

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Allah SWT menciptakan manusia sebagai makhluk sosial, upaya mereka saling tolong-menolong dalam segala usaha dan bekerjasama dalam masyarakat. Sebagai makhluk sosial, di dalam hidupnya membutuhkan manusia-manusia yang lain yang sama-sama hidup bermasyarakat. Dalam hidup bermasyarakat manusia selalu berhubungan satu dengan yang lain didasari atau tidak untuk mencukupi kebutuhan hidupnya.

Jika kita berbicara tentang nilai dan akhlak dalam ekonomi Islam dan muammalah dalam Islam, maka tampak secara jelas di hadapan kita empat nilai utama, yaitu: *Rabbaniyah* (Ketuhanan), Akhlak, kemanusiaan dan pertengahan (keseimbangan). Nilai-nilai ini menggambarkan keunikan yang utama bagi ekonomi Islam. Bahkan dalam kenyataannya merupakan keunikan yang bersifat menyeluruh yang tampak jelas pada segala sesuatu yang berlandaskan ajaran Islam.<sup>1</sup>

Agama dan bisnis mempengaruhi satu sama lain, hal itu tidak berarti bahwa Agama di salahgunakan demi kepentingan bisnis. Sentuhan Agama dalam bisnis terekpresi pada perilaku para praktisi bisnis. Selanjutnya terwujudlah etika bisnis

---

<sup>1</sup>Yusuf Qardawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam* (Jakarta: Rabbani Press, 2004), hlm. 23.

di sepakati dan di peragakan antar sesame pelakunya. Adapu Agama dan keyakinan yang di anut seorang *entrepreneur*, bila terkait etika dan moralitas bisnis, maka eksekusi saat bertransaksi dibarengi rasa saling percaya. Kepercayaan ini bukanlah kepercayaan buta, melainkan kepercayaan yang di payungi nilai-nilai positif yang berlandaskan Agama.

Tahun 1994 Syafaruddin Alwi menyatakan bahwa ekonomi Islam sedang “diuji” melalui proses verifikasi dalam masyarakat. Sejauh mana sistem ini mampu menerangkan berbagai cara menghadapi dan mengatasi kebutuhan manusia yang semakin meningkat dalam bentuk barang maupun jasa, termasuk bagaimana mengatasi ketimpangan sosial yang terjadi.<sup>2</sup> Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rezeki.<sup>3</sup> Fiman Allah SWT Q.S. al-Mulk/ 67: 15.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ

النُّشُورُ

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.<sup>4</sup>

<sup>2</sup>Lukman Fauroni, *Arah dan Strategi Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2006), hlm. 25.

<sup>3</sup>Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karabet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm. 17.

<sup>4</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran dan Terjemah* (Jakarta: Lembaga percetakan Alquran Raja Pahit, 1990), hlm. 563

Ayat di atas dapat kita lihat bahwa Allah SWT memberikan kemudahan bagi manusia untuk mencari rezeki dalam rangka pemenuhan segala keperluan hidup dan segala perbuatan akan dipertanggung jawabkan nantinya.

Seorang pembisnis adalah seorang yang memiliki keahlian dalam menjual, mulai dari menawarkan ide, hingga memasarkan produk yang akan dipasarkan. Seorang pebisnis juga harus memiliki kemampuan menemukan dan mengevaluasi peluang-peluang, dengan menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya, mengumpulkan sumber-sumber daya yang diperlukan dan bertindak untuk memperoleh keuntungan dari peluang-peluang itu. Dengan kreativitasnya, pebisnis mampu beradaptasi dengan berbagai situasi dan kondisi lingkungan. Sebagai pelaku bisnis harus mempunyai teknik penjualan mulai dari pengetahuan tentang produk, daya saing produk terhadap produk lain maupun sejenis.<sup>5</sup>

Keberhasilan bisnis dapat diukur dari berkembang tidaknya usaha yang dijalankan. Ukuran sukses adalah usahanya bisa berkembang, maupun melakukan pengembangan usaha itu berhasil.<sup>6</sup> Berbicara persoalan bisnis dalam ekonomi, Islam menganggapnya sebagai hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Karena dalam perspektif Islam, sistem perekonomian mengandung aturan-aturan *syara'* yang dapat mengatur kehidupan perekonomian masyarakat secara keseluruhan, juga sebagai makhluk sosial yang dalam kehidupannya selalu memerlukan

---

<sup>5</sup>Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2006), hlm. 15.

