

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam Mengajarakan manusia untuk bekerja dan berniaga dan menghindari kegiatan meminta-minta dalam mencari harta kekayaan. Manusia memerlukan harta kekayaan sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari termasuk untuk memenuhi sebagian perintah Allah seperti infaq, zakat, pergi haji, perang dan lain sebagainya. (Sri, 2008, hlm.66).

Maka Allah menganjurkan kepada manusia untuk berusaha mencari karunia-Nya seperti firmanNya dalam Q.S At Taubah/09: 105 :

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

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.” (Kementrian Agama RI, 2012).

Ajaran Islam tentang perekonomian, akan senantiasa menarik untuk dibahas. Dalam kehidupan sehari-hari, ekonomi merupakan roda kehidupan sebagai wadah untuk memenuhi kebutuhan materiil manusia, baik dalam kehidupan individu, maupun sosial. Islam menuntut umatnya untuk menganut dan mengamalkan ajaran Islam secara kaffah (menyeluruh/komprehensif) dalam seluruh aspek kehidupan. Sebagai seorang Muslim yang taat beribadah, tentulah berbagai kegiatan bisnis atau usahanya dilandasi oleh transaksi keuangan Islam. (Rozalinda, 2015, hlm.1)

Islam adalah agama rahmatan lil ‘alamin, karena Islam mengatur segala aspek kehidupan, tidak hanya terfokus pada aspek ibadah yang berhubungan secara

vertikal antara yang menggambarkan hubungan manusia dengan Allah saja, tapi juga tentang aspek muamalah yang erat kaitannya dengan antar sesama manusia termasuk kegiatan ekonomi didalamnya. (Syahbudin, 2017, hlm.74)

Buku yang berjudul “Marketing Syariah” karangan Muhammad Syakir Suladan Hermawan Kertajaya, mendefinisikan pemasaran sebagai disiplin bisnis strategis yang mengarah pada proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari satu inisiator kepada para pemegang sahamnya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. (Rivai, 2012, hlm.35)

Syariah Marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang dapat mengarahkan dari sebuah proses penciptaan, penawaran dan perbuahan value dari suatu inisiator kepada stakeholdersnya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Artinya bahwa dalam syariah marketing seluruh proses, baik itu dari proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Selain itu dalam syariah marketing, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari keridhoan Allah SWT. Nantinya akan menjadi bibit dan modal dasar baginya untuk tumbuh menjadi bisnis yang besar, memiliki spritual brand, memiliki kharisma, keunggulan dan keunikan yang tak tertandingi.

Usaha rumahan yang sekarang ini sedang mengalami kenaikan yang cukup pesat dalam persaingan ekonomi disektor UMKM. Merupakan suatu hal yang positif sebab ini akan memperbaiki perekonomian negara Indonesia dimasa yang akan datang. Perlu kita ketahui bahwa usaha apa saja, hal yang terpenting

diperhatikan adalah bagaimana pemasaran yang dilakukan oleh usaha tersebut, baik dari segi pemasaran secara umum atau secara ajaran Islam (*syariah*).

Penerapan pemasaran syariah dalam perusahaan atau usaha yang bergerak di sektor IKRT (Industri Kecil Rumah Tangga) yaitu untuk menandakan pada usaha tersebut bahwa usaha itu merupakan usaha yang sesuai dengan ajaran Islam. Bagi umat Islam dalam menjalankan usaha harus tau dan paham akan apa saja yang dibolehkan dan dilarang dalam ajaran Islam. Islam mengajarkan dalam mengerjakan segala sesuatu itu harus sesuai dengan apa yang telah di ajarkan dalam Islam. Contohnya dari segi pemasaran, Islam sudah mengajarkan bagaimana pemasaran yang baik dan sesuai dalam ajaran Islam. Pemasaran syariah ada yang namanya strategi pemasaran syariah dan karakteristik pemasaran syariah. Kedua hal ini saling berkaitan, karena keduanya menyangkut tentang bagaimana strategi yang tepat namun sesuai dengan ajaran Islam dan bagaimana karakteristik pemasaran yang benar dan sesuai dengan ajaran Islam.

Ekonomi merupakan salah satu faktor yang berperan sangat penting dalam kehidupan umat manusia dan ekonomi juga sangat menentukan pola hidup, corak dan karakter suatu masyarakat. Perkembangan ekonomi sebagai suatu proses kegiatan yang dilakukan oleh suatu bangsa dalam upaya meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan yang dilakukan terus menerus dalam jangka waktu yang panjang. Seiring dengan perkembangan ekonomi yang semakin pesat tentunya membutuhkan ketersediaan dan peran serta dari sebuah lembaga keuangan. Lembaga keuangan yang sangat berpengaruh dalam perkembangan ekonomi saat ini salah satunya adalah sektor perbankan. (Kasmir, 2011, hlm.33)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki potensi yang sangat strategis dalam kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi lokal di Indonesia.

