

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih yang terorganisasi dalam mencari laba melalui penyediaan produk atau jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat (Tantri, 2009, hlm. 4). Bisnis tidak terlepas dari aktivitas produksi, pembelian, penjualan, ataupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Aktivitas dalam bisnis umumnya bertujuan untuk menghasilkan laba serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan pelaku bisnis itu sendiri (Fuad, 2000, hlm.1).

Pentingnya pengembangan bisnis bagi setiap perusahaan untuk meningkatkan omzet dan keuntungan ditengah ketatnya persaingan dengan kompetitor yang menjual produk atau jasa yang serupa. Mengingat besarnya ancaman tersebut maka perusahaan harus serius dalam menanggulangi ancaman tersebut apabila ingin bertahan hidup dan berkembang. Sehingga disarankan agar perusahaan berupaya untuk meningkatkan promosi dan daya tarik agar tercapainya tujuan dan profitabilitas perusahaan.

Islam telah mengatur tata cara etika bisnis yang ideal sehingga tidak akan merugikan salah satu pihak atau keduanya dengan berpedoman pada Al-Qur'an dan Sunnah. Menurut Alma Bukhari (2009) konsep Al-Qur'an tentang bisnis sangat komprehensif sehingga parameternya tidak hanya menyangkut dunia, tetapi juga menyangkut akan akhirat. Sehingga Islam sangat

mengedepankan prinsip keseimbangan dan keadilan hak dan kewajiban pada setiap kegiatan bisnis. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al-Isra' (17) ayat 35 yang berbunyi:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: “Sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang paling baik dan paling bagus akibatnya” (Kementrian Agama RI, 2022).

Potong rambut adalah salah satu yang menjadi kebutuhan kaum pria. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, maka hadir jasa potong rambut yang menawarkan potongan hingga perawatan rambut khusus untuk pria. (Alala & Ferdinand, 2016, hlm. 1). Bentuk bisnis layanan potong rambut khusus pria ialah *barbershop*. *Barbershop* adalah sebuah inovasi atau perkembangan dari yang dulunya disebut sebagai tukang cukur (Yudiatma & Triastity, 2015, hlm. 346).

Barbershop menjadi salah satu bisnis yang berkembang saat ini. Perkembangan bisnis *barbershop* tidak terlepas dari meningkatnya kebutuhan gaya hidup kaum pria yang ingin tampilan lebih rapi. *Barbershop* memiliki suasana yang maskulin, dengan desain tempat bertema pria, tukang cukur juga pria dan hanya menerima pelanggan yang pria. Sehingga *barbershop* menciptakan tempat yang nyaman untuk para pria demi memanjakan mahkota kepala tersebut.

Pada observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, terdapat ada tujuh bisnis *barbershop* yang ada di wilayah Kota Amuntai, yaitu dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1. 1 Daftar *Barbershop* di Kota Amuntai

No	Nama Barbershop	Lokasi
1	Classy Barbershop	Jl. Negara Dipa Kelurahan Sungai Malang Kecamatan Amuntai Tengah Kota Amuntai
2	Fight Barbershop	Jl. KH. Ahmad Dahlan RT. 004 No. 062 Kelurahan Murung Sari Kecamatan Amuntai Tengah Kota Amuntai
3	Fyan's Barbershop	Jl. Norman Umar Kelurahan Kebun Sari Kecamatan Amuntai Tengah Kota Amuntai
4	Joe Barbershop	Jl. Pembalah Batung Kelurahan Paliwara Kecamatan Amuntai Tengah Kota Amuntai
5	Lookshard Barberspace	Jl. Norman Umar No. 108 Kelurahan Kebun Sari Kecamatan Amuntai Tengah Kota Amuntai
6	Vertical Barbershop	Jl. Norman Umar Kelurahan Kebun Sari Kecamatan Amuntai Tengah Kota Amuntai
7	ZANS Barbershop	Jl. Bihman Villa Kelurahan Sungai Karias Kecamatan Amuntai Tengah Kota Amuntai

Sumber: Hasil Penelitian, 2022.

