

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis merupakan kegiatan untuk menghasilkan sesuatu, baik barang maupun layanan atau jasa. Bisnis juga merupakan usaha perdagangan dengan menjual barang atau layanan kepada konsumen, baik individu atau perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Perusahaan, pasar swalayan, rumah sakit, konsultan, pasar tradisional, dan sebagainya, semuanya merupakan organisasi bisnis. Bisnis dapat pula berarti individu atau organisasi yang mencoba mendapatkan keuntungan dengan menyediakan produk yang memuaskan kebutuhan orang lain. Bisnis juga merupakan suatu keadaan di mana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menguntungkan. (Eko Purwanto 2020) Secara garis besar bisnis memiliki dua tujuan pokok sebagai berikut:

1. Tujuan Umum

Bisnis memiliki tujuan memperoleh laba, pangsa pasar atau segment tertentu, dan tercapainya keberlanjutan usaha (going concern).

2. Tujuan Khusus

Bisnis memiliki tujuan khusus yang berbeda-beda tergantung dari apa yang akan di targetkan oleh sipemilik. Tujuan khusus ini dapat berupa: menciptakan good image, kualitas produk terbaik, pelayanan tercepat, keramahan, jangkauan yang luas, menciptakan produk best seller, menjual produk dengan harga termurah, menghasilkan produk dengan suku cadang terlengkap, dan lain-lain. (Lyandra Aisyah Margie dkk. 2020)

Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram). (Norvadewi 2015)

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya : Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.

Dari pengertian serta ayat diatas bahwasanya kita sebagai manusia itu diwajibkan ataupun dituntut untuk mencari rezeki. Dan satu-satunya cara kita dalam mencari rezeki tiada lain ialah dengan bekerja. Maka dengan firmanNya tadi yaitu surah Al Mulk ayat 15 Allah telah menghamparkan bumi sebagai tempat kita bekerja dan mencari rezeki serta mencari penghidupan di dalamnya.

Bisnis merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh banyak orang, dalam keadaan seperti ini dapat menimbulkan persaingan yang sangat ketat dalam berbisnis sehinggalah perlu kiranya kita menelaah atau mendalami strategi-strategi yang diperlukan untuk mencapai tujuan dalam berbisnis yaitu keberhasilan dan terjalankannya kewajiban kita sebagai umat muslim untuk bekerja serta mencari penghidupan.

Strategi bisnis mengacu pada tindakan dan keputusan yang diambil perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya dan menjadi kompetitif di industrinya. Ini mendefinisikan apa yang perlu dilakukan oleh bisnis untuk mencapai tujuannya,

yang dapat membantu memandu proses pengambilan keputusan untuk perekrutan dan alokasi sumber daya.(Priharto 2020) Kemudian, strategi bisnis itu mempunyai fungsinya juga diantara lain; membantu perencanaan, membedakan dengan bisnis lain, mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan, membuat bisnis jadi lebih efisien serta mengontrol bisnis.

Proses pengambilan keputusan strategis umumnya senantiasa dikaitkan dengan masalah Misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, sebagai *strategic planner* dalam melakukan analisis perlu memperhatikan berbagai aspek yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor itu secara garis besar dapat dikelompokkan dalam 4 kategori yang disebut sebagai Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan(*Weakness*), Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*), sehingga dikenal dengan sebutan Analisis KEKEPAN atau ANALISIS SWOT. Meski kelihatannya sederhana, analisis SWOT bisa memberikan identifikasi yang lengkap atas faktor-faktor perusahaan tersebut. Hal ini bisa dimengerti karena pijakan Analisis SWOT adalah berhubungandengan masalah internal dan masalah eksternal perusahaan. (Dr. Paulus Wardoyo, MM t.t.) Indonesia merupakan kepulauan terbesar di dunia. Indonesia memiliki lebih dari 17.000 pulau, di mana hanya sekitar 7.000 pulau yang berpenghuni. Kalimantan, Jawa, Sulawesi, Sumatra dan Papua merupakan pulau utama di Indonesia. Selain itu Indonesia juga memiliki pulau-pulau kecil seperti Bali, Karimunjawa, Gili dan Lombok yang merupakan tujuan wisata lokal maupun internasional. Ibukota negara Indonesia adalah Jakarta, yang terletak di Pulau Jawa. Dibalik luasnya negara kepulauan Indonesia, Kelimpahan dan keanekaragaman komoditas Indonesia merupakan aset vital bagi perekonomian negara.

