

**STRATEGI PENJUALAN MAKANAN SEHAT MASA
PANDEMI COVID-19 DAPUR UMMAH PADANG
HARAPAN KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S. E)

OLEH

RAFIKA DEWI SEPTIA

NIM: 1811130087

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
BENGKULU 2022 M/ 1443 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Dengan ini dinyatakan bahwa, skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Rafika Dewi Septia

NIM : 1811130087

Prodi : Ekonomi Syariah

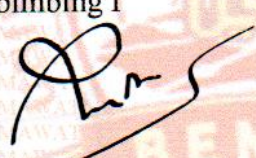
**Judul : Strategi Penjualan Makanan Sehat Masa Pandemi
Covid-19 Dapur Ummah Padang Harapan Kota
Bengkulu**

Dan telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *Munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, 08 April 2022

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Nurul Hak, M.A
NIP. 196606161995031003


Kustin Hartini, MM
NIDN. 2002038102



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211Telepon (0736) 51171, 51172

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“Strategi Penjualan Makanan Sehat Masa Pandemi Covid-19 Dapur Ummah Padang Harapan Kota Bengkulu”**, oleh Rafika Dewi Septia, NIM: 1811130087, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam. Telah diuji dan dipertahankan di depan tim Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 09 Juni 2022

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 09 Juni 2022 M

17 Julhijah 1443 H

TIM SIDANG MUNAQASYAH

Ketua

Dr. Asnaini, M.A

NIP. 197304121998032000

Penguji I

Dr. Asnaini, M.A

NIP. 197304121998032000

Sekretaris

Kustin Hartini, MM

NIDN. 2002038102

Penguji II

Amimah Oktarina, M.E

NIP. 19921010212018012001

Mengetahui,

Dekan

Dr. H. Supardi, M.A

NIP.196504101993031007



SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi dengan judul **Strategi Penjualan Makanan Sehat Masa Pandemi Covid-19 Dapur Ummah Padang Harapan Kota Bengkulu** adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 08 April 2022 M
Mahasiswa



Rafika Dewi Septia
NIM. 1811130087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon (0736) 51276-5117 1-51172-
Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

No : 01/SKLP-FEBI/01/4/2022

Satgas Plagiasi Program Studi Ekonomi Syariah Menerangkan bahwa :

Nama : Rafika Dewi Septia
NIM : 1811130087
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Tugas Akhir : Strategi Penjualan Makanan Sehat Di Masa Pandemi Covid-19
Prespektif Konsumsi Dalam Islam (Studi Pada Dapur Ummah
Kelurahan Padang Harapan Kota Bengkulu “
Similarity Index : 20 %
Status : Lulus

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari naskah Publikasi Tugas Akhir melalui aplikasi Turnitin.

Satgas Plagiasi Program Studi Ekonomi
Syariah

Helina Yustati, MA, E.k
NIP:198505222019032004

MOTTO

“ Dream it, wish it, and do it ”

“ kalau orang lain bisa berarti saya harus bisa juga”

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas izin Allah dan do'a kedua orang tua ku serta dukungan semua pihak yang membantu baik secara spritual maupun material sehingga skripsi ini dapat diselesaikan, dengan demikian saaya ucapkan terima kasih kepada:

1. Terkhusus kepada kedua orang tua ku Bapak Amrun dan Ibu Mirdaini yang sudah mendukung dalam setiap langkah yang ku ambil, skripsi ini ku persembahkan untuk kalian Bapak dan Ibu.
2. Untuk kakak, ayuk Arini, abang, wah, dan adikku yang selalu mengingatkan dan memberikan semangat agar skripsi ini terselesaikan.
3. Terkhusus untuk sahabat terdekatku Anisa, Ayu, Linda, Hera, April, Tiyas, Satri terima kasih sudah menjadi patner suka dukaku selama kuliah.
4. Bapak Dr. Nurul Hak., M.A selaku pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan
5. Ibu Kustin Hartini, MM selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan
6. Seluruh para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu selama dibangku perkuliahan
7. Segenap pihak yang telah membantu proses skripsiku terutama Owner Dapur Ummah Kota Bengkulu.

8. Teman-teman seperjuangan Eksya angkatan tahun 2018 yang sudah mewarnai pendidikanku
9. Seluruh teman yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu, terimakasih telah menjadi teman selama proses perkuliahan ini.
10. Almamater Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

ABSTRAK

STRATEGI PENJUALAN MAKANAN SEHAT MASA PANDEMI COVID-19 DAPUR UMMAH PADANG HARAPAN KOTA BENGKULU

Penulis:

Rafika Dewi Septia
NIM 1811130087

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi penjualan makanan sehat dapur ummah pada masa pandemi dan bagaimana bentuk makanan sehat yang diproduksi oleh dapur ummah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini ada 10 orang konsumen dan 1 *owner* dapur ummah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian strategi penjualan makanan sehat di dapur ummah yakni selalu meningkatkan kualitas produk, varian produk lumayan banyak, memberikan diskon, dan menerapkan *marketing mix* syariah yakni mulai dari proses pembuatan, penawaran, dan perubahan harga terkombinasi dengan sempurna. Cara yang digunakan untuk mempromosikan atau mengiklankan produk yaitu dengan menggunakan spanduk yang di depan rumah dan memanfaatkan media sosial seperti facebook dan whatsapp. Bentuk produk makanan sehat di dapur ummah yang diperjualbelikan adalah terbuat dari produk yang halal dan menggunakan bahan-bahan yang premium. Produk yang dijual *ada* nasi Briyani, bolu tape, kue keju gula aren), jus *super food*

Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian ini penulis menyimpulkan bahwa strategi penjualan yang digunakan yaitu *marketing mix*, didalam promosi tidak ada unsur *gharar* atau *taghrir* (unsur tipu menipu). Dan bentuk makanan sehat yang diproduksi yaitu terbentuk dari bahan-bahan yang halal dan premium, serta sesuai syari'at Islam.

Kata Kunci: *Strategi Penjualan, Bentuk Makanan Sehat Dapur Ummah.*

ABSTRACT

“Healthy Food Sales Strategy During the Covid-19 Pandemic Consumption Perspective in Islam(Study on the Ummah Kitchen, Padang Harapan Village, Bengkulu City)

By Rafika Dewi Septia, NIM 1811130087

The purpose of this study was to find out how the healthy food sales strategy for the ummah kitchen was during the pandemic and how the healthy food produced by the ummah kitchen was. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation. The sample in this study were 10 consumers and 1 owner of the ummah kitchen using purposive sampling technique. Based on the results of the research on healthy food sales strategies in the ummah kitchen, namely always improving product quality, quite a lot of product variants, providing discounts, and implementing a sharia marketing mix, starting from the manufacturing process, offerings, and price changes that are perfectly combined.

The method used to promote or advertise products is by using banners in front of the house and utilizing social media such as Facebook and WhatsApp. The form of healthy food products that are traded in the ummah's kitchen are made from halal products and use premium ingredients. The products sold are Briyani rice, sponge tape, palm sugar cheese cake), super food juice

Thus based on the results of this study the authors conclude that the sales strategy used is the marketing mix, in the promotion there is no element of gharar or taghrir (element of deceit). And the form of healthy food that is produced is formed from halal and premium ingredients, and is in accordance with Islamic law.

Keywords: Sales Strategy, Healthy Food for the Ummah Kitchen.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan syukur penulis atas kehadiran Allah SWT atas rahmat, taufik dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Strategi Penjualan Makanan Sehat Masa Pandemi Covid-19 Dapur Ummah Padang Harapan Kota Bengkulu”. Untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno (UINFAS) Bengkulu.

Shalawat dan salam selalu tercurahkan untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk menuju jalan yang benar sesuai syariat Islam. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan study jenjang Strata I (SI) Jurusan Ekonomi Syariah (EKIS), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno (UINFAS) Bengkulu.

Penulis juga menyadari tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka Skripsi ini tidak mungkin terlaksana. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. DR. KH. Zulkarnain Dali, M. Pd selaku Rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. H. Supardi, M.A, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu
3. Yenti Sumarni, M.M Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN).

4. Dosen pembimbing I Dr.Nurul Hak, M.A dan pembimbing II Ibu Kustin Hartini, MM yang telah sabar memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan untuk menyelesaikan Skripsi ini.
5. Kedua orang tuaku tercinta yang selalu mensupport serta memberikan do'a, semangat, dan kasih sayang yang luar biasa.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno (UINFAS) Bengkulu yang telah memberikan ilmunya.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan Skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak, demi perbaikan Skripsi ini dimasa yang akan datang. Penulis juga berharap semoga karya ini dapat memberi manfaat bagi penulis khususnya serta para pembaca pada umumnya.

Bengkulu, 08 April 2022M

Rabiul Akhir 1443 H

Penulis

Rafika Dewi Septia

NIM. 1811130087

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN	
SURAT PERNYATAAN PELAGIAT	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN.....	
MOTTO	
PERSEMBAHAN.....	
ABSTRAK	
<i>ABSTRAC</i>.....	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN.....	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7

E. Penelitian Terdahulu	8
F. Metode Penelitian	12
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	12
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	13
3. Subjek/ Informan Penelitian.....	14
4. Sumber Teknik Pengambilan Data.....	15
5. Teknik Analisis Data.....	1
G. Sistematika Penulisan	17

BAB II LANDASAN TEORI

A. Konsep Strategi Penjualan	19
a. Pengertian Penjualan	19
b. Jenis- Jenis Penjualan.....	23
c. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	24
d. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan	27
e. Strategi Penjualan.....	28
f. Strategi Penjualan Dalam Pandangan Islam	29
B. Konsumsi Islam	
1. Pengertian Konsumsi Islam.....	30
2. Landasan Konsumsi Islam	34
3. Prinsi-Prinsip Konsumsi Seorang Muslim	35
C. Konsep Makanan Sehat	39
a. Pengertian Makanan Sehat	39
b. Manfaat Makanan Sehat.....	41

c. Makanan Dalam Konsumsi Islam	42
D. Covid- 19	46
a. Pengertian Covid-19.....	46
b. Dampak Covid-19 Bagi Masyarakat	46

BAB III GAMBARAN UMU

A. Sejarah Dapur Ummah.....	49
B. Visi Misi Dapur Ummah.....	50
C. Produk- Produk Dapur Ummah	51

BAB IV PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	52
B. Pembahasan Hasil Penelitian	64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Konsumsi sangat berperan penting dan menjadi pilar dalam kegiatan ekonomi seseorang, bangsa dan negara. Konsumsi merupakan bagian terakhir dalam ekonomi setelah kegiatan produksi, distribusi. Dalam perekonomian konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar karena akhir dari semuanya adalah untuk mengkonsumsi apa yang diproduksi perusahaan¹. Kegiatan konsumsi adalah menghabiskan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup dan tujuan seseorang melakukan konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya

Dalam ekonomi Islam tujuan konsumsi bukan hanya sebatas duniawi sahaja akan tetapi untuk akhirat juga seperti konsumsi sosial berbentuk zakat, sedekah. Dalam Alquran dan Hadis disebutkan bahwa

¹ Eka Sakti Habibullah, *Etika Konsumsi Dalam Islam*, Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.1 No. 1 Maret 2018, h.90

mengeluarkan zakat dan sedekah memperoleh kedudukan penting dalam Islam. Dalam kitab suci Alquran menyebutkan tentang makanan yang diambil dari kata *kullu* dan *isyrabu* sebanyak 21 kali sementara itu makanan dan minuman sebanyak 6 kali jadi jumlah keseluruhan ayat mengenai konsumsi dalam Alquran disebutkan sebanyak 27 kali

Diantara ayat-ayat konsumsi dalam Alquran adalah *Albaqarah*(2): 168, 172, 187, *al-Maidah*(5): 4, 88, *al-An'am*(6) 118, 141, 142, *al-A'raf*(7):31, 160, 161, *alAnfal*(8): 69, *an Nahl* (16): 114, *al-Isra*(17): 26-28, *Toha*(20): 54, 81, *al-Hajj*(22): 28, 27 36, *al-Mukminun*(23): 51, *Saba*(34): 15, *at-Tur*(52): 19, *al-Mulk* (67): 15, *al-Haqqah*(69): 24, *al-mursalat*(77): 43, 46 dan lain-lain².

An-Nahl (16): ayat 114

² Widya Sari, *Produksi, Distribusi, dan Konsumsi dalam Islam*, ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam Vol.5 No.2 Agustus 2014, h. 26-27

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ

اللَّهِ إِنَّ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١١٤﴾

Artinya : Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah..³

Memakan makanan yang sehat dan halal sangat penting bagi manusia dan seorang muslim. Hidup yang sehat berasal dari makanan yang sehat sehingga terhindar dari penyakit. Sebab kesehatan merupakan harga yang sangat berharga yang sulit didapatkan ketika sudah mengalami sakit, seluruh kegiatan hanya dapat dilakukan saat kondisi tubuh dalam keadaan sehat. Mengonsumsi pola makanan sehat adalah cara termudah yang dapat dilakukan dalam menjaga kebugaran badan untuk mencegah terserah penyakit. Menjaga pola makan dan melakukan kegiatan fisik adalah pondasi untuk memiliki tubuh yang sehat.

