

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Islam memandang bahwa bumi dan segala isinya merupakan amanah Allah kepada sang khalifah agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan manusia. (Antonio, 2010, hal. 3) Manusia adalah makhluk Allah SWT yang paling sempurna, tetapi manusia tidak dapat hidup sendiri di bumi ini, melainkan manusia harus hidup bermasyarakat, dan tolong-menolong antara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya. Itulah sebabnya manusia disebut makhluk sosial, karena setiap manusia harus memberikan andilnya kepada orang lain agar terciptanya kesejahteraan di masyarakat. Islam mengartikan ‘kesejahteraan’ dengan istilah *falah* yang bermakna kesejahteraan holistik dan seimbang antara dimensi material dengan spiritual, individu dengan sosial, serta kesejahteraan di kehidupan dunia dan di akhirat. Kesejahteraan dunia dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang memberikan kenikmatan dunia. Sedangkan kesejahteraan di akhirat dapat diartikan dengan kenikmatan yang akan diperoleh setelah kematian. (Sukirno, 2010, hal. 14)

Sebuah kesejahteraan tentunya akan tercapai apabila terpenuhinya kebutuhan manusia, baik itu kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder. Dalam Islam melalui *nas-nas* Alquraan dan Sunnah, Allah menganjurkan manusia untuk melakukan usaha demi memenuhi kebutuhan hidupnya.

Sebagaimana dijelaskan dalam Q.S Al-jumu.ah/62: 10:

فَإِذَا فُضِّيتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”. (RI, 1998, hal. 442).

Pada ayat di atas dijelaskan bahwa apabila telah ditunaikan shalat maka segeralah mencari karunia Allah , kembali kepada kegiatan masing-masing untuk mencari rezki yang halal dan baik yang salah satu bentuknya adalah dengan cara mendirikan usaha (bisnis). Kodrat manusia diciptakan sebagai makhluk yang bergelut di bidang ekonomi, baik secara personal maupun kolektif, dalam memenuhi kebutuhan hidup, yang pada satu sisi tidak terbatas dan pada sisi lain dihadapkan pada sumber-sumber terbatas.

Islam sebagai agama yang ajarannya rahmatan lil’alamin, pada dasarnya membuka peluang bagi pemeluknya untuk mengembangkan usaha dibidang perekonomian, lebih-lebih menyangkut perekonomian umat, dan dapat saling tolong menolong. Firman Allah Q.S. Al-Maidah/5: 2:

..... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ

شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.

Untuk teraplikasinya konsep tolong-menolong tersebut, salah satu caranya adalah dalam pembangunan ekonomi dan bisnis umat Islam yang harus dilaksanakan oleh para pelaku ekonomi yang tidak hanya profesional dalam teknologi bisnis dan manajemen usahanya, tetapi juga harus memahami dan menguasai prinsip-prinsip muamalah karena itu ekonomi sebagai salah satu aspek kehidupan tentu juga sudah diatur dalam Islam. Suatu sistem yang dapat digunakan sebagai panduan bagi manusia dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Suatu sistem yang garis besarnya diatur dalam Alquraan dan sunnah. (Keraf, 2012, hal. 48)

Di era globalisasi seperti sekarang ini berdampak pada dunia bisnis yang mengalami kemajuan pesat. Persaingan bisnis terus mengalami perkembangan dan usaha-usaha baru mulai bermunculan, serta banyaknya inovasi bisnis baru memperlihatkan kemajuan perekonomian. Di Indonesia persaingan di dalam dunia bisnis semakin ketat dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi, konsumen atau pelanggan mempunyai informasi yang lengkap mengenai alternatif pilihan jasa yang akan digunakan. Sehingga terjadi persaingan antar pembisnis untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan. Situasi seperti ini, menuntut para pelaku bisnis untuk merumuskan sekaligus menerapkan strategi-strategi bisnis agar tidak hanya dapat bertahan dan mengembangkan bisnis yang dijalani namun juga dapat bersaing. Pelaku bisnis harus memiliki keunggulan strategi agar dapat merebut dan menguasai pangsa pasar yang ada, untuk itu strategi menjadi kunci dari pencapaian keunggulan bersaing dan keberhasilan sebuah bisnis.

