

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat, sekarang ini kita dituntut untuk dapat mengembangkan usaha. Pengembangan usaha itu sendiri terdiri dari sejumlah tugas dan proses yang pada umumnya bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan peluang pertumbuhan. Berwirausaha sekecil apapun bentuknya, bila dikembangkan dengan prinsip-prinsip ekonomi dan dilakukan secara profesional maka akan menumbuhkan jiwa *entrepreneurship* dalam diri kita, dengan wirausaha kita akan memiliki pengalaman yang bisa dipetik, bagaimana mengelola dan menjalankan suatu bisnis dengan baik dan benar serta bagaimana cara mengevaluasi agar bisnis dapat berkembang menjadi suatu usaha yang besar.

Salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis dan berusaha, untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah Allah Swt. melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rezeki. Sebagaimana Allah berfirman dalam surah Al-Mulk ayat 15 yang berbunyi:

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

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah dibangkitkan.” (Q.S Al-Mulk: 15).¹

Islam juga mengajarkan kepada manusia bahwa Allah maha pemurah, sehingga rezekinya sangat luas.² Islam sangat menganjurkan pemeluknya untuk berusaha termasuk melakukan kegiatan-kegiatan bisnis dan berusaha, seorang pengusaha dapat merencanakan sesuatu dengan sebaik-baiknya agar dapat menghasilkan suatu yang sesuai dengan harapan.

Peran pengusaha dan wiraswasta sangat penting dalam memengaruhi pertumbuhan ekonomi. Itulah salah satu yang ditekankan oleh *Schumpeter* dalam teorinya. Pengusaha akan terus menerus melakukan inovasi untuk mendapatkan hal-hal baru yang berguna bagi usahanya dan dapat meningkatkan keuntungan yang diperoleh. Yang mempengaruhi proses inovasi adalah pemanfaatan teknologi baru, keuntungan atau laba sebagai modal, proses imitasi dari pengusaha yang lebih maju.

Suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Pemasaran melibatkan banyak kegiatan yang berbeda yang menambah nilai produk pada saat produk bergerak melalui sistem tersebut.

¹Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Sahifa, 2014), hlm. 563.

²Ernie Tisnawati Sule, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Kencana,2009), Cet ke-1, hlm. 414.

Salah satu usaha yang banyak di Indonesia khususnya di Kalimantan diantaranya seperti usaha kayu galam karena usaha ini dapat diperoleh dari hasil alam. Kayu galam berasal dari pohon galam *Melaleuca cajuputi* merupakan spesies yang tumbuh alami di hutan rawa dengan tinggi pohon dapat mencapai 40 meter dan diameter bisa mencapai 35 meter.³

Di Kecamatan Rantau Badauh terdapat beberapa desa yang memang masyarakatnya memiliki penghasilan dari usaha kayu galam, diantaranya Desa Sungai Pantai, Pindahan Baru, Gampa Asahi, dan Gampa Muara. Kayu galam ini biasanya digunakan masyarakat setempat sebagai bagian dari pembuatan perumahan, perahu, kayu bakar, pagar, atau tiang-tiang sementara untuk bangunan.

Salah satu pengusaha kayu galam yang sudah sukses mengelola usaha ini adalah Bapak H.Robin dari Desa Pindahan Baru yang sudah kurang lebih 30 tahun menjalankan usaha kayu galam ini untuk perekonomian keluarga. Dalam usaha penjualan kayu galam dari yang dulunya sulit pemanfaatan teknologi komunikasi maupun transportasi untuk mengangkut atau menjual kayu galam ke konsumen atau pembeli. Sekarang sudah jauh lebih mudah karena kayu galam bisa didapatkan dari berbagai daerah pedalaman sekitar dengan mudahnya menggunakan alat transportasi lalu mengantar atau menjual ke Bapak H.Robin dan menjadi tempat atau agen untuk pemasaran kayu galam. Untuk mendapatkan keuntungan ataupun laba sebagai modal untuk usaha kayu galam dan proses penjualan dari pengusaha agar lebih maju. Dan pengusaha kayu galam yang lain

³<http://kenali-kayu-galam-ciri-kelebihan-dan-pemanfaatannya.html> (14 Desember 2017).

dari beberapa desa di Kecamatan Rantau Badauh adalah Bapak Musa dari Desa Sungai Pantai, Bapak Sunardi dari Desa Gampa Asahi, Bapak Ahyar dari Desa Gampa Muara.

