan produk yang dihasilkan perusahaan lain.

Suatu produk tidak dapat dilepaskan dari pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen. Suatu produk juga tidak dapat dikatakan memiliki nilai jual jika produk tersebut tidak menarik bagi konsumen untuk mendapatkan gambaran jelas mengenai produk tersebut, para ahli mempunyai gambaran tentang definisi produk itu.

1. Pengertian produk menurut Kotler (2002:3):

Produk memiliki pengertian yang luas yaitu segala sesuatu yang ditawarkan, dimilki, digunakan, atau dikonsumsikan sehingga dapat memuaskan keinginan dan

kebutuhan termasuk didalamnya adalah fisik, jasa, orang, tempat, organisasi serta gagasan.

2. Pengertian Produk adalah:

   a. Dalam pengertian sempitnya, produk adalah sekumpulan sifat-sifat fisik dan kimia yang berwujud yang dihimpun dalam suatu bentuk yang serupa dan yang telah dikenal.

   b. Dalam pemgertian secara luas, produk adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud (tangible) dan tidak berwujud (intangible) yang didalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise pabrik, prestise pengecer dan pelayanan yang diberikan produsen dan pengecer yang dapat diterima konsumen sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan konsumen.

   c. Secara umumnya, produk itu diartikan secara ringkas sebagai segala sesuatu yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan atau keinginan manusia, baik yang berwujud maupun tidak berwujud.

   d. Dari beberapa definisi tentang produk tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa produk adalah suatu bentuk barang atau jasa, yang ditawarkan dan telah dibuat sedemikian rupa untuk ditawarkan atau dijual, dimiliki, dan digunakan atau dikonsumsikan agar dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. [5]

[5] http://googleweblight.com/?lite-url=http://harcann.blogspot.com/2015/01/strategi-pengembangan-produk.

D. Pembahasan

1. Bahan Baku

Bahan baku utama pengolahan cokelat sayang adalah kakao fermentasi yang cukup tersedia di wilayah luwu utara karena luwu utara merupakan salah satu wilayah penghasil kakao terbesar diluwu utara. Kontinyuitasnya supply bahan bakunya berjalan dengan lancar dan bahan baku tersebut yaitu kakao fermentasi didapatkan dari perusahaan CV Chalodo dan dengan petani-petani kakao sekitar. Salah satu persyaratan lain dalam pengadaan bahan baku berupa biji kakao kering adalah mutu/kualitas biji kakao yang digunakan haruslah biji kakao yang telah difermentasi dengan baik. Hal ini terkadang masih sulit dipenuhi oleh petani karena kebiasaan petani yang serba paraktis dan tidak mau menunggu menyebabkan mereka sering menjual biji kakao tersebut tanpa fermentasi terlebih dahulu. Namun dengan adanya program pemerintah daerah yang ingin menjadikan Kabupaten Luwu utara sebagai penghasil biji kakao terbaik, maka hal tersebut tidak lagi menjadi masalah. Terlebih lagi dengan adanya komitmen pihak pengelola pabrik di perusahaan CV Chalodo untuk membeli biji kakao fermentasi dengan harga yang lebih tinggi yaitu Rp. 25.000 per kg, dibanding dengan biji kakao tanpa fermentasi menyebabkan petani lebih termotivasi untuk meningkatkan kualitas biji kakao yang dihasilkan.

2. Coklat batang

Pendapatan yang diperoleh perusahaan pengolahan cokelat di perusahaan CV Chalodo dari hasil penjualan cokelat batang dan cokelat bubuk yaitu dalam satu kali produksi untuk cokelat batang sayang hanya 10 kg cokelat pasta, ini dikarenakan

kapasitas mesinnya masih terbatas dan proses produksinya pun menggunakan waktu yang cukup lama sekitar 7 hari untuk satu kali produksi karena ada satu mesin yang membutuhkan waktu 5 hari yaitu mesin untuk mengkonching pasta. Dari hasil produksi pasta cokelat 10 kg dapat menghasilkan sekitar 350 batang cokelat dengan berat 30 g. Jadi jumlah produksi cokelat batang CV Chalodo dalam 1 bulan sekitar 350 x 4 minggu = 1.400 batang/30 g. Sehingga jumlah pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan cokelat batang adalah 1.400 x Rp. 5000 = Rp. 7.000.000,00.

