

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN**

#### **A. GAMBARAN SOY MILK**

##### **1) Sejarah SOY MILK**

Setelah melakukan pengamatan di tempat penelitian. Peneliti dapat mendeskripsikan kondisi tempat penelitian. Hal ini berdasarkan catatan lapangan peneliti sebagai berikut:

Awal berdirinya usaha ini dilatar belakangi oleh si pemilik usaha yang berprofesi sebagai seorang guru honorer di Pondok Pesantren Darul Akhlak di desa toronan. pemilik yang bernama Anita Wijaya ini mempunyai hobi dan keterampilan dalam berwiraswasta, hobi dan keterampilan ini ditekuni olehnya dan turun temurun dari orang tuanya.

Pada tahun 2012 Anita Wijaya memulai usahanya, mulai dari *Soy Milk*, teh daun kelor, cilok, dll. Tentunya perjalanan usahanya mempunyai beberapa permasalahan yang ia temui. Namun, semua permasalahan tersebut bisa di hadapinya. Dan akhirnya produk yang bertahan dari usahanya ialah *Soy Milk*, produk ini mempunyai permintaan pasar yang sangat tinggi dan mampu menciptakan pasar yang luas.

Pada tahun 2019 Anita Wijaya mempunyai inovasi dan membuat satu produk lagi dalam usahanya yakni “Pudod Family”. Kedua produk usahanya tersebut berkembang pesat di pasar dan mempunyai permintaan yang tinggi.

Secara geografis Home Industri Soy Milk ini berada di jalan Nyalaran Gang X Kecamatan Larangan, untuk mencapai Home Industri ini hanya 20 meter ke timur dari jalan raya.

## 2) Profil usaha

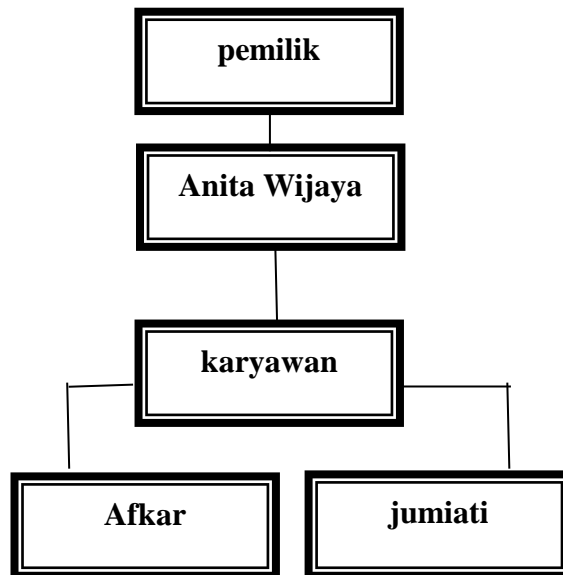
### a. Nama dan alamat usaha

- Nama usaha: Home Made Family
- Alamat usaha: Jl. Nyalaran Gang X
- Telepon: +62 823 3167 2591

### b. Nama dan pemilik usaha

- Nama pemilik usaha: Anita Wijaya
- Alamat pemilik usaha: Tangkel, Bangkalan.
- Telepon: +62 823 3167 2591

### c. Pengelola usaha Home Industri Soy Milk



### d. Visi dan misi Home Made Family/Home Industri Soy Milk

#### a) Visi

Membangun wiraswasta mandiri.

b) Misi

Mengembangkan hobi dan kreatifitas wiraswasta dan terus menemukan inovasi untuk meningkatkan usaha mandiri.

e. Tujuan

- 1) Mengembangkan hobi dan keterampilan usaha.
- 2) Meningkatkan kesejahteraan karyawan.
- 3) Penghasilan tambahan.

f. Budaya kerja

- 1) *Siddiq* (Menjaga martabat dan integritas).
- 2) *Amanah* (Terpercaya dan penuh tanggung jawab).
- 3) *Fathonah* (Profesional dalam bekerja).
- 4) *Tabligh* (Bekerja dengan penuh keterbukaan).
- 5) *Istiqomah* (Konsisten menuju kesuksesan).

g. Prinsip kerja

- 1) Jujur (mengedepankan kejujuran dalam bekerja, bersikap dan bertingkah laku sehingga tercipta kepercayaan bekerja).
- 2) Giat (disiplin, tepat waktu, dan bertanggung jawab terhadap pekerjaan sehingga jaringan kerja yang erat terwujud).
- 3) Ikhlas (mengedepankan nilai-nilai ibadah, kepentingan umat).

h. Perizinan

- 1) Pemerintah Kabupaten Pamekasan
- 2) Badan koordinasi penanaman modal

## B. PAPARAN DATA

Berdasarkan dari apa yang telah peneliti dapatkan dilapangan baik dengan cara observasi dan wawancara, maka dapat dipaparkan sebagai berikut :

### 1) Permodalan dalam Home Industri Soy Milk

Modal sebagai salah satu faktor produksi dalam artian bentuk kekayaan yang dapat di pakai langsung atau tidak langsung dalam proses penambahan *output*. Modal merupakan kumpulan uang ataupun barang yang dikumpulkan untuk menjalankan suatu usaha.

