

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Para pebisnis (buruh, karyawan dan pengusaha) merupakan urat nadi perekonomian disetiap masa dan tempat. Mereka mempunyai peran besar dalam memajukan dan mengembangkan umat. Terdapat kelompok pebisnis yang bersaudara dan saling mengasihi. Akan tetapi, tatkala mereka terlibat dalam muamalah yang berkaitan dengan uang, sikap wara'-nya terkikis, kemudian muncullah perbedaan dan pertentangan di antara mereka. Mereka saling menuduh dan mencela. Hal itu karena setan telah menguasai jiwa dan memisahkan mereka dan ketenangan hatinya.¹

Langkah awal yang penting dalam merumuskan kaidah-kaidah perilaku ekonomi dalam ekonomi Islam adalah menyusun sistem aksioma yang representatif serta mampu menangkap secara tepat spirit-etik-Islam, dan merumuskan dasar pernyataan-pernyataan ekonomi yang berarti. Setidaknya ada tiga alasan dalam mengambil langkah ini. *Pertama*, ajaran dasar moral dan religius Islam harus diambil sebagai seperangkat aksioma minimal untuk menentukan keabsahan pernyataan-pernyataan logis tentang perilaku ekonomi dalam masyarakat Islam. *Kedua*, dalam konteks masyarakat Islam, ajaran etik saja tidak cukup. Hanya sistem etika yang didasarkan pada agama Islam yang layak diperhatikan dalam menentukan

¹Asyraf Muhammad Dawwabah, *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah*, terj. Imam GM (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2008), hlm. v.

kerangka ilmu ekonomi Islam yang luas. Hal ini bukan hanya karena ajaran etika Islam tentang proses kehidupan diklaim sempurna dan konsisten, melainkan karena pandangan ini mengandung kekuatan dari seperangkat kepercayaan-kepercayaan Islam yang universal. *Ketiga*, strategi analisis ini menyoroti karakteristik normatif sentral dari ilmu ekonomi: ia mengakui keputusan-keputusan nilai sebagai pernyataan yang secara obyektif valid tentang masyarakat Islam, di mana perilaku ekonomi tidak bisa terpisah dari norma-norma etik.²

Manusia muslim, individu maupun kelompok, dalam lapangan ekonomi atau bisnis, disatu sisi diberi kebebasan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Namun, di sisi lain, ia terikat dengan iman dan etika sehingga ia tidak bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya atau membelanjakan hartanya.

Masyarakat muslim tidak bebas tanpa kendali dalam memproduksi segala sumber daya alam, mendistribusikannya, atau mengkonsumsikannya. Ia terikat dengan bughul akidah dan etika mulia, di samping juga dengan hukum-hukum Islam.³

Islam merupakan agama yang komprehensif (syumul), mencakup semua aspek kehidupan baik dunia maupun akhirat. Dalam kehidupan dunia, Allah SWT telah memerintahkan kepada manusia untuk menjadi

²Syed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hlm. 34.

³Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, terj. Zainal Arifin dan Dahlia Husin (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 51.

khalifah. Tentunya, bagaimana manusia dapat mengelola dunia dengan baik sehingga timbul kemanfaatan dan kebahagiaan.

Salah satu cara bagaimana manusia dapat mengelola dan mengurus dunia adalah dengan “berusahawan”. Dalam Islam, keusahawanan merupakan format penerapan mencari rizki dengan baik karena Allah SWT dalam Al-Quran telah menyuruh manusia untuk berusaha mencari rizki yang halal dan baik. Di samping itu pula, nabi Muhammad SAW telah membentangkan bahwa “sepuluh rizki ada dalam keusahawanan”. Pendapat lain pun menyatakan hal yang sama, yaitu pendapat Syekh Al-Fairuz yang berbincang bahwa “sebagian keberkahan ada dalam keusahawanan”. Ini mengindikasikan bahwa betapa penting peranan keusahawanan dalam gerak perekonomian. Sebagaimana Allah berfirman dalam Q.S. al-Baqarah/2: 168.

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.⁴

Sehingga kini, banyak orang yang melakukan keusahawanan tetapi jauh dari koridor Islam. Produk yang dihasilkan terkadang tidak sesuai dengan syarak, tingkah terhadap pelanggan terkadang tidak mesra, pelayananpun tidak memadai bahkan saling menjatuhkan antar para

⁴Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Menteri Agama, 1971), hlm. 41.

kompetitor. Hal inilah yang menjadi problem dalam keusahawanan Islam. Di samping itu pula, ramai orang yang masih belum mengetahui tentang keusahawanan secara detail. Oleh karena itu, strategi keusahawanan dalam Islam sangatlah diperlukan dan dibutuhkan bagi seluruh manusia terutama umat Islam.

