BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai makhluk yang saling berhubungan baik itu dengan lingkungan maupun kerjasama dengan sesamanya, manusia memiliki kebutuhan yang beragam dan harus dipenuhi. (Lubis, 2000, hal. 3) Islam sebagai agama yang mengajarkan untuk senantiasa bekerja dan juga melakukan berbagai aktivitas bisnis. Ketika berbisnis seseorang bisa menentukan segala hal yang baik baginya dan mendapatkan apa yang diharapkan. (Antonio, 2001, hal. 191) Aktivitas bisnis memiliki tujuan guna memperoleh keridhaan Allah swt. sebagaimana yang dijelaskan dalam Q.S. al-Jumu'ah/62: 10.

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

“Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”. (Kementerian Agama RI, 2010, hal.134)

Secara umum kegiatan bisnis diartikan sebagai segala kegiatan manusia yang berhubungan dengan pembuatan barang maupun jasa hingga melibatkan beberapa hal dan ketergantungan diantara manusia untuk berkehidupan. Secara khusus kegiatan bisnis diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang memiliki tujuan guna memperoleh keuntungan. Bisnis memiliki berbagai jenis seperti pertanian, perdagangan, perkebunan, peternakan, dan sebagainya baik itu produksi barang maupun jasa. Pada masa sekarang peran teknologi sangat banyak dalam kegiatan bisnis. Investasi dalam pemasaran online terus meningkat, seperti beriklan di

media sosial. Namun sejauh ini, sulit untuk mengukur jangkauan dan dampak media sosial pada tujuan utama perusahaan seperti pengembangan penjualan, peristiwa konversi, dan kepuasan pelanggan. (Fiege, Roland, 2012, hal. 204)

Agama Islam menganjurkan setiap manusia untuk melakukan bisnis khususnya berniaga sebagaimana firman Allah swt. dalam Q.S. an-Nisa/4: 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Kementerian Agama RI, 2010, hal. 65)

Agama Islam sebagai agama yang sempurna tentu memberikan pengaturan dalam kehidupan manusia agar terciptanya keseimbangan antara dunia dan akhirat, keseimbangan *hablumminallah* (hubungan kepada Allah) dan *hablumminannas* (hubungan kepada sesama manusia). Untuk memenuhi kehidupan dan juga sebagai makhluk sosial, manusia tentu akan melakukan perbuatan *muamalah* atau perdagangan. Terkait dengan hal ini Islam memberikan ajaran pokok dalam bermuamalah yang menyangkut kedua hubungan tadi. Kadar keimanan seseorang tidak hanya terkait dengan ibadah saja, melainkan juga *muamalah* dan hubungan sosial ekonomi sebagai parameter keimanan.

Ada beberapa prinsip moral bisnis yang diajarkan dalam Islam diantaranya sebagai berikut:

1. Kejujuran dalam timbangan.
2. Barang yang dijual adalah barang halal.

3. Barang yang cacat tidak disembunyikan.
4. Tidak berdusta atau melakukan sumpah palsu.
5. Murah hati.
6. Bersaing secara sehat.
7. Melarang kegiatan riba.
8. Berzakat ketika telah sampai nisab atau haul.

Beberapa prinsip di atas adalah ajaran Islam yang senantiasa diajarkan adalah bermuamalah dengan tujuan untuk mendapatkan keberkahan dalam usaha serta keuntungan dunia dan akhirat. (Mahmud Etal, 2014, hal. 153-154)

Islam memandang bahwa segala sesuatu juga harus dilakukan dengan baik dan benar, rapi, serta teratur. Aktivitas bisnis yang dijalankan harus sesuai dan baik. segala sesuatu tidak boleh dilakukan sembarangan. Inilah salah satu prinsip utama yang diajarkan Islam dalam berbisnis. Kemudian diperlukan manajemen yang hakikatnya adalah perencanaan yang baik dan mantap, memberikan keyakinan serta manfaat besar ketika dilakukan. (Tanjung, 2003, hal. 1-3)

Setiap usaha tentu memerlukan manajemen dan juga strategi yang baik untuk mendapatkan keuntungan. Manajemen strategi dalam Islam tidak hanya dilakukan untuk mendapatkan keuntungan belaka melainkan mendapatkan keberkahan. Oleh karenanya bisnis dalam Islam tidak diperbolehkan dilakukan ketika melanggar ketentuan syariat. Baik itu permodalan, strategi yang digunakan, maupun lainnya tidak boleh melanggar syariat. Ini dikarenakan Islam memiliki norma yang justru mengangkat harkat dan martabat mereka yang berbisnis dengan baik dan benar.

