BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi Islam adalah kumpulan dari dasar-dasar umum ekonomi yang diambil dari Al-Quran dan Sunah Rasulullah serta dari tatanan ekonomi yang dibangun di atas dasar-dasar tersebut, sesuai dengan berbagai macam bi'ah (lingkungan) dan setiap zaman. Pada definisi tersebut terdapat dua hal pokok yang menjadi landasan hukum sistem ekonomi Islam, yaitu Al-Quran dan Sunah Rasulullah.[1] Hukum-hukum yang diambil dari kedua landasan pokok tersebut secara konsep dan prinsip adalah tetap (tidak dapat berubah kapan pun dan di mana saja), tetapi pada praktiknya untuk hal-hal dan situasi serta kondisi tertentu bisa saja berlaku luwes atau murunah dan ada pun yang bisa mengalami perubahan.

Konsep produksi adalah salah satu konsep bisnis tertua. Konsep produksi berpendapat bahwa konsumen akan lebih menyukai produk yang tersedia secara luas dan murah.[2] Dimana mudah ditemukan di berbagai tempat yang pasarkan dan harga terjangkau.

Beberapa ahli memberikan bermacam-macam definisi tentang pemasaran, di antaranya adalah Stanton (1995). Ia mengatakan bahwa

---

[1]Ahmad Izzan. *Referensi Ekonomi Syariah Ayat-Ayat Al-Quran yang Berdimensi Ekonomi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006) Hlm 32

[2]Philip Kotler. *Manajemen pemasaran*. (Jakarta :PT Indeks Kelompok Gramedia. 2005) Hlm 20

pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun potensial.[3] Jangkauan pemasaran yang sangat luas, berbagai tahap harus dilalui oleh barang atau jasa sebelum sampai ke tangan konsumen, sehingga kegiatan yang luas tersebut akan disederhanakan.

Perusahaan-perusahaan lain dipandu oleh konsep produk, yang berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang menawarkan fitur yang paling bermutu, berkinerja, dan inovatif. Para produsen memusatkan perhatian untuk menghasilkan produk yang unggul dan memperbaiki mutunya dari waktu ke waktu.[4] Membuat perubahan sehingga membuat konsumen tertarik.

Al Qur'anul Karim memberikan kepada kita petunjuk-petunjuk yang sangat jelas dalam hal konsumsi. Ia mendorong penggunaan barang-barang yang baik dan bermanfaat serta melarang adanya pemborosan dan pengeluaran terhadap hal-hal yang tidak penting, juga melarang orang muslim untuk makan dan berpakaian kecuali hanya yang baik, berdasarkan ayat yang berbunyi (Q.S Al-Maidah:4)[5]

---

[3]Husein Umar, *Study Kelayakan Bisnis,* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001) Hlm 67

[4]Philip Kotler. *op.cit* Hlm 21

[5]Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid II*, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995) Hlm 18-19

يَسْئَلُونَكَ مَاذَاأُحِلَّ لَهُمْ قُلْ أُحِلَّ لَكُمُ الطَّيِّبَتُ . .

"Mereka menanyakan kepadamu : "Apakah yang dihalalkan bagi mereka?". Katakanlah : dihalalkan bagimu yang baik-baik . . ."

Dari ayat diatas Al Quran yang dikutip diatas, kata yang digunakan untuk barang-barang yang baik adalah berarti segala sesuatu yang bersifat menyenangkan, manis, baik, enak dipandang mata, harum dan lezat.

Konsumen memiliki tingkat kesetiaan yang sangat beragam pada merek, toko, dan perusahaan tertentu. Oliver mendefinisikan kesetiaan sebagai "Komitmen yang kuat dipegang untuk membeli lagi atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu dimasa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku."[6] Kualitas produk itu sangat penting yang akan berpengaruh pada kesetiaan konsumen pada produk kue kering Noor.

Pengembangan sebuah produk mengharuskan perusahaan menetapkan manfaat-manfaat apa yang akan diberikan oleh produk itu. Manfaat-manfaat ini dikomunikasikan dan hendaknya dipenuhi oleh atribut produk. Untuk produk barang, misalnya dalam bentuk seperti mutu, ciri, dan desain. Mutu produk menunjukkan kemampuan sebuah produk merupakan sarana kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing, sedangkan desain dapat menyumbangkan kegunaan atau manfaat produk serta coraknya.[7] Jadi, produk barang tidak

---

[6]Richard L. Oliver, *Satisfaction: a Behavioral Perspective on the Consumer* (New York: McGraw-Hill, 1997)

[7]Husein Umar, *op.cit* Hlm 71

hanya memperhatikan penampilan, tetapi juga hendaknya berupa produk yang simple, aman tidak mahal, sederhana dan ekonomis dalam proses produksi dan distribusinya.