<sup>6</sup>Muhaimin, *Sukses Bisnis Ala Orang Alabio* (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Prima, 2013), hlm. 130.

pertolongan satu sama lain dan persekutuan-persekutuan dalam memperoleh kemajuan.<sup>7</sup>

Usaha kecil dapat berhasil jika dilandaskan oleh berbagai faktor pendorong yang digunakan dalam menjalankan kegiatan usaha yang dapat memicu dalam mencapai keberhasilan usaha tersebut. Faktor pendorong keberhasilan adalah dengan adanya faktor rencana pemasaran, rencana organisasi dan rencana keuangan.<sup>8</sup>

Kemunculan dibidang bisnis nasi kuning di Banjarmasin adalah kegiatan bisnis yang sangat menarik untuk di perhatikan pada saat ini. Sebab, saat ini di wilayah Banjarmasin banyak usaha kecil yang membuka warung nasi kuning atau di tepi-tepi jalan, waktunyapun kebanyakan hanya pagi hari saja. Selain itu juga banyaknya tumbuh persaingan dengan banyak berdirinya rumah makan, baik rumah makan lalapan (ayam goreng/bakar dan ikan goreng/bakar), rumah makan padang, soto Banjar, rumah makan solo, dan lain-lain.

Berawal dari usaha kecil tersebut usaha bisnis nasi kuning H. Thalib kemudian cukup dikenal orang, sehingga banyak yang membelinya. Bahkan banyak pula yang memesan untuk kepentingan acara keluarga atau selamatan.

Mengenai harga nasi kuning H.Thalib pada saat ini perbungkusnya Rp. 5.000,- untuk pelanggan tetap dan Rp. 6.000,- untuk pembeli biasa. Adapun untuk pelanggan tetap itu sebanyak 20 orang dengan pesanan paling sedikit 30 bungkus dan paling banyak 200 bungkus, H. A. Yani hanya memperoleh keuntungan

---

<sup>7</sup>Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Ilmu Fiqh* (Jakarta: Karya Mulia, 1976), hlm. 5.

<sup>8</sup>Anoraga, *Koperasi Kewirausahaan dan Usaha Kecil* (Jakarta: Penerbit Rineka Cipta, 1992), hlm. 38.

Rp.300,- per bungkusnya. Ramainya masyarakat kota Banjarmasin yang mengkonsumsi nasi kuning sebenarnya merupakan fenomena tersendiri. Karena tampilan dan aromanya yang khas menjadi daya tarik tersendiri bagi nasi kuning, rasa santan dan kuning kunyitnya terasa sekali. Di sajikan dengan bungkus kertas dan daun pisang, aroma nasinya yang khas berbalut campuran kunyit di campur dengan lauk ayam, hati, dendeng dan telur yang di masak habang, menjadi rasa sensasi tersendiri. Karena itu banyak yang mencoba peruntungannya dengan membuka bisnis nasi kuning.

Di antara pebisnis nasi kuning yang sukses saat ini adalah bisnis nasi kuning H.Thalib penjualan yang di mulai pada tahun 1960 yang beralamat di Jl. Mesjid Jami Gang Adil Rt. 04 No. 66 yang mempunyai 10 orang karyawan ada yang bekerja dari pukul 09.00-18.00 , dan diteruskan dengan karyawan lain mulai pukul 22.00-07.00 dalam sehari H. A. Yani memproduksi bisa mencapai 1.500-1.800 bungkus per hari. Adapun nasi kuning H. Thalib ini didistribusikan dengan cara si pembeli langsung datang ke rumah H. A.Yani itu sendiri. Usaha nasi kuning H.Thalib yang menjual berbagai menu ayam, hati, telur dan dendeng.