Definisi IKRT atau UMKM di Indonesia pada umumnya mengacu dari dokumen Badan Pusat Statistik (BPS) dimana yang menjadi ukuran dalam pengkategorian adalah jumlah tenaga kerja yang dimiliki. Industri rumah tangga memiliki tenaga kerja berjumlah kurang dari 5 orang, sedangkan industri kecil berjumlah 5 hingga 19 orang tenaga kerja. Sementara itu menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pengelompokan berdasarkan nilai aset atau kekayaan yang dimiliki dan hasil penjualan per tahun. Usaha mikro memiliki kekayaan bersih maksimal 50 juta rupiah termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan maksimal 300 juta rupiah. Sedangkan usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari 50 juta rupiah sampai penjualan lebih dari 300 juta hingga 2,5 miliar rupiah.

Perkembangan ekonomi dan dinamika penduduk di wilayah perdesaan di Indonesia telah mengakibatkan berkembangnya usaha IKRT (Industri Kecil Rumah Tangga). Sementara itu, akibat kondisi perekonomian dan tingkat pendapatan masyarakat yang masih rendah. IKRT pada umumnya bergerak pada usaha industri pengolahan yaitu usaha yang memproduksi barang-barang yang sederhana dan terjangkau yang berasal dari bahan mentah menjadi barang jadi atau setengah jadi, diantaranya produk kerajinan, sandang, dan pangan. (researchgate.net:2016)

Usaha rumahan “Aneka Kue dan Cemilan Khas Banjar” yang terletak di Desa Mali-Mali Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar ini menjual berbagai makanan dari daerah Kabupaten Banjar. Makanan khas banjar ini sangat di minati banyak kalangan, terutama dari kalangan anak-anak, remaja dan dewasa. Selain rasa yang enak dan juga harga yang relatif bisa di jangkau yang membuat banyak konsumen selalu datang untuk membeli makanan khas banjar ini.

Usaha rumahan yang terletak di desa tentunya sulit berkembang tanpa adanya pemasaran yang efektif dan efisien. Letak usaha yang berada di desa dengan jumlah penduduk tidak terlalu banyak sehingga usaha yang di jalankan sulit untuk berkembang secara cepat karena konsumen yang datang hanya di daerah sekitar saja bukan dari luar daerah. Masalah ini perlu diperbaiki dengan cara melakukan pemasaran ke wilayah yang banyak penduduknya contoh daerah perkotaan. Jumlah penduduk perkotaan yang melebihi jumlah penduduk di desa merupakan peluang besar dalam meraih keuntungan dalam menghasilkan keuntungan nantinya.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Pemasaran dalam hal ini menyangkut pada sebuah tujuan utama yaitu keuntungan. Dalam hal ini pemilik usaha mempunyai peran utama untuk memajukan usaha yang di jalankan nantinya. Pemilik usaha juga perlu akan ilmu pengetahuan tentang pemasaran yang dapat dikatakan mencukupi. Tanpa adanya ilmu pemasaran yang di miliki oleh pemilik usaha maka akan sulit untuk mengembangkan usaha nantinya. Maka dari itu pemilik usaha harus pandai dalam ilmu pemasaran guna mencapai kesuksesan dalam menjalankan usaha apapun yang ingin dijalankan nantinya.

Sektor pemasaran merupakan faktor penting dalam menentukan keberhasilan menjalankan usaha. Pemasaran dapat dikatakan sebagai ujung tombak untuk meraih keuntungan dalam usaha. Pemasaran yang dilakukan dengan baik maka akan menghasilkan keuntungan yang besar. Tanpa adanya pemasaran maka usaha yang dijalankan nantinya mengalami kesulitan dalam menghasilkan

keuntungan.

Faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan usaha nantinya itu juga harus di perhatikan dan di rencanakan secara menyeluruh. Karena ini merupakan strategi dalam melakukan pemasaran yang baik. Tanpa ada melakukan perencanaan terlebih dahulu maka resiko kerugian dalam menjalankan usaha nantinya akan semakin besar. Perencanaan yang tepat maka akan membuat usaha yang dijalankan nantinya memperoleh peluang besar dalam menghasilkan keuntungan. Perlu juga di perhatikan terhadap kualitas produk yang di jual, tempat usaha, harga yang di tetapkan saat di jual nantinya dan proses pemasaran yang cerdas merupakan salah satu kunci untuk menghasilkan keuntungan.

Bauran pemasaran dalam hal ini dirasa juga penting, sebab dengan cara ini pemilik usaha bisa menganalisa usaha yang dia jalankan nantinya sesuai dengan sistem bauran pemasaran. Bukan itu saja, dalam bauran pemasaran terdapat banyak sekali bagaimana cara-cara menganalisa dengan baik. Analisis itu nantinya akan dilakukan dengan cara 4P. Kedua cara analisis ini sangat membantu sekali dalam menganalisa berbagai usaha. Maka dari itu penting bagi pemilik usaha paham akan bauran pemasaran.

Maka dari latar belakang di atas peneliti disini tertarik untuk melakukan melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pemasaran pada Usaha Rumahan Aneka Kue dan Cemilan Khas Banjar Produksi Mama Rian di Kabupaten Banjar”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemasaran syariah pada usaha rumahan “Aneka Kue dan Cemilan Khas Banjar Produksi Mama Rian” yang bergerak dibidang produksi makanan?