Awal dalam permodalan usaha ini tidak langsung dari pendanaan dari lembaga keuangan syariah, seperti yang disampaikan oleh Anita Wijaya selaku pemilik Home Industri Soy Milk dan juga Ramlah selaku pihak BMT NU:

“awal modal dari usaha ini dari dana pribadi, sebesar 1 juta. Kemudian, karena usaha ini berjalan maka saya memberanikan diri untuk menggadaikan emas hasil pemberian ibuk saya. Emas yang digadaikan di jelaskan bahwa dana dari lembaga keuangan syariah untuk keperluan usaha, BMT NU cabang Nyalaran sebagai lembaga keuangan syariah terkait. 10 juta total dana yang diajukan dan direalisasi, kemudian dana-dana tersebut di gunakan untuk pengembangan usaha ini. Tentunya pengajuan dana yang besar didasari oleh rasa percaya antara pihak BMT NU dengan nasabah, sayapun sering berkomunikasi dan salah satu karyawan BMT NU menjadi pelanggan Soy Milk. Dari itu rasa percaya terus timbul dan ketika pengajuan dana kembali di proses dengan cepat dan kapan saja. Karna juga saya tepat dalam pembayaran.”<sup>1</sup>  
“untuk akad yang digunakan Ibu Anita ini adalah akad *Rahn* atau gadai, dengan pembayaran angsurannya itu sistem menabung setiap hari, jadi angsurannya diambil dari tabungan itu tadi sehingga dapat memudahkan kepada Ibu Anita.”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Anita Wijaya, pemilik Home Industri Soy Milk, wawancara langsung, Jum'at 17 April 2020.

<sup>2</sup>Ramlah, petugas BMT NU, wawancara langsung, Selasa 19 Mei 2020.

Dari hasil wawancara di atas peneliti bisa menyimpulkan bahwa pemilik Home Industri Soy Milk sudah memanfaatkan modal sosial dan Prinsip Ekonomi Islam, dibuktikan dengan pemilihan pengadaan modal yang mempercayai lembaga keuangan syaria'h BMT NU sebagai lembaga keuangan yang menggunakan aturan-aturan Islam, seperti pencegahan riba, dan juga menggunakan elemen modal sosial yakni kepercayaan, dari membangun komunikasi yang baik dan pembayaran angsuran yang tepat waktu rasa percaya antar nasabah dengan pihak lembaga keuangan syariah terwujud.

## **2) Kegiatan produksi di Home Industri Soy Milk**

Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Sedangkan motif perilaku dan kegiatan produksi dalam home industri soy milk adalah sebagai berikut:

### **a) Kegiatan mencari nafkah**

Kegiatan mencari nafkah itu memang kewajiban bagi setiap manusia apalagi seorang suami, mencari nafkah yang paling utama ada dengan cara jual beli dan nafkah yang dihasilkan dari keringat laki-laki untuk keluarganya. Dalam usaha ini pemilik yang berstatus *single parent* mendirikan usaha dengan beberapa tujuan diantaranya mencari nafkah tambahan bagi keluarganya, dan tetap menjalankan hobinya, seperti yang telah disampaikan oleh Anita Wijaya pemilik Home Industri :

“untuk menghidupi keluarga kalo hanya menunggu gaji dari seorang guru honorer tidaklah cukup, untuk itu membangun usaha ini sebagai pemasukan tambahan untuk keluarga.”<sup>3</sup>

Dari hasil wawancara diatas peneliti bisa menyimpulkan bahwa motif perilaku produksi yakni sebagai pemasukan tambahan untuk menafkahi dirinya dan juga keluarganya.

b) Sumber daya manusia dan manajemen.

Sumber daya manusia adalah salah satu faktor produksi yang penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, pada hakikatnya sumber daya manusia yang diperkerjakan disebuah organisasi sebagai penggerak, pemikir dan perencana untuk mencapai tujuan organisasi itu. Berikut adalah para pekerja dan aturan kerja di Home Industri Soy Milk.

Tabel 1.2

Pekerja Home Industri Soy Milk.

NO	NAMA	ALAMAT	TUGAS
1	Anita Wijaya	Nyalaran	Pemilik dan membantu semua produksi dan pemasaran
2	Afkar	Nyalaran	Pemasaran
3	Sumiati	Nyalaran	Produksi

Tabel 1.3

Aturan kerja Home Industri/ Home made family

NO	POSISI	TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB
----	--------	--------------------------

<sup>3</sup> Anita Wijaya, pemilik Home Industri Soy Milk, wawancara langsung, Jum'at 17 April 2020.

1	Ketua (Pemilik)	Mengontrol semua pekerjaan mulai dari awal produksi sampai pemasaran.
2	Pemasaran	Mencari pasar, mengenalkan produk kepada konsumen, dan memasarkan produk.
3	Produksi	Mengolah bahan-bahan mentah sampai menjadi bahan jadi.

Aturan-aturan yang diterapkan dalam lingkungan kerja di Home Industri Soy Milk telah disepakati bersama, dan juga disini pemilik juga ikut andil dalam semua pelaksanaan kerja, mulai dari tahap produksi sampai pemasaran produk.

Sistem kekeluargaan sangat terlihat dalam usaha ini mulai dari cara mereka bekerja hingga kepedulian mereka terhadap sesama karyawan. Seperti yang disampaikan sumiati selaku karwan bagian produksi soy Milk:

“bekerja disini seperti bekerja dengan keluarga sendiri, disini saya bekerja hanya untuk mengisi waktu kosong saya dirumah dan atas ijin suami. Dan karena lingkungan kerja disini nyaman dan ketika saya ada keperluan pribadi saya bisa ijin untuk bekerja bahkan ketika anak saya sakit pemilik meminjamkan uang untuk periksa ke puskesmas.”<sup>4</sup>

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa sistem kekeluargaan sangat penting dalam lingkungan kerja dan tidak hanya memperkerjakan karyawan tetapi keperluan dan

---

<sup>4</sup>Sumiati, karyawan bagian produksi Home Industri Soy Milk, wawancara langsung, Jum'at 17 April 2020.

kesehatan karyawan juga di jaga serta aturan-aturan kerja yang telah disepakati bersama.