Strategi adalah rencana manajer yang berskala besar dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi juga sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Kedua pengertian tersebut dapat disatukan dan disimpulkan bahwa suatu strategi merupakan rencana jangka panjang yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan dengan memperhatikan lingkungan perusahaan, baik secara internal maupun eksternal untuk memperoleh keunggulan bersaing. Penyusunan strategi memerlukan tahapan-tahapan, ada enam tahapan umum yang perlu diperhatikan dalam merumuskan suatu strategi, yaitu: 1) Seleksi yang mendasar dan kritis terhadap permasalahan. 2) Menetapkan tujuan dasar dan sasaran strategi. 3) Menyusun perencanaan tindakan (*Action Plan*). 4) Menyusun rencana pemberdayaan. 5) Mempertimbangkan keunggulan. 6) Mempertimbangkan keberlanjutan. Dalam hal ini yang dikatakan strategi apabila pengelola mampu mengoptimalkan pekerjaan, jasa, cangkupan, keandalan kerja, hingga menjamin jasa usaha tersebut berkualitas dapat dipercaya dan tidak menciptakan suatu hal yang akan merugikan pelanggan. (Santoso, 2011, hal. 11).

Didalam sebuah bisnis tidak hanya memerlukan sebuah strategi namun juga harus ada pengelolaan yang baik agar berjalannya sebuah strategi yang disusun oleh seorang manajer. Pengelolaan adalah suatu rangkaian kegiatan yang berintikan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang bertujuan menggali dan memanfaatkan sumberdaya alam yang dimiliki secara efektif untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan. Pengelola jasa harus dapat mengantisipasi kecenderungan persaingan dengan perusahaan lain

bergerak di bidang jasa yang sama. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan, serta memberikan dan menjaga kualitas pelayanan demi kepuasan pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya salah satu tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas dan kepercayaan pelanggan. Hal ini memacu para pengusaha pengelola jasa untuk tetap menjaga kualitas pelayanan dan barang agar dapat mempertahankan kepuasan dan kepercayaan pelanggan dalam jasa yang diberikan.

Menurut data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada tahun 2017 tumbuh sebesar 5,07 persen lebih tinggi dibanding pencapaian tahun 2016 yaitu sebesar 5,03 persen. Pertumbuhan tertinggi dicapai oleh perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu sebesar 9,25 persen (BPS, 2018).

Data tersebut menunjukkan cukup ketatnya persaingan bisnis yang bergerak dibidang jasa. Salah satu persaingan bisnis yang cukup ketat yaitu terjadi pada bisnis yang bergerak dibidang jasa penyewaan tenda dan peralatan pesta. Perkembangan bisnis pada bidang jasa penyewaan tenda dan peralatan pesta pesat karena permintaan konsumen yang terus meningkat di berbagai kota khususnya di provinsi Kalimantan Selatan. Sebagian orang memilih berbisnis dibidang jasa penyewaan tenda dan peralatan pesta ini karena bisnis tersebut dianggap cukup menguntungkan, karena pada dasarnya setiap orang yang akan mengadakan suatu pesta atau acara lainnya akan membutuhkan jasa ini.

Salah satu bisnis di bidang jasa penyewaan tenda dan peralatan pesta yang ada di Banjarmasin adalah 3R Tenda. 3R Tenda merupakan bisnis milik

perorangan yang didirikan oleh Bapak H. Poniran pada tahun 2007. 3R Tenda beralamat di Jl. Amd raya Alalak Utara komplek Muhajirin Rt 10, Kecamatan Banjarmasin Utara, Provinsi Kalimantan Selatan. Bisnis ini mengalami perkembangan dari tahun ke tahun dari jumlah karyawan yang awal mulanya berjumlah 4 orang sampai sekarang berjumlah 7 orang. Adapun tugas tugas karyawan di 3R Tenda; 1 orang supir, 5 orang pemasang tenda dan berbagai macam tugas lainnya, dan 1 orang laundry atau yang bertugas mencuci yang berbahan kain seperti pelapon tenda, tirai tenda, taplak meja, sarung kursi. Dan juga dari segi jumlah unit tenda maupun peralatan pesta semuanya mengalami penambahan. Berikut ini adalah tabel daftar harga dan jumlah unit yang tersedia di 3R Tenda.

