

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang mengatur umatnya dalam kehidupan dunia dan akhirat demi kemaslahatan yang termaksud didalamnya kemaslahatan perekonomian.<sup>1</sup> Dalam kehidupan, manusia tidak akan mampu untuk menunaikan kewajiban spritual (*ruhiyyah*) dan material (*maliyah*) tanpa terpenuhinya kebutuhan primer seperti makanan, tempat tinggal dan keamanan.<sup>2</sup> Untuk itulah, Islam melalui nas-nas Al-Qur'an dan sunnah menganjurkan bagi manusia untuk berusaha memenuhi keperluan hidupnya. Salah satunya dalam berbisnis atau berusaha memenuhi keperluan hidupnya. Dengan berbisnis atau berdagang, yang kemudian disebut mencari anugerah Allah.<sup>3</sup>

Oleh karena itu, pebisnis syariah dituntut agar aktivitas ekonomi yang ditekuninya selalu berorientasi pada mencari rida Allah semata sebagaimana yang dimaksudkan dalam firman Allah Q.S. Al-An'am/6: 162-163:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾ لَا شَرِيكَ لَهُ ۗ وَبِذَلِكَ  
أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ ﴿١٦٣﴾

---

<sup>1</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 287.

<sup>2</sup>Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global* (Jakarta: PT. Zikrul Hakim, 2007), hlm. 71.

<sup>3</sup>M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), hlm. 10.

Artinya: “Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. Tiada sekutu baginya; dan demikian Itulah yang diperintahkan kepadaku dan Aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah)”.<sup>4</sup>

Kegiatan usaha dijalankan dengan cipta, karsa, karya yang dimiliki, serta memanfaatkan berbagai kesempatan dan peluang disekitar mereka.<sup>5</sup> Kegiatan perekonomian sebagai sebuah kegiatan yang bertujuan untuk mencapai keuntungan sangat tidak dapat dipisahkan dari kegiatan bisnis. Dalam beberapa literatur pun bisnis ini didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang prinsipnya bertujuan mendapatkan keuntungan sebagai hasil.<sup>6</sup>

Kemudian dari hal tersebut mereka akan berhubungan melalui kontak dan komunikasi secara langsung maupun secara tidak langsung. Komunikasi langsung yang dilakukan oleh manusia seperti pelaku pasar termasuk penjual dan pembeli, di mana mereka melakukan komunikasi dengan menyampaikan pesan-pesan yang disampaikan baik secara lisan maupun secara tulisan. Komunikasi secara langsung yang dilakukan melalui dua arah lebih membantu mereka dalam mendapatkan informasi secara sempurna. Selain itu, komunikasi secara tidak langsung seringkali tidak terstruktur, hal itu dikarenakan komunikasi ini menggunakan isyarat-isyarat tubuh dalam menyampaikan informasi atau pesan. Kontak dan komunikasi adalah bagian dari interaksi sosial yang terdapat di kehidupan manusia.

---

<sup>4</sup>Dapartemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Jakarta: Yayasan Penyelenggara/Penterjemah Al-Qur'an, 1971), hlm. 956.

<sup>5</sup> Mulyadi Niitisusanto, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 2.

<sup>6</sup> Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: PT , Gramedia Pustaka Utama)

Di Indonesia, tujuan pembangunan nasional adalah masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila. Pembangunan merupakan salah satu cara untuk mencapai keadaan tersebut. Selama ini pembangunan diprioritaskan pada bidang ekonomi, sedang bidang lain hanya bersifat menunjang dan melengkapi bidang ekonomi. Selain memberikan dampak positif, adanya pembangunan juga memberi dampak negatif terutama ditunjukkan oleh berbagai masalah. Adanya krisis ekonomi sebagai akibat dari perkembangan pertumbuhan ekonomi dunia yang menurun menyebabkan timbulnya masalah baru yaitu tenaga kerja dan kesempatan kerja. Hal ini menjadi masalah yang sangat serius bagi bangsa Indonesia, ketika banyaknya industri-industri besar harus mengurangi jumlah tenaga kerja tersebut menimbulkan keresahan sosial. Banyaknya jumlah penduduk di Indonesia yang pada gilirannya merupakan penawaran tenaga kerja yang berlebihan, memicu bertambahnya angka pengangguran dikarenakan permintaan tenaga kerja dipasar yang semakin terbatas.

Berbeda dengan bidang industri yang terpuruk akibat adanya krisis ekonomi, usaha yang tidak terorganisasi justru mampu bertahan dan memiliki karakteristik yang tidak dimiliki oleh bidang perekonomian yang lain, yaitu penggunaan bahan baku domestik dengan tujuan pasar dalam negeri dan dinilai dapat menjadi penopang perekonomian Indonesia.

