

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia dalam memenuhi kehidupannya selalu tidak lepas dari kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi yang dimaksud disini ialah produksi, distribusi dan konsumsi. Dalam perkembangannya kegiatan ekonomi bertujuan untuk mencari keuntungan sehingga tidak dapat dipisahkan dari kegiatan bisnis. Dalam beberapa literatur bisnis ini didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang prinsipnya bertujuan mendapatkan keuntungan hasil akhir. (Umar, 2005, hal. 3)

Dalam dunia bisnis seperti sekarang ini, pada umumnya kita mengenal tiga cara untuk memasuki suatu usaha/bisnis, yaitu merintis usaha baru sejak awal, membeli perusahaan yang telah ada, dan kerja sama manajemen atau waralaba (*franchising*). Untuk memulai atau merintis usaha baru, modal utama yang harus ada pertama kali adalah ide, baik ide untuk melakukan proses imitasi dan duplikasi, ide untuk melakukan pengembangan, maupun ide untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Setelah ide, sebaiknya segera dilakukan analisis kelayakan usaha seperti analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (*strength, weakness, opportunity, dan threat – SWOT*). Selanjutnya, ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam merintis usaha baru, yaitu :

1. Bidang usaha dan jenis usaha yang akan dirintis
2. Bentuk dan jenis usaha yang akan dirintis

3. Tempat usaha yang akan dipilih
4. Organisasi usaha yang akan digunakan
5. Jaminan usaha yang mungkin diperoleh
6. Lingkungan usaha yang akan berpengaruh.

Untuk mengelola usaha tersebut harus diawali dengan:

1. Perencanaan usaha
2. Pengelolaan usaha
3. Aksi strategis usaha
4. Teknik pengembangan usaha (Suryana, 2009, hal. 7)

Dalam Islam kegiatan bisnis merupakan cabang dari kegiatan muamalah yang merupakan hubungan horizontal antara manusia dengan manusia (*habluminannas*), tetapi dalam pelaksanaannya juga dapat dinilai sebagai kegiatan ibadah (*habluminallah*) apabila aturan dan perintah pelaksanaannya disandarkan kepada Allah Swt. (Aedy, 2000, hal. 2). Perintah untuk melakukan usaha atau bisnis terdapat dalam alquran:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.(QS. At-Taubah:105)

Juga terdapat dalam alquran yang berbunyi :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا
لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya:

Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

(QS. Al-Jumu'ah:10)

Menurut tafsir Jalalain adalah

(Apabila telah ditunaikan salat, maka bertebaranlah kalian di muka bumi) perintah ini menunjukkan pengertian ibahah atau boleh (dan carilah) carilah rezeki (karunia Allah, dan ingatlah Allah) dengan ingatan (sebanyak-banyaknya supaya kalian beruntung) yakni memperoleh keberuntungan. Pada hari Jumat, Nabi saw. berkhotbah akan tetapi tiba-tiba datanglah rombongan kafilah membawa barang-barang dagangan, lalu dipukullah genderang menyambut kedatangannya sebagaimana biasanya. Maka orang-orang pun berhamburan keluar dari mesjid untuk menemui rombongan itu, kecuali hanya dua belas orang saja yang masih tetap bersama Nabi saw. lalu turunlah ayat ini. (Tafsirku.com, 2020)

Seseorang yang terlibat dalam bisnis, khususnya pemasaran, tentunya akan berhadapan dengan lingkungan persaingan yang dinamis. Perubahan lingkungan yang dinamis ini seringkali gagal diantisipasi dengan baik oleh para pelaku bisnis, sehingga banyak sekali perusahaan yang punya nama besar berjatuh karena gagal mengantisipasinya. (Purwanto, 2012, hal. 11)

Kita semua cenderung beranggapan bahwa kebutuhan orang lain adalah sama dengan kebutuhan kita. Memahami kebutuhan konsumen Anda berarti mencari tahu tentang apa yang benar-benar mereka inginkan, dan akhirnya

akhirnya mengetahui bahwa kebutuhan dan keinginan mereka berbeda dengan kebutuhan dan keinginan Anda. Dengan melakukan riset pasar akan dapat mengurangi ketidakpastian dan resiko ketika memutuskan produk apa yang sebaiknya Anda hasilkan dan jual dipasaran. Pemasaran tidak bermaksud mencoba untuk menjatuhkan produk yang tidak dibutuhkan atau diinginkan. Pemasaran yang efektif berdasarkan pada orientasi pengguna baru/jasa (pembeli), dan bukan berdasarkan pada orientasi penjual. (Boone, 2006, hal. 6)