2. Bagaimana bauran pemasaran pada usaha “Aneka Kue dan Cemilan Khas Banjar Produksi Mama Rian”?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui gambaran pemasaran syariah usaha “Aneka Kue dan Cemilan Khas Banjar Produksi Mama Rian.”
2. Untuk mengetahui bagaimana bauran pemasaran pada usaha rumahan yang dijalankan oleh pemilik usaha “Aneka Kue dan Cemilan Khas Banjar.

Adapun kegunaan penelitian ini:

1. Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan perkuliahan pada program (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah pada Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
2. Sebagai sumbangan pemikiran dalam khazanah ilmu pengetahuan dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur skripsi tentang Ekonomi Syariah di Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.
3. Pengembangan disiplin ilmu yang dimiliki penulis selama berada di bangku kuliah.

D. Signifikansi Penelitian

Dalam hasil penelitian ini agar mampu memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada sektor yang diteliti yaitu:

1. Berguna bagi pemilik usaha industri rumahan sebagai pengambilan keputusan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat yang ada di Desa Mali-Mali.
2. Bagi peneliti lain diharapkan dapat menjadi inspirasi untuk penelitian selanjutnya, khususnya dalam meningkatkan ekonomi masyarakat di sektor industri rumahan.

3. Bagi penulis berguna untuk menerapkan ilmu yang diperoleh pada waktu studi.

E. Definisi Operasional

Agar penulis lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan maka penulis memberi batasan permasalahan pada:

1. Pemasaran di dalam KBBI adalah: proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan. Pemasaran yang di maksud disini adalah pemasaran pada “Usaha Rumahan Aneka Kue dan Cemilan Khas Banjar Produksi Mama Rian”.
2. *Home Industri* di dalam kamus KBBI adalah usaha atau industri yang di lakukan di rumah. Home berarti rumah, tempat tinggal ataupun kampong halaman. Sedangkan industry dapat diartikan kerajinan, usaha, produk barang dan ataupun perusahaan. Singkatnya home industry adalah rumah usaha produksi barang atau juga perusahaan kecil. Adapun *Home Industri* yang di maksud adalah pada “Usaha Rumahan Aneka Kue dan Cemilan Khas Banjar Produksi Mama Rian”.

F. Kajian Pustaka

Untuk menghindari kesalahan dan memperjelas permasalahan yang peneliti angkat, maka diperlukan kajian pustaka untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian yang telah ada. Berikut ini penelitian sejenis yang telah diteliti, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Aidil Fitra (2013) Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru Riau, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Program Study Ekonomi Islam, pada tahun 2013 dengan Judul Skripsi “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Rumahan (*Home Industry*) dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat di Kecamatan Kampang Timur”, Perbedaan penelitian ini adalah: “Tinjauan Ekonomi

Islam Terhadap Usaha Rumahan (*Home Industry*) dalam meningkatkan ekonomi masyarakat di Kecamatan Kampang Timur. ”. Sedangkan yang penulis buat adalah: “Analisis Pemasaran Usaha Rumahan Aneka Kue dan Cemilan Khas Banjar Produksi Mama Rian di Kabupaten Banjar”. Sedangkan persamaannya adalah: sama-sama membahas tentang usaha rumahan (*Home Industri*) (Aidil Fitra:2013).

2. Penelitian yang dilakukan oleh Putry Rezky Amalia (2014) Mahasiswi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam pada tahun 2014 dengan Judul Skripsi “Manajemen Produksi *Home Industri* Persepektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di *Home Industri* Mawar Batik Desa Bentar Sari Kecamatan Salem Kabupaten Brebes)”. Sedangkan yang penulis buat adalah “Analisis Pemasaran Usaha Rumahan Aneka Kue dan Cemilan Khas Banjar Produksi Mama Rian di Kabupaten Banjar”. Perbedaannya terletak pada wilayah atau tempat yang diteliti dan juga pada judul serta permasalahan yang diteliti. Persamaannya penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang usaha rumahan (*Home Industri*). (Putry Rezky Amalia:2014)

G. Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan penelitian dan penulisan skripsi maka penulis akan memberikan Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan:

Pada Bab ini akan dibahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian pustaka dan sistematika penelitian.

Bab II Landasan Teori :

Pada Bab ini akan diuraikan mengenai gambaran umum apa itu arti pemasaran secara teori beserta bagian-bagian pemasaran.

Bab III Metode Penelitian :

Pada Bab III ini membahas tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan dan teknik analisis data.

Bab IV Laporan hasil penelitian :

Pada Bab ini membahas bagaimana perkembangan pemasaran usaha rumahan khususnya pada usaha rumahan yang bernama “Aneka Kue dan Cemilan Khas Kabupaten Banjar Produksi Mama Rian”, faktor pendukung dan penghambat usaha rumahan (*Home Industri*).

Bab V Penutup :

Pada Bab ini berisi tentang uraian kesimpulan. berdasarkan hasil analisis data dan penelitian. Pada bab ini penulis juga akan memberikan beberapa saran-saran.