Selain itu usaha ini bisa membantu meningkatkan perekonomian pengusaha itu sendiri maupun perekonomian masyarakat di Kecamatan Rantau Badauh seperti menciptakan lapangan pekerjaan (Buruh Lepas). Dalam halnya Bapak Ahyar, Beliau adalah tangan kanan dari salah satu pengusaha kayu galam tersebut. Dimana beliau membantu menjalankan usaha ini untuk menambah pendapatan perekonomian keluarga yang telah berlangsung selama 3 tahun ini.

Keberhasilan usaha kayu galam tidak terlepas dari kendala yang dihadapi seperti yang terlihat saat ini di Kalimantan Selatan kayu galam sudah berkurang karena pepohonan kayu galam sudah banyak ditebang atau pembukaan hutan dan lahan yang sudah banyak di tanami dengan sawit yang ada di kawasan Kalimantan Selatan, jadi seringkali pengusaha kayu galam mencari kayu galam sampai keluar daerah seperti Kalimantan Tengah. Masalah lain juga dihadapi oleh pengusaha kayu galam seperti adanya pembeli yang curang dalam sistem pembayaran, seperti berhutang dan jauh dari kata membayar.

Dengan demikian penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang bagaimana cara yang ditempuh untuk mencapai keberhasilan pada usaha kayu galam dengan kendala yang ada, serta penulis tertarik untuk menganalisa lebih dalam tentang kendala serta peluang yang bisa dimanfaatkan untuk perekonomian pengusaha kayu galam tersebut. Sehingga usaha ini dapat menjadi contoh usaha yang baik untuk dikembangkan dan bisa menjadi acuan bagi pengusaha kayu

galam lainnya. Dalam hal ini, analisis SWOT sangat berperan penting dalam merumuskan pengembangan usaha kayu galam untuk memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) kemampuan bertahan dalam menjalankan usaha kayu galam dengan keadaan kendala, peluang (*Opportunities*) merencanakan target produk sekaligus pendapatan, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) seperti kendala yang dihadapi dan ancaman (*Threats*) dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat dari nilai produk, persediaan, dan mempromosikan penjualan dengan daftar harga.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih jauh dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Strategi Penjualan Kayu Galam Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis menyusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi penjualan kayu galam di Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala?
2. Bagaimana pengusaha kayu galam menghadapi ancaman dan kelemahan dalam penjualan, serta mengoptimalkan peluang dan kekuatan penjualan kayu galam di Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas penulis bertujuan untuk mengetahui secara mendalam:

1. Untuk mengetahui strategi penjualan kayu galam di Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala.
2. Untuk mengetahui cara pengusaha kayu galam menghadapi ancaman dan kelemahan dalam penjualan, serta mengoptimalkan peluang dan kekuatan penjualan kayu galam di Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini, diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis, antara lain:

1. Secara Teoritis

Untuk mendapatkan pengetahuan maupun wawasan tentang strategi penjualan kayu galam Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Mahasiswa

Kegunaan bagi mahasiswa adalah menambah pengetahuan maupun wawasan ataupun bahan referensi untuk kajian selanjutnya yang terkait untuk mengembangkan masalah yang hampir sama dengan penulis angkat.

b. Bagi Perguruan Tinggi

Sebagai kontribusi dari penulis untuk menambah khazanah keilmuan dan karya ilmiah perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin maupun perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

E. Definisi Operasional

1. Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai tujuan.⁴ Dalam penelitian ini yang dimaksud adalah segala rencana untuk mengoptimalkan dalam penjualan kayu galam untuk mencapai sasaran.
2. Penjualan adalah pengeluaran yang langsung berhubungan dengan usaha pemasaran produk.⁵ Yang dimaksud penulis dalam penjualan disini adalah sebuah usaha yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, berupa barang dari produsen kekonsumen sebagai sarannya.
3. Kayu Galam adalah salah satu kayu komersil yang sudah sangat banyak digunakan di Indonesia. Kayu galam memiliki nama lain kayu putih dan nama latin *Melaleuca leucadendron L.* dan *Melaleuca cajaputi Powell*, galam berasal dari pohon dengan kulit batang berlapis-lapis.⁶ Sedangkan yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah kayu galam sebagai bahan usaha beberapa masyarakat di Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala.

⁴Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001). hlm. 1092.

⁵<https://kbbi.web.id/penjualan.html> (23 Februari 2018).