Segala bisnis yang dilakukan harus berlandaskan pada manajemen strategi yang baik, ini memperhatikan manajemen strategi tersebut dapat menjadikan bisnis berkembang bahkan maju. Manajemen strategi merupakan pengetahuan akan cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi tersebut berfokus pada manajemen yang dibuat, produksi, pemasaran, pengembangan perusahaan, keuangan dan lain-lain. (David, 2011, hal. 5)

Sebuah perusahaan tentu memiliki tujuan dasar dalam hal perencanaan hingga pengendalian segala aktivitas yang ada di perusahaan. Tujuan tersebut dibuat untuk menjadi jalan dalam membuat setiap kebijakan dan langkah, meningkatkan efisiensi pelaksanaan kerja hingga *performance appraisal*. Ketika tidak adanya tujuan yang efektif dan juga manajemen yang baik maka perusahaan justru akan terjerumus ke arah yang berbeda-beda. (Yatminiwati, 2019, hal. 7)

Untuk mengimplementasikan manajemen strategi yang digunakan dalam sebuah perusahaan perlu adanya strategi yang tepat dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). (Aditya, et.al, 2020, hal. 30) Analisis SWOT sudah menjadi alat yang umum digunakan dalam perencanaan strategis, namun tetap merupakan alat yang efektif dalam menempatkan potensi institusi. SWOT dapat dibagi ke dalam dua elemen yaitu analisis internal yang berkonsentrasi pada institusi itu sendiri, dan analisa eksternal atau lingkungan tempat sebuah institusi beroperasi. (Maimunah et.al, 2020, hal. 198)

Di zaman seperti sekarang ini semua orang sudah menggunakan bermacam macam jenis kendaraan dan banyak juga yang menjual suku cadang kendaraan tersebut, setiap penjual suku cadang sudah pasti memiliki strategi masing-masing untuk menarik konsumen yang lebih banyak agar penjualan meningkat, seperti halnya Toko Lovtha Motor merupakan suatu bisnis yang bergerak dibidang penjualan produk suku cadang mobil atau *spare part* mobil.

Spare part yang kerap kali disebut dengan suku cadang adalah alat yang mendukung keperluan untuk kendaraan khususnya mobil bahkan hal yang mendukung dalam produksi mobil itu sendiri. *Spare part* merupakan hal yang mendukung produksi dalam dunia usaha. Ada banyak ragam *spare part* mobil seperti kanvas rem, kopling, filter, busi, dan masih banyak lagi. Bahkan dari setiap bagian mobil memiliki jenis *spare part* yang berbeda-beda. (Lifepal, 2021)

Berdasarkan observasi saya pada tanggal 20 September 2021 berpusat di kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut. Bisnis tersebut sudah berdiri pada tahun 1999 Memiliki 2 karyawan dan merupakan suatu bisnis perseorangan. Setiap dalam suatu bisnis perlu adanya menerapkan dan mengembangkan kemampuan manajemen guna mencapai tujuan yang diinginkan dengan mengarahkan segenap potensi dan strategi serta taktik yang tepat untuk di aplikasikan termasuk Toko Lovtha Motor, sudah menerapkan manajemen strategi yang sederhana pada bisnisnya seperti penjualan, dan pembukuan sederhana yang telah dijalankan bertahun-tahun sehingga berkembangnya bisnis tersebut. Maka dari itu manajemen strategi usaha di dalam suatu bisnis sangat berperan penting bagi kemajuan bisnis itu sendiri, tanpa adanya manajemen dan strategi pada suatu

bisnis pasti tidak akan berjalan lama bisnis tersebut. Oleh karena itu, bisnis ini harus memiliki manajemen strategi usaha yang efektif, dan efisien.