3. Coklat bubuk

Untuk produksi cokelat bubuk siap saji dalam satu kali produksi yaitu 20 kg cokelat bubuk yang dapat menghasilkan cokelat bubuk siap saji sebanyak 300 bungkus/200 g/ minggu. Jadi jumlah produksi cokelat bubuk di perusahaan CV Chalodo dalam 1 bulan sekitar 300 x 4 minggu = 1.200 bungkus/200 g pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan cokelat bubuk di perusahaan CV Chalodo dalam satu bulan adalah 1.200 x Rp.12.500 = Rp. 15.000.000,00. Dari hasil penjualan cokelat batang dan cokelat bubuk pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan CV Chalodo dalam sebulannya sekitar = Rp 22.000.000,00. [6]

E. Perspektif Ekonomi Islam Pada Perusaan CV Chalodo

Salah satu kajian penting dalam islam adalah persoalan ekonomi islam. Pengertian ekonomi islam adalah Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam

[6] H.Baharuddin Iskandar Pemilik CV Chalodo. *Wawancara* perusahaan pabrik coklat Masamba, 08 februari 2017.

dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam.

Islam melalui tauladan Rasulullah SAW dan para Khalifah Rasyidin yang selalu terjaga tindakannya, menunjukkan betapa pentingnya arti perdagangan atau bisnis. Dalam menjalankan semua kegiatan bisnis duniawi, tentunya Islam memiliki pedoman atau etika dalam menjalankan suatu pekerjaan itu, untuk membatasi kerangka acuan dan tujuan yang ingin dicapai agar tetap terjaga dalam naungan syari'ah.

Ada beberapa prinsip islam yang dapat dijadikan tuntunan dalam kita berbisnis, di antaranya yaitu:

1. Jujur dan berkata benar
2. Menepati janji
3. Adil dan rendah hati dalam menjani hidup
4. Menjalankan musyawarah untuk memecahkan masalah
5. Tidak melakukan suap dan tidak terlibat dalam kecurangan.

Berdasarkan wacana diatas dan data diperoleh peneliti dari lapangan menunjukkan bahwa perusahaan CV Chalodo Masamba pada umumnya menerapkan ekonomi islam dalam menjalankan proses operasional perusahaan.

Ada beberapa proses operasional perusahaan yang dilaksanakn oleh personalia CV Chalodo dalam hal ini adalah sebagai berikut:

1. **Internalisasi Terhadap Proses Pelayanan Kepada Pelanggan**.

Proses pelayanan terhadap pelanggan yang dilakukan dalam perusahaan CV Chalodo dapat dilihat dari 10 prinsip pelayanan yang diterapkan berikut ini:

a). Intelek dalam berfikir (kecerdasan/ fathonah)

Unsur intelek dalam berfikir adalah motivasi kerja yang tinggi yang akhirnya dapat menganalisa situasi persaingan sehingga dapat menyajikan keinginan konsumen terhadap suatu produk. Kecerdasan / fathonah disini terkait juga dengan kecerdasan spiritual, dimana kita setiap kemampuan untuk member makna ibadah pada setiap perilaku dan kegiatan. Salah satu contoh bagaimana CV Chalodo mempunyai inovasi-inovasi dalam mengomunikasikan produknya tanpa harus berbohong, hal inipun tidak lepas dari perwujudan nilai-nilai CV Chalodo yaitu kejujuran.

Kejujuran, keadilan, tanggung jawab, terpercaya (amanah) merupakan proriotas awal dalam pelayanan terhadap pelanggan karena dengan seperti itu tidak ada yang dirugikan. Dengan itu diharapkan loyalitas pelanggan, namun luput dari kejujuran, keadilan, tanggung jawab, terpercaya (amanah) tidak semata-mata untuk mencapai profit tapi juga pertanggungjawaban kepada allah.