³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. (Bandung: Penerbit Diponegoro, 2014)

Pola hidup sehat merupakan langkah awal yang harus diterapkan dan akan memberikan banyak dampak positif bagi tubuh. Terkadang kita lupa dan mulai jauh dari kebiasaan hidup sehat. Contohnya kebiasaan malas melakukan aktivitas fisik karena sudah terbiasa dalam zona nyaman, mengonsumsi makan cepat saji karena malas gerak atau karena tidak bisa memasak, terlalu sering begadang karena pekerjaan atau bahkan karena hal-hal yang sia-sia

Mengatur pola makanan sehat adalah cara agar hidup sehat, terhindar dan jauh dari penyakit. Mengonsumsi makanan yang benar dan sehat menurut Kementerian Kesehatan merupakan gizi seimbang yang mengandung komponen-komponen yang sama, yaitu : cukup kuantitas, cukup kualitas, mengandung energi, protein, vitamin dan mineral yang dibutuhkan untuk

menjaga kesehatan dan melakukan kegiatan sehari-hari bagi semua kalangan umur dan kondisi.⁴

Makanan sehat sangat penting bagi tubuh dan kesehatan tubuh manusia tanpa makanan sehat manusia akan mudah timbul penyakit karena kekurangan gizi atau gizi tidak seimbang. Oleh karena itu makanan sehat harus dikonsumsi dengan baik agar tidak merugikan tubuh atau tidak timbul penyakit dan akan membuat manusia sehat baik jasmani dan rohani. Apalagi sekarang ini dunia sedang dilanda pandemi Covid-19 yang membuat banyak orang mengalami sakit akibat tertular virus tersebut. Oleh sebab itu makanan sehat harus dikonsumsi untuk menjaga imun tubuh agar tetap kuat sehingga virus tersebut kesulitan masuk ke tubuh manusia

Indonesia mengalami pandemi sejak awal 2019 karena tertular dari negara Cina yang pada saat itu sedang berperang melawan virus. Banyak dari masyarakat Cina

⁴ Albert Nathaniel dkk, *Prilaku Profesional Terhadap Pola Makanan Sehat*, Indonesian Business Review Vol. 01 No.2 Januari 2018, h 187-188

pergi ke Indonesia untuk menghindari viruz tersebut. Maka oleh sebab itulah awal mula Indonesia tertular virus Covid-19. Penyakit corona virus 2019 (Covid-19) telah menyebabkan guncangan ekonomi besar terutama bagi usaha kecil. Banyaknya pelaku usaha bisnis kecil yang menanggung beban yang berat karena level termasuk terbawah. Kemampuan daya beli masyarakat menurun karena kurangnya pendapat dan terjadinya PHK massal serta penutupan tempat usaha sudah terjadi, dalam sekejap mata krisis pandemi yang mengakibatkan bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, badan usaha ukuran kecil (UMKM), usaha sedang sampai besar kesulitan beroperasi, bertahan apalagi mengembangkan usahanya.⁵

Dalam masa pandemi UMKM rentan terdampak. Bidang usaha yang sangat terpukul khususnya dibidang makanan dan minuman, karena masyarakat diwajibkan untuk tetap di rumah saja jadi mereka memutuskan untuk

⁵ Teti Sumarni dan Linda Daniati Melinda, *Media Sosial dan E-commerce sebagai Solusi Tantangan Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus : UMKM Warung Salapan)*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 6 No. 2 Desember 2020, h. 163-164

tidak membeli makan dan lebih memilih memasak sendiri demi menjaga kesehatan dan menghemat pengeluaran rumah tangga. Dengan keadaan situasi pandemi Covid-19 yang menyebabkan pemerintah mengambil kebijakan pembatasan jaga jarak sosial, hal tersebut mengakibatkan penutupan- penutupan tempat yang bisa memancing keramaian seperti penutupan mall, bioskop, sekolah, tempat-tempat makan yang membuat masyarakat dan pelaku bisnis mengalami kebingungan menghadapi perubahan yang baru pertama kali terjadi. Di bidang UMKM khususnya usaha makanan sehat ikut kena dampak terberat pandemi Covid-19. Akibat Covid-19 industri besar dan UMKM mengalami penurunan persentase 0,1% pertumbuhan ekonomi tahun 2020.⁶

Dapur Ummah adalah salah satu usaha bisnis rumahan yang ditengah pandemi ini bukanya redup akan tetapi mengalami peningkatan orderan makanan sehat.

⁶ Siti Nuzul Laila Nalini, *Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol .4 No. 1 Januari 2021, h.662-663

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Dapur Ummah bahwa dapur Ummah ini berdiri di awal 2019 sebelum Covid-19. Awal berdirinya dapur ummah ini karena konsumsi pribadi dan terinspirasi dengan restoran Ustad Khalid Basalamah. Produk- produk yang tersedia di dapur Ummah ada nasi Timur Tengah, nasi Madhi, nasi Kabsah, Nasi Briyani, Nasi Kebuli, Bolu yang *freegluten* seperti boltape ungu, juz *Superfood*, Mie casavana mocaf ayam kuah rempah rendah *Gluten* dll. Soal harga berbanding dengan kualitas yang disediakan karena bahan- bahan Dapur Ummah adalah bahan yang 98% bagus.⁷

Bahan- bahan yang digunakan sebagian berasal dari Indonesia dan sebagian lagi dari luar seperti kapulaga hitam (kapulaga India), beras briani dll. Konsumen Dapur Ummah biasanya dokter, orang yang menderita diabetes, dan orang- orang yang paham bahwa makanan sehat itu penting untuk menjaga imun tetap sehat apalagi di masa

⁷ Melfi, *wawancara*, Kota Bengkulu, 25 Desember 2021

pandemi Covid- 19 ini. Produk- produk makanan sehat yang dibuat oleh Dapur Ummah membuat konsumen merasa puas dan senang bahkan membanding- bandingkan dengan produk yang sama namun berbeda tempat, akan tetapi Dapur Ummah ini mengalami peningkatan sebelum dan masuk pandemi.⁸

Tabel 1.1

Jumlah penjualan Dapur Ummah Pada Perbulan Dari Tahun 2019-2021

Bulan	Penjualan (pcs) Tahun 2019	Penjualan (pcs) Tahun 2020	Penjualan (pcs) Tahun 2021
Januari	23	35	37
Pebruari	20	37	35
Maret	29	42	30
April	40	35	42
Mei	41	45	43
Juni	43	39	46
Juli	45	41	49
Agustus	45	42	50
September	48	50	52
Oktober	47	51	55
November	49	53	57
Desember	50	55	60
Total	480	525	556

Sumber : Dapur Ummah 2022

⁸ Melfi, *wawancara*, Kota Bengkulu, 25 Desember 2021

Pada tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa penjualan rata-rata dari Dapur Ummah mengalami peningkatan di setiap bulannya. Dapat dilihat dari tabel bahwa penjualan produk makanan sehat terbanyak terdapat pada tahun 2022 dengan jumlah penjualan 556 pcs. Secara tidak langsung membuktikan bahwa besarnya minat konsumen untuk membeli produk makanan sehat di Dapur Ummah. Hal tersebut menandakan strategi penjualan makanan sehat yang digunakan sangat berperan dalam meningkatkan penjualan.

Berdasarkan latar belakang diatas, Dapur Ummah ini sangat menarik untuk diteliti karena dapat menjadi strategi penjualan yang inovatif dengan menjual produk makanan yang sehat yang mampu bertahan di masa pandemi Covid-19. Penulis tertarik untuk meneliti “strategi penjualan makanan sehat di masa pandemi covid-19 dalam konsumsi islam (studi pada dapur ummah kelurahan padang harapan kota Bengkulu)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti memfokuskan untuk membahas.

1. Bagaimana Strategi Penjualan Makanan Sehat Dapur Ummah Pada Masa Pandemi Covid-19?
2. Bagaimana Bentuk Makanan Sehat Yang Diproduksi Oleh Dapur Ummah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi penjualan makanan sehat Dapur Ummah pada masa pandemi Covid-19
2. Untuk mengetahui bentuk makanan sehat yang diproduksi oleh dapur ummah

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Bagi peneliti sendiri sebagai media menerapkan ilmu penegetahuan dan menambah pengalaman.
2. Hasil penelitian diharapkan dijadikan pijakan penelitian selanjutnya untuk mengkaji makanan sehat dimasa pandemi Covid-19

3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menambah wawasan mengenai makanan sehat.

E. Penelitianian Terdahulu

1. Skripsi, Penelitian yang dilakukan oleh Ulfia⁹ dengan Strategi Penjualan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Usaha Rumah Makan Ayam Geprek Jensud (Kota Palopo). Permasalahan penelitian adalah Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan aneamannya yang dimiliki usaha ayam Geprek Jensud dalam meningkatkan volume penjualan dan apa saja strategi penjualan yang diterapkan oleh usaha Ayam Geprek Jensud dalam meningkatkan volume penjualan? Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah menggunakan metode kualitatif, sama-sama meneliti tentang strategi penjualan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan,

⁹ Ulfia, "Strategi Penjualan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Usaha Rumah Makan Ayam Geprek Jensud Di Kota Palopo" Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palopo (2019)

kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki usaha ayam Geprek Jendud dalam meningkatkan volume penjualan dan Untuk mengetahui strategi penjualan yang diterapkan oleh usaha Ayam Geprek Jendud dalam meningkatkan volume penjualan. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data Primer, yaitu data yang diperoleh dari sumber pertama, dan individu seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang bisa dilakukan peneliti. Dalam penelitian ini data primer didapat langsung dari Usaha rumah makan Ayam Geprek Jendud Kota Palopo yang dapat berupa wawancara langsung dan permintaan data penjualan. Sedangkan Data Sekunder merupakan data selain data yang penulis dapatkan langsung melalui proses wawancara dan observasi ke Usaha rumah makan Ayam Geprek Jendud Kota Palopo. Data sekunder yang akan penulis gunakan

berupa buku-buku dan literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah menggunakan metode kualitatif, sama-sama meneliti tentang strategi penjualan. Sedangkan perbedaan penelitian ini adalah strategi penjualan dalam meningkatkan volume penjualan sedangkan 10 Ulfia, "Strategi Penjualan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Usaha Rumah Makan Ayam Geprek Jendud Di Kota Palopo" Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palopo (2019) 28 penelitian penulis strategi penjualan dimasa masa pandemi covid-19 .

2. Skripsi, penelitian yang dilakukan oleh Puput Kusmawati¹⁰ dengan judul "Strategi Penjualan Dalam Meningkatkan Penghasilan Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Balandai Ditinjau Dari Ekonomi Islam". Permasalahan penelitian ini adalah : (1) Bagaimana

¹⁰ Puput Kusmawati, "Strategi Penjualan Dalam Meningkatkan Penghasilan Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Balandai Ditinjau Dari Ekonomi Islam". Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palopo (2019)

rencana usaha yang dilakukan oleh pemilik rumah makan di Kelurahan Balandai. (2) Bagaimana strategi penjualan dalam meningkatkan penghasilan usaha rumah makan di Kelurahan Balandai ditinjau dari Ekonomi Islam. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah menggunakan metode kualitatif, sama-sama meneliti tentang strategi penjualan. Sedangkan perbedaan penelitian ini adalah strategi penjualan dalam meningkatkan penghasilan sedangkan penelitian penulis strategi penjualan makanan sehat dimasa pandemi covid-19.

3. Skripsi, penelitian yang dilakukan oleh Dewi Safitri¹¹ dengan judul , Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk *My Way* Di Desa Sukajadi Pada Masa Pandemi Covid-19 menurut Prespektif Ekonomi Syariah. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.

¹¹ Dewi Safitri, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk My Way Di Desa Sukajadi Pada Masa Pandemi Covid-19 menurut Prespektif Ekonomi Syariah*, Skripsi Fakultas Syari'ah Dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2021

Permasalahan penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk *my way* pada masa pandemi covid 19 di desa Sukajadi, dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk *my way* pada masa pandemi covid di desa Sukajadi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Para member produk *My Way* menerapkan *marketing mix* 4P dalam meningkatkan penjualan produk *My Way* yaitu produk harga(*price*), produk (*product*), tempat(*place*), dan promosi (*promotion*). Akan tetapi dimasa pandemi Covid 19 ini ada beberapa pola strategi yang berubah seperti dalam strategi harga diberikan diskon produk, dan dalam strategi promosi lebih memaksimalkan promosi online. Penjualan produk *may way* telah sesuai dengan presfektif ekonomi Islam mulai dari prinsip- prinsip dan pelayanan, produk, harga, tempat dan promosi.

4. Jurnal, yang ditulis oleh Siti Nuzul Laila Nalini¹² dengan judul Dampak Covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dengan permasalahan peneliti untuk menganalisa dampak pandemi COVID-19 terhadap eksistensi UMKM di Indonesia dan bagaimana solusi dalam membantu UMKM bertahan dalam situasi pandemi COVID-19. Dengan hasil penelitian Dampak wabah Covid-19 kepada perekonomian dialami oleh seluruh negara di dunia, termasuk di Indonesia mengalami dampak perekonomian yang cukup besar. UMKM dalam hal ini menjadi bagian yang sangat terpukul dalam krisis ini, memperhatikan kontribusi UMKM terhadap jumlah unit usaha, sumbangan PDB, serapan tenaga kerja, ekspor dan investasi terhadap perekonomian yang ada di Indonesia yang sangat besar. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak diteori

¹² Siti Nuzul Laila Nalini,” *Dampak Covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 4 No 1 Januari 2021

dan metodologi yang berkaitan dengan pemasaran Islam, sedangkan perbedaan penelitian terletak pada tempat, dan studi kasus yang berbeda, teknik analisis dan sumber data yang berbeda.

5. Jurnal, penelitian yang dilakukan oleh Luthfi Hendriyati¹³ dengan judul strategi pemasaran *food and beverage* untuk meningkatkan penjualan pada masa pandemi Covid-19 di Cavinton hotel Yogyakarta, Indonesia. Dengan hasil penelitian : Hal ini membuat Cavinton hotel menggunakan berbagai strategi penjualan baik online maupun offline Usaha F&B Cavinton Hotel dalam meningkatkan penjualan yaitu melalui layanan pesan antar mengingat Minat Masyarakat terhadap makanan

¹³ Luthfi Hendriyati dan Ihsan Budi Santosos, *Strategi Pemasaran Fooo Aand Beverage Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 di Cavinton Hotel Yogyakarta, Indonesia*". Journal of Tourism and Economic Vol.4 No.1 Mei 2021, h. 70-71.

F. Metodologi Penelitian

a. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yang dilakukan di Dapur Ummah, karena datanya langsung diambil dari tempat penelitian.¹⁴

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan metode yang digunakan yakni metode deskriptif yang digunakan untuk menggambarkan objek sesuai dengan apa adanya atau sesuai dengan fakta yang ada.

b. Waktu dan Lokasi Penelitian

a. Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dimulai dari tanggal

14 Februari sampai dengan 1 Maret 2022.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 16.

b. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Dapur Ummah jalan Lematang Padang Harapan Kota Bengkulu. Adapaun alasan peneliti mengambil lokasi tersebut untuk mengetahui startegi apa yang digunakan Dapur Ummah dalam memasarkan makanan sehatnya, dikarenakan makanan tersebut cukup diminati oleh masyarakat kota Bengkulu meskipun harganya cukup mahal¹⁵.