Berdasarkan pada uraian diatas maka menjadi inspirasi bagi penulis untuk meneliti lebih lanjut bisnis Toko Lovtha Motor yang berada di Pelaihari. Yang penulis beri judul **“Manajemen Strategi Usaha *Spare Part* Mobil Pada Toko Lovtha Motor Pelaihari Ditinjau Dari Ekonomi Islam”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana manajemen strategi usaha *spare part* mobil pada Toko Lovtha Motor Pelaihari ditinjau dari analisis SWOT?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi Toko Lovtha Motor Pelaihari dalam menerapkan manajemen strategi?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah penelitian di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui tentang strategi manajemen usaha *spare part* mobil pada toko lovtha motor pelaihari ditinjau dari analisis SWOT.
2. Mengetahui faktor yang mempengaruhi Toko Lovtha Motor Pelaihari dalam menerapkan manajemen strategi.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat kepada dua hal sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah pengetahuan mengenai manajemen strategi usaha *spare parts*.
 - b. Memberikan tambahan literatur bagi Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Secara Praktis
 - a. Sebagai bahan rujukan atau referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengerjakan tugas akhir.
 - b. Menjadi rujukan bagi pengusaha *spare parts* khususnya Lovtha Motor Pelaihari dalam mengembangkan bisnis.

E. Definisi Operasional

Guna membatasi penelitian agar lebih terarah, maka dibuat beberapa definisi operasional atau definisi istilah sebagai berikut:

1. Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan aktivitas untuk memberikan keputusan yang diatur oleh pengusaha dan dijalankan oleh seluruh karyawan guna mencapai tujuan bersama yang telah disusun dan ditetapkan. (Rahmat, 2014, hal. 14) Manajemen strategi pada penelitian ini ialah manajemen strategi Toko Lovtha Motor Pelaihari dalam mengembangkan usaha *spare part*.

2. Ekonomi Islam

Ilmu ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. (Manan, 1980, hal. 3) Ekonomi Islam pada penelitian ini ialah tinjauan ekonomi yang didasari pada nilai keislaman pada sebuah manajemen strategi.

F. Kajian Pustaka

Sebelum penelitian dilakukan, perlu kiranya membandingkan penelitian ini dengan penelitian terdahulu untuk menilai dan menunjukkan bahwa penelitian ini termasuk penelitian yang ilmiah dan berbeda.

1. Skripsi yang ditulis oleh Lisa Gusmita Sari (2017) dengan judul “Manajemen Strategi Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Hotel Desa Puri Syariah Yogyakarta)”. Penelitian yang dilakukan berfokus pada strategi komunikasi pemasaran dan juga *branding*. Diketahui bahwa untuk melakukan manajemen strategi tersebut Hotel Desa Puri Syariah pada dasarnya telah memiliki perencanaan dan agenda yang telah dirumuskan dan ditetapkan setiap tahun bahkan telah diketahui oleh masyarakat. Tidak hanya itu mereka juga melakukan pengenalan di berbagai daerah untuk menjangkau masyarakat lebih luas lagi dengan mengedepankan dan mengenalkan prinsip-prinsip dalam Islam. Terkait dengan manajemen keuangannya, bersumber dari keuangan pemilik dan pengelolaan yang juga sesuai dengan ketentuan syariah, kemudian hasil tersebut diberikan kepada karyawan dengan bayaran yang tidak tetap. (Lisa Gusmita Sari,

2017) Kemiripan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terkait dengan manajemen strategi khususnya tinjauan keislaman. Adapun letak perbedaannya adalah pada objek kajian bahwa penelitian yang akan dilakukan berfokus pada analisis SWOT untuk melihat manajemen strategi yang digunakan.