Islam secara aktif mendorong kaum muslimin untuk melakukan bisnis dan perdagangan, Bisnis merupakan seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang bidang perniagaan (produsen, pedagang, konsumen, industri) disana dalam rangka memperbaiki standar kualitas mereka. (Umar 2005, hal. 4) Hal ini ditentukan dalam quran surah an Nur ayat 37 dan Hadis Sahih Al-Bukhari 1 :

رَجَالٌ لَا تُلْهِيمُ تِجْرَةً وَلَا بَيْعًا عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ ...

Artinya:

laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah. (Q.S: an Nur: 37).

Selain itu dalam hadis berikut:

وَقَالَ قَتَادَةُ: كَانَ الْقَوْمُ يَتَّبِعُونَ وَيَتَّجِرُونَ وَلَكِنَّهُمْ إِذَا نَا بَهُمْ حَقٌّ مِنْ حُقُوقِ اللَّهِ لَمْ تُلْهِمَهُمْ تِجَارَةً وَلَا يَبِيعُ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ حَتَّى يُؤَدُّهُ إِلَى اللَّهِ.

Artinya:

Qatadah berkata, “Ada orang-orang yang biasa melakukan jual beli dan perdagangan. Akan tetapi, ketika tiba saat hak-hak Allah harus ditunaikan, mereka segera menunaikannya. Mereka tidak terlena dengan perdagangan dan jual beli dari mengingat Allah”. (Al-Bukhari, hal. 458)

Ahmad Ibrahim Abu Sinn mengatakan bahwa adanya bisnis dapat mensejahterakan ekonomi rakyat dan meratakan distribusi kekayaan. Sebagai seorang pekerja mendapat upah dan sebagai seorang pengusaha menerima laba dan keuntungan. (Sinn, 2006, hal. 246). Akan tetapi untuk memperoleh keuntungan tersebut sangat diperlukan strategi dan manajemen yang baik agar terhindar dari kerugian.

Strategi menggambarkan tindakan-tindakan berlandaskan tujuan yang akan diambil suatu perusahaan dalam mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif memberikan nilai unggul kepada pelanggan pada suatu tingkat harga yang kompetitif atau nilai yang diterima pada suatu tingkat harga yang lebih rendah. Profitabilitas dan pangsa pasar merupakan konsekuensi dari penciptaan nilai yang unggul dan mampu bersaing. Menghasilkan uang dalam hal ini merupakan konsekuensi dari menyediakan barang atau jasa yang diinginkan pelanggan. Pokok penting di sini adalah bahwa strategi berkenaan dengan penciptaan nilai unggul yang

memerlukan biaya untuk menciptakannya. Semakin besar perbedaan antara penciptaan nilai dan biaya, semakin besar kontribusi ekonomi yang dibuat perusahaan, sehingga peluang mencapai keunggulan kompetitif makin besar juga.

Mempertahankan bisnis di tengah fluktuasi ekonomi saat ini bukanlah hal yang mudah. Di samping strategi, manajemen yang baik sangat mempengaruhi keberhasilan suatu produk oleh perusahaan atau bidang usaha lainnya. Salah satu usaha yang mampu bertahan adalah bisnis perdagangan minyak wangi Abdullah Parfum yang memiliki beberapa counter yang ada di wilayah Banjarbaru dan Martapura. Saat ini sudah memiliki 6 cabang yaitu 2 cabang di Martapura yaitu di Jl. Sekumpul depan Masjid Syi'arus Shalihin (Masjid Pancasila km 39) dan Jl.A Yani km 40 (samping alun-alun) Ratu Zalecha Martapura, dan 4 cabang di Banjarbaru, yaitu Jl Sukarelawan Ruko Tia Permata Resort No.4 RT.5 (seberang SMK YPK), Jl. A. Yani Km. 33 seberang Masjid Al-Istiqomah Banjarbaru, Jl. A. Yani Km. 34 seberang KFC Banjarbaru dan Jl. A. Yani Km. 36 Simpang Empat/ Samping Rumah Makan CIANJUR seberang Haur Kuning Banjarbaru.