"personalia perusahaan CV Chalodo dalam proses pelayanan terhadap pelanggan mengutamakan kecerdasan dalam melaksanakan kegiatan operasional perusahaan demi terciptanya perusahaan yang berkualitas disamping mengedepankan ekonomi dalam berbisnis".[7]

[7] Nur Uhanise, karyawan CV Chalodo. *Wawancara.* Masamba 09 Februari 2017

b). Tanggap terhadap situasi (tanggung jawab/ amanah)

Dalam prinsip ini perusahaan dituntut untuk harus peka terhadap situasi yang mengenai kepuasan pelanggan.

Tanggang terhadap situasi dalam hal ini adalah perusahaan dapat memberikan hal yang terbaik kepada pelanggan dalam proses pelayanan, dengan menjadikan kualitas atau mutuh sebagai tujuan, selalu berupaya dalam melakukan perbaikan serta meningkatkan hasil.

c). Tertib dalam administrasi (kejujuran/ siddiq)

*"*Administrasi atau tata kebukuan sangat penting karena berhubungan dengan pengarsipan atau membukukan berbagai data transaksi bisnis, keuangan, dan hal-hal lain yang dapat mempengaruhi kelancaran system operasional perusahaan".[8]

Hal itu dilakukan agar nantinya:

1. Dapat dengan mudah menghubungi pihak-pihak lain melalui berbagai media komonikasi baik dengan rekanan, pelanggan.
2. Resiko kerugian perusahaan dapat diperkecil.
3. Memudahkan pelayanan bagi pelanggan karena bukti transaksi pelanggan dapat menunjukkan bukti-bukti kesepakatan pelayanan.
4. Kepala pimpinan perusahaan akan dapat dengan mudah mengikuti perkembangan perusahan melalui laporan hasil pencatatan.

Firman allah dalam Q.S Al-baqarah (2): 282

[8] Hendrianto, karyawan CV Chalodo. *Wawancara* . masamba 09 Februari 2017

Terjemahnya:

> "Hai orang-orang yang beriman apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan hendaklah kamu menuliskannya dan hendaklah seorang penulis diantara kamu menuliskannya dengan benar…".[9]

d). Cepat dalam bertindak (kerjasama)

Membangun sinergi dan terbentuknya tim kerja yang solid dengan menghilangkan sekat-sekat vertical, horizontal dan hubungan antara unit.

"Dalam prinsip ini karyawan dituntut untuk dapat melakukan suatu pekerjaan yang telah diberikan oleh pimpinan atau kewajiban yang telah dititik beratkan dianggap sebagai kewajiban yang harus diselesaikan pada waktunya tanpa mengulur waktu".[10]

e). Tepat dalam waktu (Disiplin)

Dalam diri manusia sebagai makhluk Allah yakni tepat dalam waktu (disiplin) adalah salah satu prinsip yang amat penting dan berguna yang secara efektif menyambung bagi kemajuan dan perkembangan kualitas dari kegiatannya.

Tepat dalam waktu (Disiplin) merupakan nafas dari organisasi dan merupakan unsur pokok dalam upaya mencapai kualitas atau keberhasilan manajemen disamping unsur pemahaman dan komitmen.

Ajaran Islam secara konprehensif memotivasi agar tumbuh dalam diri masing-masing orang semangat kerja keras, komitmen dan dedikasi pada pekerjaan,

---

[9] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya, Al-Baqarah:282*

[10] Marsiah, Karyawan CV Chalodo. *Wawancara*. Masamba 09 Februari 2017

kreativitas kerja, menjauhi perbuatan tidak etis, menganjurkan kerja. Islam juga mengajarkan keadilan, kedermawanan, ditempat kerja dan keterlibatan dalam aktivitas ekonomi adalah sebuah ajaran muliah. Dan itu yang diteladankan oleh rasulullah SAW kepada para umat-nya.