Dalam sistem ekonomi wajar karena harga berbanding dengan kualitas, makan sehat sekarang ini sangat penting terutama diminati oleh orang-orang yang memiliki gejala penyakit dan terkenan Covid-19, karena dapur Ummah menyediakan makan yang sehta yang seperti kue yang bebas gula dan menggunakan gula aren, tidak menggunakan ragi, minuman

¹⁵ Melfi, wawancara, kota Bengkulu, 25 Desember 2021

yang kaya manfaat, nasi timur tengah. Disini peneliti ini mengetahui strategi Apa yang digunakan Dapur Ummah pemasaran makanan sehat menggunakan ditengah Pandemi Covid-19

c. Informan Penelitian

Yang menjadi informan penelitian adalah Ibu Melfi selaku pemilik Dapur Ummah dan 10 orang konsumen lainnya, agar mendapatkan data yang sesuai maka teknik pemilihan informan adalah teknik *purposive sampling* . menurut Sugiyono, *purposive sampling* adalah teknik dalam pengambilan sampel atau sumber data dengan beberapa pertimbangan yang bertujuan agar data yang diperoleh lebih representative.¹⁶

Beberapa pertimbangan sebagai berikut :

1. Konsumen sudah membeli produk Dapur Ummah sejak tahun 2019- 2022

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2018), h. 118-119

2. Konsumen yang di wawancarai sebanyak 10 orang yang terdiri dari
 - a. 4 orang pembeli nasi Arab (nasi Briyani, nasi Kebuli, Nasi Kafsa, Nasi Madani)
 - b. 3 orang pembeli bolu *free gluten* seperti bolu Tape, bolu Pisang, bolu biasa, bolu Sifon, brownies Sekat, bolu kukus
 - c. 3 orang pembeli jus *Superfood*

Instrumen yang pertama yang akan digunakan adalah wawancara. Pedoman wawancara digunakan untuk penelitian lapangan dimana peneliti membuat daftar pertanyaan yang akan diajukan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan.

d. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diambil langsung dari pihak yang bersangkutan

atau diperoleh dari responden yaitu pihak pengusaha. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian adalah wawancara langsung kelapangan dengan pemilik Dapur Ummah atau dengan Ibu Melfi di jalan Lematang Padang Harapan Kota Bengkulu

2) Data Sekunder (pendukung)

Data skunder adalah data yang diperoleh dari bahan bacaan.¹⁷ Adapun data skunder dari penelitian ini adalah buku, skripsi, tesis, jurnal yang relevan dengan fokus penelitian, data-data pendukung lainnya dapat melengkapi data primer. Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari: Keluarga dari orang tua yang tinggal di panti sosial dan masyarakat ataupun tetangga yang ada disekelilingnya.

¹⁷ Nasution, *Metode Research*,h. 143.

b. Teknik Pengambilan Data

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara atau *interview* adalah teknik tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung ataupun. Wawancara yang dilakukan dalam kualitatif cenderung tidak formal seperti obrolan- obrolan ringan. Bersifat mendalam dan segala sesuatunya dikembangkan sendiri oleh peneliti.¹⁸ Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur ataupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun menggunakan telpon.¹⁹ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada pemilik

¹⁸ Helen Fitri, *Praktik Pembayaran Upah Penggiling Padi Dalam Prespektif Ekonomi Islam : Pabrik Penggilingan Padi di Desa Suku Baru Kecamatan Marga Sakti Sebelat Kabupaten Bengkulu Utara*, IAIN Bengkulu, Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam ., 2020.

¹⁹ . Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2019),h. 138

makanan sehat yakni Dapur Ummah dan konsumen dari makan sehat yang ada dikota Bengkulu.

2. Dokumentasi

Menurut Irawan, dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang ditujukan kepada subjek penelitian. Dokumen dapat berupa catatan pribadi, surat pribadi, buku harian, laporan kerja, notulen rapat, catatan kasus, dan lain sebagainya yang ada di Dapur Ummah.²⁰

e. Teknik Analisi Data

Metode data yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif , yakni proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara , observasi dan dokumentasi dengan cara menjabarkan ke dalam unit- unit, melakukan

²⁰Suharsimi Akunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1993), h. 9.

sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.²¹ Strategi Penjualan Makanan Sehat Di Masa Pandemi Covid-19 Prespektif Konsumsi Dalam Islam (Studi Pada Dapur Ummah Kelurahan Padang Harapan Kota Bengkulu) yang akan dibahas dan ditarik kesimpulan.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan agar memperjelas secara garis besar dari masing- masing bab secara sistematis agar tidak terjadi kesalahan dalam penyusunan. Sistematika penulisan dalam penelitian sebagai berikut :

Bab 1 Pendahuluan merupakan bagian yang menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian

²¹ . Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2019),h. 244

terdahulu , metodologi penelitian dan sistematika penulisan. Bab 2 Kajian Teori menjelaskan tentang teori-teori yang digunakan berkaitan dengan objek penelitian yang mendukung dan relevan dari buku- buku, literatur yang berkaitan dengan objek yang akan dikaji/ diteliti dan juga sebagai sumber informasi atau referensi.

Bab 3 Gambaran Umum berisikan gambaran umum objek penelitian merupakan bagian menjelaskan/ menggambarkan informasi mengenai objek penelitian. Bab 4 Hasil Pembahasan yakni merupakan bagian yang menjelaskan deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan.

Bab 5 Kesimpulan dan Saran. Kesimpulan merupakan pernyataan data secara singkat, jelas dan sistematis dari pembahasan, analisis, hipotesis, dan rumusan masalah dari suatu penelitian . Sedangkan saran adalah anjuran atau pendapat yang diberikan dari seorang peneliti kepada pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian dan bagi peneliti selanjutnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Defenisi yang membahas mengenai penjualan cukup banyak. sebagian pakar menyebutkan penjualan adalah seni dan yang lainnya menyebut ilmu. Jadi penjualan tempat dimana bertemunya pembeli dan penjual dalam hal proses pertukaran barang/ jasa dengan alat tukar uang sebagai imbalan atas suatu barang atau jasa.

Menurut Philip Kotler dalam bukunya "Manajemen Pemasaran" yang diterjemahkan oleh Ronny A. Rusli dan Hendra, defenisi penjualan adalah : "Penjualan merupakan cara sosial manajerial dimana konsumen mendapatkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan, menciptakan produk, menawarkan dan saling mempertukarkan produk dengan pihak

lain.²² Sedangkan menurut Danang Sunyoto dalam bukunya yang mendefinisikan penjualan adalah salah satu aktivitas pemasaran, sebab dengan adanya penjualan dapat melahirkan suatu proses pertukaran barang dan jasa antara penjual dan pembeli.²³

Menurut Mc Charty yang mengatakan bahwa penjualan adalah pendistribusian produk- produk yang dihasilkan kepada pasar konsumsi ataupun pasar produksi tergantung dengan jenis produk yang dihasilkan oleh perusahaan, agar diperoleh keuntungan- keuntungan dari proses produksi.²⁴ Menurut Winardi yang mengatakan bahwa penjualan adalah terpenuhinya dua kebutuhan yakni kebutuhan

²² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta , 2008, h. 8

²³ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)* (Yogyakarta: CAPS, 2014), h. 26

²⁴ Dewi Safitri. “*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk My Way Di Desa Sukajadi Pada Masa Pandemi Covid-19 menurut Prespektif Ekonomi Syariah*” . Skripsi Fakultas Syari’ah Dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, h.35

pembeli dan kebutuhan penjual melalui pertukaran dan kepentingan.²⁵

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia yang mengatakan Penjualan adalah salah satu sebutan untuk memperoleh penghasilan yang diperoleh dari aktivitas perusahaan. Assauri mengatakan bahwa penjualan merupakan serangkaian aktivitas meliputi penciptaan permintaan (*demand*), menemukan pembeli, negosiasi harga dan syarat-syarat pembayaran²⁶

Penjualan merupakan suatu akad penyerahan barang atau jasa dari penjual kepada pembeli dengan harga yang disepakati atas dasar suka rela. Penjualan bisa dikatakan jual beli karena secara bahas artinya pertukaran sesuatu dengan sesuatu²⁷. Dengan

²⁵ Winardi, *Ilmu Dan Seni Menjual*, (Bandung: Nova, 1998), Hal.30

²⁶ Mega Fareza Dellamita, Achmad Fauzi DH, Edy Yulianto, *Penerapan Personal Selling (Penjualan Pribadi) Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Pada PT Adira Quantum Multifinance Point Of Sales (POS) Dieng Computer Square Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 9 No. 2 April 2014

²⁷ . Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi 3*, (Yogyakarta: BPF, 2018), h. 9-10

demikian penjualan adalah transaksi jual beli dengan barang tertentu dan jumlah terjual yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dengan harga yang disepakati bersama dalam waktu tertentu.

Dari defenisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penjualan adalah aktivitas pemenuhan kebutuhan konsumen akan barang dan jasa atas dasar suka sama suka serta terpenuhinya dua kepentingan yakni kepentingan penjual dan pembeli serta menghasilkan keuntungan yang diperoleh dari aktivitas penjualan tersebut. Tujuan utama penjualan adalah mendapatkan laba dari produk yang dihasilkan produsen dengan penjagaan dan pengelolaan yang baik. Dalam pelaksanaan penjualan sendiri tidak dapat dilakukan tanpa adanya pelaku pekerja didalamnya contohnya agen, pedagang, dan tenaga pemasar atau penjual Penjualan profesional mengetahui bagaimana menentukan kebutuhan komsumen, bagaimana cara menerima ide- ide baru,

tekanan sosial serta psikologi sangat mempengaruhi pembelian²⁸. Karena hal tersebut sangat penting dimiliki oleh seorang penjual agar tidak dikalahkan oleh pihak pesaing dalam persaingan penjualan

Melakukan penjualan tidaklah muda, penjual diharuskan kreatif dan mempunyai jiwa seni agar konsumen atau pembeli tertarik untuk membeli. Potensi seperti itulah yang hanya dimiliki oleh orang-orang tertentu saja. Penjual tidak muda untuk menaklukkan konsumennya untuk membeli produknya, maka dari itu bakat seni dan kreatif menjual sangatlah penting dalam proses penjualan. Dan Seorang penjual yang sukses akan selalu memperhatikan dan berpedoman pada nilai dan norma-norma yang berlaku agar konsumen tidak merasa tertipu dalam melakukan pembelian produk barang atau jasa.

Prespektif penjualan mempunyai konsep dari dalam ke luar yang berarti penjualan dimulia dari

²⁸. Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi 3*, (Yogyakarta: BPFE, 2018), h. 9-10

kesadaran diri mengenai apa yang bisa dibuat. Sehingga dikembangkan lagi bagaimana mendapatkan laba dengan cara mempromosikan produk barang dan jasa yang telah dibuat sebelumnya agar dapat di jual. Mayoritas perusahaan yang memiliki kapasitas berlebih yang mempraktikkan konsep penjualan. Perusahaan- perusahaan memiliki tujuan yang berbeda dengan pasar, mereka menjual apa yang mereka buat sebaliknya bukan membuat apa yang pasar inginkan. Namun bisa membawa resiko tinggi untuk pemasaran yang berbasis pada penjualan yang agresif. Hal tersebut dilakukan dengan cara mengendalikan pelanggan dan dibujuk untuk membeli produk barang atau jasa dan akan menyukainya, jika konsumen tidak menyukainya maka tidak akan mengembalikannya, menjelek- jelekannya atau melapor ke organisasi konsumen dan kemungkinan akan membeli lagi produk tersebut.²⁹

²⁹ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*,

Penjual yang baik akan memiliki konsep 5 H yakni

:

1. *Hear what he says* yang berarti mendengarkan apa yang dia katakan
2. *Touch the heart* berarti sentuh hatinya, perasaanya
3. *Help she/ he* berarti bantu dia untuk menemukan produk yang diinginkan
4. *Make her/ him happy* berarti buat dia merasa bahagia, senang dan puas dengan produk anda
5. *Hand in hand* yang berarti bergandengan tangan yakni bekerjasama dengan untuk menjadi pelanggan setia produk Anda dan senang karena *profesionalisme*

2. Jenis- jenis Penjualan

a. Personal selling

Personal selling adalah bentuk komunikasi secara langsung yang dilakukan penjual dan calon

pembeli untuk mengenalkan suatu produk dan memberikan pemahaman pembeli terhadap produk barang atau jasa sehingga jadi untuk membeli.³⁰

b. Trade selling

Merupakan tempat dimana produsen mempersilakan pengecer untuk menyalurkan produk- produk mereka. Pengecer bertugas untuk mempromosikan, peragaan dan produk baru.

c. Missionary selling

Missionary selling merupakan proses mendorong pembeli untuk meningkatkan penjualan dengan cara membeli produk barang/ jasa melalui agen atau distributor perusahaan.

d. Technical selling

Technical selling merupakan proses meningkatkan penjualan dengan cara pembeli

³⁰ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* .(Malang: UB Press, 1994), h. 130

diberi saran/ nasehat untuk membeli barang dan jasa.

e. New Business Selling

Merupakan suatu proses membujuk calon pembeli baru untuk jadi membeli barang/ jasa.

f. Responsive Selling

3. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Kegiatan penjualan sangat dipengaruhi faktor-faktor tertentu dalam meningkatkan aktivitas perusahaan, sehingga manejer penjualan perlu untuk memperhatikan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain³¹:

a. Kondisi dan kemampuan penjual

Pada prinsipnya penjualan atau pengalihan hak milik komersial atas barang dan jasa melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak

³¹ *Ibid*, hal. Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi 3*, (Yogyakarta: BPFE, 2018), h. 11-12, 129-132

pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus mampu meyakinkan pembeli agar berhasil mencapai tujuan yang diinginkan penjual. Untuk melakukan ini, penjual harus memahami beberapa masalah penting yang terkait erat dengan:

1. Jenis dan karakteristik produk yang ditawarkan
2. Harga produk
3. Syarat penjualan seperti : pelayanan, pembayaran, pengantaran, garansi dll.