Bisnis minyak wangi Abdullah Parfum sudah lama berdiri dan masih tetap eksis sampai sekarang serta mampu bersaing dengan bisnis parfum lainnya. Bisnis ini berdiri sejak tahun 2010, yang mana awal mula bisnis minyak wangi Abdullah Parfum yang dilakukan *Owner*/Pemilik bisnis ini yang bernama Farhan karena kebutuhan ekonomi. Dalam usaha mengatasi persaingan yang ada, maka bisnis minyak wangi ini menempuh kebijakan dengan melakukan penjualan berupa peningkatan kualitas yang tinggi, mutu terjamin untuk produk yang dijual yang

beraneka ragam. Berkembangnya bidang usaha yang digeluti ini tidak terlepas dari strategi dan manajemen yang baik di dalamnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mendalam tentang bisnis yang dilakukan Abdullah Parfum sehingga mampu mengembangkan bisnisnya ditengah ketat persaingan bisnis minyak wangi lainnya. Oleh karena itu, penulis ingin menelitinya secara mendalam dan dituangkan kedalam sebuah skripsi yang berjudul **Strategi dan Manajemen Bisnis Minyak Wangi Abdullah Parfum Kota Banjarbaru .**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan memperjelas arah penelitian, maka dapat dirumuskan pokok masalah, yaitu :

1. Bagaimana strategi bisnis minyak wangi Abdullah Parfum Kota Banjarbaru?
2. Bagaimana manajemen bisnis minyak wangi Abdullah Parfum Kota Banjarbaru?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui:

1. Mengetahui strategi bisnis minyak wangi Abdullah Parfum Kota Banjarbaru.

2. Mengetahui manajemen bisnis minyak wangi Abdullah Parfum Kota Banjarbaru.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan nantinya diperoleh hasil-hasil yang berguna sebagai bahan informasi dan berguna untuk :

1. Bahan sumbangan pemikiran dalam bentuk karya ilmiah untuk menambah khazanah pengembangan pada kepustakaan UIN Antasari Banjarmasin.
2. Sebagai tambahan informasi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dari sudut pandang yang berbeda.
3. Menambah khazanah kepustakaan UIN Antasari Banjarmasin pada umumnya dan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan bisnis islam pada khususnya.

E. Definisi Operasional

Untuk memahami secara jelas serta menghindari pemahaman yang tidak terdapat pada judul skripsi ini, maka penulis akan memberikan pengertian terhadap beberapa kata yang dianggap penting untuk diketahui yakni sebagai berikut:

1. Strategi adalah sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan dan penerapan serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting dalam mencapai tujuan dasar dan sasaran, dengan memperhatikan keunggulan kompetitif, komparatif, dan sinergis yang ideal berkelanjutan,

sebagai arah, cakupan, dan perspektif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu atau organisasi. Strategi yang dimaksud dalam skripsi ini adalah (Purwanto, 2012, hal. 16-17). Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah cara yang dipilih oleh Abdullah Parfum dalam mengembangkan usaha parfum sehingga mencapai target penjualan yang diharapkan.

2. Manajemen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah manajemen bisnis yang merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, leadership, serta pengendalian guna mencapai suatu tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Manajemen bisnis dalam penelitian ini mencakup kemampuan dalam mengatur alat-alat sarana (tools). Tools tersebut meliputi 6M, yaitu *men, money, materials, machines, method, dan markets* sehingga dapat mencapai tujuan secara maksimal dan tepat sasaran oleh *owner* Abdullah Parfum.

F. Kajian pustaka

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang penulis kaji berkaitan dengan masalah penjualan produk, penulis mengemukakan beberapa tulisan yang membahas tentang penjualan produk namun belum ada yang membahas tentang bisnis minyak wangi Abdullah Parfum dalam menjual produk di Banjarbaru.