Mutu atau kualitas pengertiannya sama. Untuk "menilai mutu produk yang dihasilkan", rujukan yang bagus dari Nabi SAW tercermin dalam sebuah hadits berbunyi: "Barangsiapa yang hari ini lebih baik dari hari kemarin sesungguhnya dia telah beruntung. Barangsiapa yang hari ini sama dengan hari kemarin, maka sesungguhnya ia telah merugi. Dan barang siapa yang hari ini lebih buruk dari hari kemarin, maka sesungguhnya ia terlaknat." (HR Dailami)[8]. Dari paparan diatas jelaslah konsep "mutu" menurut Islam dinyatakan dengan kata "Ihsan" (kebaikan) dan "Itqan" (kesempurnaan). Kebaikan (ihsan) itu adalah kemanfaatan, sedangkan kesempurnaan (itqan) itu adalah tanpa cacat (*zero defect*).

Kualitas produk baik barang maupun jasa dari pemasaran, rekayasa, manufaktur, dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa dapat memenuhi harapan-harapan para konsumen.[9] Kualitas produk merupakan hal penting bagi konsumen. Kualitas produk, baik yang berupa barang maupun jasa perlu ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Perusahaan hendaknya menentukan suatu tolak ukur rencana kualitas

---

[8]Asep Farhanil Ibad, *Muhasabah (Introspeksi Diri)*, (2008), 13 desember 2017 pukul 15.10

[9]Husein Umar, *op.cit*, hlm 105

produk dari tiap dimensi kualitasnya.[10] Dimensi-dimensi produk itu dapat dilihat dari produk berupa barang dan produk berupa jasa.

Satu kali proses produksi mulai dari perancangan mutu produk sampai menjadi produk jadi. Didalam kegiatan, dilakukan pekerjaan dengan sungguh-sungguh termasuk mengendalikan pekerjaan. Kegiatan ini akan menghasilkan pengalaman, dibagian mana terjadi kesalahan, kelalaian dan keberhasilan.

Produsen harus sadar bahwa akan muncul risiko yang disebabkan oleh barang-barangnya. Jadi ia harus sanggup mengidentifikasikan produk-produk yang rusak atau yang tidak aman dan juga sanggup untuk menarik kembali barang-barang tersebut dari pasar jika diperlukan.[11] Dengan demikian, informasi dan komunikasi antara produsen, distributor dan konsumen hendaknya dapat terjalin dengan baik.

Risiko karena penarikan kembali barang-barang yang ditawarkan di pasar yang disebabkan oleh dua hal. Pertama, karena kualitas dan kuantitas barang yang tidak sesuai, misalnya ada barang yang hilang dan mutu yang rendah. Kedua, karena barang yang ditawarkan di pasar adalah produk-produk yang tidak aman dikonsumsi.[12]Bila ditinjau dari referensi konsumen dan dikaitkan dengan mutu maka, bila makanan, mutu berkaitan dengan bau, aroma tekstur, rasa, kehalalan, dan lain-lain.

---

[10]*Ibid*, Hlm 93

[11]*Ibid*, Hlm 341

[12]*Ibid*, Hlm 339

Dibawah ini penjelasan tentang penetapan harga dari sebuah hadis Abu Daud:

حَدَّثَنَا عُثْمَانَ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ حَدَّثَنَا عَفَّانُ حَدَّثَنَا حَمَّادُبْنُ سَلَمَةَ أَخْبَرَنَا ثَابِتٌ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ وَقَتَادَةُ وَحُمَيْدٌ عَنْ أَنَسٍ قَالَ النَّاسُ يَا رَسُولَ اللهِ غَلَا السِّعْرُ فَسَعِّرْ لَنَا فَقَالَ رَسُولُ اللهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي لَاَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلاَ مَالٍ

> Anas r.a berkata: “Ya Rasul! Harga barang menjadi mahal, tentukanlah harga bagi kami.” Nabi SAW bersabda: “Allah sendirilah yang menentukan harga, Dialah yang mengekang dan melepas serta pemberi rezeki. Aku berharap akan bertemu Allah dalam keadaan tidak ada seorang pun dari kalian yang menggugat diriku karena aku pernah berbuat zalim, baik terhadap jiwa maupun harta.”
> (Matan lain: Turmudzi 1235, Ibnu Majah 2191, Ahmad 12131, Darimi 2433)[13]