Salah satu contoh perekonomian dibidang usaha yang tidak terorganisasi adalah warung tradisional atau biasa disebut warung rumah tangga atau warung kelontong. Selain mudah untuk mendirikan sebuah warung tradisional dengan modal yang tidak besar, warung tradisional ini berpotensi untuk menjadi salah

satu bidang usaha yang menghasilkan keuntungan secara langsung. Warung tradisional secara umum merupakan bisnis keluarga yang tidak menutup kemungkinan dapat juga menyerap tenaga kerja. Seiring berkembangnya zaman, warung tradisional semakin mengalami kemunduran. Hal ini terjadi karena munculnya toko modern pada setiap sistem jaringan jalan yang dinilai cukup potensial oleh para pebisnis ritel. Keberadaan toko modern ini mematikan warung-warung tradisional yang berada di wilayah permukiman. Dan khususnya di Banjarmasin Timur. Banyak pemilik warung kehilangan pelanggan yang dapat mengurangi omset penjualan. Keberadaan toko modern yang jaraknya sangat berdekatan tentu akan memunculkan persaingan dan monopoli di wilayah tersebut. Dari segi harga, toko modern sering mengadakan promosi dengan potongan harga yang menarik. Sehingga para konsumen beralih ke toko modern tersebut dengan kualitas pelayanan yang lebih baik dari warung tradisional. Hal ini tentu saja membuat harapan pemilik warung tradisional untuk mencari penghasilan guna memenuhi kebutuhan sehari-hari dari keuntungan yang diperoleh mulai sedikit tersendat. Tetapi dibalik dampak negatif yang terjadi pada warung tradisional dengan munculnya toko modern, toko modern sendiri menjadi dampak positif untuk mengurangi jumlah pengangguran dengan membuka banyak kesempatan kerja.

Saat ini kita dapat menemukan toko modern yang bersebelahan dengan warung tradisional. Ditambah lagi dengan kurang layak nya kondisi warung tradisional tersebut, peran pemerintah sangat diperlukan pada kondisi ini, karena persaingan antara warung tradisional dan toko modern merupakan sebuah

ketentuan, yang memang akan terjadi dalam menjalankan sebuah usaha, sehingga hal ini harus menjadi perhatian pemerintah, setidaknya bagi pemerintah daerah. Karena merekalah penggerak ekonomi disekitar daerah tersebut karena kurang lebih dampak yang terjadi menyangkut hajat hidup orang banyak. Menjadikan kios kecil kelas rumah tangga sebagai tempat perbelanjaan yang nyaman dan menarik adalah suatu tantangan yang diupayakan pemerintah sebagai rasa tanggung jawab kepada publik, serta harus mendorong pedagang warung tradisional untuk melakukan perubahan pelayanan, layaknya toko modern agar tidak tersingkir dalam perebutan konsumen.

Banyaknya usaha ritel (*retail*) yang telah masuk ke daerah perkampungan merupakan pukulan telak bagi usaha kecil dan menengah. Usaha retail disinyalir memonopoli perdagangan di masyarakat.<sup>7</sup>

Bagi beberapa masyarakat belanja di toko modern dapat meningkatkan prestise. Kemudahan, kebersihan, kenyamanan serta berbagai fasilitas tersebut dapat memalingkan masyarakat yang biasa berbelanja diwarung tradisional, perubahan sosial disini sangat merugikan warung tradisional, konsumen diajarkan untuk belanja dengan lebih mudah dan praktis tanpa adanya tawar menawar antara pedagang dan pembeli, ini akan merubah ciri khas pedagang yang ada di indonesia, semua harga sudah dipatokkan, interaksi antara pembeli dan pedagang pun nyaris tidak ada, pembeli hanya datang membeli barang yang dibutuhkan dan pergi, sikap individualisme sangat terlihat disini.

---

<sup>7</sup><http://saefuddinmuslimin.blogspot.com/2012/01/pengaruhpersebaranminimarket.html> diakses pada 1 Januari 2016.

Firman Allah SWT dalam surah Al-Humazah/104: 1-4 :

وَيْلٌ لِّكُلِّ هُمَزَةٍ لُّمَزَةٍ ﴿١﴾ الَّذِي جَمَعَ مَالًا وَعَدَّدَهُ ﴿٢﴾ تَحْسَبُ أَنَّ مَالَهُ أَخْلَدَهُ ﴿٣﴾  
كَلَّا لَيُنْبَذَنَّ فِي الْحُطَمَةِ ﴿٤﴾

Artinya : Celakalah bagi setiap pengumpat dan pencela (1), yang mengumpulkan harta dan menghitung hitungnya(2), dia (manusia) mengira bahwa hartanya itu dapat mengekalkannya (3), sekali-kali tidak! pasti dia akan dilemparkan kedalam (Neraka) Hutamah (4).<sup>8</sup>