⁶<http://www.antiserangga.com/kenali-kayu-galam-ciri-kelebihan-dan-pemanfaatannya>(14 Desember 2017)

4. Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala adalah tempat penelitian yang akan dilakukan yakni di beberapa desa yang ada di Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala tersebut, dimana banyak diantaranya ditemui para pengusaha kayu galam.

F. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini tentu saja penulis menjadikan beberapa hasil penelitian yang terdahulu sebagai acuan dan tolak ukur, diantaranya:

Yang pertama, “Strategi Pemasaran Kue Kelelepon (Studi Kasus pada Usaha *Home Industry* Kelelepon Buntut Bukhari Martapura)”. Penelitian ini dilakukan oleh Eka Yusnita (0601157364) yang memfokuskan pada bagaimana pengusaha kelelepon buntut bukhari telah melakukan pemasaran kelelepon yang dapat merambat keluar daerah Banjarmasin, karena dengan pemasaran harga yang terjangkau membuat lebih mudah untuk menarik konsumen, namun belum ada label MUI yang menyatakan halal dan komposisi bahan untuk pemasaran kelelepon, hal ini tersebut tidak sesuai dengan etika bisnis islam yang baik dalam penyajian produk. Maka terdapat perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian penulis adalah pada strategi yang membuat harga terjangkau dan sampai keluar daerah pemasarannya sedangkan dalam penelitian penulis strategi yang memasarkan kepada golongan tertentu yang mempergunakan kayu galam.

Yang kedua, “Strategi Pemasaran Industri *Fast Food* ”Tela-Tela” Dalam Menjaga Persaingan Pasar Usaha Sejenis Di Kota Banjarmasin (Tinjauan Aspek Manajemen Pemasaran Syariah)”. Penelitian ini dilakukan oleh Nani Soraya

(0401156323) yang memfokuskan pada strategi pemasaran hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah strategi-strategi pemasaran yang digunakan industri *fast food* “Tela-tela 77” dalam menjaga persaingan usaha sejenis di kota Banjarmasin ialah dengan memperbanyak mitra bisnis, promosi-promosi melalui media cetak dan elektronik, kerjasama dalam bentuk kegiatan-kegiatan dengan *even organizer*, pada waktu-waktu tertentu menggunakan *delivery service* minuman *order*, menyajikan aneka rasa yang lezat dengan bumbu-bumbu yang didatangkan langsung dari Jogjakarta, serta pelayanan yang ramah dan menjaga akan kebersihan. Terdapat penelitian terdahulu memperbanyak mitra bisnis dan berbeda dari mitra bisnis penjualan kayu galam dalam penelitian penulis karena dalam hal kayu yang sesuai keperluan pelanggan.

Yang ketiga, “Strategi Pemasaran pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Banjarmasin”. Penelitian ini dilakukan oleh Istiqamah (0701157991) yang memfokuskan pada strategi yang digunakan oleh rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Banjarmasin untuk menjaga persaingan pasar yang sejenis di kota Banjarmasin dengan promosi-promosi media cetak dan elektronik, menyajikan menu-menu yang lezat dan pelayanan yang ramah. Terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian penulis pada strategi pemasaran dan strategi penjualan yang mana penjualan tersebut hanyalah sama halnya dalam pelayanan yang ramah namun tidak menggunakan promosi media cetak melainkan informasi dari mulut kemulut masyarakat sekitar usaha kayu galam tersebut.

G. Sistematika Penulisan

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

Bab pertama merupakan pendahuluan, yang akan menguraikan mengenai latar belakang masalah yang menguraikan alasan untuk memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah tergambarakan dirumuskan dalam rumusan masalah, setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Manfaat penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum atau luas. Kajian pustaka ditampilkan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab dua landasan teori, pada bab ini dijabarkan masalah-masalah yang sehubungan dengan objek penelitian strategi penjualan kayu galam melalui teori-teori pengertian strategi, penjualan, strategi pemasaran dan pemasaran syariah yang mendukung serta relevan dari buku dan literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dari referensi lain.

Bab tiga metode penelitian yang berisikan jenis, sifat dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data, dan tahapan penelitian.

Bab empat berisikan laporan hasil penelitian yang berisi gambaran umum mengenai lokasi penelitian, penyajian dan analisis data yang berhubungan dengan pertanyaan yang ada di rumusan masalah.

Bab lima merupakan penutup, yang berisi simpulan atau hasil dari penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil dari penelitian ini.