Usaha bisnis nasi kuning H. Thalib ini tidak selalu berjalan dengan lancar bagi pemiliknya di karenakan adanya cuaca hujan sehingga si pelanggan tidak dapat mengambil pesannya dan ada juga pelanggan yang sudah pesan tapi sengaja tidak mengambil pesannya tersebut belum lagi kerusakan pada telur/pecah dan naiknya bahan baku di sinilah mengakibatkan kerugian yang cukup besar bagi H. A. Yani dalam menjalankan usahanya kurang lebih selama 57 tahun ini.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti usaha bisnis H. Thalib ini. Dari penelitian yang diperoleh, hasilnya kemudian dituangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi yang berjudul “Usaha Bisnis Nasi Kuning H. Thalib”.

### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana usaha bisnis nasi kuning H. Thalib?
2. Apa saja kendala usaha bisnis nasi kuning H. Thalib?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana usaha bisnis nasi kuning H. Thalib
2. Untuk mengetahui apa saja kendala usaha bisnis nasi kuning H. Thalib

### **D. Signifikansi Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai:

1. Bagi penulis, penelitian ini berguna untuk menambah dan memperluas ilmu pengetahuan khususnya tentang bagaimana usaha bisnis nasi kuning H. Thalib.
2. Sumbangan pemikiran bagi semua kalangan yang memerlukan informasi tentang usaha bisnis nasi kuning H. Thalib serta menjadi sumbangan dunia ilmu pengetahuan sekaligus usaha bisnis dunia ilmiah.

3. Bahan informasi dan masukan bagi mahasiswa Universitas Islam Negri Antasari Banjarmasin khususnya dan masyarakat serta seluruh pihak yang terkait dalam hal usaha bisnis nasi kuning H. Thalib .
4. Sebagai bahan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian secara lebih mendalam.

### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari menghindari kesalahan dalam memahami maksud penelitian ini, perlu diberikan penjelasan dalam bentuk definisi operasional sebagai berikut:

1. Usaha adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu di lindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.<sup>9</sup> Maksudnya ialah usaha kecil yang dikelola dalam bentuk usaha bisnis nasi kuning H. Thalib.
2. Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup><http://id.wikipedia.org/usaha-kecil-dan-menengah/23/04/2017/>, Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998.

<sup>10</sup>Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), hlm. 1.

3. Nasi Kuning H. Thalib, ialah nasi yang dimasak dengan dicampur bahan-bahan tertentu yang berwarna kuning atau agak kuning yang diberi nama H. Thalib yang berada di Jl. Masjid Jami Gang Adil.

## **F. Kajian Pustaka**

Dari hasil penelusuran yang penulis lakukan, hasil peneliti yang mengangkat permasalahan ini belum ada, walaupun ada dari segi judul dan ini tentu berbeda. Yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Bainah Nim. 0301155798 yang berjudul “Pengembangan Industri Kecil Kue Roti Manis Umi dan Kendala yang Dihadapi di Kelurahan Banua Anyar Kecamatan Banjar Timur (Tinjauan Berdasarkan Aspek Manajemen Pemasaran)”. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa pertumbuhan serta perkembangan industri kecil kue roti manis Umi ini sangat lambat, karena cara pemasaran hanya sekedar menunggu konsumen datang kerumah dan kurangnya pengetahuan mereka tentang strategi pemasaran syariah membuat mereka tidak punya keberanian untuk melangkah kepada pemasaran yang lebih luas. Serta dalam pengembangan usahanya pengusaha kue roti ini mengalami hambatan-hambatan yaitu: terbatasnya modal, sistem pemasaran terbatas dan mahalnya bahan baku karena fluktuasi harga.<sup>11</sup> Sedangkan Usaha Bisnis Nasi Kuning H. Thalib sama-sama perkembangannya sangat lambat dan juga tidak ada promosi yang dilakukan hanya menunggu pelanggan datang kerumah, sehingga usaha yang dijalankan tidak

---

<sup>11</sup>Bainah, “*Pengembangan Industri Kecil Kue Roti Manis Umi dan Kendala yang dihadapi di Kelurahan Banua Anyar Kecamatan Banjar Timur (Tinjauan Berdasarkan Aspek Manajemen Pemasaran)*”, Skripsi, Perpustakaan IAIN Antasari Banjarmasin, 2003.



menuaikan hasil dengan cepat, karena yang dilakukan, hanya menunggu pelanggan yang datang kerumah untuk membeli.