Kalimantan Selatan merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang

ibukotanya adalah Banjarmasin dan mempunyai luas sebesar 38.744,00 km. Dibalik luasnya wilayah banjarmasin ada beraneka macam komoditas yang ada di daerah ini. Adapun komoditas unggulan diantaranya adalah : Produk Karet Alam, Produk Kayu, Produk Rotan, Produk Perikanan, dan Produk Tambang.

Masuk dalam komoditas kayu, ada salah satu jenis kayu yang dikenal di kalimantanselatan adalah kayu Halaban atau yang dikenal dengan nama latin adalah *Vintex Pinnata*. Kayu ini merupakan keluarga dari jenis *Lamiaceae* yang merupakan asli dari Asia Selatandan Asia Tenggara. Persebaran kayu ini ada di daerah Indonesia dan Malaysia yaitu Kalimantan, sabah dan sarawak. Kemudian terus ke arah utara Indonesia yaitu India, Sri Lanka, Kamboja dan Filipina yang mempunyai sub hutan tropis. Pohon ini mempunyai karakter sebagai kayu keras, kuat serta awet. Maka dari ini kayu halaban kerap diolah menjadi bahan baku untuk membuat beberapa *furniture*.(Kompasiana.com 2021)

Di Kalimantan Selatan kayu halaban juga diolah menjadi arang, arang kayu yang dibuat dengan kayu halaban mempunyai karakteristik tersendiri dan jelas berbeda dengan kayu hutan biasa. Arang kayu halaban mempunyai kelebihan dengan tingkat pembakaran yang merata dan aroma yang khas dalam pembakarannya. Dengan kelebihan seperti ini membuat arang kayu halaban diminati oleh restaurant *BBQ* dan perusahaan industrilainnya. Arang kayu halaban mempunyai pangsa pasar dan permintaan yang tinggi di kancah internasional khususnya bagian negara timur tengah.

Akan tetapi masyarakat di Desa Tapuk Kecamatan Limpasu banyak yang belum mengetahui cara menjual komoditas ini atau mereka kebingungan dalam menentukan strategi bisnis untuk produk ini atau komoditas ini. Maka dari ini penulis berminat untuk meneliti terkait permasalahan ini dan menuangkannya dalam karya

ilmiah berbentuk skripsi dengan judul “**STRATEGI BISNIS ARANG KAYU HALABAN (*VINTEX PINNATA*) DI DESA TAPUK KECAMATAN LIMPASU (ANALISIS SWOT).**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi bisnis arang kayu halaban (*vintex pinnata*) di desa Tapuk Kecamatan Limpasu Kabupaten Hulu Sungai Tengah berdasarkan hasil analisis swot ?
2. Bagaimana penerapan analisis SWOT dalam strategi bisnis arang kayu halaban (*vintex pinnata*) di desa Tapuk Kecamatan Limpasu Kabupaten Hulu Sungai Tengah ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang di atas, maka Tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Menganalisis kelebihan, kekurangan, peluang, dan tantangan dari strategi bisnis arang kayu halaban di Desa Tapuk Kecamatan Limpasu menggunakan analisis SWOT.
2. Mengetahui bagaimana penerapan analisis SWOT dalam strategi bisnis arang kayu halaban (*vintex pinnata*) di desa Tapuk Kecamatan Limpasu Kabupaten Hulu Sungai Tengah berdasarkan hasil analisis swot ?

D. Kegunaan Penelitian

Secara ringkas manfaat dan kegunaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan akademisi ekonomi Islam pada umumnya, untuk memahami masalah strategi bisnis.
2. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pengusaha arang kayu serta pihak- pihak yang berkepentingan.
3. Sebagai bahan informasi ilmiah bagi peneliti selanjutnya dalam pengembangan strategi bisnis arang kayu Halaban di desa Tapuk kecamatan Limpasu kabupaten Hulu Sungai Tengah.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman dalam penelitian yang dimaksud, maka penulis memberikan penjelasan yang berkenaan dengan definisi operasional sebagai berikut.

1. Strategi Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. Adapun maksud strategi dalam penelitian ini adalah strategi bisnis arang kayu Halaban (*Vintex Pinnata*) dengan penerapan analisis SWOT di desa Tapuk kecamatan Limpasu kabupaten Hulu Sungai Tengah.
2. Bisnis Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bisnis adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan. Adapun Maksud dari bisnis disini adalah objek untuk strategi atau sebuah usaha perdagangan yang disitu

diterapkannya analisis SWOT.