Al-Qur'an surah Al-Humazah ayat 1-4 diatas dapat diuraikan maknanya sebagai berikut, ideologi kapitalisme dan sosialisme dapat dikoreksi oleh ideologi Islam. Letak kesalahan kedua ideologi itu karena tidak menempatkan Allah Swt sebagai hal primer. Dalam ajaran Islam, mencari harta bukan tujuan utama semua akan kembali kepadanya. Ideologi kapitalisme baru berlaku pada tataran tujuan hidup manusia yang paling dasar, dan bukan tujuan hidup yang sejati. Tujuan mendasar terus berubah sehingga manusia tidak akan bahagia. Jika hanya berhenti pada tujuan dasar, maka akan semakin haus harta karena lingkungan terus berubah dan terus menuntut untuk dipenuhi.

Dalam hal ini Analisis SWOT sangat berperan penting dalam merumuskan Strategi Pemasaran Warung Tradisional Dalam Menghadapi Maraknya Toko Modern Di Banjarmasin Timur, untuk memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*opportunity*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk karya ilmiah berupa Skripsi dengan judul: **STRATEGI**

---

<sup>8</sup>Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV. Penerbit , 2005), hal. 602.

## **PEMASARAN WARUNG TRADISIONAL DALAM MENGHADAPI MARAKNYA TOKO MODERN DI BANJARMASIN TIMUR.**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi pemasaran pada warung tradisional dalam menghadapi maraknya toko modern di Banjarmasin Timur?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dapat diharapkan memberikan sebuah jawaban yang konkret terhadap objek yang dijadikan kajian dan pandangan untuk menjawab rumusan masalah tersebut, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui strategi pemasaran pada warung tradisional dalam menghadapi maraknya toko modern di Banjarmasin Timur.

### **D. Signifikansi Penelitian**

Selain mempunyai tujuan yang ingin dicapai, peneliti juga mengharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat baik secara teori maupun praktis sebagai berikut:

#### **1. Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini untuk menambah wawasan dan pengembangan terhadap strategi pemasaran warung tradisional dan memberikan wawasan kepada semua pihak yang memerlukan. Serta diharapkan menjadi salah

satu pelengkap dari referensi tentang Perekonomian dan Kajian tentang strategi pemasaran.

## **2. Secara Praktis**

- a. Bagi penulis, untuk menerapkan teori dan sebagai bentuk aplikasi keilmuan yang telah diperoleh penelitian selama masa perkuliahan dan memperluas wawasan, pengetahuan, dan pengalaman bagi penulis.
- b. Bagi mahasiswa, sebagai bahan tambahan untuk kajian selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan masalah yang mirip dengan peneliti angkat.
- c. Bagi kampus, dapat menambahkan koleksi pustaka yang bermanfaat bagi mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

## **E. Defenisi Operasional**

Agar penelitian ini mudah dipahami dan sebagai pedoman agar terarahnya penelitian ini serta untuk menghindari kesalahpahaman maka penulis perlu memberikan batasan istilah dalam definisi operasional yakni sebagai berikut:

1. Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai saran khusus.<sup>9</sup> Adapun strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah strategi yang dilakukan warung tradisional agar dapat bertahan dengan adanya toko modern saat ini.

---

<sup>9</sup>Tim Penyusun Kamus Besar Pembinaan dan Pengembangan bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka,1991), hlm. 286.

2. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kegiatan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.<sup>10</sup>
3. Warung tradisional adalah usaha kecil milik keluarga yang berbentuk kedai, kios dan toko kecil yang merujuk pada warung sederhana sebagai tempat menjual aneka kebutuhan sehari-hari masyarakat yang berada di pemukiman atau perkampungan. Warung tradisional atau toko kecil yang dikelola dengan membuka barang-barang jualan yang menempati bagian ruang dari rumah utama atau bangunan terpisah namun tidak berada jauh dari rumah. Warung tradisional yang peneliti maksud adalah warung yang pada barang jualannya terdapat 6 bahan pokok seperti: beras, gula, minyak goreng, garam, telur dan tepung, Warung tradisional berkembang terdorong oleh desakan untuk mencukupi kebutuhan keluarga, pengelolaan yang sederhana dan mengandalkan pasokan dari pasar (tradisional maupun modern) menjadi ciri khas dari Warung tradisional.
4. Toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, departement store, Hypermart ataupun Grosir.