Tabel 1.1 Daftar harga dan jumlah unit produk yang ada di 3R Tenda

NO	NAMA BARANG	HARGA (Rp)	JUMLAH UNIT
1	Tenda biasa	100.000	7
2	Tenda pelapon balon	200.000	5
3	Tenda 4x6	150.000	30
4	Tenda 6x6	300.000	5
5	Tenda 6x8	400.000	5
6	Panggung 3x4	500.000	10
7	Panggung 4x6	800.000	5
8	Panggung 6x8	1.500.000	2
9	Meja makan persegi	12.000	100
10	Meja makan bundar	30.000	18
11	Meja saji	40.000	35
12	Meja saji joglo	50.000	8
13	Kursi	2000	600

14	Sarung kursi	5000	600
15	Kipas angin embun	250.000	10
16	Piring/lusin	12.000	100
17	Mangkok/lusin	8000	30
18	Sendok/garpu	5000	100
19	Soblokan	50.000	2
20	Termos nasi	25.000	10
21	Kain pelindung / Tabir	30.000	10

Sumber: Wawancara langsung pemilik usaha.

Tabel di atas menunjukkan harga dan jumlah produk yang dimiliki oleh 3R Tenda, dengan adanya rincian tabel diatas menunjukkan bahwa produk yang disewakan 3R Tenda tidak memiliki pengelompokkan prduk atau jenis paket sewa, sehingga penyewa bebas menyewa produk apa saja yang diinginkan dengan jumlah yang tidak dibatasi oleh perusahaan.

Dengan rincian jumlah dan daftar harga tersebut 3R Tenda bisa menghasilkan omset ratusan juta pertahunnya, namun hasil itu bisa mengalami kenaikan dan penurunan omset setiap tahunnya. Berikut tabel pendapatan 3R Tenda dalam 3 tahun terakhir.

Tabel 1.2 Omset penjualan 3R Tenda pada tahun 2017-2019

Omset pertahun		
2017	2018	2019
Rp. 190.000.000	Rp. 179.000.000	Rp.173.000.000

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah pendapatan 3R Tenda mengalami penurunan pada tiga periode terakhir, hal ini menjadi bahan kajian bagi 3R Tenda untuk mengevaluasi strategi bisnis yang telah diterapkan. 3R Tenda dapat mengetahui penyebab menurunnya jumlah pelanggan serta membenahi strategi yang digunakan untuk meningkatkan kembali penjualan jasanya. Jika 3R Tenda tetap mengabaikan fakta yang saat ini terjadi, maka kemungkinan besar akan terjadi penurunan yang berkelanjutan pada tahun-tahun berikutnya. Oleh karena itu berbagai macam strategi telah diterapkan pada 3R Tenda untuk dapat merebut dan menarik perhatian pelanggan serta dapat mengimbangi persaingan yang cukup ketat dalam bisnis ini, dikarenakan mulai banyaknya pesaing yang menawarkan jasa sejenis dengan kualitas yang lebih baik. Berikut adalah daftar pesaing sekitaran wilayah 3R Tenda :

Tabel 1.3 Daftar Nama Pesaing 3R Tenda di Kecamatan Banjarmasin Utara Tahun 2020

No	Nama usaha	Alamat
1	Fendy Tenda	Jl. Hksn Rt 17 no 38, Banjarmasin
2	Sukses Tenda	Jl. Hksn Rt 19, Banjarmasin
3	Audy Tenda	Jl. Tanjung, perumahan kayutangi, Banjarmasin
4	Asir Tenda	Jl. Alalak tengah Rt15, Banjarmasin

Beberapa pesaing terdekat di wilayah 3R Tenda antara lain Fendy Tenda, Sukses Tenda, Audy Tenda, Asir Tenda. Semua pesaing 3R Tenda ini yang gudangnya tidak jauh dari 3R Tenda yaitu hanya berjarak 7km sampai 10km dari gudang 3R Tenda. Namu kata bapak H. Poniran selaku pemilik 3R Tenda “*Kami para pemilik usaha sewa tenda tidak ada kata bersaing, malah kami semua saling*

membantu satu sama lain jika orderan lagi banyak terus tenda kami tidak mecukupi maka orderannya saya serahkan ke tenda lain. Namun kami bersaing dalam segi kualitas seperti kebersihan, pelayanan yang baik, dan pembaruan selalu kami lakukan.”

Semakin banyaknya bisnis jasa sewa tenda dan peralatan pesta membuat semua pembisnis membutuhkan strategi pengelolaan yang baik sebagai pembeda bisnisnya. Inilah betapa pentingnya strategi dan pengelolaan dalam sebuah usaha bisnis agar bisnis berjalan dengan baik walau banyaknya pesaing terdekat yang sama-sama ingin memberikan yang terbaik kepada pelanggannya, namun dengan adanya strategi pengelolaan yang baik maka kemungkinan besar bisnis akan terus berjalan dengan baik dan pelanggan akan merasa puas atas layanan yang diberikan.