"personalia dalam perusahaan CV Chalodo telah menerapkan prinsip tepat dalam waktu dengan mentaati aturan-aturan kedisiplinan, salah satunya adalah menetapkan jadwal dalam bekerja. Dalam hal ini pimpinan perusahaan CV Chalodo menetapkan jam kerja dari pukul 08:00-17:00 WITA".[11]

f). Hemat dalam biaya

"Dalam pinsip ini perusahaan dituntut untuk dapat menggunakan fasilitas yang ada untuk beraktivitas agar tidak melakukan pemborosan dalam kegiatan apapun".

g). Santun dalam bersikap

"Dalam prinsip ini karyawan dituntut untuk tidak mempunyai sikap arogansi terhadap pimpinan, rekan kerja, maupun pelanggan".

Karyawan senantiasa menjaga santun dalam bersikap selain merupakan perintah Allah SWT, bersikap santun juga merupakan suatu yang menjadi norma dalam masyarakat dan merupakan tuntutan diri sebagai seorang muslim.

Bersikap santun dalam melayani pelanggan harus ada sebagai wujud pembisnis yang baik dan cerdas. Pada saat bertransaksi karyawan harus mampu menciptakan

[11] H.Sennang, karyawan CV Chalodo. *Wawancara,* Masamba 09 februari 2017

hubungan yang harmonis dengan santun dalam bersikap. Pelayanan yang baik akan memberikan kesan yang mendalam bagi pelanggan untuk terus berpartisipasi.

h). Cermat dalam bertutur

"Dalam prinsip ini karyawan dituntut untuk bisa berkomonikasi dengan mengedepankan sikap sopan santun dalam bertutur kata terdapat lawan yang diajak berkomonikasi".[12]

Personalia perusahaan CV Chalodo telah menerapkan hal ini dalam proses pelayanan terhadap pelanggan. Dapat dibuktikan apabila pelanggan menyampaikan keluahan kepada personalia CV Chalodo terhadap pelayanan yang dilakukan maka dijawab dan dijelaskan dengan tutur kata yang sopan dan ramah sehingga bisa diterima karena dengan pelayanan yang ramah pelanggan tidak akan tertekan dengan keluhan-keluhan yang tidak bisa tersampaikan.

i). Ramah terhadap lingkungan (peduli)

Ramah utama lain yang harus diperhatikan dalam kaitannya dengan persoalan tanggungjawab sosial adalah lingkungan alam. Selama bertahun-tahun, banyak perusahaan telah membuang produk limbah mereka ke udara, sungai dan tanah.

Kaum muslim selalu didorong untuk menghargai alam. Islam juga menekankan peranan manusia atas lingkungan alam dengan membuatnya bertanggungjawab terhadap lingkungan sekelilingnya sebagai khalifah allah SWT.

Dalam peranannya sebagai khalifah, seorang pengusaha muslim diharapkan memelihara lingkungan alamnya. Kecenderungan mutakhir paham *evironmentalisme bisnis,* dimana sebuah usaha secara praktif memberikan perhatian sangat cermat

[12] Boby, karyawan CV Chalodo. *Wawancara*, Masamba 09 februari 2017

dalam memperhatikan lingkungan, sebenarnya bukan merupakan sesuatu yang baru. Sejumlah contoh semakin memperjelas betapa pentingnya hubungan Islam dengan lingkungan alam : perlakukan terhadap binatang, populasi lingkungan dan hal-hal kepemilikan, dan populasi lingkungan terhadap sumber-sumber alam bebas seperti misalnya udara dan angin.

Dalam hal ini CV Chalodo telah menerapkan prinsip ramah terhadap lingkungan yang dapat dilihat dari kebersihan lingkungan sekitar, dan sebagainya. Namun dalam hal ini yang paling terutama adalah rumah lingkungan perusahaan.

j). Maksimal dalam hasil (komitmen)

Dalam prinsip ini perusahaan dituntut untuk memiliki pimpinan dan karyawan yang menerapkan ekonomi dalam berbisnis agar kedepannya menuai hasil yang maksimal.

Memiliki kesatuan tekad dan tujuan, loyal kepada perusahaan, konsisten kepada keputusan, didikasi kepada pelanggan. Bekerja dengan dedikasi tinggi yang dilandasi dengan kesamaan pandang dan tujuan dengan perusahaan. Bertanggungjawab penuh atas pelaksanaan keputusan yang telah ditetapkan sesuai dengan kewenangan dan berani menanggung resiko atas keputusan yang diambilnya, menjalankan keputusan yang sudah disepakati yakni kepuasan pelanggan adalah komitmen personalia dengan masyarakat sekitar perusahaan CV Chalodo Masamba.