## **F. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka diperlukan untuk membedakan yang sudah ada guna menghindari kesalahpahaman dan memperjelas permasalahan yang akan penulis

---

<sup>10</sup>Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), cet. 3, hlm. 859.

angkat. Dari hasil penelaahan yang dilakukan, ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan apa yang akan penulis teliti, di antaranya adalah:

1. Aisya Farina, NIM 1301150128 Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin yang berjudul “Strategi pemasaran minyak bulus di kota Banjarmasin”.<sup>11</sup> Persamaannya skripsi ini adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran di kota Banjarmasin, perbedaannya adalah skripsi ini membahas strategi pemasaran minyak bulus di kota Banjarmasin khususnya kelayakan bisnisnya sedangkan skripsi penulis membahas strategi pemasaran warung tradisional dalam menghadapi maraknya toko modern di Banjarmasin Timur, tentang upaya apa saja yang telah dilakukan pemilik warung agar terus dapat bersaing dengan toko modern yang saat ini semakin banyak diminati.
2. Muhammad Darmawan, (1301150221) mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin yang berjudul “Strategi Pemasaran Pengobatan Tradisional Pada Pondok Sehat Al-Wahida Banjarmasin”<sup>12</sup> Persamaanya adalah skripsi ini sama-sama membahas tentang strategi pemasaran di kota Banjarmasin, perbedaannya adalah skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran pengobatan Al-Wahida Banjarmasin. dan

---

<sup>11</sup> Aisya Farina, “Strategi pemasaran minyak bulus dikota Banjarmasin” (Skripsi), Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2017), hlm 9-10

<sup>12</sup> Muhammad Darmawan, “*Strategi pemasaran pengobatan tradisional pada pondok sehat Al-Wahida Banjarmasin*” (Skripsi), Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2017), hlm 9

skripsi penulis meneliti pada strategi pemasaran warung tradisional, lebih kepada upaya apa saja yang dilakukan pemilik warung tradisional agar mampu mempertahankan warung tradisionalnya.

3. Muhammad Sauki Asrari (10011144445) Jurusan Muamalat yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Televisi dan Permasalahannya di Kecamatan Banjarbaru Utara Kota Banjarbaru”<sup>13</sup> Persamanya adalah sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran, perbedaannya adalah strategi yang dipakai oleh peneliti terdahulu dengan melalui media televisi sedangkan yang penulis teliti adalah strategi pemasaran secara langsung tanpa perantara media.

#### **G. Sistematika penulisan**

Untuk mempermudah mencari laporan penelitian ini perlu adanya sistematika penulisan. Penyusunan skripsi yang dilakukan ini terdiri dari 5 (lima) bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut;

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari: latar belakang mengapa masalah ini perlu diteliti, yang membahas tentang latar belakang dan pokok masalah yang akan diteliti. Berikutnya adalah perumusan masalah sehingga masalah yang diteliti menjadi terarah. Rumusan masalah berisi poin-poin pokok yang berupa rumusan permasalahan pokok penelitian. Kemudian dari rumusan masalah tersebut diformulasi tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian. Kemudian untuk

---

<sup>13</sup> Muhammad Sauki Asrari, *Strategi pemasaran produk melalui media televisi dan Permasalahannya* di kecamatan Banjarbaru Utara Kota Banjarbaru, (Skripsi tidak diterbitkan jurusan Muamalat, 2008), hlm 9

menghindari bias dan misinterpretasi terhadap judul, dirumuskanlah definisi operasional, untuk menghindari penelitian ini dari tindak kecurangan seperti plagiat atau menjiplak, dibuatlah tinjauan pustaka dan pada tahap selanjutnya dirumuskan sistematika penulisan

## BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari: uraian berbagai teori, konsep dan tentang yang berkaitan dengan strategi pemasaran warung tradisional dalam menghadapi maraknya toko modern di Banjarmasin Timur.

## BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang jenis dan sifat penelitian, kemudian dibahas tentang orang-orang yang ditetapkan sebagai subjek penelitian sehingga penelitian menjadi lebih fokus dan terarah. Kemudian pembahasan dilanjutkan dengan objek penelitian yang memuat tentang fokus permasalahan yang menjadi tujuan utama penelitian. Kemudian pembahasan dilanjutkan dengan data dan sumber data penelitian sebagai rincian dari rumusan masalah dan para responden yang akan diteliti. Kemudian teknik pengumpulan data sebagai rumusan langkah-langkah yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Kemudian teknik analisis data dan diakhiri dengan prosedur penelitian yang membahas tentang fase-fase yang harus dilalui dalam menyelesaikan penelitian.

## BAB IV LAPORAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi laporan hasil penelitian yang merupakan hasil dari teknik-teknik pengumpulan data yang telah dirumuskan sebelumnya. Laporan hasil penelitian ini berisi gambaran umum lokasi penelitian sebagai data penunjang dari

penelitian, kemudian penyajian data dalam bentuk uraian yang kemudian diakhiri dengan analisis data.

## BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan yang memuat ringkasan poin-poin dari hasil penelitian pada bab sebelumnya sebagai jawaban dari rumusan masalah yang telah dirumuskan. Pada bagian akhir penelitian, dimuat saran-saran yang perlu disampaikan terkait hasil penelitian.