Sebenarnya, Islam begitu dalam membentangkan tentang keusahawanan yang baik dan nyaman. Hal ini telah dilaksanakan oleh nabi Muhammad SAW sejak beliau berumur 12 tahun. Nabi Muhammad SAW merupakan pelopor strategi keusahawanan Islam yang handal. Segala keusahawanannya tidaklah pernah mengalami kerugian melainkan selalu mendapatkan keuntungan berlipat ganda. Dalam literatur sejarah disebutkan bahwa di masa mudanya, nabi Muhammad dijuluki sebagai Al-Amin (orang yang paling bisa dipercaya) dan Ash-Shiddiq (orang yang paling benar dan jujur perkataannya). Tetapi kenapa, beliau yang ahli di bidang keusahawanan dan memiliki keterampilan setelah pengalaman yang banyak tidak dijadikan sebagai contoh dalam berbisnis?

Dalam Islam, istilah keusahawanan sudah tidak asing lagi melainkan sudah sangat popular. Keusahawanan dalam Islam adalah transaksi akad jual beli yang memperoleh keuntungan. Jadi, penerapannya adalah siapapun orang yang melakukan akad jual beli demi mencari keuntungan dapat dinamai "keusahawanan". Inti dari keusahawanan adalah *pertama*,

adanya akad jual beli, *kedua*, adanya penjual dan pembeli dan ketiga adalah adanya keuntungan yang didapat.⁵

Adapun sikap dan perilaku yang harus dijalankan oleh pengusaha dan seluruh karyawan adalah kejujuran, signifikasi sosial (memberi kemudahan), tidak melakukan sumpah palsu, ramah, tidak boleh berrapura-pura menawar, tidak boleh menjelekan bisnis orang lain, tidak melakukan ikhtikar, takaran, ukuran, dan timbangan yang benar, bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah, membayar upah sebelum keringat karyawan kering, tidak monopoli, tidak melakukan bisnis dalam kondisi aksesnya bahaya, yang dijual barang yang suci dan halal, bisnis dilakukan dengan sukarela tanpa paksaan, segera melunasi kredit yang menjadi kewajiban, memberi tenggang waktu kepada kreditor, bisnis yang dijalankan bersih dari riba⁶, taqwa⁷, rajin, tepat waktu, dan tidak pemalas, selalu murah senyum, selalu ceria dan pandai bergaul⁸, amanah, memenuhi akad dan janji⁹.

⁵<http://strategibisnisislam.blogspot.co.id/2008/07/prolog-strategi-bisnis-islam.html>, (03 Januari 2015).

⁶H. M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), hlm. 55.

⁷Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 187.

⁸Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), hlm. 25.

⁹Asyraf Muhammad Dawwabah, *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah*, terj. Imam GM (Semarang: Pustaka Nuun, 2008), hlm. 65.

Ada beberapa strategi dalam berbisnis, diantaranya adalah strategi pasar, strategi pemasaran produk atau jasa, strategi penetapan harga, dan strategi bauran promosi.¹⁰

Melihat pesatnya perkembangan otomotif roda dua, tepatnya sepeda motor, membuat beberapa orang ingin membuka usaha bengkel sepeda motor, sekaligus toko sparepart. Usaha bengkel sepeda motor dipilih sebagai bisnis yang cukup menggiurkan karena beberapa hal. Misalnya, meski jumlah bengkel sepeda motor sudah bertebaran, tetapi jumlah sepeda motor yang terjual juga terus bertambah. Dengan demikian, peluang usaha bengkel tetap terbuka lebar.

Jika kita lihat di sekitar kita, hampir setiap rumah mempunyai paling tidak 1 sampai 4 unit sepeda motor. Sepeda motor tersebut tentu saja butuh perawatan, penggantian suku cadang. Makanya, usaha bengkel sepeda motor akan tetap eksis selama populasi sepeda motor juga besar.

Semakin banyaknya orang-orang yang membuka bisnis bengkel maka semakin ketat pula persaingan bisnis bengkel. Dalam memasarkan jasa bisnis bengkel tentu saja pembisnis harus mempunyai strategi-strategi yang bagus dalam memasarkan jasa bisnis tersebut dan dapat bersaing dengan pembisnis yang lainnya.¹¹

Bengkel Darma Santoso dibangun oleh saudara Darma Kusuma di jalan Trans Kalimantan Handil Bakti RT. 09, nama Santoso diambil dari

¹⁰ Fandy Tjiptono, Ph.D, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2015), hlm. viii.