3. Arang Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Arang adalah bahan bakar yang hitam warnanya dibuat atau terjadi dari bara kayu dan sebagainya yang dipengap. Adapun Arang yang dimaksud disini adalah Arang yang terbuat dari kayu Halaban(*vintex Pinnata*) yang merupakan produk komoditas di desa Tapuk Kecamatan Limpasu.
4. Analisis SWOT adalah singkatan dari *Strength* (Kekuatan) *Weakness* (Kelemahan) *Opportunity* (Kesempatan) dan *Threat* (Ancaman). Analisis SWOT mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama ke dalam daftar yang terorganisir dan biasanya disajikan dalam bilah kisi-kisi yang sederhana. Adapun yang dimaksud disini adalah sebuah komponen uji atau teknik dalam menentukan strategi bisnis Arang Kayu Halaban (*Vintex Pinnata*) di desa Tapuk kecamatan Limpasu kabupaten HuluSungai Tengah.

F. Penelitian Terdahulu

Setelah penulis melakukan kajian pustaka ditemukan beberapa penelitian yang relevan dengan Strategi Bisnis Arang Kayu Halaban (*Vintex Pinnata*) di Desa Tapuk Kecamatan Limpasu (Analisis SWOT) Dari Diantaranya sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ari Juwita (210715004) Mahasiswa Institut Agama Islam NegeriPonorogo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2019, dengan skripsi berjudul “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Usaha Furniture Di Some Renders Madiun”. Penelitian itu di latar belakang karena peluang yang begitu besar dan minat konsumen yang tinggi tetapi Some Renders belum mencapai target pasar yang diinginkan karena promosi kurang maksimal dan lokasi yang tidak terlihat oleh masyarakat. Menjadikan Some Renders kurang dikenal bagi masyarakat

Madiun.. Tujuannya untuk mengetahui strategi pemasaran pada usaha furniture di Some Renders Madiun dan analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat pada usaha furniture di Some Renders Madiun. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (field research), dengan menggunakan penelitian kualitatif. Field research adalah melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan Strategi pemasaran yang digunakan Some Renders Madiun yaitu mengacu kepada marketing mix 7P. Untuk segi product, price, people dan proses Some Renders sudah melakukan strategi tepat sasaran dengan tujuan perusahaan. Tetapi segi place, Some Renders belum mempunyai lokasi yang strategis. Promotion yang dilakukan hanya dilakukan lewat media online dan kurang secara offline (iklan, pamflet, dll). Dan secara physical eviden, Some Renders jarang memperbarui produknya di media sosial dan menampilkan bukti kepuasan konsumen setelah membeli produk Some Renders. Dan untuk Strategi yang dapat digunakan Some Renders Madiun berdasarkan matriks SWOT yaitu dengan memanfaatkan dukungan dari Dinas Perdagangan untuk lebih luas memasuki pangsa pasar, memaksimalkan promosi secara media online ataupun offline, selalu membaca pangsa pasar setiap saat, mengutamakan kepuasan konsumen dengan kualitas produk, memperbanyak model furnitur dan harga yang terjangkau serta mencari lokasi yang strategis untuk menarik minat konsumen.

Persamaan penelitian Ari juwita dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah meneliti perihal strategi dengan menggunakan analisis SWOT dan juga

penelitian Ari Juwita berbicara tentang pemasaran lebih spesifik dari penelitian penulis yang berbicara tentang bisnis akan tetapi konteks pemasaran juga termasuk dari konteks bisnis itu sendiri.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Yuliani (1201160311) Mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam tahun 2017 dengan judul “Analisis SWOT Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin”. Penelitian ini dilatarbelakangi Dengan diperlukannya perencanaan bisnis yang akurat, sehingga dapat memusatkan perhatian posisi dalam produk cicil emas, mengetahui kearah mana produk cicil emas akan dibawa, bagaimana mencapainya, serta tindakan apa yang perlu dilakukan agar dapat memaksimalkan kekuatan dan merebut peluang yang ada hingga berhasil. Jenis penelitian ini adalah kualitatif atau penelitian lapangan yaitu *field research* yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara peneliti langsung kelokasi penelitian untuk mendapat data- data yang diperlukan. Dengan kunjungan langsung ketempat dimana Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banjarmasin berada, untuk mengetahui Analisis SWOT produk cicil emas dan strategi pemasaran produk cicil emas pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin.