b. Kondisi Pasar

Didalam pasar sebagian besar adalah kelompok pembeli yang merupakan sasarannya pihak penjualan yang dapat mempengaruhi kegiatan penjualan. Ada beberapa faktor- faktor kondisi pasar yang perlu untuk diperhatikan sebagai berikut :

1. Jenis pasar
2. Kelompok pembeli atau segmentasi pasar
3. Daya belinya

4. Frekuensi pembeli

5. Keinginan dan kebutuhan konsumen

c. Modal

Bagi penjual akan lebih sulit untuk menjual barang- barangnya apabila barang tersebut belum dikenal oleh calon pembeli atau lokasi penjual tidak strartegis. Jika dalam kondisi seperti itu, penjual harus memperkenalkan dahulu produknya kepada pembeli seperti membawa barang keliling mengunjungi tempat pembeli.³² Untuk melakukan hal tersebut diperlukan adanya kendaraan dan usaha, contohnya : alat transportasi, tempat pragaan baik didalam atau diluar perusahaan, usaha promosi dll. Semua hal tersebut bisa dilakukan jika penjual memiliki modal.

d. Kondisi Organisasi Perusahaan

³²Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi 3*, (Yogyakarta: BPF, 2018), h. 129-132

Pada perusahaan besar dan kecil memiliki keadaan perusahaan yang berbeda, untuk perusahaan besar permasalahan penjualan ditangani langsung oleh (Bagian Penjualan) atau orang yang memang ahli dibidang penjualan ,sedangkan untuk perusahaan kecil permasalahan penjualan ditangani oleh orang yang melakukan fungsi- fungsi lain juga. Hal tersebut biasanya disebabkan oleh sedikitnya jumlah karyawan, sisitem organisasi yang masih sederhana, sarana yang dimiliki belum sekompleks perusahaan besar dan biasanya pimpinan secara langsung menangani masalah penjualan dan tidak diberikan kepada orang lain.

e. Faktor Lain

Faktor- faktor lain yang berpengaruh dengan penjualan seperti : periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah. Hal tersebut membutuhkan biaya yang tidak sedikit untuk

dilakukan. Bagi perusahaan besar hal tersebut rutin dilakukan sedangkan bagi perusahaan kecil hal tersebut jarang untuk dilakukan karena modal yang dimiliki relatif kecil. Berkaitan dengan prinsip ada perusahaan yang berpegang dengan prinsip “paling penting membuat barang yang baik”.³³

Jika prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali membeli barang yang sama, akan tetapi sebelum hal tersebut dilakukan calon pembeli harus dirangsang daya tariknya contohnya : dengan adanya diskon, bungkus yang menarik atau promosi *buy one get one*.

Penting memiliki kegiatan penjualan karena dengan adanya kegiatan tersebut maka akan terbentuk laba atau keuntungan yang dapat menjamin keberlanjutan hidup perusahaan. Ada

³³ Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi 3*, (Yogyakarta: BPF, 2018), h. 11-12, 129-132

beberapa tujuan utama yang dimiliki perusahaan sebagai berikut:³⁴

1. Mencapai volume penjualan perusahaan
2. Mendapatkan laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

4. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan sebagai berikut: ³⁵

a. Kualitas barang

Menurunnya kualitas barang dapat mempengaruhi tingkat penjualan, jika produk yang diperjual belikan kualitasnya menurut bisa menyebabkan konsumennya kecewa sehingga berpindah ke produk lain yang kualitasnya lebih

³⁴ Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi 3*, (Yogyakarta: BPFE, 2018), h. 11-12, 129-132

³⁵ Susi Megawati, *Analisis Sistem Penjualan Dan Pengelolaan Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Penjualan Madani Collection Di Kudus*, Skripsi Program Studi Ilmu Ekonomi Syariah STAIN Kudus, 2017. h. 13

baik atau ke toko lain, padahal sang konsumen tersebut sudah menjadi pelanggan setia.

b. Selera konsumen

Selera konsumen sangat menentukan volume penjualan suatu barang, akan tetapi selera konsumen ini tidak menentu atau berubah-ubah. Apabila selera konsumen berubah maka tingkat penjualan akan ikut berubah.

c. Pelayanan terhadap konsumen

Pelayanan yang baik sangat berpengaruh dalam memperlancar penjualan. Dengan adanya pelayanan yang baik, ramah kepada pembeli maka akan membuat pembeli merasa senang, hal tersebut perlu ditingkatkan karena persaingan semakin ketat. Dengan adanya pelayanan yang baik kepada pembeli maka akan mempengaruhi volume penjualan.

d. Persaingan Menurunkan Harga Jual

Dengan adanya potongan harga diharapkan keuntungan dapat meningkat dari sebelumnya, hal tersebut diberikan agar produk tersebut diminati dan dilirik oleh pembeli. Potongan harga dapat dilakukan jika pembeli memenuhi syarat- syarat tertentu, hari raya seperti *Idhul Fitri*, hari Natal, tahun baru dll.

5. Strategi Penjualan

Strategi penjualan merupakan rencana yang telah disusun oleh perusahaan untuk menentukan cara meningkatkan volume penjualan barang dan jasa dapat terpenuhi serta memberikan kepuasan akan permintaan bagi konsumen. Untuk memasarkan sebuah produk barang dan jasa dibutuhkan sebuah strategi pemasaran yang bagus, efektif dan efisien. Hal tersebut bertujuan agar penjualan terjual secara maksimal dan memperoleh keuntungan yang besar.³⁶

³⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta; Andi, 2001), Hal. 42

Untuk meningkatkan penjualan, perusahaan harus memiliki strategi pemasaran seperti *marketing Mix* (bauran pemasaran). *Marketing mix* merupakan kombinasi strategi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dibidang pemasaran. Hampir semua perusahaan menjalankan strategi ini dalam rangka untuk mencapai tujuan penjualannya, apalagi sekarang ini persaingan sangat ketat. *Marketing mix* menjalankan aktivitas pemasarannya secara terintegrasi. Yang berarti bahwa elemen pemasaran tidak dapat berjalan sendiri- sendiri tanpa didukung oleh elemen yang lainnya. Kotler menyebutkan konsep bauran pemasaran ada empat yang terdiri dari *product, price, place, promotion*.³⁷

Strategi penjualan secara online dalam meningkatkan penjualan :

1. Peningkatan SDM & teknologi

³⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), Ed. Revisi, Cet. 1, h. 119-120

Dalam meningkatkan SDM (sumber daya manusia) bisa dengan memberikan pelatihan. Dimana sekarang ini teknologi sudah canggih bisa memasarkan lewat daring (mobile phone dan internet yang mendukung), maka hal tersebut menjadi sebuah solusi bagi penjual dalam memasarkan produknya.

2. Produk

Produk merupakan hal yang sangat penting dan berpengaruh dalam penjualan makanan. Dalam produk hal-hal yang harus diperhatikan seperti meningkatkan brand, meningkatkan kualitas produk dan varian rasa, serta menggunakan foto dengan desain makanan yang menarik sehingga pembeli tertarik untuk membeli produk tersebut.

3. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting yang dapat dilakukan melalui media online

seperti facebook, whatApp, instagram, shopee, iklan dll sehingga pendapatan bertambah.³⁸

B. Teori Konsumsi Dalam Islam

1. Pengertian Konsumsi

Islam adalah agama kompherensif yang mengatur segala sesuatu termasuk perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Mengenai konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan aktivitas konsumsi yang bermanfaat bagi kehidupannya. Semua aturan Islam tentang kegiatan konsumsi terkandung dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan Al-Qur'an dan As-Sunnah akan mendatangkan kelimpahan dan kesejahteraan bagi pelakunya. Ada

³⁸ Mochammad Junus, Rieke Adriati Wijayantid dkk, Strategi Penjualan Makanan Memanfaatkan Fitur Layanan Gofood Pada Aplikasi Gojek Untuk Pedagang Kecil & Menengah Di Masa Pandemi Covid-19, In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Universitas Ma Chung*.

beberapa defenisi mengenai konsumsi dalam Islam sebagai berikut :

- a. Menurut ilmu ekonomi, konsumsi merupakan setiap kegiatan seseorang untuk memakai, menggunakan, memanfaatkan produk barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sehingga konsumsi tidak hanya menyangkut makan dan minum, membeli dan memakai sepatu, pakaian, kendaraan, akan tetapi niatkan untuk ibadah kepada Allah seperti berzakat.³⁹
- b. Menurut al-Ghazali, kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan untuk mempertahankan eksistensinya dan menjalankan fungsinya. Al-Ghazali menekankan pentingnya niat konsumsi, sehingga tidak mengosongkan makna ibadah. Konsumsi

³⁹ Kurnia sari, “*Penerapan Prinsip Konsumsi Dalam Islam Pada Siswa- Siswi Pondok Pesantren Pancasila Bengkulu*” . Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu, 2016

dilakukan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.⁴⁰

- c. Menurut Yusuf Qardhawi, Konsumsi merupakan pemanfaatan hasil- hasil produksi yang halal dalam batas kewajaran untuk menciptakan manusia hidup aman dan sejaterah. Konsumsi mencakup bukan hanya makan dan minum saja akan tetapi semua pemanfaatan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari- hari. Contohnya membeli motor atau mobil, membeli rumah, dan lain sebagainya.⁴¹

Prinsip ekonomi dalam Islam disebutkan bahwa tidak hidup dalam kemewahan, tidak berusaha melakukan hal-hal yang diharamkan, berzakat dan menjauhi riba merupakan acuan dalam perkembangan Islam yang merupakan rangkuman prinsip-prinsip

⁴⁰ Ika Yunia Fauziah Dan Abdul Kadir R, Prinsip Dasar Ekonomi Islam Prespektif Maqasjid Al- Syari'ah, (Jakarta : Kencana, 2014), h.162

⁴¹ Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai Moral Dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta: Rabbani Pers, 2004), h.211

ekonomi, akidah, akhlak dan syariat Islam yang menjadi rujukan dalam mengembangkan sistem ekonomi Islam.⁴²

Konsumsi adalah kegiatan menghabiskan barang dan jasa, dalam ekonomi konvensional, agama dan ilmu pengetahuan tidak bisa bersama atau selalu berpisah sehingga tidak ditemukan nilai ibadah dalam setiap kegiatan konsumsinya, akan tetapi tidak dengan konsumsi Islam. Segala sesuatu yang dilakukan harus didasarkan dengan niat ibadah dan diterapkan dalam kehidupan nyata.

Misalnya dalam konsumsi, dengan zakat kita bisa menemukan nilai ibadah dimana zakat itu sendiri hukumnya wajib, infak, sedekah merupakan hal yang sangat diutamakan. Ketika kita berbagi dengan saudara yang lain yang tidak mampu memenuhi kebutuhan maka disitulah letak konsumsi akan terasa

⁴² Munawwarah Huzaemah, “*Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Mikro (Analisis Kritis Dalam Prespektif Ekonomi Islam)*”, (skripsi, jurusan ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2016), h. 38

lengkap. Begitu pula ketika kita sebelum mengonsumsi makanan, kita dianjurkan untuk membaca doa sebelum makan dan doa sesudah makan sebagai rasa terima kasih pada Allah SWT.

Menurut pendapat Imam al-Ghazali yang mengatakan ada lima kebutuhan dasar yang sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia dan kesejahteraan masyarakat tergantung pada pencapaian dan pemeliharaan lima tujuan, yaitu⁴³:

- a. Kehidupan atau jiwa (*al nafs*),
- b. Properti atau harta (*al-mal*),
- c. Keyakinan (*al-din*),
- d. Intelektual (*al-aql*),
- e. Keluarga atau keturunan (*al-nasl*).

Yang menjadi pondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim memiliki 3 nilai dasar:

⁴³ Munawwarah Huzaemah, “Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Mikro (Analisis Kritis Dalam Perspektif Ekonomi Islam)”, skripsi, jurusan ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2016, h. 39

1. Mempercayai akan adanya hari kiamat dan akhirat, hal tersebut mengarahkan konsumen untuk memprioritaskan konsumsi untuk akhirat daripada dunia . Mengutamakan konsumsi untuk ibadah daripada konsumsi duniawi. Konsumsi yang untuk ibadah akan bernilai pahala dan syurga di akhirat nanti sedangkan konsumsi untuk duniawi hanya untuk memuaskan keinginan dan nafsu.
2. Tolak ukur kesuksesan seorang muslim adalah dengan moral agama Islam bukan dengan harta kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi kesuksesan yang dicapai seseorang maka semakin tinggi juga moralitasnya. Kunci moralitas dalam Islam adalah kebajikan, kebenaran, ketawaan pada Allah SWT.
3. Kedudukan harta merupakan rezeki dari Allah, dan bukan sesuatu yang didapat dengan sendirinya. Harta adalah alat untuk mencapai tujuan hidup

dan meraih ridho Allah jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar hal tersebut sesuai dengan Q.S Al- Baqarah ayat 265

2. Landasan Konsumsi Islam

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَأَشْكُرُوا

نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ عَلَيْهِ تَعْبُدُونَ ﴿١٤﴾

Artinya : Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا



Artinya : Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian. (QS. Al-Furqon: 67)

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا

خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٥﴾

Artinya : Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi,

dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (QS. Al- Baqarah: 168)
44

3. Prinsip Konsumsi\

Ada beberapa prinsip konsumsi seorang muslim, yang membedakannya dengannn prinsip konsumsi non muslim adalah prinsip- prinsip tersebut dari ayat Al- Quran dan hadist Nabi serta perilaku para sahabat . Prinsip tersebut sebagai berikut :⁴⁵

a. Prinsip Syariah

1) Memperhatikan Tujuan Konsumsi

Tujuan konsumsi seorang muslim bukan hanya sebatas \kepuasan semata akan tetapi berfungsi ibadah dalam hal\ mencari ridha dan mendekatkan diri pada Allah SWT. Sebagaimana Allah berfirman dalam surat Al- An'am ayat 162 yang artinya “ *sesungguhnya sholatku, ibdahku, hidupku dan matiku hanya untuk Allah, Tuhan semesta alam*”. Makna kata hidup dalam ayat diatas termasuk

⁴⁴ . Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. (Bandung: Penerbit Diponegoro, 2014)

⁴⁵ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta : Erlangga, 2012), h. 93-97

berkonsumsi. Prilaku konsumsi seorang muslim berfungsi sebagai ibadah sehingga merupakan amal sholeh, karena setiap perbuatan yang ada perintah Allah, maka termasuk ibadah. Dalam surat Al- A'raf ayat 31 perintah makan yang artinya “ *Makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sesungguhnya Allah SWT tidak menyukai orang yang berlebihan* “

2) Memperhatikan Kaidah Ilmiah

Seorang muslim dalam mengonsumsi harus memperhatikan prinsip kebersihan. Bersih artinya barang yang dikonsumsi bebas dari kotoran atau penyakit serta menyehatkan dan memiliki banyak manfaat serta tidak mempunyai kemudharatan. Sebagai mana Allah berfirman dalam surat Al- Baqarah ayat 172 yang artinya “ *hai orang- orang beriman, makanlah diantara rezeki yang baik- baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar- benar*

kepada-Nya kami menyembah". Islam menjunjung tinggi prinsip kebersihan karena berdasarkan hadis kebersihan merupakan sebagian dari iman. Dalam kaidah ilmiah juga memperhatikan prinsip keadilan, adil dalam mengonsumsi berarti tidak boleh menimbulkan kezaliman.