c) Sumber daya alam

Sumber daya alam adalah segala sesuatu yang berasal dari alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia, dan sumber daya alam diciptakan Allah untuk dikelola manusia untuk kepentingan dan kebutuhan manusia itu sendiri. Kedelai merupakan salah satu sumber daya alam yang Allah berikan kepada manusia untuk dikelola. Home Industri mengolah kedelai ini dan dijadikan minuman, kemudian sisa atau ampas dari pengelolaan tadi diberikan kepada hewan ternak, seperti yang disampaikan oleh pemilik usaha:

“kedelai-kedelai ini saya beli karungan dari toko yuli, kemudian kedelai ini di proses dan diambil sarinya sebagai minuman yang disebut susu kedelai, kemudian ampasnya digunakan untuk pakan hewan ternak, biasanya toko nafik (toko langganan) yang paling banyak minta ampasnya ini untuk hewan ternaknya.”<sup>5</sup>

“kalau untuk produksi itu biasanya sebulan bisa menghabiskan 150 kg kedelai. 1 hari iu bisa menghabiskan 4 kgan kedelai dari 4 kg itu jadi 128 botol.”<sup>6</sup>

Dari hasil wawancara diatas bisa disimpulkan bahwa semua proses kedelai ini bisa dimanfaatkan semuanya, mulai dari sarinya yang dijadikan minuman yang segar sampai ampas kedelai yang digunakan sebagai pakan hewan ternak.

d) manajemen gaji/upah karyawan di Home Industri Soy Milk

---

<sup>5</sup> Anita Wijaya, pemilik Home Industri Soy Milk, wawancara langsung, Jum'at 17 April 2020.

<sup>6</sup> Anita Wijaya, pemilik Home Industri Soy Milk, wawancara langsung, Selasa 19 April 2020.



Gaji atau upah merupakan sebuah kompensasi atau bayaran yang diterima oleh seseorang atas jasa dan kerjanya. Sistem yang diterapkan di Home Industri ini ialah berdasarkan waktu kerja, yaitu pembayaran setiap bulan. Menurut Anita Wijaya:

“penggajian disini langsung saya bayar setiap bulan, nominal setiap bulannya itu Rp. 800.000, sudah gaji bersih. Untuk makan sudah disediakan 2 kali sehari. Dan ketika omset per bulan naik, saya beri bonus, entah berupa uang maupun sembako.”<sup>7</sup>

Menurut Afkar selaku karyawan Home Industri sebelum memulai bekerja melakukan kesepakatan bersama pemilik terkait upah yang akan diterimanya

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa upah yang diterima oleh karyawan melihat omset setiap bulan dengan minimal upah Rp. 800.000, dan mendapatkan bonus ketika omset naik. Menurut Abbas Munibi selaku pihak Rumah Kreatif Pamekasan:

“ketika berbicara masalah upah, ketika berbicara ideal maka mengikuti UMK Pamekasan yakni Rp. 1.900.000, tetapi, kembalik lagi kepada kemampuan UKMnya. Ketika UKM tersebut tidak mampu untuk mengikuti UMK tidak menjadi masalah, karena ketika dipaksakan mengikuti UMK di khawatirkan UKM tersebut tidak bisa jalan atau bangkrut. Jadi dikembalikan lagi kepada pelaku/pemilik UKM tersebut tentunya sesuai perhitungan-perhitungannya, entah perhitungan dari omset penjualan per hari, per minggu, ataupun per bulan.”<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Anita Wijaya, pemilik Home Industri, Wawancara lewat telepon, Selasa 21 April 2020.

<sup>8</sup>Abbas Munibi, pegawai Rumah Kreatif Pamekasan (BUMN), wawancara lewat telepon, Selasa 21 April 2020.

Peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya mengenai upah karyawan UKM berdasarkan kemampuan UKM sendiri. Semakin tinggi omset yang di dapatkan semakin besar juga upah yang diterima oleh karyawan.

### 3) Pengembangan pemasaran dalam Home Industri Soy Milk

Pasar merupakan aspek terpenting dalam perjalanan usaha. Pasar merupakan bagian penting dalam kehidupan seorang muslim dan bisa dijadikan katalisator *transcendental* muslim dengan tuhan nya, dengan kata lain bertransaksi dalam pasar merupakan ibadah seorang muslim dalam kehidupan.

Pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha tentunya melalui beberapa proses sehingga produknya sampai dan diterima oleh konsumen. Dalam melakukan promosi produknya, mereka akan menargetkan orang-orang yang sesuai dengan produk yang dipasarkan. Selain itu, dalam pemasaran ini membuat citra dari produknya sehingga produk itu memiliki karakter tersendiri yang dibuat dalam bentuk kemasan yang menarik sehingga akan banyak orang yang tertarik. Menurut Afkar selaku karyawan pemasaran produk dan Ramlah selaku pihak BMT NU:

“dalam produk susu kedelai ini tentunya dibuat *brand*, sehingga produk ini dapat mudah dikenal oleh konsumen. *Brand* yang dikeluarkan oleh Home Industri ini yakni “Home mad family”, jadi enak nanti ketika usaha ini memiliki produk baru. Seperti sekarang usaha ini mempunyai produk puding sedot. produk ini memang dikatakan baru, namun berkat *brand* tadi, produk ini mudah diterima oleh pasar. memang banyak hal dan strategi dalam pemasaran ini, bisa dikatakan dalam pemasaran ini gampang-gampang susah. Produk susu kedelai ini kalo sekarang sudah mempunyai banyak pasar karna strategi itu tadi. Mulai

dari pengenalan produk, persaingan harga yang dimana produk susu kedelai ini banyak pesaingnya. Tentunya harga yang ditawarkan sudah melalui perhitungan sebelumnya, berani menawarkan harga tinggi tentunya kualitas memang terjaga. Selain itu membangun *networking* kunci untuk melangkah, dari *networking* yang saya bangun produk ini berhasil masuk ke toko Basmalah seluruh pamekasan. Tetapi tidak berhenti disitu menawarkan ke toko kelontong tetap dijalankan, dengan memberikan bonus dan *tester* dapat memudahkan produk diterima disitu. Dan juga tidak menutup kepada *Reseller* yang tentunya harganya berbeda.”<sup>9</sup>