Pertama, Skripsi oleh Septian Saputra, Skripsi Dengan Judul Uji Kelayakan Pada Bisnis Ritel Toko Dunia Parfum Menggunakan Business Model Canvas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Business model Canvas dapat

digunakan dengan baik oleh Toko Dunia Parfum. Hal ini dapat dibuktikan dengan desain Business Model Canvas yang dibuat peneliti untuk memetakan aktivitas usaha kedalam model tersebut. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan nilai omzet yang mampu diperoleh, nilai laba yang dihasilkan dan total asset yang dimiliki oleh Toko Dunia Parfum. Sehingga peneliti dapat menilai bahwa bisnis yang dijalankan oleh Toko Dunia Parfum layak untuk terus dijalankan

Kedua, Skripsi oleh Ni Nyoman Purnami Dilia Sari dengan judul Semiotik Iklan Parfum di media cetak (Studi Semiotik tentang Aspek Sejarah dan Masyarakat Sisilia yang Ditampilkan dalam Iklan Parfum Doice & Gabbana Sicily). Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah penggambaran aspek sejarah Sisilia yang muncul dalam iklan ini yaitu masa ketika fasisme berjaya di Italia, termasuk juga di Sisilia, pada tahun 1930-an. Fasisme pada masa itu menerapkan pembatasan terhadap hak-hak kaum perempuan dalam hal pendidikan dan aktualisasi diri. Penggambaran ini muncul dari penggunaan efek foto hitam putih yang dipilih serta indeks saputangan dan ekspresi kesedihan yang ditampilkan. Sedangkan penggambaran aspek masyarakat Sisilia yang dalam iklan ini adalah pandangan masyarakat Sisilia terhadap kaum perempuannya, dimana perempuan dituntut memiliki tanggung jawab yang besar untuk menjaga keutuhan keluarganya. Salah satunya adalah dengan berusaha selalu tampil menarik dan seksi. Dalam iklan ini, direpresentasikan oleh ikon Monica Bellucci yang menggunakan pakaian dalam.

Ketiga skripsi oleh Sarah Damai dari Program Studi Teknik Industri, judul penelitiannya Mengenai Respon Persepsi Terhadap Produk Parfum. Skripsi ini

membahas mengenai penelitian respon sosial persepsi mahasiswa terhadap kemasan produk parfum. Tujuan mengenai penelitian dalam skripsi ini adalah untuk mengetahui proporsi setiap atribut visual kemasan parfum terhadap pertimbangan konsumen atau segmen pasar dalam menilai citra sosial dari produk parfum. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa setiap segmen pasar yang ada mempunyai proporsi atensi terhadap atribut kemasan yang berbeda dalam menilai citra sosial dari produk parfum. Hasil penelitian menyarankan penelitian produk parfum agar mempertimbangkan pemilihan atribut visual kemasan produk yang sesuai dengan atensi target pasar dan kombinasi atribut yang diminati oleh target pasar yang dituju.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun dalam 5 (lima) bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab pertama adalah pendahuluan, yaitu berisi latar belakang masalah yang memaparkan tentang kerangka dasar pemikiran yang melatar belakangi permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan yang telah tergambarkan dari latar belakang masalah akan diteliti dengan dirumuskannya dalam rumusan masalah. Setelah itu dari rumusan masalah, maka ditetapkan tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Signifikansi penelitian merupakan kegunaan dari hasil penelitian. Supaya tujuan penelitian ini tidak melenceng dari tujuan yang ingin dicapai, maka penulis membuat definisi operasional untuk membatasi

istilah-istilah dalam penelitian ini. Untuk memudahkan dalam penelitian ini maka juga dibuat kajian pustaka serta terdapat sistematika penulisan.

Bab kedua adalah landasan teori, pada bab ini ditetapkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari beberapa buku dan literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dari referensi lain agar peneliti lebih mudah menentukan tujuan dari penulisan ini. Teori yang dimuat dalam penelitian ini mencakup teori strategi dan manajemen.

Bab ketiga adalah metode penelitian, meliputi jenis, pendekatan dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data penelitian dan juga teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi juga teknik pengolahan dan analisis data dengan teknik analisis SWOT, editing, kategorisasi dan deskripsi data.

Bab keempat adalah laporan hasil penelitian, yakni berisi tentang penyajian data dari subjek dan objek penelitian yang telah diwawancarai oleh penulis dan dituliskan serta ada juga analisis data yang berupa dari permasalahan yang diangkat oleh peneliti sehingga mudah dipahami.

Bab kelima adalah penutup, dalam bab ini penulis akan memberikan kesimpulan terhadap permasalahan yang telah dibahas dalam uraian sebelumnya yang akan dikemukakan saran yang dianggap perlu untuk dituangkan dalam penulisan.