2. Hubungan Internasional dengan Masyarakat Sekitar Perusahaan CV Chalodo Masamba.

Hubungan internasional dengan masyarakat sekitar perusahaan CV Chalodo dalam hal ini dapat dibagi menjadi dua golongan yakni sebagai berikut:

a. Internalisasi dengan masyarakt yang tergolong pelanggan.

"CV Chalodo dalam hubungan dengan masyarakat yang tergolong pelanggan sangat mengedepankan pelayanan yang disebut pelayanan prima yakni pelayanan yang diberikan CV Chalodo kepada masyarakat setelah menerapkan 10 prinsip pelayanan".[13]

Pelayanan prima disini yakni mencakup hala-hal sebagai berikut:

1. Penanganan cepat terhadap pengaduan yang masuk.

Dalam hal ini CV Chalodo dalam menangani pengaduan-pengaduan atau keluhan-keluhan yang disampaikan oleh pelanggan akan secara langsung tanggap dan menyelesaikannya, salah satunya adalah pelanggan mengeluh ketika pesanan tidak tepat waktu.

Berdasarkan paparan diatas, telah jelas bahwa pribadi muslim yang seharusnya propesional dan berhak muliah itu akan menjadikan setiap tindakannya itu adalah pelayanan yang berkualitas sehingga orang yang ada disekitarnya akan memahami pesan dari pelayanan yang dilakukan. Namun walau demikian, masih ada saja pelanggan yang merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan oleh CV Chalodo dalam hal penanganan cepat terhadap pengaduan yang masuk.

2. Pelayanan yang ramah, nyaman, terhadap pelanggan.

[13] Erni M. Amin, Karyawan CV Chalodo. *Wawancara*, Masamba 09 februari 2017

CV Chalodo dalam melayani pelanggan selalu mengedepankan sikap ramah yang membuat kenyamanan di hati pelanggan. Hal ini terbukti dari pelayanan-pelayanan situasional yang sudah dilakukan oleh CV Chalodo. Misalnya pelanggan telah memesan coklat batang, dan perusahaan CV Chalodo selalu siap mengirimkan yang telah dipesan oleh pelanggan.[14]

Berikut adalah beberapa tanggapan pelanggan terhadap kesesuaian pelayanan CV Chalodo yang diterimanya ditinjau dari segi pelayanan prima yakni pelayanan yang dilakukan oleh CV Chalodo kepada masyarakat yang tergolong pelanggan dalam konteks pelayanan cepat.

[14] lisa. karyawan CV Chalodo. *wawancara*, Masamba 09 februari 2017

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di perusahaan CV Chalodo Kec. Masamba Kab. Luwu Utara, peneliti dapat menarik kesimpulan tentang analisis strategi pengembangan produk lokal CV Chalodo Kec. Masamba Kab. Luwu Utara (persfektif ekonomi Islam) yang diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Dalam prakteknya perusahaan CV Chalodo Kec. Masamba Kab. Luwu Utara sudaha memperhatikan modal dalam menjalankan usahanya yang diimplementasikan pada perilaku karyawan dalam bekerja dan melayani pelanggan. Namun tidak bisa dipungkiri ada kelalaian dalam hal pelayanan pelanggan ini terlihat dari kurang ramahnya penjaga tokoh dalam menyambut pelanggan yang datang berbelanja. Beberapa hal yang diterapkan adalah jujur, memberi keringanan bagi pelanggan, tidak suka menjelek-jelekkan dan tidak suka berbohong.

2. Berdasarkan pengamatan dan wawancara serta analisis data dan referensi, bahwa usaha CV Chalodo Kec. Masamba Kab. Luwu Utara pada umumnya suda menerapkan bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya dalam hal ini berupa bahan baku yang digunakan serta produk yang di jual halal, bertanggungjawab, jujur, dan bersikap adil kepada karyawan.