“untuk program dari BMT NU itu terdapat swalayan BMT NU yang menampung produk dari usaha nasabah.”<sup>10</sup>

“untuk harga terdapat perbedaan antara barang titipan, *Reseller*, dan konsumen langsung. Biasanya untuk ukuran sedang kepada *Reseller* 4.000 untuk yang titipan ke toko itu 4.500. dari toko itu biasanya dijual 5.000.”<sup>11</sup>

Dari hasil wawancara di atas peneliti menyimpulkan bahwa *brand* menjadi salah satu strategi yang harus dimunculkan dalam pasar. Tentunya selain strategi di atas ada beberapa yang digunakan seperti persaingan melalui harga, persaingan melalui kualitas, persaingan melalui strategi dan taktik pemasaran. Dan *networking* sebagai kunci untuk melancarkan semua strategi di atas.

#### **4) Keterikatan antara konsumen dan produsen.**

Menjalin hubungan atau kemitraan yang baik sangatlah penting, selain untuk bersilaturahmi menjalin kemitraan dapat mempermudah jalannya usaha. Seperti yang dikatakan oleh Anita Wijaya:

“untuk penjualan awal saya tawarkan kepada rekan-rekan dekat saya dan tidak lupa menanyakan kekurangan dari produk saya. Untuk sekarang konsumen tetap semakin meningkat, untuk konsumen tetap saya antarkan (*Delivery order*) untuk tetap menjaganya. Untuk produk-produk yang sudah di toko kelontong

---

<sup>9</sup> Afkar, Karyawan pemasaran Home Industri Soy Milk, wawancara langsung, Jum’at 17 April 2020.

<sup>10</sup>Ramlah, Petugas BMT NU, wawancara langsung, selasa 19 Mei 2020.

<sup>11</sup>Afkar, Karyawan pemasaran Home Industri Soy Milk, wawancara tidak langsung, Sabtu 7 April 2020.

dan basmalah ya saya tidak tahu siapa saja pembelinya, insyaallah pembeli memutuskan pembelian karena kualitas dan *brand* yang sudah dijaga oleh saya.”<sup>12</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa keterikatan antara konsumen dengan produsen sangatlah dijaga. Seperti yang dikatakan oleh Endang suswati selaku konsumen 1 dan khairul umam selaku konsumen 2 sekaligus karyawan basmalah:

“kualitas dari susu kedelai ini tidak diragukan lagi dan dari ini saya bisa menjadi *Reseller*. Dan berhubung pemilik adalah teman dekat, saya ikut membantu dalam proses pembuatan Soy Milk ini. Dan pekerja-pekerja disini juga merupakan teman dekat pemilik, sehingga mudah dipercaya”<sup>13</sup>

“kalo untuk alasan untuk menerima produk dari kami itu juga melihat peminat mas, jadi untuk awal itu seperti tester dan untuk selanjutnya seperti biasa mas. Selain melihat peminat, kami juga menilai dari segi kualitas produk, surat ijin usahanya, disisi lain kita membangun hubungan yang baik sehingga ada kedekatan kami dengan pelaku ukm. Saya juga mengkonsumsi susu kedelai ini, lebih seringnya itu ketika ada pengiriman, karna setiap pengiriman kami dapat bonus”<sup>14</sup>

Dapat disimpulkan bahwasanya keterikatan antara produsen dengan konsumen muncul karna hubungan baik yang dimunculkan oleh 2 pihak.

##### **5) Zakat dan shadaqah dalam usaha Home Industri Soy Milk**

Zakat dan shadaqah merupakan ibadah yang berkaitan dengan ekonomi keuangan masyarakat dan sebagai suatu upaya menumbuhkan empati dan mempersamakan rasa pada setiap individu sesama muslim.

Zakat merupakan salah satu rukun Islam dan menjadi salah satu unsur pokok tiang penegakan syari’at Islam. Oleh karena itu, hukum

---

<sup>12</sup>Anita Wijaya, pemilik Home Industri Soy Milk, wawancara secara langsung, Jum’at 17 April 2020.

<sup>13</sup> Endang Suswati, konsumen Soy Milk, wawancara secara langsung, Selasa 21 April 2020.

<sup>14</sup> Khairul umam, Konsumen dan karyawan Basmalah, wawancara langsung, Minggu, 05 Juli 2020.

menunaikan zakat adalah wajib. Selain zakat, Islam memerintahkan umatnya untuk Saling membantu dan saling menolong antar sesame.

Salah satunya dengan infaq dan shadaqah. Menurut Anita Wijaya:

“Ya, untuk dana zakat dan shadaqah ada. Kalo untuk zakat memang kewajiban ketika zakat fitrah, untuk shadaqah memang saya niatkan setiap malam jum’at. Saya bagikan kepada anak yatim dan juga kaum dhuafa.”<sup>15</sup>

“Biasanya setiap Kamis sore itu saya mengantar Ibu Anita bagi-bagi minuman itu, bukan hanya minuman susu kedelai kadang juga makanan gitu. Kadang diantar ke pondok puncak itu terus kadang tukang becak di pinggir-pinggir jalan itu juga.”<sup>16</sup>

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada usaha Home Industri Soy Milk tidak hanya mementingkan *profit oriented* saja, melainkan juga kepentingan akhirat, terlihat dari hasil usaha sebagian di peruntukkan untuk dana zakat dan shadaqah.