Hasil dari penelitian tersebut, Analisis SWOT produk cicil emas pada Bank Syariah Mandiri memiliki kekuatan seperti citra bank yang baik, harga emas sesuai dengan harga pasar, persyaratan mudah, biaya administrasi murah, fleksibel. Kelemahan seperti uang muka tinggi 20% dari jumlah pembiayaan, jangka waktu minimal 2 tahun dan maksimal pembiayaan Rp. 150.000.000,- . Peluang yaitu mayoritas penduduk beragama Islam, bentuk investasi yang paling diminati, memiliki kerjasama dengan koperasi. Ancaman seperti harga

emas yang tidak stabil dan banyaknya pesaing.

Persamaan penelitian Yuliani dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah meneliti perihal penggunaan analisis SWOT dalam penentuan perencanaan kedepannya agar kiranya tujuan yang ingin dicapai dapat lebih maksimal serta pemenuhan informasi yang lainnya.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Hidayati (1451010129) Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam tahun 2018 dengan judul “Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu)”. Penelitian ini dilatarbelakangi bahwasanya di Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu merupakan wilayah yang penduduknya mayoritas sebagai pengrajin genteng. Pengrajin genteng di Profinsi Lampung semakin banyak di minati oleh pengrajin tersebut. Di Kecamatan Pringsewu Desa Jatirenggo Pringsewu merupakan sentral pengrajin genteng dengan jumlah pengrajin yang cukup banyak sehingga perlu adanya strategi pengembangan dalam penjualan akan dapat meningkatkan pendapatan pengrajin genteng. Jenis penelitian ini adalah kualitatif atau penelitian lapangan (*field research*). *Field research* digunakan dengan cara menggali data yang bersumber dari lokasi atau penelitian lapangan. Yaitu penelitian yang di lakukan di lapangan dalam kancah yang sebenarnya.

Hasil dari penelitian tersebut, Berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal diketahui yang menjadi faktor strategis dari kekuatan usaha pengrajin genteng di Desa Jatirenggo yaitu luasnya tanah dan genteng yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dibandingkan di yang di hasilkan wilayah lainnya. Dari

permasalahan- permasalahan yang dihadapi pengrajin, maka dipandang perlu adanya strategi yang bersifat intensif yaitu strategi untuk meningkatkan posisi dalam persaingan usaha, serta strategi yang bersifat diferensiasi yaitu strategi untuk meningkatkan kualitas produk atau melakukan inovasi baru demi meningkatkan nilai jual dari produk tersebut. Dalam perspektif ekonomi Islam proses menentukan strategi pengembangan untuk usaha pengrajin genteng harus melandaskan pada kaidah- kaidah agama Islam yaitu tidak menjual atau memproduksi barang-barang yang diharamkan, serta transparan dalam penetapan harga. Dan yang terpenting pengrajin tidak melakukan tindakan-tindakan yang menyimpang dari ajaran agama Islam.

Persamaan penelitian Ulfa Hidayati adalah meneliti perihal penggunaan analisis SWOT dalam penentuan perencanaan kedepannya agar kiranya tujuan yang ingin dicapai dapat lebih maksimal serta pemenuhan informasi yang lainnya.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini. Proposal ini ditulis dalam lima bab yang dilakukan secara sistematis sesuai dengan cara penulisan yang diatur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Adapun sistematika penulisan proposal ini adalah sebagai berikut :

BAB I merupakan pendahuluan yang menyajikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II merupakan landasan teori, yang terdiri dari pengertian strategi, dasar hukum bisnis menurut Al-qur'an, pengertian bisnis dan beberapa aspek bisnis seperti

pemasaran dan produksi.

BAB III merupakan metode penelitian yang terdiri dari pendekatan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta tahap-tahap penelitian.

BAB IV merupakan laporan hasil penelitian yang berisikan gambaran Strategi Bisnis Arang Kayu Halaban (*Vintex Pinnata*) Di Desa Tapuk Kecamatan Limpasu Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

BAB V merupakan penutup yang berisikan kesimpulan dan saran atas dasar penelitian. Pada akhir penulisan skripsi ini dilengkapi dengan daftar pustaka sebagai bahan rujukan.