3) Memperhatikan Bentuk Konsumsi

Seorang muslim sangat memperhatikan bentuk barang yang dikonsumsi yang tidak terlepas dari keridhaan Allah SWT, hal tersebutlah yang membedakannya dengan prinsip konvensional yang bertujuan kepuasan maksimum. Adanya batasan mengonsumsi bagi seorang muslim hal tersebut berhubungan dengan barang dan jasa yang boleh dikonsumsi atau tidak boleh dikonsumsi. Misalnya dilarang mengonsumsi daging babi, bangkai, darah, minuman keras (*khamar*),

narkotika, dll. Sebagaimana Allah berfirman dalam surat Al- Baqarah ayat 173 “ *sesungguhnya Allah SWT telah mengharamkan bagimu, bangkai, darah, daging babi dan binatang (yang ketika) disembeli bukan menyebut asma Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedangkan ia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya*”. Hal itulah yang membedakannya dengan konsumsi konvensional yang tidak mengenal batasan dalam mengonsumsi barang.

b. Prinsip Kuantitas⁴⁶

1. Sederhana, tidak mewah- mewah

Allah membenci hamba-Nya hidup dalam berlebih- lebihan, hidup dalam kesederhanaan

⁴⁶ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta : Erlangga, 2012), h. 93-97

dan dalam batas wajar merupakan perilaku yang dekat kepada perbaikan dan jauh dari perborosan. Sebagaimana Allah berfirman dalam surat Al- Furqon : 67 yang artinya “ *Dan orang- orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak pula (kikir), dan adalah (pembelanjaan itu) ditengah- tengah diantara yang demikian*” . Dan Allah juga membenci sifat mubazir sebagaimana Allah berfirman dalam surat Al-Isra: 27 yang artinya “*Sesungguhnya pemborosan- pemborosan itu adalah saudara- saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya*”

Tidak hanya Allah yang memberih perintah dan peringatan akan tetapi Rosulullah juga memberi peringatan kepada umatnya agar hidup sederhana dan tidak bermewah- mewah,

sebagaimana sabdanya “ *jauhanlah hidup bermewah- mewah , sesungguhnya tidak termasuk hamba Allah yang hidup bermewah- mewah*” (HR. Ahmad dan Al Baihaqi). Hal tersebut juga dicontohkan oleh Rosulullah yang hidup dalam kesederhanaa dalam hal berkonsumsi baik itu makanan ataupun berpakaian.

2. Kesesuaian Antara Pemasokan dan Konsumsi⁴⁷

Kesesuaian antara pemasokan dan konsumsi hal yang sesuai dengan realita manusia. Bahwa pemasukan menentukan seberapa besar tingkat permintaan barang atau jasa, jika pemasokan besar maka tingkat permintaan akan meningkat begitupun sebaliknya jika pemasokan menurun maka permintaan akan ikut berkurang. Kesesuaian antara konsumsi dan pemasokan

⁴⁷ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta : Erlangga, 2012), h. 93-97

sebagaimana Allah berfirman dalam surat At-Thalaq : 7 “ *hendaklah orang yang mampu memberi nafkah menurut kemampuannya dan orang yang disempitkan rezekinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan.*”⁴⁸

C. Konsep Makanan Sehat

a. Pengertian Makanan Sehat

Makanan sehat adalah kebutuhan dasar bagi kehidupan manusia, karena makanan yang dimakan setiap hari harus memenuhi kebutuhan gizi sesuai dengan standar kesehatan. Sebab meningkatnya kecerdasan dipengaruhi oleh pertumbuhan gizi yang

⁴⁸ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta : Erlangga, 2012), h. 93-97

tercukupi dan hidup menjadi sehat. Terdapat beberapa teori yang mendukung pernyataan di atas yakni menurut Hanifah dan Luthfeni dalam skripsi Nurchayati mengatakan bahwa makanan adalah kebutuhan utama dalam kehidupan sehari-hari manusia. Oleh sebab itu diperlukan makanan yang bergizi sesuai dengan kebutuhan untuk pertumbuhan dan pemeliharaan tubuh. Manusia membutuhkan makanan untuk melangsungkan hidupnya dan memenuhi kebutuhan dalam melangsungkan hidupnya karena didalam bahan makanan terdapat zat- zat yang bergizi yang dibutuhkan tubu.⁴⁹

Sedangkan menurut Santoso dan Ranti yang mengatakan bahwa makanan bagi manusia adalah kebutuhan pokok yang wajib dipenuhi untuk mempertahankan hidup dan menajalakan kehidupan.

Untuk memproleh kebutuhan gizi yang cukup agar

⁴⁹ Sri Novianti, *Meningkatkan Pengetahuan Makanan Sehat Pada Anak Melalui Kegiatan Cooking Di Tk Tunas Bangsa Balai Panjang Kecamatan Lareh Sago Halabah Kabupaten Lima Puluh Kota*, Skripsi, Progam Pendidikan Anak Usia Dini. Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan , 2018, h. 7-9

kelangsungan hidup, pemulihan kesehatan, melakukan aktivitas, pertumbuhan dan perkembangan makan diperlukan makanan yang sehat. Pendapat lain dari Nuraini yang mengatakan bahwa makanan yang sehat adalah yang memiliki zat yang cukup dan seimbang serta tidak membahayakan tubuh atau tidak mengandung unsur yang membahayakan tubuh, merusak kesehatan. Peran orang tua sangat penting dalam mengarahkan dan memberikan keluarganya mengenai makanan atau jajanan sehat dan halal.

Dalam jurnalnya Sandro Malakkiano ahli gizi mengatakan makanan sehat merupakan makanan bergizi yang terdapat pada makan pokok seperti sayur, lauk, buah. Makanan pokok adalah makan yang banyak mengandung karbohidrat seperti nasi, singkong, sagu, dan jagung. Karbohidrat merupakan sumber energi dan zat yang sangat dibutuhkan oleh tubuh. Ketika tubuh mendapatkan asupan makanan

karbonhidrat yang cukup maka dapat melakukan berbagai macam aktifitas.

Menurut Hulme yang mengatakan makan sehat merupakan makanan yang terdiri dari makan pokok dan makanan penunjang. Makanan sehat atau biasanya dikenal dengan istilah 4 sehat 5 sempurna yang kini tinggal nama karena telah memudah yang disebabkan berbagai alasan. Makanan seperti lauk pauk tempe, tahu, daging dan semangkuk sayur belum cukup memenuhi kebutuhan gizi dalam tubuh. Dalam jurnal Sandro Malakkiano yang mengatakan bahwa makanan sehat merupakan makanan yang mengandung zat yang dibutuhkan dalam tubuh, makan sehat yang gizi seimbang seperti makanan sarat dan bergizi yang baik untuk dikonsumsi bagi tubuh.⁵⁰

Kesimpulan dari pendapat diatas adalah bahwa makanan sehat merupakan makanan yang mengandung

⁵⁰ Sri Novianti, *Meningkatkan Pengetahuan Makanan Sehat Pada Anak Melalui Kegiatan Cooking Di Tk Tunas Bangsa Balai Panjang Kecamatan Lareh Sago Halabab Kabupaten Lima Puluh Kota*, Skripsi, Progam Pendidikan Anak Usia Dini. Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan , 2018, h. 8-9

gizi seimbang dan mengandung zat- zat yang diperlukan tubuh atau memenuhi syarat kesehatan dan ketika dikonsumsi aman tidak menimbulkan penyakit seperti keracunan.

b. Manfaat Makanan Sehat

Sandro malakkiano mengatakan dalam jurnalnya mengenai tujuan makanan sehat sebagai berikut:

- a. makanan sehat merupakan sumber energi
- b. makanan sehat sebagai pembangun tubuh
- a. Makanan sehat pelindung tubuh
- b. Makanan sehat menjaga tubuh dari stres
- c. Makanan sehat dapat meningkatkan intelegensi
- d. Makanan sehat dapat memelihara reproduksi

Dalam jurnalnya Aek Nabara yang mengatakan manfaat makanan sehat adalah untuk mengembalikan energi, mendapatkan zat- zat pembangun bagi sel- sel tubuh, mempertinggi daya tahan tubuh dari penyakit, dan memperlancar proses yang terjadi di dalam tubuh bukan hanya sebagai penghilang rasa lapar. Itulah

pentingnya mengonsumsi makanan yang mengandung unsur- unsur pengasil tenaga, pembangun sel- sel dan mengatur proses dalam tubuh.

Mengonsumsi makanan sehat sangat penting bagi kesehatan tubuh, mengembalikan energi, membangun sel- sel dan mengatur proses dalam tubuh dan mempengaruhi tumbuh kembang tubuh. Ketika seseorang manusia mengonsumsi makanan sehat sesuai dengan kebutuhan tubuh dan mengandung zat yang diperlukan maka pertumbuhan badan dan otak akan lancar. Sebaliknya jika makanan dikonsumsi kurang memenuhi kebutuhan tubuh maka akan memperlambat pertumbuhan pertumbuhan tubuh dan mudah terserang penyakit.

c. Makanan Dalam Konsumsi Islam

Makanan dalam Islam mempunyai tempat yang sangat penting misalnya dalam Al- Quran yang merupakan kitab suci umat Islam, yang sejumlah ayat berbicara mengenai makanan dan minuman. Di dalam Alquran surat *Al- Maida* [5]: 88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ



Artinya :

Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.(Q.S. al- Maidah [5]: 88)⁵¹

Buya Hamka dalam Tafsirnya al- Azhar, menjelaskan bahwa kemudian dari itu, di berikan tuntunan oleh Allah kepada kita tentang makanan itu: dan makanlah olehmu apa yang telah dikaruniakan kepada kamu oleh Allah, yang halal lagi baik. “(pangkal ayat 88)

Ketika manusia hidup pasti akan membutuhkan makan. Oleh sebab itu makan dan minum merupakan pilihan, maka dari itu pilihlah makanan dan minuman yang dianugerahkan Allah yang halal dan baik. Makanan yang baik belum tentu halal dan jangan asal halal padahal tidak baik⁵² Menurut pendapat beberapa ulama

⁵¹ . Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. (Bandung: Penerbit Diponegoro, 2014)

⁵² Hamka, *Tafsir AL-Azhar*, (Jakarta: PT Pustaka Panjimas. 1983.), h. 21

ada beberapa binatang. Dagingnya halal dimakan tapi tidak tercatat dinashk, haramnya seperti daging babi, bangkai, darah, binatang yang disembelih untuk berhala. Oleh karena hal tersebut ada beberapa orang berpendapat bahwa makanan selain daftar diatas halal untuk dimakan

Semisal ditemukan hadis Nabi mengenai hewan lain yang dilarang untuk dimakan seperti daging burung yang mencekram hal seperti itu masuk dalam golongan makruh. Oleh sebab itu menurut jalan pikiran imam Maliki daging singa halal dimakan dan ada juga yang berpendapat daging anjing yang tidak dinaskan yang mengharamkannya.

Meskipun daging anjing, singa, ular, burung tidak jelas halal atau haramnya. Maka tidaklah halal, namun kenapa semua itu dilarang karena tidak baik baik tubuh dan kesehatan. Dan segala sesuatu yang diperinthakan maka itu baik. Memakan makanan yang dilarang dalam keadaan yang sangat darurat seperti mengonsumsi daging babi maka diperbolehkan

Memakan asal baik tapi tidak halal seperti daging ayam yang dimasak dan rasa yang nikmat akan tetapi ayam tersebut merupakan hasil curian maka hukunya haram dimakan . Dan ada makanan yang tadinya halal sehingga menjadi makruh dan haram. contohnya makanan seperti sayur berkuah, tumisan kemarin dihangatkan selama beberapa hari untuk dimakan dan kemudian basi, hal tersebut menyebabkan Dengan demikian memakan makanan yang halal dan baik itu sangat penting bagi tubuh dan mengikuti firman Allah yang mengajurkan memakan makanan yang halal dan baik. Alquran dan Ijtihad manusia sendirilah yang menentukan dan memilih mana makanan yang baik dan halal. Untuk mengetahui besarnya pengaruh makanan yang halal dan baik bagi tubuh dan rohani. Disebutkan dalam riwayat yang disampaikan oleh Ibnu “ Mardawaihi daripada Ibnu Abbas, bahwa ketika ayat ini dibacakan dihadapan Nabi SAW “ Wahai seluruh manusia makanlah dari apa yang dibumi ini, yang halal

lagi baik,” maka berdirilah sabahabat Rosulullah yang terkenal yaitu Sa’ad bin Abu Waqos yang memohon pada Rosulullah agar Rosul memohon pada Allah supaya semua permohonan doa yang disampaikan pada Allah supaya dikabulkan. Maka berkatalah Rosul yang artinya “ lebih baik memakan api daripada makan harta haram sebab api dunia belum apa- apa dibandingkan dengan api neraka. Biar hangus perut lantaran lapar daripada makan harta haram.⁵³

Dengan demikian memakan makanan yang halal dan baik itu sangat penting bagi tubuh dan mengikuti firman Allah yang mengajurkan memakan makanan yang halal dan baik. Alquran dan Ijtihad manusia sendirilah yang menentukan dan memilih mana makanan yang baik dan halal. Untuk mengetahui besarnya pengaruh makanan yang halal dan baik bagi tubuh dan rohani. Disebutkan dalam riwayat yang disampaikan oleh Ibnu

⁵³ Hamka, *Tafsir AL-Azhar*, (Singapura: Pustaka Nasional . 2007), Jilid 1, hlm. 375

Dapat disimpulkan bahwa makan yang halal dan baik itu sangatlah penting bagi tubuh. Makanan yang baik berarti makanan yang menyehatkan tubuh. Rosulullah sahaja memperingtahn kita bahwa sangat penting mengonsumsi yang halal daripada mengonsumsi yang haram. Di ibaratkan api dan harta haram Rosul lebih mengajurkan mengonsumsi api yang panas membuat perut terbakar daripada mengonsumsi makanan yang lezat akan tetapi haram.