### **1) Kendala yang dihadapi di Home Industri Soy Milk**

Dalam sebuah usaha pasti ada kendala-kendala yang memang harus di hadapi, seperti kendala yang dihadapi oleh Home Industri Soy Milk. Seperti pemilik usaha yang kesulitan dalam hal mencari karyawan yang benar-benar faham terkait manajemen usaha dan teknis bekerja, semua karyawan harus di pandu oleh si pemilik. Seperti yang telah disampaikan oleh pemilik usaha:

“untuk proses pembuatan sengaja saya dampingi terus menerus, karena untuk menjaga kualitas produk. Dan karyawan tidak mengetahui secara detail mekanisme produksi.”<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup>Anita Wijaya, pemilik Home Industri Soy Milk, wawancara secara langsung, Rabu, 22 April 2020.

<sup>16</sup>Afkar, karyawan Home Industri Soy Milk, wawancara langsung, Minggu Juli 2020.

<sup>17</sup>Anita Wijaya, pemilik Home Industri Soy Milk, wawancara secara langsung, Rabu 22 April 2020.

Dan juga kendalanya untuk sekarang karena virus Covid-19 ini permintaan pasar menurun sehingga omset juga menurun. Akan tetapi dari beberapa kendala yang telah di sebut tertangani meskipun tidak 100%. Seperti apa yang telah disampaikan oleh pelaku usaha:

“ya karna efek virus ini, semua jadi lock down. Penjualan pun menurun, produksi turun, omsetnya juga demikian. Tapi saya yakin dibalik ini pasti ada hikmahnya. Yang penting menurut saya kendala itu bagaimana kita menyikapi dan bagaimana kita memanai.”<sup>18</sup>

“ya sebagai orang yang ada di lapangan, tentunya permasalahan akan sering untuk ditemui. Kayak konsumen yang nawar terlalu rendah gitu sering saya jumpai, Pengembalian produk yang tidak laku, dan banyak lainnya. Untuk menanggulangi itu ya dicari jalan tengah biar sama-sama enak kalo saya.”<sup>19</sup>

“untuk saat ini karena 1 karyawan berhenti sebenarnya cukup capek karena yang bantuin semakin berkurang, harus lebih ekstra bekerja. Bangun dari jam 2 pagi untuk mulai mengelola kedelai. Tapi alhamdulillah sudah mulai terbiasa.”<sup>20</sup>

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya kendala atau permasalahan muncul dari 2 faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal yang di hadapi oleh Home Industri Soy Milk ini.

### **C. TEMUAN PENELITIAN**

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti di lapangan, dapat diperoleh beberapa temuan-temuan penelitian yang dapat di jabarkan sebagai berikut:

---

<sup>18</sup> Anita Wijaya, pemilik Home INdustri Soy Milk, wawancara secara langsung, Rabu 22 April 2020.

<sup>19</sup> Afkar, karyawan pemasaran Home Industri Soy Milk, wawancara langsung, Kamis 30 April 2020.

<sup>20</sup> Anita Wijaya, pemilik Home Industri Soy Milk, wawancara langsung, Selasa 19 Mei 2020.

1. Berdirinya Home Industri Soy Milk ini pada tahun 2012, dan Anita Wijaya sebagai pemilik dari usaha ini.
2. Dalam permodalan pada Home Industri ini dibantu oleh peranan lembaga keuangan syariah yakni BMT NU cabang Nyalaran.
3. Dalam kegiatan produksi terdapat aturan-aturan kerja dan juga memperhatikan kualitas dari produknya.
4. Usaha ini sesuai dengan bisnis anjuran Rasul selalu mengedepankan sifat *siddiq, amanah, tabligh*, dan *fathonahnya*.
5. Berusaha memberikan yang terbaik bagi para konsumennya dan menjaga hubungan kemitraan dengan konsumen.
6. Berusaha menjaga nama baik usahanya/menjaga *brand* produk dengan menjaga kualitas dan kepercayaan mitra usaha dan konsumen.
7. Tidak hanya keuntungan yang dicari akan tetapi sosial dan ibadahnya juga terlaksana.
8. Pemanfaatan kedelai tetap terjaga, mulai dari pemanfaatan sari kedelai dan ampas yang digunakan sebagai pakan ternak.
9. Motif perilaku produksinya keutamaan mencari nafkah tambahan untuk keluarga, menjaga sumber daya manusia dan sumber daya alam, professional, berusaha pada sesuatu yang halal dan toyyib.
10. Sistem pemasaran yang dilakukan yakni, penjualan langsung kepada konsumen, penitipan barang di toko Basmalah, *Reseller*, penjualan ke toko kelontong.
11. Tidak adanya gambaran tegas atau tertulis tentang struktur organisasi dalam Home Industri.

12. Tidak adanya catatan keuangan, hanya menggunakan penafsiran pendapatan.
13. Surat izin usaha home industri soy milk.

#### **D. PEMBAHASAN**

Berdasarkan temuan penelitian yang diperoleh dari paparan data tersebut, bahwa temuan penelitian tersebut akan dibahas secara detail dan rinci dengan memaparkan letak keterikatan atau bahkan ketidak sesuaian hasil dengan kajian teori yang sudah di paparkan di BAB II sebelumnya. Sebagai berikut pembahasannya:

##### **1. Peran modal sosial dan prinsip Ekonomi Islam dalam pengadaan modal di Home Industri Soy Milk.**

Dalam kajian teori BAB II sudah dijelaskan mengenai aspek permodalan termasuk kepada faktor-faktor produksi. Peranan modal sosial dalam aspek permodalan ini yakni bentuk kepercayaan dari BMT NU kepada pemilik Home Industri Soy Milk. Parameter indikator kepercayaan (*trust*) yang dideskripsikan adalah pemilik usaha membangun hubungan emosional yang baik dengan karyawan BMT NU, dan pemilik usaha tidak mempunyai catatan penunggakan pembayaran kredit. Dari itu hubungan kemitraan yang terjalin tetap terjaga dengan baik dengan tidak mengabaikan pranata-pranata yang memang menjadi aturan ketika pengajuan pembiayaan kembali.