Lookshard Barberspace berdiri pada 20 November 2020, dan berlokasi di Jl. Norman Umar No. 108 Kelurahan Kebun Sari, Kecamatan Amuntai Tengah, Kota Amuntai. Lookshard Barberspace adalah *barbershop* dengan konsep studio pertama di Kota Amuntai. Mendirikan bisnis pada tahun 2020 tentunya sangat susah dan sulit berkembang, karena perekonomian Indonesia terkena dampak besar akibat bencana *Covid-19*. Sehingga semua sektor perekonomian menjadi melemah dan para pengusaha kesulitan memasarkan produk mereka.

Lookshard Barberspace menawarkan konsultasi kepada para pelanggan yang masih bingung dengan gaya rambut yang sesuai untuk bentuk kepala mereka. Serta edukasi dan jaminan kualitas pada jasa potongan mereka. Tempat yang nyaman dan tersedianya fasilitas *Wi-Fi* gratis serta tempat santai (*space child*) bagi para pelanggan untuk saling berdiskusi perihal dunia rambut yang menjadi daya tarik tersendiri dalam promosi bisnis mereka.

Dalam aktivitas promosi, Lookshard Barberspace memanfaatkan media sosial *instagram* sebagai salah satu media promosi, karena dengan melihat perkembangan teknologi pada era modern saat ini yang semakin pesat memberikan ruang baru dalam dunia promosi bisnis. Media sosial juga memberikan dampak positif bagi para pelaku bisnis untuk terus berupaya mengembangkan bisnis sehingga mendapatkan daya tarik ke pelanggan melalui promosi dengan informasi atau konten-konten menarik yang ingin disampaikan.

Berikut perbandingan akun *instagram* dari Lookshard Barberspace dengan *barbershop* lain yang ada di Kota Amuntai, yaitu dapat dilihat pada tabel 1.2

Tabel 1. 2 Jumlah Pengikut Instagram *Barbershop* di Kota Amuntai

No	Nama Barbershop	Postingan Pertama	Jumlah Pengikut
1	Fight Barbershop	18 Februari 2017	284
2	Fyan's Barbershop	24 September 2017	449
3	Lookshard Barberspace	11 November 2020	534
4	Vertical Barbershop	28 Juni 2016	533
5	Zans Barbershop	22 Maret 2018	214

Sumber: <https://www.instagram.com>

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat bahwa meski terbilang masih baru Lookshard Barberspace memiliki lebih banyak pengikut *instagram* dibandingkan *barbershop* lainnya yang berada di Kota Amuntai, meski Lookshard Barberspace memiliki 534 pengikut. Sehingga dapat terlihat jelas bahwa target konsumen lebih memilih mendapatkan informasi mengenai Lookshard Barberspace, ketimbang *barbershop* yang lainnya.

Dari latar belakang di atas, maka membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Lookshard Barberspace, yang bertujuan untuk mengetahui pengembangan teknik promosi serta daya tarik Lookshard Barberspace di Kota Amuntai.

Kemudian hasil dari penelitian ini akan dimasukkan ke dalam bentuk skripsi yang berjudul:

“Upaya Pengembangan Teknik Promosi dan Daya Tarik Lookshard Barberspace Amuntai Ditinjau Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya pengembangan teknik promosi dan daya tarik Lookshard Barberspace berdasarkan perspektif etika bisnis Islam?
2. Apa kendala yang dialami Lookshard Barberspace dalam mengembangkan bisnis?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana upaya pengembangan teknik promosi dan daya tarik Lookshard Barberspace berdasarkan perspektif etika bisnis Islam.
2. Untuk mengetahui kendala yang dialami Lookshard Barberspace dalam mengembangkan bisnis.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan tentang etika bisnis Islam, khususnya terkait pengembangan teknik promosi dan daya tarik Lookshard Barberspace di Kota Amuntai.
 - b. Sebagai bahan acuan untuk penelitian akan datang terkait pengembangan teknik promosi dan daya tarik Lookshard Barberspace ditinjau berdasarkan perspektif etika bisnis dalam Islam.
2. Manfaat Praktis
 - a. Dapat mengetahui upaya pengembangan teknik promosi dan daya tarik Lookshard Barberspace ditinjau berdasarkan perspektif etika bisnis dalam Islam.
 - b. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan oleh Lookshard Barberspace terkait pengembangan teknik promosi dan daya tarik dalam tinjauan etika bisnis Islam.