D. Pandemi Covid-19

1. Pengertian Covid-19

Covid-19 adalah kasus penyakit manusia pertama, penyebab penyakit Covid- 19 disebabkan oleh coronavirus, yang kemudian bernama *SARS-CoV-2* yang dilaporkan pertama kali oleh para pejabat di Kota Wuhan, China dibulan Desember 2019. Covid-19 (*Coronavirus disease*) merupakan penyakit yang menularkarena disebabkan oleh virus Corona. Jika terinfeksi virus ini orang- orang akan mengalami

penyakit gejala pernapasan ringan sedang dan bisa pulih tanpa memerlukan perawatan khusus. Lansia atau orang tua yang sudah rentan dan memiliki masalah medis seperti diabetes, kardiovaskular, kanker dan penyakit pernapasan lainnya. Untuk mencegah dan memperlambat penularan virus adalah dengan mengetahui informasi yang baik mengenai virus Covid-19, bagaimana cara penyebarannya dan cara menanganinya.⁵⁴

2. Dampak Covid-19 Bagi Masyarakat

Seluruh dunia termasuk Indonesia mengalami hal yang sama yakni terdampak pandemi Covid-19. Sekarang ini pandemi belum berakhir dan lagi berjuang menghadapi wabah global tersebut. Dampak yang ditimbulkan covid-19 hampir seluruh sektor mulai dari kesehatan, ekonomi, sosial, ketenagakerjaan dll. Hal yang berakibat di sektor

⁵⁴ Asye Rachmawaty, *Optimasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar*, Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi Vol. 8 No. 1 Juni 2021, h. 29- 43

ekonomi yakni banyak bisnis atau UMKM gulung tikar, bekerja dari rumah, pemutusan hubungan kerja (PHK) yang membuat masyarakat semuanya mengalami kesulitan untuk memperoleh pendapatan.

Dampak Covid-19 di Indonesia terutama di sektor perekonomian yakni UMKM yang sangat terpuak dalam krisis ini. Dengan adanya pandemi pemerintah menerapkan kebijakan dalam beberapa strategi seperti kebijakan dari level rendah, sedang, sampai level tinggi. Kebijakan di level rendah diberlakukan dan fokus meminimalkan korban Covid-19 yang terinfeksi dengan mekenakankan kesehatan, bantuan korban yang terdampak dan kebijakan di level sedang yakni memastikan dunia bisnis terus beroperasi,. Sedangkan strategi level tinggi memprioritaskan pengenalan, penggunaan teknologi digital bagi UMKM.⁵⁵

⁵⁵. Siti Nuzul Laila Nalini, *Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 4 No 1 Januari 2021

Belum ada kepastian kapan berakhirnya Covid-19 ini yang mengharuskan bisnis UMKM bermain cantik dalam dunia bisnis agar tidak kalah dimakan zaman atau gulung tikar. UMKM dituntut untuk kreatif dalam memanfaatkan situasi pandemi ini agar memasarkan produk- produknya seperti penggunaan media sosial dll.

BAB III

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Dapur Ummah

Dapur Ummah merupakan bisnis rumahan yang bergerak dibidang kuliner dengan sistem *bye order* untuk melakukan penjualan . Produk yang dijual dapur Ummah merupakan makanan sehat yang kini telah banyak di gemari oleh kebanyakan orang- orang penderita diabetes, kolestrol dan yang paham bahwa sehat itu penting seperti dokter, perawat. Makanan yang paling digemari di Dapur Ummah seperti nasi Briyani, nasi Madani, nasi Kebuli, nasi Kafsah, jus *Super Food*, bolu *free glueten*.

Awalnya pemilik Dapur Ummah ini iseng dan untuk mengisi waktu luang di hari weekend untuk membuat produk khususnya nasi Arab seperti nasi Briyani, nasi Madani, nasi Kebuli, nasi Kafsah. Ketika awal pandemi *Covid-19* pada tahun 2019 dapur ummah lebih difokuskan untuk mempromosiakan prodok nasi Arab tersebut. Nasi Arab itu menggunakan beras basmati

yang rendah gula jadi aman di konsumsi untuk orang-orang yang bermasalah dengan gula.

Dapur Ummah ini ingin membuat kreasi produk makanan yang sehat yang aman bagi tubuh karena permasalahan yang sering kita alami ada pada perut khususnya lambung. Hubunganya dengan pandemi kalau orang-orang makan- makanan yang asal seperti makan siomay, batagor, cilok dan lain sebagainya yang akan membuat daya imun lemah apalagi dibarengi dengan istirahat kurang yang akan menyebabkan orang-orang mudah terserang *Covid-19* ini.⁵⁶

Ketika awalnya berdiri dapur ummah ini masih bernama kedai Memoze (Ummi Mozarella) setelah berjalanya waktu sekitar tiga bulan nama itu berubah menjadi Dapur Ummah. Mengganti nama menjadi dapur ummah yang memiliki arti lebih lembut yakni dapur ibu atau dapur dari ibunya ibu. Karena sejatinya ibu itu

⁵⁶ Melfi, *wawancara*, Kota Bengkulu, 11 Januari 2022

memang di rumah dan di dapur atau lebih mencirikhaskan masakan rumah.

Dan juga dapur ummah ini terinspirasi dari ustad Khalid Basalamah yang memiliki restoran Aswaja yang dimana produk makanan yang dijual adalah sehat dan berciri khaskan dengan makanan Arab. Jadi inti sejarah dapur ummah ini adalah :

2. Karena untuk mengisi waktu luang di hari weekend
3. Ingin berjualan makanan yang sehat dan menebarkan atau memberi wawasan ke orang mengenai makanan sehat
4. Ingin membantu perekonomian keluarga dan ingi lepas dari hutang dan riba.

B. Visi Misi Dapur Ummah

1. Visi : Ingin menciptakan variasi makanan sehat
2. Misi :
 - c. Mengenalkan makanan atau olahan tepung yang aman bagi penderita lambung berbahan Mocap.

- d. Ingin mengedukasi orang- orang yang lagi berusaha untuk meringankan sakit yang diderita .
- e. Membantu orang- orang yang lagi bermasalah dengan pencernaan tetapi ingin tetap mengkonsumsi makanan yang sehat.⁵⁷

C. Produk Makanan Sehat Dapur Ummah

1. Nasi Arab seperti Nasi Briyani, nasi Kebuli, Nasi Kafsa, Nasi Madani menggunakan beras dari luar negeri yakni beras Basmati. Untuk pengelolaan beras ini harus direndam terlebih dahulu minimal sekitar 30 menit dan beras akan menyerap semua air tadi. Beras Basmati yang telah direndam akan berubah tekstur dan menjadi panjang sehingga masakanya menjadi lebih cepat.

Untuk semua nasi menggunakan beras yang sama yakni beras Basmati akan tetapi rempah-rempah, cara masak dan hasil akan berbeda tiap produk nasinya. Diberas Masmati ini memiliki *glikemik*

⁵⁷ Melfi, wawancara, Kota Bengkulu, 11 Januari 2022

(gula) yang sangat rendah yakni cuman 1 % sehingga cocok dikonsumsi oleh orang-orang yang menderita gula darah tinggi, diabetes.

2. Bolu *free gluten* seperti bolu Tape, bolu Pisang, bolu biasa, bolu Sifon, brownies Sekat, bolu kukus.
3. Kue kering seperti Nastar dari Mocaf, *palm sugar cheese* (kue keju gula aren), sagu keju.
4. Minuman seperti jus *super food*, susu kurma.⁵⁸

⁵⁸ Melfi, wawancara, Kota Bengkulu, 11 Januari 2022

BAB IV

HASIL PENNELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan informasi yang di dapat dari hasil wawancara dengan pihak- pihak yang dianggap dapat memberi informasi pada peneliti tentang gambaran Strategi Penjualan Dapur Ummah Kelurahan Padang Harapan Kota Bengkulu dapat di paparkan sebagai berikut :

1. Strategi Penjualan Makanan Sehat Dapur Ummah Pada Masa Pandemi Covid-19.

a. *Product* (Produk

Peneliti menanya kepada Ibu melfi mengenai bagaimana cerita awal berdirinya Dapur Ummah ini dan apa saja variasi makanan yang dijual di Dapur Ummah. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh

pemilik Dapur Ummah Ibu Melfi yang mengatakn bahwa.⁵⁹

“Awal berdirinya Dapur Ummah ini karena konsumsi pribadi karena untuk mengisi waktu luang di rumah dan berlanjut iseng-iseng membuat makanan Timur Tengah (nasi Briyani, nasi Kebuli, nasi Madhani, nasi Kafsa) dihari sabtu dan minggu. Dan ketika Covid-19 datang mulai mengiklankan produk Dapur Ummah yang terinspirasi juga dari restoran Khalid Basalama . Dan untuk variasi makanannya lumayan banyak seperti ada nasi Timur Tengah seperti nasi Briyani, nasi Kebuli, nasi Madhani, nasi Kafsa dan untuk kue kering ada nastar dari mocaf, falm sugar chease (kue keju gula aren), sagu keju, minuman ada juz superfood, susu kurma,

⁵⁹ Wawancara dengan ibu Melfi pemilik Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 11 Maret 2022

untuk bolu ada ada bolu tape, bolu pisang,
brownies sekat, bolu kukus, bolu sifon,
bolu biasa”

Kemudia peneliti bertanya kepada pelanggan Dapur Ummah mengenai apa Saja jenis produk yang dijual di Dapur Ummah. Hal tersebut seperti yang di ungkapkan oleh pelanggan Dapur Ummah oleh Ibu Devi .⁶⁰

“Untuk jenis makanan yang di jual oleh Dapur Ummah ada banyak seperti nasi kebuli, nasi Madhani, nasi Briyani, juz superfood dll,yang saya tauh cuman itu karena saya sering beli yang itu saja”

Sama seperti yang dikatakan oleh Nopa Three bahwa

61

“Produk yang dijual oleh Dapur Ummah ada banyak seperti nasi Arab ada empat

⁶⁰ Wawancara dengan ibu Devi pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 13 Maret 2022

⁶¹ Wawancara dengan Nopa Three Satriani pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 21 Maret 2022

macam, kue kering ada banyak macamnya juga, bolu-boluan, minuman dan jus superfood”

Hal ini berbeda dengan yang keterangan yang dikatakan oleh Aprilia Putri.⁶²

“Ia hanya mengetahui banyak macamnya makanan yang di jual Dapur Ummah akan tetapi ia sering membeli nasi Briyani dan jus Superfood.”

Kemudia peneliti bertanya Uni Rina pelanggan Dapur Ummah mengenai seberapa sering anda berbelanja di dapur ummah dan sudah berapa lama.

“Ia mengatakan kalau kepengen tinggal pesan lewat WhatApp atau Massager, dan menajdi pelanggan Dapur Ummah sudah hampir 3 tahun”

⁶² Wawancara dengan Aprilia Putri pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 22 Maret 2022

Kemudia peneliti bertanya kepada Ibu melfi pemilik Dapur Ummah mengenai apa keunggulan produk dari Dapur Ummah dan bagaiman dengan kualitas yang ditawarkan Dapur Ummah.⁶³

“Dan keunggulan produk dari makanan Dapur Ummah yakni dari segi kualitas rasa karena diolah dari bahan- bahan yang semuanya bagus impor 98 % dari luar negeri seperti kapulaga hitam (kapulaga India), bras briyani dll sehingga hasil makanan yang dihasilkan itu enak

Hal serupa juga peneliti tanyakan kepada pelanggan Dapur Ummah mengenai bagaimana menurut anda kualitas produk Dapur Ummah yang kemudia Bunda Akhdan memberikan keterangan.⁶⁴

“Bahwa kualitas produk Dapur Ummah no. 1 di Bengkulu ini, karena menggunakan bahan- bahan premiun berkualitas dan hiegenis.

⁶³ Wawancara dengan Ibu Melfi pemilik Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 11 Maret 2022

⁶⁴ Wawancara dengan Bunda Akhdan pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 12 Maret 2022

Pertanyaan yang sama ditanyanyakan kepada Ibu Dini:⁶⁵

“Kalau dari segi kualitas bagus daripada tokoh-tokoh yang lain, saya sangat merekomendasikan teman-teman saya untuk membeli produk Dapur Ummah karena kita bukan hanya mendapatkan kepuasan atau kenyang sesaat tetapi juga mendapatkan kesehatan badan setelah mengonsumsi jus superfood, untuk nasi kolestrol tidak naik”

Dari keterangan pelanggan Dapur Ummah dengan Ibu Devi juga mengatakan hal yang hampir sama dengan Nurul Islami.⁶⁶

“Dari segi kualitasnya produk Dapur Ummah sayang baik karena dari bahan-

⁶⁵ Wawancara dengan ibu Dini pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 11 Maret 2022

⁶⁶ Wawancara dengan Nurul Islami pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 12 Maret 2022

bahan pilihan dan impor juga sehingga rasanya nikmat beda dan jauh dari tokoh lainnya.”