Nasi Bungkus Itik Gambut (Studi Kasus Terhadap Rumah Makan Tenda Biru), oleh Taufik Hidayat Nim: 0701157971. Kesimpulan dari penelitian ini adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dalam menjalankan usaha nasi bungkus itik Gambut adalah pengimplementasian dari empat faktor yang saling mendukung satu dengan yang lainnya, yaitu faktor pemasaran, produksi, organisasi dan manajemen serta faktor keuangan yang dikelola dengan baik. Hal ini dapat terlihat dari upaya promosi yang telah dilakukan, pelayanan konsumen, dan kualitas serta cita rasa khas produk yang dihasilkan Rumah Makan Tenda Biru.<sup>12</sup> Sedangkan Usaha Bisnis Nasi Kuning H. Thalib juga mengutamakan kualitas cita rasa tetapi dari segi promosi tidak ada sehingga perkembangannya sangat lambat.

Pengembangan Bisnis Nasi Kuning Cempaka di Banjarmasin oleh Puji Lestari Nim: 0701158011. Kesimpulan dari penelitian ini pengembangan nasi kuning cempaka di Banjarmasin ternyata mengalami pengembangan yang sangat baik. Sebab, di kelola dengan menjaga kualitas makanan, variasi penyajian, dan inovatif dalam penyajian. Selain itu, nilai kepuasan (*utility*) yang diterima konsumen sebanding dengan yang telah dibelanjakannya atau didapat. Selain itu nasi kuning cempaka juga mempunyai beberapa cabang.<sup>13</sup> Sedangkan Usaha Bisnis

---

<sup>12</sup>Taufik Hidayat, "*Usaha Nasi Bungkus Itik Gambut (Studi Kasus Terhadap Rumah Makan Tenda Biru)*", Skripsi, Perpustakaan IAIN Antasari Banjarmasin, 2007.

<sup>13</sup>Puji Lestari, "*Pengembangan Bisnis Nasi Kuning Cempaka di Banjarmasin*", Skripsi, Perpustakaan IAIN Antasari Banjarmasin, 2007.

Nasi Kuning H. Thalib belum ada membuka cabang dan dari segi pendistribusiannya hanya menunggu pembeli datang kerumah.

Berdasarkan dengan hal tersebut di atas terdapat pokok permasalahan yang berbeda serta lokasi yang berbeda antara penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya dengan persoalan yang akan penulis teliti. Di sini penulis mengangkat penelitian yang membahas mengenai Pengembangan Usaha Bisnis Nasi Kuning H. Thalib. Namun penelitian terdahulu tetap menjadi panduan guna mendapatkan referensi penulisan yang benar.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan dari penelitian, terdiri dari latar belakang masalah yang diangkatnya mengenai Usaha Bisnis Nasi Kuning H. Thalib dan kendala-kendalanya hingga dirumuskan permasalahan penelitian dan ditetapkan tujuan penelitian dan disusunlah signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian pustaka dan sistematika penulisan..

Bab II berisi tentang landasan teoritis yang berisikan tentang konsep berbisnis dalam ekonomi Islam sebagai bahan untuk melakukan analisis. Terdiri atas: pengertian bisnis, dasar hukum dalam berbisnis, asas-asas berbisnis dalam Islam, aturan pemasaran dalam berbisnis.

Bab III metode penelitian yang memuat jenis, sifat, dan lokasi penelitian, subyek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data, tahapan penelitian.

Bab IV hasil dari pembahasan yaitu berisi tentang hasil analisis data serta jawaban dari rumusan masalah.

Bab V penutup yang memuat simpulan dan saran.