E. Definisi Operasional

Agar menghindari perbedaan pandangan dalam memahami penelitian ini, maka penulis memberikan batasan istilah dan penegasan pada judul penelitian melalui definisi operasional sebagai berikut:

1. Promosi ialah segala cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung atau tidak langsung terhadap suatu produk atau merek yang dijual (Kotler & Keller, 2009).
2. Daya tarik ialah segala sesuatu yang ditawarkan, dicari, dibeli, dan dikonsumsi oleh pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar (Tjiptono, 2006, hlm. 95).
3. Barberspace adalah nama salon khusus untuk para laki-laki. Kata Barberspace dikhususkan untuk *barbershop* yang mengusung konsep studio dan *chill space*. Lookshard Barberspace berlokasi di Jl. Norman Umar No. 108 Kelurahan Kebun Sari Kecamatan Amuntai Tengah Kota Amuntai. Kegiatan usaha pada Barbeshop ini tidak hanya terfokus pada potong rambut atau *hair cut* saja, tetapi tersedia juga layanan *hair styling product, hair wash, collagen eye mask, dan conditioner*.
4. Etika Bisnis Islam ialah prinsip umum tentang moral dan kode etik bisnis sesuai dengan aturan umum yang diterapkan dalam syariat Islam berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits yang harus dipatuhi oleh pelaku bisnis pada seluruh aktivitas bisnis yang dilakukan.

F. Penelitian Terdahulu

Berikut hasil dari beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengembangan promosi dan daya tarik bisnis, yaitu:

1. Lutfiyanto, Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016. Dengan judul

skripsi “*Pengembangan Kewirausahaan Barbershop (Studi Kasus Tiga Pengusaha Barbershop di Kabupaten Sleman D.I. Yogyakarta)*”. Dalam penelitian ini metode yang digunakan peneliti adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini melakukan pengumpulan data berdasarkan kenyataan yang terjadi melalui observasi, dokumentasi dan wawancara. Penelitian dilakukan pada tiga pengusaha *barbershop* di Kabupaten Sleman D.I. Yogyakarta. Hasil penelitian ini mengungkapkan pada tiga pengusaha *barbershop* bahwa dari segi keuangan, keuntungan yang mereka dapat dari bagi hasil dengan karyawan, dan dari hasil penjualan produk. Dan mendapat kepercayaan dari masyarakat, karena hasil kualitas potongannya yang bagus dan telaten. Serta cukup dengan modal awal, hasil yang didapatkan menjadi berlipat-lipat. Persamaan penelitian yang dilakukan Lutfiyanti dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini berada pada pengembangan bisnis *barbershop*. Terdapat persamaan penelitian yang dilakukan Lutfiyanto dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini yang sama membahas pengembangan bisnis dan subjek penelitian pada *barbershop*. Perbedaan penelitian yang dilakukan Lutfiyanto dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini berada pada judul dari penelitian Lutfiyanto membahas pengembangan kewirausahaan *barbershop* dengan studi kasus pada tiga pengusaha *barbershop*, Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti fokus membahas mengenai upaya pengembangan teknik promosi dan daya tarik *barberspace* yang didalamnya Lutfiyanto membahas tentang strategi, faktor pendukung dan

penghambat upaya pengembangan oleh tiga pengusaha *barbershop*, sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti membahas tentang teknik promosi, daya tarik dan kendala *barberspace* yang ditinjau dalam perspektif etika bisnis Islam.