¹¹ Buntarto, *Bisnis Bengkel Sepeda Motor Menggeber Keuntungan dari Bengkel Motor Roda Dua* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. v.

nama bapak beliau, bengkel ini dibangun kurang lebih sejak 3 tahun yaitu pada tahun 2013, selain membuka jasa pelayanan servis sepeda motor, bengkel ini juga menyediakan berbagai macam suku cadang sepeda motor, bengkel ini mempunyai 2 karyawan berkerja yaitu Amat dan Usuf.

Adapun strategi bisnis yang dijalankan oleh bengkel Darma Santoso ialah bengkel ini juga menyediakan suku cadang untuk sepeda motor, memasang spanduk, memberikan pelayanan jasa servis sepeda motor dengan sebaik-baiknya, bengkel ini mempunyai 2 karyawan yang handal dalam menyervis sepeda motor, bekerja lebih keras dengan cekatan, menetapkan harga diawal dan sesuai dengan kesepakatan, interaksi tatap muka dengan calon pelanggan untuk mendengarkan kerusakan apa yang ada pada sepeda motor si pelanggan tersebut, dan menerapkan garansi servis.¹²

Sedangkan bengkel Upik didirikan oleh saudara Taufik yang juga beralamat di jalan Trans Kalimantan Handil Bakti, yang tidak jauh dari bengkel darma santoso sekitar 200 meter dari bengkel upik, bengkel ini dibangun kurang lebih sejak 5 tahun yaitu pada tahun 2011, 2 tahun lebih dulu dibangun dari bengkel darma santoso, selain membuka jasa pelayanan servis untuk sepeda motor, bengkel ini juga menyediakan berbagai macam suku cadang sepeda motor jadi untuk pelanggan yang menyervis sepeda motornya bisa langsung membeli suku cadang apa yang

¹²Wawancara dengan pemilik bengkel Darma Santoso, 09 Juni 2016 hari kamis pukul 12.30 wita.

pas untuk sepeda motornya ,bengkel ini mempunyai 2 karyawan yang tiap harinya tekun berkerja yaitu Wandu dan Harno.

Strategi bisnis yang dijalankan oleh bengkel Upik adalah bengkel ini juga menyiapkan suku cadang yang lengkap, memasang spanduk, memberikan pelayanan jasa sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, memiliki 2 karyawan yang ahli dalam menyervis sepeda motor, kesepakatan harga ditetapkan di awal, memberikan harga yang murah bagi pelanggan yang membeli produk yang dijual dibengkel tersebut seperti oli, *spare part*, dan lain-lain, interaksi tatap muka dengan calon pelanggan untuk mendengarkan kerusakan apa saja yang ada pada sepeda motor si pelanggan tersebut, mendengarkan keluhan pelanggan melalui via telepon, dan menerapkan garansi servis.¹³

Berdasarkan latar belakang yang telah digambarkan, penulis ingin meneliti lebih dalam tentang **“Strategi Bisnis Bengkel Sepeda Motor (Studi Kasus Pada Bengkel Darma Santoso dan Bengkel Upik dalam Perspektif Bisnis Syariah)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dibuatlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi bisnis yang dilakukan oleh bengkel Darma Santoso dan bengkel Upik?

¹³Wawancara dengan pemilik bengkel Upik, 09 Juni 2016 hari kamis pukul 15.30 wita.

2. Apa kendala yang dialami oleh bengkel Darma Santoso dan bengkel Upik dalam menjalankan bisnis bengkel sepeda motor?
3. Bagaimana perilaku bisnis tersebut dalam perspektif bisnis syariah?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi bisnis yang dilakukan oleh bengkel Darma Santoso dan bengkel Upik.
2. Untuk mengetahui kendala yang dialami oleh bengkel Darma Santoso dan bengkel Upik dalam menjalankan bisnis bengkel sepeda motor.
3. Untuk mengetahui bagaimana perilaku bisnis tersebut dalam perspektif bisnis syariah.

D. Signifikansi Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan berguna sebagai:

1. Sebagai usaha untuk menambah wawasan serta pengetahuan untuk penulis dan pembaca yang ingin mengetahui permasalahan yang lebih mendalam lagi.
2. Sebagai bahan informasi bagi mereka yang ingin meneliti secara mendalam dari permasalahan yang sama dari segi yang berbeda.