2. Skripsi yang ditulis oleh Meri Oktafera (2015) dengan judul “Manajemen Strategi Koperasi Dalam Pengembangan Usaha Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Koperasi Pertanian Balam Jaya Kecamatan Bunut Kabupaten Pelalawan)”. Penelitian ini mengkaji terkait dengan manajemen strategi yang digunakan koperasi untuk mengembangkan usaha serta tinjauan ekonomi Islam terhadap manajemen strategi tersebut. Untuk mengembangkan usaha ada beberapa strategi yang digunakan oleh koperasi diantaranya modal, sumber daya manusia, produk yang dihasilkan, teknologi, hingga kerjasama dalam meningkatkan pendapatan usaha. Kemudian digunakan juga pelatihan sebagai salah satu cara untuk mengembangkan strategi di bidang kewirausahaan. Adapun tinjauan ekonomi Islam terkait dengan manajemen strategi yang digunakan adalah upaya sistematis koperasi masih harus diperbaiki agar sesuai dengan syariat. Artinya perlu ada pengembangan dan optimalisasi dalam bisnis tersebut. (Meri Oktafera, 2015) Kemiripan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada manajemen strategi yang menjadi salah satu kajian penelitian. Adapun perbedaannya adalah pada objek kajian dan juga lokasi penelitian yang jauh berbeda sehingga menjadikan hasil yang

akan berbeda pula.

3. Anis Maisaroh (2014) dengan skripsinya yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Strategi Marketing Pedagang Pasar Banjarsari Ciamis”. Penelitiannya mengkaji terkait dengan strategi marketing yang digunakan serta tinjauan hukum Islam terhadap strategi marketing tersebut. Pelaksanaan strategi dilakukan dengan memberikan gambaran kepada para pedagang terkait dengan penjualan dan marketing kemudian menjelaskan hubungannya dengan hukum Islam. Ini dilakukan agar para pedagang senantiasa bersaing secara sehat, menggunakan prinsip Islam dalam berdagang, dan demi terciptanya stabilitas ekonomi Islam. (Anis Maisaroh, 2014) Kemiripan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terkait dengan strategi dalam usaha kemudian ditinjau dari ekonomi Islam. Letak perbedaannya adalah fokus kajian pada penelitian ini adalah strategi marketing, sedangkan penulis berfokus pada manajemen strategi. Kemudian lokasi penelitian yang berbeda juga menunjukkan perbedaan kajian dan hasil yang tidak akan sama.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab yang masing-masing memiliki pembahasan tersendiri. Untuk memudahkan dalam memahami isi bagian tiap bab tersebut, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut.

Bab I Pendahuluan, terdiri atas latar belakang masalah yang menguraikan alasan dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi

atau manfaat dalam penelitian, definisi operasional, kajian pustaka, hingga sistematika penulisan. Bab ini menggambarkan bagian awal penelitian yang dilakukan serta membedakannya dengan penelitian lain agar diketahui letak ilmiah dan validitas untuk dilakukannya penelitian.

Bab II Landasan Teori, berisikan teori-teori yang digunakan pada penelitian. Teori tersebut berupa manajemen strategi khususnya dalam Islam dan juga teori terkait dengan analisis SWOT. Teori ini berguna untuk menjadi dasar analisis pada bab selanjutnya sehingga apa yang didapatkan di lapangan akan disandingkan dengan teori yang digunakan.

Bab III Metode Penelitian, berisikan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis, hingga tahapan penelitian. Bab ini bertujuan untuk menggambarkan langkah-langkah dilakukannya penelitian secara sistematis dan berurutan, sehingga penelitian akan bernilai ilmiah.

Bab IV Penyajian Data dan Analisis, berisikan penyajian data seperti deskripsi lokasi penelitian dan juga data hasil wawancara. Kemudian data tersebut dianalisis dengan menyesuaikan kepada teori yang digunakan pada bab sebelumnya. Analisis data bertujuan untuk mengetahui kesesuaian penelitian sehingga akan didapatkan hasil penelitian yang sesuai.

Bab V Penutup, berisikan simpulan dan rekomendasi. Simpulan penelitian berisikan bagian inti penelitian yang diuraikan secara singkat. Kemudian dibuat rekomendasi penulis terhadap penelitian yang telah dilakukan.