Dari hadis tersebut dapat dipahami bahwa nabi menganjurkan umatnya untuk memanfaatkan mekanisme pasar dalam penyelesaian masalah ekonomi dan menghindari sistem penetapan harga (*ta’sir*) oleh otoritas negara kalau tidak terlalu diperlukan. Jelasnya, dalam Islam otoritas negara dilarang mencampuri, memaksa orang menjual barang pada tingkat harga yang tidak diridhai. Islam menganjurkan agar harga diserahkan pada mekanisme pasar sesuai kekuatan permintaan dan penawaran. Pemerintah tidak boleh memihak pembeli dengan mematok

[13]Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Malang: Uin-Maliki Press, 2012) Hlm 49

harga yang lebih rendah atau memihak penjual dengan mematok harga tinggi.

Produk ini dipasarkan setiap hari yang tersebar diberbagai tempat di kota Banjarmasin, Martapura, Kapuas dan beberapa tempat lainnya. Produsen setiap harinya bekerja dari hari senin-sabtu, mulai bekerja pada pagi hari hingga sore hari. Pemasaran produk ini dilakukan sendiri oleh produsennya keberbagai tempat.

Memiliki 8 karyawan, yaitu 2 karyawan di bagian pengemasan dan 6 karyawan di bagian produksi. Selama kurang lebih 16 tahun produk ini berdiri sejak tahun 2003, karyawan yang selama ini bekerja di produk tersebut tidak mengalami perubahan. Artinya karyawan tersebut sudah professional dalam pembuatan produknya. Walaupun sudah lama bekerja, produsen tidak mengurangi pengawasan agar tidak mengalami perubahan dalam produksi.

Untuk karyawan dibagian produksi, mengerjakan di rumah karyawan masing-masing. Agar memudahkan para karyawannya untuk mengerjakan pekerjaan rumah. Sudah sejak lama proses produksi dilakukan di rumah karyawan. Karena sebagian dari karyawannya sudah memiliki keluarga.Dalam proses produksi, dengan menggunakan bahan baku dari produsen itu sendiri.

Produsen akan mengambil produk yang selesai dibuat setelah waktu yang ditentukan dan akan mengambil di satu titik tempat karyawannya. Dalam proses pengemasan, dilakukan di tempat produksi

yaitu di jalan Sungai Andai Komplek Andai Jaya Persada Blok B2 Kec.Banjarmasin Utara.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "STRATEGI PRODUK KUE KERING "NOOR" DI KOTA BANJARMASIN"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas ialah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap penetapan harga kue kering NOOR?
2. Kendala apa saja yang dihadapi produk kue kering "NOOR" dalam menetapkan harga?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk kue kering "NOOR" terhadap penetapan harga.
2. Uintuk mengetahui kendala yang dihadapi produk dalam menetapkan harga.

D. Signifikansi Penelitian

Penulis berharap hasil dari penelitian ini nantinya bermanfaat dan berguna untuk:

a. Secara Teoritis

Peneliti ini berharap menjadi bahan masukan sekaligus menambah jumlah penelitian di bidang pemasaran, khususnya kajian tentang kualitas produk dan penetapan harga.

b. Secara Praktis

1) Penelitian ini diharapkan memberi manfaat kepada produsen, sebagai pendorong untuk meningkatkan pengetahuan dalam kualitas produk dari aspek berbeda.
2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pustaka bagi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pada khususnya dan Perpustakaan UIN Antasari pada umumnya.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman dalam penelitian ini dan sebagai pegangan agar lebih terfokusnya kajian lebih lanjut, maka penulis berusaha membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Kualitas atau mutu adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan

kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau yang tersirat.[14] Artinya produk memiliki "kriteria/karakteristik" mutu sebagaimana dirancang produsen dan sesuai dengan harapan konsumen. Jadi bila produk tidak bermutu berarti tidak memiliki kriteria/karakteristik mutu dan juga tidak sesuai dengan harapan konsumen.

2. Produk adalah apa saja, yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka.[15] Adapun produk yang dimaksud penulis disini adalah barang (kue kering) yang akan ditawarkan atau dipasarkan oleh perusahaan kepada para pedagang dipasaran atau di beberapa toko.
3. Penetapan harga adalah suatu masalah jika perusahaan akan menetapkan harga untuk pertama kalinya.[16] Para wirausahawan harus menentukan harga untuk berbagai produk mereka dengan cara menarik pelanggan sekaligus menghasilkan laba.
4. Kue Kering "NOOR" adalah nama Bisnis Produk kue kering di Jalan Sungai Andai Komplek Andai Jaya Persada, di kabupaten

---

[14]Cyndee Miller, "U.S. Firms Lag in Meeting Global Quality Standards." *Marketing News*. 15 Februari 1993

[15]M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2005), Hlm 8

[16]https://googleweblight.com/?lite_url=https://lizenhs.wordpress.com/2011/05/07/apakah-mutu-dan-bermutuitu/&ei=O7qXIpDj&lc=idID&s=1&m=35&host=www.google.co.id Diakses tanggal 15 Desember 2017, pukul 15:15 WITA

Banjarmasin. Kue Kering “NOOR” merupakan perusahaan perserorangan yang bergerak di Kabupaten Banjarmasin.