3. Sebagai bahan tambahan untuk perpustakaan IAIN Antasari Banjarmasin pada umumnya, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pada khususnya.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari adanya kesalahpahaman dari penelitian ini, maka penulis memberikan definisi operasional sebagai berikut:

1. Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus¹⁴. Strategi yang penulis maksud adalah strategi bisnis bengkel sepeda motor.
2. Bisnis adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan.¹⁵ Bisnis yang penulis maksud ialah bisnis bengkel sepeda motor.
3. Bengkel adalah tempat memperbaiki mobil, sepeda, dan sebagainya.¹⁶ Bengkel yang penulis teliti adalah bengkel Darma Santoso dan Bengkel Upik.
4. Sepeda motor adalah sepeda besar yang dijalankan dengan motor.¹⁷ Jenis sepeda motor yang di servis pada ke dua bengkel ini yaitu *sport bike*, *road bike sport*, *moped* atau sepeda motor bebek, dan *matic*.

¹⁴Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), hlm. 964.

¹⁵*Ibid.*, hlm. 138.

¹⁶*Ibid.*, hlm. 117.

¹⁷*Ibid.*, hlm. 919.

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan kepada beberapa penelitian yang terdahulu, penulis menemukan penelitian yang juga membahas mengenai strategi bisnis, namun belum ada yang membahas tentang strategi bisnis bengkel sepeda motor (studi kasus pada bengkel Darma Santoso dan bengkel Upik dalam perspektif bisnis syariah).

Penelitian ini pernah dilakukan oleh Masrinah, 1101150113 dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan Kota Citra Graha” pada penelitian ini memaparkan tentang strategi promosi yang digunakan untuk meningkatkan jumlah penjualan perumahan Kota Citra Graha, dan pengaruh strategi promosi terhadap peningkatan jumlah penjualan perumahan Kota Citra Graha.

Penelitian yang kedua oleh Suhaimi, 1001160274 dalam skripsinya yang berjudul “Strategi BMT dalam Pengembangan Usaha Kecil Masyarakat (Studi Kasus BMT Amanah Banjarmasin)” pada penelitian menerangkan tentang strategi BMT Amanah dalam pengembangan Usaha Kecil Masyarakat di Banjarmasin, serta faktor penghambat BMT Amanah dalam upaya pengembangan Usaha Kecil Masyarakat di Banjarmasin.

Penelitian yang ketiga oleh Norlaila, 0401156339 dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Asuransi Syariah pada Perusahaan Takaful Indonesia Cabang Banjarmasin” pada penelitian ini menggambarkan tentang strategi pemasaran produk asuransi syariah pada perusahaan Takaful Indonesia cabang Banjarmasin, juga perspektif

Ekonomi Islam terhadap asuransi syariah pada perusahaan Takaful Indonesia cabang Banjarmasin.

Berdasarkan dari beberapa pustaka atas penelitian yang terdahulu seperti yang disebutkan di atas tadi, terdapat perbedaan permasalahan dengan penelitian yang sebelumnya, yang mana penulis menitikberatkan kepada bagaimana strategi bisnis bengkel sepeda motor yang dilakukan oleh bengkel Darma Santoso dan bengkel Upik, apa saja kendala yang dialami oleh bengkel Darma Santoso dan bengkel Upik dalam bisnis bengkel sepeda motor, serta bagaimana perilaku bisnis tersebut dalam perspektif bisnis syariah.

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan dalam skripsi ini disusun dalam lima (5) bab dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I ialah pendahuluan, yakni berisikan latar belakang yang menjelaskan mengenai pokok dasar pemikiran yang melatarbelakangi permasalahan yang akan diteliti nantinya. Permasalahan yang telah dijelaskan akan diteliti dalam rumusan masalah. Kemudian akan dibuat tujuan penelitian yang merupakan hasil yang penulis inginkan. Signifikansi penelitian adalah manfaat dari hasil penelitian. Selanjutnya penulis membuat definisi operasional untuk menghindari kesalah pahaman terhadap penelitian. Untuk memudahkan dalam penulisan ini, maka dibuatlah kajian pustaka dan sistematika penulisan.

Bab II adalah landasan teori yang memaparkan, menjelaskan, menerangkan beberapa teori mengenai strategi bisnis bengkel sepeda motor.

Bab III yaitu metode penelitian yang terdiri dari: jenis, sifat dan lokasi penelitian, subyek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data serta tahapan penelitian, hal ini dilakukan supaya penelitian yang dilakukan ini sesuai berdasarkan prosedur penelitian.

Bab IV yakni laporan hasil penelitian dan analisis data yang terdiri dari gambaran umum tentang lokasi penelitian, gambaran mengenai data, juga penyajian data dan analisis data.

Bab V merupakan penutup. Dalam bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan ada beberapa saran.