Kemudian peneliti tanyakan kepada pelanggan Dapur Ummah mengenai apa dampak yang didapatkan setelah mengonsumsi produk Dapur Ummah. Hal tersebut diterangkan oleh Ibu Ninoy.⁶⁷

“Ia mengatakan setelah mengonsumsi produk Dapur Ummah ia ketagihan karena rasanya yang begitu enak dan nikmat sehingga semua anggota keluarga menyukai makanan atau produk Dapur Ummah ”

Hal tersebut berbeda dengan yang Satri katakan bahwa⁶⁸

⁶⁷ Wawancara dengan Ninoy pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 12 Maret 2022

⁶⁸ Wawancara dengan Satri pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 23 Maret 2022

“Ia mendapatkan manfaat badan kembali sehat dan segar setelah mengonsumsi juz superfood, minuman sari kurma, untuk nasi ataupun bolu ia merasakan kenikmatan sesaat seperti kenyang”

Dari keterangan Tiyas yang mengatakan ⁶⁹

“Setelah mengonsumsi produk Dapur Ummah ia merasakan kenikmat seperti hati senang perut kenyang”

Kemudian peneliti tanyakan kepada Nopa There pelanggan Dapur Ummah mengenai produk apa saja yang biasanya anda beli di Dapur Ummah ⁷⁰.

“Ia mengatakan sering beli Juz Superfood, bolu tape, bolu pisang dan kue keju gula aren”

⁶⁹ Wawancara dengan Tiyas sania pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 13 Maret 2022

⁷⁰ Wawancara dengan Nopa Three Satriani pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 21 Maret 2022

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Ibu Melfi pemilik Dapur Ummah mengenai apakah produk Ibu ini sudah sesuai jika ditinjau dalam konsumsi Islam.⁷¹

“Ibu Melfi bahwa pengelolaan makanan Dapur Ummah dilakukan secara sendiri insya Allah sudah terjamin halal dan *hiegenis*, apalagi ciri khas Dapur Ummah kan nasi Arab (nasi Briyani, nasi Madhani, nasi Kebuli, nasi Kafsah) jadi pengelolaanya berdasarkan Al-Quran dan hadis kalau bahan-bahan yang dikatakan haram maka saya tidak akan berani menggunakannya. Dan semuanya dilakukan secara Islam seperti memotong ayam membaca bismillah. Dan juga saya tidak menerima pesanan yang bertuliskan selamat ulang tahun, *happy anniversary*”

⁷¹ Wawancara dengan Ibu Melfi pemilik Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 11 Maret 2022

b. Price (Harga)

Berdasarkan hasil wawancara Peneliti dengan pemilik Dapur Ummah mengenai bagaimana harga yang ditawarkan apakah lebih terjangkau dari tokoh lainnya? Dan apakah harga bisa berubah. ⁷²

“Bahwa harga yang ditetapkan Ibu melfi terjangkau sebanding dengan kualitas yang di dapatkan sehingga tidak mengecewakan pelanggan karena harga berbanding dengan kualitas, kalau harga rendah begitupun dengan kualitasnya yang rendah sebaliknya kalau harga tinggi maka kualitas yang didapatkan tidak akan mengecewakan, untuk tokoh lain harganya lebih rendah begitupun juga kualitasnya kata seorang pembeli yang curhat sama saya. Harga yang ditetapkan tidak berubah karena sudah pas ketika harga bahan-

⁷² Wawancara dengan ibu Melfi, Pemilik Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 11 Maret 2022

bahan naik maka produk Dapur Ummah tidak akan mengalami kenaikan dan akan stabil seperti sebelumnya”

Kemudian peneliti menanyakan kepada pelanggan Dapur Ummah mengenai apakah harga yang ditawarkan terjangkau dan apakah harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan. Hal tersebut sama seperti yang di ungkapkan oleh pelanggan Dapur Ummah dengan Ibu Nurul Islami yang mengatakan.⁷³

“Bahwa untuk harga terjangkau dan sebanding dengan kualitas produk karena bahan-bahanya menggunakan bahan-bahan premium berkualitas insya Allah *higienis*”

⁷³ Wawancara dengan Ibu Nurul Islami pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 12 Maret 2022

Hal tersebut senada dengan Ibu Tiyas⁷⁴

“Untuk harga sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan apalagi bahan-bahannya pilihan bagus dan hanganya terjangkau”

Hal ini pun sama perti yang dikatakan oleh Mbak Nopa Three Satriani⁷⁵

“Yang mengatakan bahwa untuk harga terjangkau dan pas dengan kualitas yang ditawarkan oleh Dapur Ummah”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada pemilik Dapur Ummah mengenai bagaimana pertumbuhan omset penjualan saat ini. Pemilik Dapur Ummah memberikan keterangan.⁷⁶

“Dengan orderan yang meningkat alhamdulillah lumayan banyak dan

⁷⁴ Wawancara dengan Tiyas sania pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 13 Maret 2022

⁷⁵ Wawancara dengan Nopa Three Satriani pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 21 Maret 2022

⁷⁶ Wawancara dengan ibu Melfi, Pemilik Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 11 Maret 2022

pelanggan semakin bertambah dari mulut ke mulut yang pernah membeli produk di Dapur Ummah ini sehingga omset lumayan banyak apalagi ketika viruz Omicron menggoncang Bengkulu maka permintaan juz superfood suplement yang membantu meringankan pernapasan semakin banyak permintaanya sehingga Dapur Ummah terus mengalami pertumbuhan”.

c. Promotion (Promosi)

Berikut wawancara yang dilakukan oleh peneliti mengenai bagaimana promosi yang dilakukan oleh Dapur ummah.⁷⁷

“Sejauh ini Perkembangan Dapur Ummah saat ini berjalan dengan lancar dan dikenal oleh oleh orang-orang luar Bengkulu seperti Muko-muko, Kepayang, Curup, Seluma,

⁷⁷ Wawancara dengan Ibu Melfi pemilik Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 11 Maret 2022

Tais, Bengkulu Selatan berkat rekomendasi dari pelanggan dan melihat di *Facebook*”

Dari wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perkembangan Dapur Ummah saat berjalan dengan lancar dan pelangganya sudah tersebar diluar Bengkulu seperti Muko-muko, Kepayang, Curup, Seluma, Tais, Bengkulu Selatan.

Kemudian peneliti menanyakan siapa saja yang menjadi pelanggan Dapur Ummah.

“Yang menjadi pelanggan Dapur Ummah kebanyakan Dokter, perawat, dosen, PNS, karyawan bank, anggota DPR, dan masyarakat lainnya yang paham akan pentingnya makanan sehat bagi tubuh”

Kemudian peneliti kembali bertanya dengan pelanggan Dapur Ummah mengenai apa alasan ibu

berbelanja di Dapur Ummah dan . Ibu Aprilia memberikan keterangan bahwa.⁷⁸

“Alasanya membeli makanan di Dapur Ummah karena penasaran dengan postingan makanan Dapur Ummah di *Facebook* yang tampak enak yang akhirnya saya mencoba membeli Nasi Briyani”

Kemudian peneliti kembali bertanya dengan Uni Rina salah satu pelanggan Dapur Ummah mengenai apa yang membuat Anda tertarik untuk terus berbelanja di Dapur Ummah.⁷⁹

“Yang membuat saya tertarik dari segi rasanya yang enak, apalagi setiap pilihan nasinya mempunyai rasa yang berbeda seperti nasi Madhani, nasi Briyani, nasi Kebuli, nasi Kafsah ditambah lagi dengan pengelolaanya yang maksimal sehingga

⁷⁸ Wawancara dengan Aprilia P pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 11 Maret 2022

⁷⁹ Wawancara dengan Uni Rina pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 13 Maret 2022

hasil olahan lauknya seperti olahan daging kambing, ayam bakar madu atau yang lainnya mempunyai cita rasa yang berbeda dan kebetulan cocok untuk selera saya dan keluarga. Dan juga disetiap postingnya sudah tertera harganya jadi tidak perlu bertanya-tanya lagi mengenai harganya karena itu saya tertarik berlangganan dengan Dapur Ummah.

kemudian peneliti bertanya dengan pemilik Dapur Ummah mengenai bagaimana cara ibu dalam menghadapi pesaing karena saat ini ada beberapa tokoh yang menjual produk sejenis dan bagaimana strategi dalam mempertahankan produk untuk menghadapi pesaing.⁸⁰

“Cara menghadapi persaingan adalah dengan mempertahankan rasa makanan Dapur Ummah dan balik lagi sama pembeli karena yang menilai makanan itu sendiri

⁸⁰ Wawancara dengan Ibu Melfi pemilik Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 11 Maret 2022

kan pembeli jadi saya melakukan yang terbaik sehingga makanan Dapur Ummah pas, cocok dan diminati oleh pelanggan Dapur Ummah. Dan startegi dalam mempertahankan produk adalah dengan menggunakan bahan-bahan unggulan yang diolah dari bahan- bahan yang semuanya bagus impor 98 % dari luar negeri seperti kapulaga hitam (kapulaga India), bras briyani dll sehingga hasil makanan yang dihasilkan itu enak.”

kemudian peneliti bertanya dengan Nopa Three mengenai apakah produk yang dijual Dapur Ummah cukup update dan mengikuti perkembangan zaman.⁸¹

“Ia mengatakan cukup update dan megikuti zaman contohnya kalau bolu pisang bukan menggunakan bahan seperti pada umumnya seperti ditokoh-tokoh kue

⁸¹ Wawancara dengan Nopa Three Satriani pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 21 Maret 2022

lainnya tetapi menggunakan tepung moca^f”

Pertanyaan yang sama ditanyakan dengan Ibu Dini yang mengatakan bahwa⁸²

“Untuk update dan mengikuti perkembangan zaman apalagi ditengan keadaan pandemi Covid-19 dan Omicron Dapur Ummah menciptakan makanan sehat yang tetap menjaga kebugaran tubuh agar tidak mudah terserang viruz, khususnya juz superfood suplemen kesehatan bagi tubuh”

Kemudian peneliti kembali bertanya dengan ibu melfi pemilik Dapur Ummah mengenai strategi apa yang Ibu gunakan dalam mengembangkan bisnis Ibu ini.⁸³

⁸² Wawancara dengan Dini pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 12 Maret 2022

⁸³ Wawancara dengan Ibu Melfi pemilik Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 11 Maret 2022

“Ibu Melfi mengatakan bahwa startegi yang digunakannya dalam mengembangkan Dapur Ummah dengan memberikan diskon untuk hal-hal kebaikan seperti memberi makan atau bukaan anak yatim, panti asuhan, santri dll, memanfaatkan media sosial seperti mempromosikan produk,serta dengan mempertahankan kualitas produk Dapur Ummah.

Kemudian peneliti kembali bertanya dengan pelanggan Nurul Islami Dapur Ummah mengenai apakah pemilik Dapur Ummah ini ramah.⁸⁴

“Mengatakan bahwa ownernya sangat ramah kepada pembelinya”

Kemudian peneliti kembali bertanya dengan ibu melfi pemilik Dapur Ummah mengenai bentuk promosi yang diterapkan dalam mengembangkan Dapur Ummah.⁸⁵

⁸⁴ Wawancara dengan Nurul Islami pelanggan Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 12 Maret 2022

“Dapur Ummah mempromosikan makanan atau produknya lewat dengan memajang spanduk depan rumah dan memanfaatkan media sosial seperti memanfaatkan facebook untuk memposting foto produk Dapur Ummah dan memanfaatkan snep WhatsApp untuk memberi tahu orang-orang tentang produk Dapur Ummah ini”

B. Pembahasan

1. Strategi Penjualan Makanan Sehat Dapur Ummah

Strategi penjualan merupakan rencana yang telah disusun perusahaan untuk menentukan cara meningkatkan volume penjualan barang dan jasa serta dapat memenuhi dan memberikan kepuasan akan permintaan bagi konsumen. Untuk memasarkan atau menjualkan sebuah produk barang atau jasa dibutuhkan sebuah strategi yang efektif dan efisien. Hal tersebut bertujuan agar penjualan

⁸⁵ Wawancara dengan Ibu Melfi pemilik Dapur Ummah padang Harapan kota Bengkulu, 11 Maret 2022

terjual secara maksimal dan memperoleh keuntungan yang besar.⁸⁶ Strategi penjualan Dapur Ummah

1. Dapur ummah selalu meningkatkan kualitas produk makanan sehat yang dijualnya.
2. Varian produk dapur ummah lumayan banyak sehingga pembeli tidak bosan dalam membeli produk dapur Ummah
3. Memberikan diskon untuk orang-orang yang mau memberikan bukaan untuk santri, panti asuhan dll
4. Dapur ummah melakukan promosi lewat facebook dan whatapp
5. Dalam memasarkan produknya dapur ummah menggunakan Marketing Mix syariah :⁸⁷

1) Produk

- a. Produk (*product*) yakni Dapur ummah menggunakan bahan-bahan berkualitas dan halal dalam menawarkan produknya.

⁸⁶ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta ; Andi, 2001), hal.42

⁸⁷ sri Handayani, *Tinjauan Strategi Pemasaran Syariah Pada Penjualan Produk Inez Di Mini Market Khatulistiwa Bengkulu, skripsiFakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, 2020, h.60*

- b. Produk yang diperjualbelikan adalah produk yang halal
- c. Produk baik itu barang atau jasa harus memiliki kejelasan, kejelasan ukuran, tidak rusak, dan menggunakan bahan yang baik
- d. Dalam mempromosikan tidak boleh ada unsur *gharar* atau *taghrir* (unsur tipu menipu).

2) Harga (*price*)

Dalam penentuan harga Dapur Ummah sudah memperhitungkannya jika suatu saat harga bahan-bahan mengalami kenaikan maka harga produk Dapur Ummah tidak mengalami kenaikan juga. Dan Dapur Ummah menyesuaikan harga produk dengan kualitas produk yang artinya tidak menzalimi pembeli.

Nabi Muhammad SAW marah ketika melihat seorang saudagar menyembunyikan jagung basah di bawah jagung kering. Kemudian saudagar itu menjualnya dengan

harga tinggi, ia berkata dalam hadits: “*Mengapa tidak engkau letakan yang kebasahan itu diatas bahan makanan itu, sehingga orang-orang dapat mengetahui keadannya. Barang siapa menipu, maka ia bukanlah masuk golongan kita*” (HR. Muslim)

Hadits di atas mengatakan bahwa jika barang tersebut benar-benar bagus, wajar jika barang tersebut mahal, tetapi jika barang tersebut berkualitas buruk, maka harus dijual dengan harga yang baik. Sementara barang-barang berkualitas rendah dijual dengan harga rendah, barang-barang berkualitas rendah tidak boleh dijual dengan harga tinggi.

3) Promosi (*promotion*)

Promosi yang dilakukan Dapur Ummah adalah menggunakan spanduk yang dipajang didepan rumah dan memanfaatkan media sosial seperti *facebook* dan *WhatsApp*.

2. Bentuk Makanan Sehat yang di Produksi Dapur

Dari Hasil Wawancara Dengan Dapur Ummah, maka bentuk makanan Dapur Ummah yang diperjualbelikan adalah terbuat dari produk yang halal dan menggunakan bahan-bahan yang premium dan halal. Menurut al-Ghazali, kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan untuk mempertahankan eksistensinya dan menjalankan fungsinya. Al-Ghazali menekankan pentingnya niat konsumsi, sehingga tidak mengosongkan makna ibadah. Konsumsi dilakukan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.⁸⁸

Seperti halnya yang dilakukan oleh Dapur Ummah bahwa menciptakan produk semata-mata bukan sebatas duniawi saja akan tetapi prioritas akhirat. Menciptakan produk dari bahan-bahan yang halal tidak ada unsur tipu menipu. Dapur ummah dalam menjalankan bisnisnya mengikuti Rosulullah dan dengan niat ibadah kepada Allah

⁸⁸ Ika Yunia Fauziah Dan Abdul Kadir R, Prinsip Dasar Ekonomi Islam Prespektif Maqasjid Al- Syari'ah, (Jakarta : Kencana, 2014), h.162

SWT contohnya dengan memberikan diskon untuk konsumen yang membeli produk untuk memberi buka puasa kepada yatim piatu atau panti asuhan, santri pengahapal Qur'an dll.

Yang menjadi pondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim memiliki 3 nilai dasar:

1. Mempercayai akan adanya hari kiamat dan akhirat, hal tersebut mengarahkan konsumen untuk memprioritaskan konsumsi untuk akhirat daripada dunia . Mengutamakan konsumsi untuk ibadah daripada konsumsi duniawi. Konsumsi yang untuk ibadah akan bernilai pahala dan syurga di akhirat nanti sedangkan konsumsi untuk duniawi hanya untuk memuaskan keinginan dan nafsu.
2. Tolak ukur kesuksesan seorang muslim adalah dengan moral agama Islam bukan dengan harta kekayaan yang dimiliki. semakin tinggi kesuksesan yang dicapai seseorang maka semakin tinggi juga

moralitasnya. Kunci moralitas dalam Islam adalah kebajikan, kebenaran, ketawaan pada Allah SWT.

3. Kedudukan harta merupakan rezeki dari Allah, dan bukan sesuatu yang didapat dengan sendirinya. Harta adalah alat untuk mencapai tujuan hidup dan meraih ridho Allah jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar hal tersebut sesuai dengan Q.S *Al- Baqarah* ayat 265

Adapun bentuk-bentuk makanan sehat yang ada didapur Ummah antara lain :

1. Nasi Arab seperti nasi Briyani, nasi Kebuli, Nasi Kafsa, Nasi Madani.
2. Bolu *free gluten* seperti bolu Tape, bolu Pisang, bolu biasa, bolu Sifon, brownies Sekat, bolu kukus.
3. Kue kering seperti Nastar dari Mocaf, *palm sugar cheese* (kue keju gula aren), sagu keju
4. Minuman seperti jus *super food*, susu kurma

Yang semua bentuk makanan sehat dapur
Ummah sudah sesuai dengan syariat Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas, peneliti memperoleh beberapa kesimpulan bahwa :

Strategi penjualan makanan sehat yang ada di Dapur Ummah

1. Dapur ummah selalu meningkatkan kualitas produk makanan sehat yang dijualnya.
2. Varian produk dapur ummah lumayan banyak sehingga pembeli tidak bosan dalam membeli produk dapur Ummah
3. Memberikan diskon untuk orang-orang yang mau memberikan bukaan untuk santri, panti asuhan dll
4. Dapur ummah melakukan promosi lewat facebook dan whatapp

Dalam memasarkan produknya dapur ummah menggunakan Marketing Mix syariah menerapkan *marketing mix* syariah yakni mulai dari proses pembuatan,

penawaran, dan perubahan harga yang seluruh prosesnya sudah sesuai dengan syariat Islami seperti, a.) produk Dapur Ummah merupakan produk yang diperjualbelikan adalah produk yang halal, b.) produk yang ditawarkan Dapur Ummah kepada konsumen memiliki kejelasan baik itu harga, kejelasan ukuran, dan menggunakan bahan-bahan yang *premium*, c.) dalam mempromosikan atau mengiklankan produknya Dapur Ummah menggunakan spanduk yang dipajang didepan rumah dan memanfaatkan media sosial Facebook dan WhatApp, didalam promosi tidak ada unsur *gharar* atau *taghrir* (unsur tipu menipu).

Bentuk makanan sehat yang ada di dapur ummah sudah sesuai dengan syariat Islam. Menurut al-Ghazali, kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan untuk mempertahankan eksistensinya dan menjalankan fungsinya. Al-Ghazali menekankan pentingnya niat konsumsi, sehingga tidak mengosongkan makna ibadah. Konsumsi dilakukan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Adapun bentuk makanan sehat yang ada didapur

Ummah antara lain :

1. Nasi Arab seperti nasi Briyani, nasi Kebuli, Nasi Kafsa, Nasi Madani.
2. Bolu *free gluten* seperti bolu Tape, bolu Pisang, bolu biasa, bolu Sifon, brownies Sekat, bolu kukus.
3. Kue kering seperti Nastar dari Mocaf, *palm sugar cheese* (kue keju gula aren), sagu keju
4. Minuman seperti jus *super food*, susu kurma

B. Saran

1. Bagi Dapur Ummah Padang Harapan Kota Bengkulu diharapkan untuk terus berinovasi dan selalu lakukan yang terbaik untuk menciptakan produk makanan sehat dan unsur *marketing mix* masih ada yang belum lengkap seperti tempat diharapkan Dapur Ummah segera membuka tempat atau tokoh agar pelanggan bisa langsung makan ditempat.

2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan menjadi referensi penelitian yang dilakukan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al- Qur'an, Departemen Agama RI, *Al-quran dan terjemahan*
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 1994)
- Asnawi, Nur., Muhammad Asnan Fanani. *Pemasaran Syariah*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017)
- Dellamita, Mega F dkk “ Penerapan Personal Selling (Penjualan Pribadi) Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Pada PT Adira Quantum Multifinance Point Of Sales (POS) Dieng Computer Square Malang”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 9 No. 2 , 2020.
- Dwijayanti, Andina & Puji Pramesti. “Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19”. *IKRAITH-ABDIMAS*, Vol.4 2021,
- Fauziah ,Ika Y., Abdul Kadir R. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Prespektif Maqasjid Al- Syari'ah*, (Jakarta : Kencana, 2014)

Fitri, Helen. “Praktik Pembayaran Upah Penggiling Padi Dalam Prespektif Ekonomi Islam : Pabrik Penggilingan Padi di Desa Suku Baru Kecamatan Marga Sakti Sebelat Kabupaten Bengkulu Utara)”. Bengkulu : Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.2020.

Furqon, Imahda K. Teori Konsumsi Dalam Islam. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syari’ah,*” Vol.06, No.1, 2018

Habibullah, Eka. (2018).”Etika Konsumsi dalam Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(01), 90-102

Hakim, Lukman . *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta : Erlangga. 2012

Hamka.(1983). *Tafsir AL-Azhar*. (Jakarta: PT Pustaka Panjimas).

Handayani, sri *Tinjauan Strategi Pemasaran Syariah Pada Penjualan Produk Inez Di Mini Market Khatulistiwa Bengkulu, Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, 2020,*

Hendriyati, Luthfi & Santosos, Ihsan B. (2021). *Strategi Pemasaran Fooo Aand Beverage Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 di Canvinton Hotel Yogyakarta, Indonesia*. Journal of Tourism and Economic, 4(1), 70-71.

Huzaemah, Munawwarah. (2016). *Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Mikro (Analisis Kritis Dalam Prespektif Ekonomi Islam*. (skripsi, jurusan ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)

Kertajaya, H., & Sula , M. S. *Syariah Marketing*. (Bandung: PT Mizan, 2008)

Kotler, Philip . (2008) . *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga, 2008, hal. 8.

Nalini, Siti L N. (2021). *Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah.4 (1), 662-663

Nasution, *Metode Research*,...h. 143

Nathaniel, Albert dkk.(2018).*Prilaku Profesional Terhadap Pola Makanan Sehat. Indonesian Business Review, 1 (2)*.

Novianti , Sri. (2018). *Meningkatkan Pengetahuan Makanan Sehat Pada Anak Melalui Kegiatan Cppking Di Tk Tunas Bangsa Balai Panjang Kecamatan Lareh Sago Halabaha Kabupaten Lima Puluh Kota*. (Skripsi,IAIN Batusangkar, 2018)

Petri, M M. (2020). *Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi)*. (Skripsi, UIN Sulthan Thahah Saifiddin Jambi, 2020).

Puput Kusmawati, “*Strategi Penjualan Dalam Meningkatkan Penghasilan Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Balandai Ditinjau Dari Ekonomi Islam*”. Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palopo (2019)

Rachmawaty, A. (2021). *Optimasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pembatasan Sosial*

Berskala Besar. Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi 8(1), 29- 43

Rosyid, Maskur “Dimensi Kemanusiaan Dalam Sistem Ekonomi Islam”, KHAZANAH, Jurnal Studi Islam dan Humaniora, Vol 3, No, 1. (Tangerang, Juni 2015), h.1

Safitri, Dewi . (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk My Way Di Desa Sukajadi Pada Masa Pandemi Covid-19 menurut Prespektif Ekonomi Syariah*. (Skripsi, UIN, Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2021).

Sari,Kurnia. (2016). *Penerapan Prinsip Konsumsi Dalam Islam Pada Siswa- Siswi Pondok Pesantren Pancasila Bengkulu*. (Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu)

Sari, Widya. (2014). *Produksi, Distribusi, dan Konsumsi dalam Islam*. Jurnal Ekonomi Islam, 5(2).

Septiana, Aldila, *Analisis Perilaku Konsumsi dalam Isla. DINA*
Vol. 1, No. 2, 2015

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*
(Bandung: Alfabeta, 2019)

Sumarni, Teti & Melinda, Linda D, *Media Sosial dan E-commerce sebagai Solusi Tantangan Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus : UMKM Warung Salapan).* Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 6, No. 2, 2020

Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus).* (Yogyakarta: CAPS, 2014)

Swastha, Basu. *Manajemen Penjualan Edisi 3,* (Yogyakarta: BPFE, 2018)

Ulfa, ”*Strategi Penjualan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Usaha Rumah Makan Ayam Geprek Jensus Di Kota Palopo*”J urusan Ekonomi Syariah IAIN Palopo (2019)

Winardi, *Ilmu Dan Seni Menjual,*(Bandung: Nova, 1998), h.30

**L
A
M
P
I
R
A
N**

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI PENJUALAN MAKANAN SEHAT DI MASA PANDEMI COVID-19 PRESPEKTIF KONSUMSI DALAM ISLAM

**(Studi Pada Dapur Ummah Kelurahan Padang Harapan
Kota Bengkulu)**

A. Data Peneliti

Nama

: Rafika Dewi Septia
NIM

: 1811130087
Prodi/Semester

: Ekonomi Syariah
Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis Islam

B. Data Pihak Responden

Nama

:

Umur:
Pekerjaan

:

A. Daftar Wawancara Kepada Pemilik Dapur Ummah

1. Sudah berapa lama Dapur Ummah ini didirikan dan bagaimana cerita awal berdirinya Dapur Ummah ini?
2. Apa saja variasi makanan sehat yang anda jual?
3. Bagaimana perkembangan Dapur Ummah hingga saat ini?
4. Siapa saja yang menjadi pelanggan anda?
5. Bagaimana cara Ibu menghadapi pesaing saat ini, karena saat ini ada beberapa toko yang menjual produk sejenis dengan Dapur Ummah?
6. Apa keunggulan produk Dapur Ummah dari produk toko lainnya?
7. Bagaimana strategi produk yang Ibu gunakan dalam mempertahankan produk untuk menghadapi para pesaing?
8. Bagaimana kualitas produk yang ditawarkan oleh Dapur Ummah?
9. Bagaimana harga yang ditetapkan, apakah lebih terjangkau dari toko-toko yang lain?
10. Apakah harga yang sudah ditetapkan dapat berubah?
11. Bentuk strategi seperti apa yang sudah Ibu terapkan dalam mengembangkan bisnis Ibu ini?
12. Bagaimana dengan produk Ibu ini apakah sudah sesuai jika ditinjau dalam konsumsi Islam?

B. Daftar Wawancara Kepada Konsumen

1. Bagaimana awal mula anda mengetahui tentang Dapur Ummah?
2. Apa alasan anda memilih berbelanja di Dapur Ummah ini?
3. Seberapa sering anda berbelanja di Dapur Ummah dan sudah berapa lama menjadi pelanggan disini?
4. Apa yang membuat anda tertarik untuk terus berbelanja di Dapur Ummah?
5. Menurut anda bagaimana kualitas produk yang tersedia di Dapur Ummah ini?
6. Apakah produk di Dapur Ummah memiliki banyak jenis?
7. Menurut anda apakah harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan?
8. Apakah harga yang ditawarkan pada Dapur Ummah terjangkau?
9. Apakah pemilik Dapur Ummah ini ramah?
10. Apakah Strategi penjualan yang dilakukan oleh Dapur Ummah ini cukup menarik?

Bengkulu, 10 Januari 2022

Penulis

Rafika Dewi Septia

NIM. 1811130087

Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Nurul Hak, MA

Kustin Hartini, M.M

NIP.

NIDN. 2002038102

196606161995031003

DOKUMENTASI

Produk Makanan Sehat Dapur Ummah







Wawancara kepada Pemilik Dapur Ummah jalan Padang Harapan kota Bengkulu