F. Kajian Pustaka

Guna menghindari kesalahan pahaman dan untuk memperjelaskan permasalahan yang penulis angkat, maka diperlukan kajian pustaka untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian yang telah ada. Berikut penelitian yang telah diteliti, yaitu:

Pertama, Rizka fitriyah (0601157381) dengan judul “Studi Penetapan Harga Oleh Pedagang Di Bandara Syamsudin Noor Banjarbaru Ditinjau Dari Ekonomi Islam”, lebih ditekankan kepada alasan penetapan harga oleh pedagang di bandara syamsudin noor menggunakan metode *mark up*, serta masalah dalam menetapkan harga. Sedangkan yang diteliti oleh penulis ialah lebih menekankan pada kualitas produk yang berpengaruh pada penetapan harga pada produk kue kering Noor.Dari persamaannya dengan peneliti ialah meneliti tentang penetapan harga pada produk atau barang yang dijualnya.

Kedua, Mita Fatimah (0501156847) dengan judul “Penetapan Harga Produk Meubel (Studi Kasus Pada Ud. Meubel Karya Seni Banjarmasin)”,lebih ditekankan bagaimana penetapan harga produksi yang dilakukan dilihat dari biaya-biaya yang digunakan untuk proses pengolahan suatu produk, dan hasil penelitian tersebut. Sedangkan yang diteliti oleh penulis ialah bagaimana menetapkan harga yang dipengaruhi

kualitas produk. Dan dilihat dari persamaannya, sama-sama meneliti tentang penetapan harga produk.

Ketiga, Noor Latifah (0901150116), dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Pashmina Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Komunitas Hijabi Banjarmasin". Hasilnya dapat diketahui bahwa kualitas produk Pashmina berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen. Peneliti ini bertujuan untuk mengungkap kualitas dari suatu produk berdasarkan persepsi konsumen. Namun tidak membahas kualitas penjualan produk tersebut dari segi penjualannya. Sedangkan yang diteliti oleh penulis ialah pengaruh terhadap penetapan harga. Dilihat dari segi persamaannya, sama membahas tentang pengaruh kualitas produk secara simultan dan parsial.

Dari penjelasan di atas yang menjadi ketertarikan penulis dalam membahas tentang pengaruh kualitas produk kue kering Noor terhadap penetapan harga.

Setelah penulis mengkaji dengan seksama dan meneliti secara mendalam skripsi-skripsi tersebut, baik judul maupun isinya berbeda dengan yang penulis angkat ini, karena fokus penulis ini fokus pada kualitas produk dari pengolahan bahan mentah serta penetapan harga produk yang sesuai dengan konsep Ekonomi Syariah.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian skripsi ini terdiri 5 bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan, memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, hipotesis, kerangka pemikiran, kajian pustaka, sistematika penulisan.

Bab II adalah landasan teori yang membahas teori-teori untuk menganalisis data yang diperoleh. Berisikan tentang pengertian pemasaran, bauran pemasaran, macam-macam bauran pemasaran, bauran pemasaran produk barang, dan strategi generik porter sehingga membentuk suatu format pemikiran yang utuh, logis, kritis, dan sistematis.

Bab III adalah metode penelitian, yang berisi tentang jenis, sifat, dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian yang menjadi sumber informasi tentang data yang akan digali, data dan sumber data yang berisi tentang apa saja yang diperlukan, untuk proses pengumpulannya maka akan dituang pada teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data setelah semua data terkumpul, dan tahapan penelitian.

Bab IV adalah penyajian data dan laporan data, dalam bab ini semua laporan penelitian disajikan dan analisisnya berhubungan dengan rumusan masalah yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini.

Bab V adalah penutup, dari penelitian yang di lakukan, terdiri dari simpulan dan saran. Hal ini memungkinkan sebagai penegasan terhadap

jawaban atas permasalahan yang terkait dengan permasalahan ini. pada akhrnya penulisan skripsi ini dilengkapi dengan daftar pustaka sebagai rujukan.