2. Andi Arapa, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2019. Dengan judul skripsi “*Strategi Promosi Boediman JR Barbershop Yogyakarta Dalam Upaya Meningkatkan Konsumen Melalui Media Instagram Tahun 2017*”. Dalam penelitian ini metode yang digunakan peneliti adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam tahap bauran promosi Boediman jr barbershop menggunakan dua unsur bauran promosi yaitu promosi penjualan (*sales promotion*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Kemudian pada tahap terakhir adalah evaluasi, dalam tahap ini Boediman jr barbershop memanfaatkan fitur *consumer insight*, yang mana perusahaan dapat melihat analisis statistik sehingga Boediman jr barbershop dapat melihat perkembangan kegiatan promosi dari media *instagram*. Terdapat persamaan penelitian yang dilakukan Andi Arapa dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini yang membahas promosi dan subjek penelitian pada *barbershop*. Perbedaan penelitian yang dilakukan Andi Arapa dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini berada pada fokus dari penelitian Andi Arapa membahas strategi promosi *barbershop* dalam upaya meningkatkan

konsumen melalui media *instagram*, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti fokus membahas mengenai upaya pengembangan teknik promosi dan daya tarik *barberspace* yang didalamnya Andi Arapa membahas tentang strategi promosi dan faktor pendukung dan penghambat usaha *barbershop*, sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti membahas tentang teknik promosi, daya tarik dan kendala *barberspace* yang ditinjau dalam perspektif etika bisnis Islam.

3. Ryan Prasetyo, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2020. Dengan judul skripsi "*Praktik Jasa Barbershop Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Pasar Kotagajah)*". Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa praktik jasa barbershop di Pasar Kotagajah tidak sepenuhnya dilakukan berdasarkan prinsip ekonomi syariah. Praktik yang dilakukan Praktik yang terjadi di barbershop Pasar Kotagajah tidak sesuai dengan prinsip jasa dalam hukum ekonomi syariah, yakni tidak profesional dalam menjalankan profesinya sebagai *barberman*, dan juga tidak memiliki etos kerja yang baik. Sebagaimana diketahui bahwa profesionalitas yang sesuai dengan profesinya serta etos kerja tinggi merupakan tolok ukur yang sangat penting dalam menjalankan usaha sesuai dengan hukum ekonomi syariah. Adanya barberman yang tidak mampu memotong rambut sesuai keinginan pelanggan mengakibatkan

kekecewaan tersendiri bagi pelanggan. Hal ini merupakan bentuk ketidakprofesionalan barberman dalam mengelola usaha potong rambut yang dijalaninya. Apabila hal ini tetap berlanjut bukan tidak mungkin pelanggan yang tadinya loyal kepada barbershop akan enggan lagi mencukurkan rambutnya di tempat yang sama. Terdapat persamaan penelitian yang dilakukan Ryan Prasetyo dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini yaitu pada subjek penelitian *barbershop*. Perbedaan penelitian yang dilakukan Ryan Prasetyo dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini berada pada judul dari penelitian Ryan Prasetyo membahas praktik jasa *barbershop* perspektif hukum ekonomi syariah sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti fokus membahas mengenai upaya pengembangan teknik promosi dan daya tarik *barberspace* yang didalamnya Ryan Prasetyo membahas mengenai perspektif hukum ekonomi syariah sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti membahas mengenai teknik promosi, daya tarik dan kendala *barberspace* yang ditinjau dalam perspektif etika bisnis Islam.

G. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun dalam lima bab, dengan sistematika penulisan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, Bab ini merupakan pendahuluan yang menjelaskan mengenai hal-hal pokok dalam penelitian yang berisi latar belakang masalah,

rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, definisi operasional dan sistematika pembahasan.

BAB II Teori Tentang Promosi, Daya Tarik, Etika Bisnis, Etika Bisnis Islam dan Manajemen Kendala. Dalam bab ini dijabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku dan literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Yakni teori tentang Promosi, Daya Tarik, Etika Bisnis, Etika Bisnis Islam dan Manajemen Kendala.

BAB III Metode Penelitian, bab ini meliputi jenis, pendekatan dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengambilan data, dan teknik pengolahan data.

BAB IV Laporan Hasil Penelitian, bab ini berisi tentang penyajian data dari hasil wawancara, dan analisis data yang beracuan dari bab tiga. Analisis data inilah yang menjadi hasil atas jawaban dari rumusan masalah pada penelitian ini.

BAB V Penutup, dalam bab ini peneliti memberikan kesimpulan terhadap permasalahan yang telah dibahas dalam uraian sebelumnya, selanjutnya akan dikemukakan beberapa saran yang dianggap perlu oleh peneliti.