Prinsip ekonomi Islam yang menjadi dasar pemilik yang berlatar belakang seorang sarjana lulusan Universitas Islam Madura ini menjadi



patokan untuk beralih kepada lembaga keuangan syariah yang diyakini sudah berdasarkan aturan atau prinsip Islam. Pemilik memilih BMT NU sebagai lembaga keuangan syariah sebagai *stake holder* yang mudah dijangkau, selain itu biaya titip ringan dan angsuran yang dapat dicicil setiap hari dan pencegahan dari riba. Aspek kemaslahatan menjadi tolak ukur berjalannya usaha ini dan tidak hanya memikirkan keuntungan dunia saja melainkan juga memikirkan keuntungan akhirat.

Komponen-komponen yang muncul dalam pengadaan modal dalam Home Industri Soy Milk ini adalah sebagai berikut:

- a. *Trust* (kepercayaan), kepercayaan yang muncul dalam hal ini adalah kepercayaan antara BMT NU dengan nasabah atas nama Anita Wijaya dalam hal pengajuan pembiayaan. Nasabah mampu menjalin hubungan yang baik dengan pihak BMT NU dan taat pembayaran angsuran setiap hari.
- b. *Network* (jaringan kerja), jaringan kerja yang muncul dalam hal ini merupakan *stake holder* yang membantu dalam aspek permodalan Home Industri ini, BMT NU sebagai *stake holder* dapat memberikan pembiayaan kepada Home Industri berdasarkan catatan baik nasabah di BMT NU.
- c. *Pranata*, aturan main dalam hal ini adalah pembayaran angsuran yang menjadi kewajiban nasabah kepada BMT NU atas pengajuan pembiayaannya yang telah dilakukan. Dalam hal ini pembayaran angsuran dilakukan setiap hari yang dipungut langsung oleh karyawan BMT NU ke rumah nasabah.

- d. Tauhid, aspek katauhidan yang tersirat dalam pengadaan modal ini ialah keagamaan yang dianut oleh pemilik Home Industri Soy Milk. Dalam hal ini ajaran Islam menjadi pedoman pemilik dalam memutuskan pemilihan *stake holder* dalam usahanya. Pemilihan BMT NU sebagai lembaga keuangan syariah diyakini diridhai oleh Allah SWT. Dan juga pendistribusian dana ZISWA dari hasil usaha.
- e. *'Adl*, pengimplementasian dari keadilan disini ialah berupa aturan prinsip interaksi maupun transaksi yang melarang adanya unsur MANGHRIB (*maysir, gharar, dan riba*). BMT NU sebagai lembaga keuangan syariah menerapkan aturan-aturan yang sudah di ajarkan oleh Islam.
- f. *Maslahat*, kemaslahatan yang dikaitkan dalam hal ini adalah memberikan kemaslahatan (kebaikan) antara *stake holder* dengan nasabah. *Stake holder* dapat menjalankan program-programnya dan menjalin kerja sama dengan nasabah dan nasabah dapat menjalankan usahanya.
- g. *Ta'awun*, konsep tolong menolong dalam hal ini ialah penyaluran dana zakat, infaq, dan sadhaqah yang dilakukan oleh pemilik. Dalam menjalankan usaha ini pemilik tidak hanya memikirkan keuntungan dunia saja melainkan keuntungan akhirat dipikirkan dan di implementasikan dalam bentuk dana zakat, infaq, dan shadaqah, memberikan *reward* kepada karyawan, dan juga membantu ketika karyawan ada yang sakit.

h. *Tawazzun*, penerapan yang dilakukan disini ialah keseimbangan dalam pembayaran karyawan yang disesuaikan omset yang diperoleh. Karena untuk pembayaran/gaji karyawan di UKM tidak terdapat patokan tertulis, terkait pembayaran/gaji karyawan dipasrahkan kepada UKM.

## **2. Peran modal sosial dan prinsip Ekonomi Islam dalam kegiatan produksi Home Industri Soy Milk.**

Produksi merupakan urat nadi dalam kegiatan dan perkembangan ekonomi, tidak akan pernah ada kegiatan konsumsi, distribusi, ataupun perdagangan barang dan jasa tanpa diawali oleh proses produksi. Secara umum produksi adalah proses untuk menghasilkan barang dan jasa. Sedangkan motif perilaku produksi adalah:

### a. Kegiatan mencari nafkah

Kegiatan mencari nafkah itu memang kewajiban bagi setiap manusia, mencari nafkah yang paling utama adalah ada dengan cara jual beli dan nafkah yang dihasilkan dari hasil keringantnya. Dalam usaha ini pemilik usaha mendirikan usaha dengan beberapa tujuan diantaranya ialah untuk mengembangkan *skill* wiraswasta yang telah menjadi hobinya dan juga sebagai penghasilan tambahan untuk keluarganya.

### b. Sumber daya manusia dan manajemen.

Sumber daya manusia adalah salah satu faktor yang penting bahkan tidak dapat dilepas dari sebuah organisasi, pada hakikatnya sumber daya manusia adalah manusia yang diperkerjakan disebuah

organisasi sebagai penggerak, pemikir, dan perencana untuk mencapai tujuan organisasi itu. Untuk mencapai tujuan organisasi tersebut tentunya harus dengan manajemen yang baik. Manajemen dalam sebuah organisasi terfokus dalam hal produksi kedudukannya sangat penting untuk mengatur kegiatan yang ada dalam usaha itu sendiri, dengan adanya manajemen dalam sebuah usaha ini setiap kegiatan produksi memiliki tanggung jawab untuk mencapai tujuan dari organisasi atau usaha itu sendiri. dalam Home Industri Soy Milk membudakan kedisiplinan, tepat waktu, dan bertanggung jawab. Disiplin dalam mematuhi aturan yang ada di Home Industri Soy Milk, tepat waktu dalam bekerja, dan bertanggung jawab terhadap apa yang dikerjakan.

Prinsip tanggung jawab begitu mendasar dalam ajaran Islam. Salah satunya dalam hal pekerjaan, dalam pekerjaan kita dianjurkan untuk bertanggung jawab terhadap apa yang telah kita lakukan. Seperti firman Allah dalam surah At-taubah ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ  
فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

*Artinya: Dan katakanlah (Muhammad): “Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rosul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitahukan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”<sup>21</sup>*

Dalam ayat ini menurut tafsir Al-mishbah diminta untuk melakukan aneka aktivitas, baik yang nyata maupun tersembunyi.

---

<sup>21</sup>Departemen Agama, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, hlm. 298.

Selain itu ayat ini juga memerintahkan untuk beramal shaleh, hal ini perlu karena, walaupun taubat telah diperoleh, tetapi waktu yang telah lalu dan yang pernah di isi kedurhakaan, kini tidak mungkin kembali lagi. Manusia telah mengalami kerugian dengan berlalunya waktu itu tanpa di isi oleh kebajikan. Karena itu, ia perlu giat melakukan aneka kebajikan agar kerugian tidak terlalu besar.<sup>22</sup>

c. Sumber daya alam

Sumber daya alam adalah segala sesuatu yang berasal dari alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia, dan sumber daya alam diciptakan Allah untuk dikelola oleh umat manusia untuk kepentingan dan kebutuhan manusia itu sendiri. Kedelai merupakan salah satu sumber daya alam yang Allah berikan kepada manusia untuk dikelola. Home Industri Soy Milk ini mengelola kedelai menjadi sebuah minuman yang banyak disukai oleh semua kalangan.

Produksi yang sesuai dengan ajaran Islam adalah produksi yang hasil produksinya bisa dimanfaatkan oleh orang banyak dan tentunya tidak menyebabkan kerusakan di muka bumi, pemenuhan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya, pemilik memiliki sikap yang kreatif dan inovatif dalam menemukan barang apa saja yang diperlukan oleh manusia dan memenuhi kebutuhannya. Dalam hal ini, pemilik usaha mempunyai beberapa produk dari hasil pengamatannya di pasar, sehingga pemilik memproduksi produk tersebut sebagai bentuk kekreatifan dan inovasi dalam usahanya.

---

<sup>22</sup>M. Qurasy Shihab, *Tafsir al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian al-quran*, vol.11 ( Jakarta: Lentera hati, 2009), vol. 5, hlm. 237.

d. Manajemen gaji/upah karyawan

Gaji/upah dalam Islam dikenal istilah ujah. Upah itu sendiri merupakan salah satu bentuk pemberian yang terdapat dalam suatu akad kerjasama antara seseorang dengan orang lainnya, yang termasuk ke dalam kategori akad yang dikenal dengan istilah Al-Ijarah. Dalam hal ini sebelum bekerja para pelaku usaha melakukan kesepakatan dalam bentuk Ijarah.

Dalam kegiatan produksi terdapat komponen-komponen modal sosial dan prinsip ekonomi Islam yang mempengaruhi, yakni:

- a. *Trust*, sistem kekeluargaan yang muncul dalam suasana kerja membuat rasa percacaya satu dengan yang lain dapat meningkat.
- b. *Network*, saling membantu atas pekerjaan yang belum selesai. Namun proses kerja (intenal) produksi dalam Home Industri ini mengalami masalah karena 1 karyawan bagian produksi berhenti. Namun permasalahannya dapat diatasi oleh pemilik.
- c. *Pranata*, aturan main dalam Home Industri ini di implementasikan dari budaya dan prinsip kerja.
- d. *Tauhid*, prinsip ketuhanan yang nampak ialah menjalankan kewajiban yang memang diatur oleh agama yakni menafkahi keluarga sebagai pedoman berjalannya usaha ini. Berusaha pada sesuatu yang halal dan juga kreatif.

- e. *'Adl*, implementasi keadilan disini ialah tidak melakukan kecurangan dalam berproduksi.
- f. *Maslahah*, menggunakan sebaik mungkin bahan-bahan produksi dan tidak menggunakan bahan yang dilarang. Dan memanfaatkan ampas untuk ternak.
- g. *Tawazzun*, dalam memudahkan kerja maka dibentuk pembagian tugas, pokok, dan fungsi masing-masing karyawan sehingga memudahkan dalam bekerja. Serta pembayaran upah terhadap pekerja sesuai akad yang telah disepakati.

### **3. Peran modal sosial dan prinsip Ekonomi Islam dalam pengembangan pemasaran Home Industri Soy Milk.**

Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk, penetapan harga, pengiriman barang, dan mempromosikan barang.<sup>23</sup>

Berdasarkan pada pandangan bahwa pemasaran atau marketer adalah menentukan kebutuhan, kekurangan, dan minat segmen pasar, maka untuk dapat memenuhi kepuasan/keinginan itu secara efektif dan secara efisien dibanding pesaing dilakukan dengan cara memelihara

---

<sup>23</sup><https://id.m.wikipedia.org/wiki/pemasaran>. Di akses pada sabtu, 25 April 2020 pukul 13.13.

hubungan yang baik dan intens dengan konsumen seperti contoh keterbukaan margin untung yang di dapatkan oleh produsen kepada *Reseller* dan toko-toko dengan sistem titip dengan pelayanan yang optimal.

Konsep pemasaran syariah menekankan bahwa perlunya menerapkan manajemen professional, artinya dengan melakukan kegiatan tersebut maka semua produk atau jasa yang dihasilkan pasti dapat memiliki *positioning* tersendiri. Kompetitor bukanlah merupakan suatu penghalang yang harus ditakuti atau dimusuhi. Kompetitor dapat dijadikan sumber motivasi untuk memperbaiki kinerja marketing. Hal inilah yang dapat membedakan antara marketing bisnis usaha konvensional dengan marketing bisnis usaha yang menerapkan prinsip syariah yang memberikan kepuasan kepada konsumen dan *stakeholders* tidak saja pada tataran kepuasan duniawi, akan tetapi juga mengarah pada kepuasan *ukhrawi*, karena terdapat ridha Allah SWT. Yang dituju. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa tujuan marketing bisnis usaha dengan prinsip syariah adalah dengan penerapan prinsip-prinsip etika atau berlandaskan kepada entitas nilai-nilai Islam sebagai penciptaan kepuasan duniawi dan *ukhrawi* bagi para *stakeholders* perusahaan.<sup>24</sup>

Konsep pemasaran Islam haruslah didasari oleh filsafat dasar Islam. Dan konsep dasar filsafat Islam adalah Tauhid. Menurut Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kertajaya, pemasaran Islam memiliki empat karakteristik. *Pertama* adalah spiritualitas dimana setiap

---

<sup>24</sup>Ahmad miftah, "mengenal marketing dan marketers syariah.", *Jurnal Ekonomi Islam* Volume 6 No.2 Juli-Desember 2015, hlm. 15-20.



kegiatan pemasaran harus sesuai dengan ajaran Al-Quran dan Hadits. Seorang pemasar Islam harus meyakini bahwa hukum Islam adalah hukum terbaik yang harus dipakai dalam menjalankan aktifitas pemasaran. *Kedua* adalah etika, dimana etika Islam yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits harus dijalankan oleh setiap pemasar Islam. Dengan selalu menjaga etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam, maka akan terbangun budaya kerja Islami yang dapat menyeimbangkan kepentingan dunia dan akhirat. *Ketiga* adalah realistik, realistik disini lebih pada sikap lentur dalam menyikapi permasalahan pemasaran di lapangan. Namun, sikap dan sifat realistik ini bukan berarti seorang pemasar Islam lantas boleh melanggar hukum Islam. *Keempat* adalah munanistik, dalam menyusun konsep dan strategi pemasaran, pemasar Islam harus memperhatikan tanggung jawab sosial yang merupakan representasi dari sikap humanistik.<sup>25</sup>

Penerapan *Shiddiq, amanah, fathanah, dan tabligh* menjadi landasan marketer Home Industri Soy Milk. *Siddiq*, marketer senantiasa berperilaku benar dan jujur dalam sepanjang kegiatannya. *Amanah*, bertanggung jawab dapat dipercaya, dan kredibel. *Fathonah*, marketer mampu memimpin, memahami, dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya dan menguasai akan produknya. *Tabligh*, komuikatif dan intens juga menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dari Home Industri Soy Milk dengan jujur tanpa menipu pelanggan.

---

<sup>25</sup> Muhammad Anwar F, "konsep pemasaran dalam perspektif hukum Islam." *Jurnal Hukum dan Syariah* Vol.9 No.1 Tahun 2018, hlm. 129-144.

Pemanfaatan jaringan kerja diterapkan dalam pemasaran produk ini, penitipan produk ke toko Basmalah sudah hampir seluruh Pamekasan pendistribusiannya, pengiriman produk kepada pelanggan tetap dijalankan demi menjaga pelanggan dan kekuatan keterikatan dengan konsumen. Akan tetapi pemanfaatan teknologi dalam usaha ini terbilang kurang. *Market place* yang tersedia secara *online* belum dimaksimalkan.

Dalam pemasaran ini terdapat komponen-komponen modal sosial dan prinsip ekonomi Islam yang mempengaruhi pemasaran di Home Industri Soy Milk :

- a. *Trust*, kepercayaan yang dibangun oleh marketer kepada konsumen melalui prinsip *Shiddiq, amanah, fathanah*, dan *tabligh* menjadikan marketing dari Home Industri ini mudah diterima di lapangan/pasar.
- b. *Network*, jaringan kerja yang dibangun dari marketing memudahkan perluasan pasar dari Soy Milk. Tercatat toko, swalayan, dan perorangan menjadi bidikan marketer dalam memasarkan produknya dan juga program dari BMT NU untuk memasokkan produk dari mitra kepada swalayan BMT NU.
- c. *Pranata*, aturan main di dalam lapangan sudah dipelajari dengan fasih oleh marketer. Sistem titip memnjadikan salah satu aturan yang muncul dari marketer kepada konsumen, penjualan Reseller, dan pembelian *cash*.
- d. *Tauhid*, marketer menyadari bahwasanya hukum terbaik yang harus dipakai dalam menjalankan aktifitas pemasaran adalah hukum Islam

disesuaikan dengan keadaan lapangan dengan budaya kerja yang dijadikan pedoman.

- e. *'Adl*, pengimplementasian dari keadilan disini adalah menjauhi dari jual beli *gharar*. Marketer tidak melakukan manipulasi terhadap produknya dan menyampaikan kondisi yang sebenar-benarnya produknya.
- f. *Maslahat*, wujud dari masalah disini ialah ketika menghadapi permasalahan yang muncul di lapangan. Marketer berupaya bermusyawarah atau bernegosiasi bersama pihak yang memiliki permasalahan.
- g. *Tawazzun*, keseimbangan dalam konsep transaksi antara marketer dengan konsumen. Seperti halnya Keterbukaan dalam proses transaksi mulai dari penyediaan barang hingga kesesuaian penyediaan barang dan kesesuaian produk dengan kualitas yang ditawarkan.