Faktor – faktor pendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas jasa, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan jasa tersebut ternyata kualitas jasanya baik.
2. Harga, untuk pelanggan yang *sensitive*, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
3. *Service quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan yang mempunyai banyak dimensi.
4. *Emotional Factor*, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional factor yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

5. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila *relative* mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan (Juwandi, 2011, hal. 70).

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan menurut Gaspersz adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen/pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.
4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan. Orang-orang di bagian penjualan dan periklanan tidak membuat kampanye yang berlebihan melewati tingkat ekspektasi pelanggan (Juwandi, 2011, hal. 72).

Kriteria 3R Tenda yang dituju meliputi berpengalaman lebih dari 10 tahun, memiliki pelanggan tetap, komitmen pekerjaan dalam memenuhi harapan pelanggan, dapat diandalkan mengerti kebutuhan pelanggan, memberi kemudahan dalam memenuhi permintaan jasa didukung dengan pelayanan mulai dari dekorasi tenda yang bagus, rapi, bersih dan kelengkapan barang yang diperlukan sehingga pelanggan merasa puas.

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan yaitu dengan adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian persepsi atas harapan pelanggan dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan, adanya kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan pelanggan (Sunyoto, 2012, hal. 236).

Penelitian ini menjadi fokus penelitian adalah strategi pengelola jasa usaha sewa tenda dan yang menjadi sub fokus penelitian ini adalah strategi menjaga kualitas pelayanan dan strategi menjaga kepuasan pelanggan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian jasa usaha sewa tenda perlu dilakukan guna memberikan informasi dan pelayanan akan tetap konsisten diberikan sesuai dengan harapan pelanggan dan juga berguna untuk pengelola usaha jasa sewa tenda menjaga kualitas pelayanan dan tetap dapat memberikan kepuasan pelanggan apabila terjadi kesalahan baik disengaja maupun tidak disengaja.

Untuk mengetahui strategi bisnis yang tepat untuk diterapkan pada jasa penyewaan tenda dan peralatan pesta 3R Tenda dalam mengembangkan bisnisnya, serta strategi apa yang harus dilakukan dalam menghadapi pesaing dan meningkatkan jumlah pelanggan maka perlu penelitian yang hasilnya akan dituangkan dalam sebuah karya ilmiah yang berbentuk skripsi yang berjudul **“Strategi pengelolaan usaha jasa sewa tenda pada 3R Tenda Banjarmasin”**.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana cara strategi pengelolaan usaha jasa 3R Tenda Banjarmasin untuk menjaga kualitas pelayanan.
2. Strategi bisnis apakah yang paling tepat dilakukan 3R Tenda Banjarmasin dalam menghadapi pesaing.

C. TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan pertanyaan yang sudah disebutkan dalam rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui strategi bisnis apakah yang paling tepat dilakukan 3R Tenda Banjarmasin dalam menghadapi pesaing.
2. Untuk mengetahui strategi pengelolaan usaha jasa 3R Tenda Banjarmasin untuk menerapkan strategi dalam hal menjaga kualitas pelayanan.

D. SIGNIFIKANSI PENELITIAN

Penelitian diharapkan baik untuk sekarang maupun dimasa yang akan datang hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk:

1. Bahan untuk menambah memperluas pengetahuan seputar permasalahan yang diteliti, baik bagi penulis sendiri maupun pihak lain yang ingin mengetahui secara mendalam tentang permasalahan tersebut.
2. Menjadi bahan informasi bagi kalangan masyarakat umum dan pihak-pihak yang berkepentingan.
3. Bahan untuk menambah khazanah literatur perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.

E. DEFINISI OPERASIONAL

Untuk mendapat gambaran yang jelas dan menghindari kesalah pahaman pembaca dalam meartikan judul serta permasalahan yang akan diteliti maka penulis memandang perlu untuk menyatakan secara tegas dan terperinci maksud dari judul: **Strategi pengelolaan usaha jasa sewa tenda pada 3R Tenda Banjarmasin** sebagai berikut:

1. Strategi diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi yang dimaksud disini adalah rencana untuk mengelola usaha 3R Tenda. (Nasional, 2008, hal. 1340)
2. Pengelolaan adalah proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan. (Pratama, 2012, hal. 12) Pengelolaan yang dimaksud disini adalah cara mengelola usaha jasa sewa dengan menggunakan berbagai macam strategi pengelolaan alternatif dari hasil penelitian ini dan dari berbagai strategi pengelolaan alternatif tersebut akan menghasilkan prioritas strategi

pengelolaan yang tepat untuk diterapkan pada usaha jasa sewa tenda pada 3R Tenda Banjarmasin.

3. Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. (Rambat, 2014, hal. 47)

4. Usaha yaitu kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud, pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu. (Nasional, 2008, hal. 1254) Usaha yang dimaksud disini adalah usaha jasa sewa 3R Tenda.

F. KAJIAN PUSTAKA

Berdasarkan pada penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang penulis lakukan, berkaitan dengan pengelolaan maka telah ditemukan peneliti sebelumnya yang mengkaji tentang persoalan pengelolaan peneliti yang dimaksud yaitu :

Tabel 1.4 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu

PENELITIAN TERDAHULU	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1. Muhammad Nasrullah (2016) jurusan Ekonomi Syariah, dengan skripsi yang berjudul, "Manajemen Pengelolaan Jasa Logistik Pada PT. Cipta Krida Bahari (CKB) Banjarmasin (Perspektif Ekonomi Islam)". Peneliti ini membahas tentang bagaimana perusahaan mempertahankan usahanya agar tetap eksis dalam bersaing dan tetap menjadi pilihan pelanggan.	Persamaan peneliti Muhammad Nasrullah dengan peneliti adalah sama-sama membahas tentang Manajemen Pengelolaan Jasa.	Perbedaan penelitian Muhammad Nasrullah dengan peneliti adalah Muhammad Nasrullah meneliti tentang jasa logistik di PT. CiptaKrida Bahari sedangkan peneliti meneliti tentang pengelolaan usaha jasa sewa tenda pada 3R Tenda Banjarmasin.

<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen pengelolaan yang ada di PT. Cipta Krida Bahari Banjarmasin, kendala yang dihadapi, dan bagaimana pandangan perspektif ekonomi Islam.</p>		
<p>2. Nurul Aida (2017) jurusan Ekonomi Syariah, dengan skripsi yang berjudul, "Strategi Pengelolaan Usaha Fotokopi Cahaya di Banjarmasin". Peneliti ini membahas tentang strategi pengelolaan yang dilakukan oleh Fotokopi Cahaya untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada strategi pengelolaan usaha Fotokopi Cahaya di Banjarmasin, dan alternatif strategi pengelolaan apa saja serta prioritas strategi pengelolaan apakah yang tepat bagi usaha Fotokopi Cahaya di Banjarmasin.</p>	<p>Persamaan penelitian Nurul Aida dengan peneliti adalah sama-sama membahas tentang Strategi Pengelolaan Jasa.</p>	<p>Perbedaan penelitian Nurul Aida dengan peneliti adalah Nurul Aida meneliti tentang jasa Fotokopi Cahaya di Banjarmasin sedangkan peneliti meneliti tentang pengelolaan usaha jasa sewa tenda pada 3R Tenda Banjarmasin.</p>
<p>3. Muhammad Khusaini (1201150177) jurusan Ekonomi Syariah, dengan skripsi yang berjudul: Strategi Pengembangan Home Industri Di Kota Banjarmasin (Study Kasus Industri Kreatif Miniatur Pohon Dan Bunga). Peneliti ini membahas tentang strategi pengembangan</p>	<p>Persamaan penelitian Muhammad Khusaini dengan peneliti adalah sama-sama membahas tentang strategi untuk sebuah usaha.</p>	<p>Perbedaan penelitian Muhamad Khusaini dengan peneliti adalah Muhammad Khusaini meneliti tentang Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon Dan Bunga di Banjarmasin sedangkan peneliti meneliti tentang</p>

bisnis pada Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon Dan Bunga dan kendala-kendala yang dihadapi dalam menjalankan bisnis Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon Dan Bunga.		strategi pengelolaan usaha jasa sewa tenda pada 3R Tenda Banjarmasin.
---	--	---

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk lebih mudah memahami isi, maka penulis membagi dalam 5 bab, yaitu sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan merupakan bab yang akan menguraikan mengenai latar belakang masalah yang menguraikan alasan 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 merupakan susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II landasan teori yang menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh.

Bab III metode penelitian, terdiri dari jenis, pendekatan, dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, instrumen penelitian, dan prosedur penelitian.

Bab IV laporan penelitian yang berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data, dan analisis data.

Bab V penutup yang terdiri dari simpulan dan saran.