B. Saran

1. Diharapkan karyawan memperhatikan pelanggan dengan menerapkan etika dalam melayani pelanggan, agar dapat mempertahankan citra usaha yang menerapkan sistem dalam bisnis demi tercapainya citra usaha yang baik dan islami.

2. Diharapkan CV Chalodo dapat meningkatkan kualitas pelayanan sebaik-baiknya agar mampu menarik respon positif pelanggan yang pada akhirnya akan membuat pelanggan member penghargaan berupa loyalitas.

DAFTAR PUSTAKA

Departemen Agama RI., *Al.Quran dan Terjemahannya, Al-Baqarah:* Penerbit Diponegoro, thn terbit 2010.

Asia Thomson Learning, *pengantar bisnis,* jakarta: Selemba Empat, 2001.

_____*Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, selemba empat, 2001.

Fred R David*, Manajemen Strategis,* Jakarta, Selemba Empat, 2006.

Fuad, M.dkk, *Pengantar bisnis,* jakarta: PT Gramedia pustaka utama, desember 2000.

Kasmir, SE, MM,. *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta, Prenada Media, Cet 1, Juli 2003.

Joseph P. Cannon, Ph.D.,*Pemasaran Dasar*, Cet 1; Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Sukanto Reksohadiprodjo, *Manajemen Strategi*, Ed 1, Cet 1, Yokyakarta, 1987.

Sukirni Sadono,dkk, *Pengantar Bisnis,* Ed 1, Cet 1; jakarta: kencana, 2004.

Wahid Mudjiarto Aliaras, *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*, Graha Ilmu, Cet 1, 2006.

SKRIPSI

Aisah Sitih, *Etika Bisnis Perusahaan Derah Air Minum Kota Palopo Cabang Prumnas Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, 2013.

Halmaeni, *Pola Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Di KSU Mitra Saudara Kota Palopo,* skripsi angkatan 2013.

Hasmiat, *Strategi Pemasaran Pasar Sentral Palopo Menurut Perspektif Ekonomi Islam,* Skripsi Angkatan 2013

Hasnidar, *Strategi Pengembangan Bank Syariah Di Indonesia Kajian Studi Di Kota Palopo,* Skripsi Angkatan 2010 .

Suciana, *Pola Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Di Koprasi Bumi Asih Kota Palopo*, Skripsi Angkatan 2011

INTERNET

http://www.kompasiana.com/sandybask/nasib-industri-pengolahan-kakao-di-sulsel_55003a63813311491afa73b7

http://googleweblight.com/?lite-url=http://harcann.blogspot.com/2015/01/strategi-pengembangan-produk

ttps://inkapela.wordpress.com/2010/02/15/perpektif-ekonomi-Islam/

HASIL WAWANCARA

Boby, karyawan Cv Chalodo. *Wawancara*, Masamba 09 februari 2017

Erni M. Amin, *Karyawan Cv Chalodo*. *Wawancara*, *Masamba* 09 februari 2017

H.Baharuddin Iskandar Pemilik Cv Chalodo. *Wawancara perusahaan pabrik coklat Masamba*, 08 februari 2017.

H.Sennang, *karyawan Cv Chalodo. Wawancara, Masamba* 09 februari 2017

lisa. karyawan Cv Chalodo. *wawancara*, Masamba 09 februari 2017

Marsiah, Karyawan Cv Chalodo. *Wawancara*. *Masamba* 09 Februari 2017

Nur Uhanise, karyawan Cv Chalodo. *Wawancara. Masamba* 09 Februari 2017

LAMPIRAN

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Mengapa Anda memilih usaha tersebut menjadi pendapatan utama bagi keluarga Anda?
2. Apakah lokasi yang anda tempati usaha sudah strategis dan terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat?
3. Strategi apa yang Anda lakukan untuk memajukan usaha Anda?
4. Bagaimana cara Anda menarik banyak konsumen?
5. Bagaimana cara anda mempromosikan usaha yang Anda miliki kepada masyarakat?
6. Apa keunggulan produk yang Anda miliki dibandingkan produk dari usaha lain?
7. Apakah harga produk Anda terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat?