BAB I

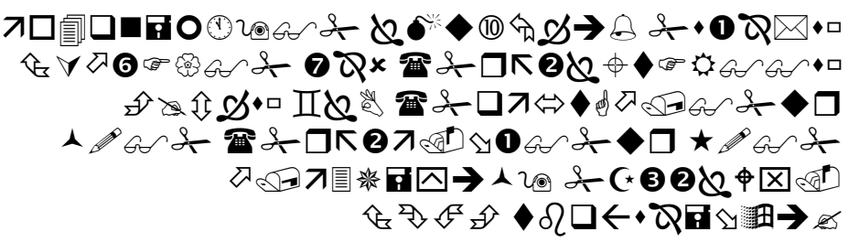
PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Dalam Islam keselamatan jiwa tidak hanya terletak dalam perkembangan spiritual, tetapi juga terletak dalam kehidupan dunia atas dasar keadilan dan berkelakuan baik. Oleh karena itu, berusaha di dunia senantiasa di anjurkan baik dalam Al-Qur'an maupun Hadis.

Sejarah membuktikan bahwa manusia tidak pernah lepas dari pergaulan yang mengatur perhubungan manusia di dalam segala keperluanya. Maka itu agama Islam sebagai agama yang sempurna memberikan pedoman dalam cara-cara mendapatkan harta, pengembangan dan pengurus hartanya, karena kesejahteraan masyarakat berkaitan erat dengan kesejahteraan setiap anggota masyarakat.

Dalam ajaran agama Islam memberikan batasan tentang tata cara bermasyarakat baik dalam lingkungan keluarga, tetangga, maupun negara Islam juga memberikan kebebasan kepada manusia untuk mencari karunia Allah swt di muka bumi, sebagaimana firman Allah swt dalam Al-Qur'an surah Al-Jumu'ah ayat 10.



Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (QS. Al-Jumu'ah :10)[1].

[1] Depertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahanya*, (Semarang:PT.Karya Toha Putra, 1995), hal 933 .

Nilai sebuah kesejahteraan hidup manusia tidaklah terlepas dengan hubungan muamalah, yang salah satunya berkenaan dengan perilaku berbisnis. Sebab bisnis memiliki peranan yang sangat penting dalam rangka manusia untuk meningkatkan perekonomian baik secara individu, masyarakat maupun negara yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat itu sendiri.

Dalam arti luas berbisnis dapat diartikan sebagai semua aktivitas manusia berkaitan dengan penciptaan barang dan jasa serta melibatkan faktor produksi dan ketergantungan antar manusia dalam segala aspek kehidupan. Dalam arti sempit bisnis merupakan kegiatan ekonomi yang pada prinsipnya bertujuan mendapatkan keuntungan sebagai hasil akhir. Bisnis itu sendiri memiliki berbagai macam bentuk yaitu, pertanian, perkebunan, peternakan dan perdagangan, baik barang ataupun jasa.

Perdagangan dalam Islam bukan hanya mencari keuntungan semata tetapi juga dihubungkan dengan nilai-nilai moral, sehingga kita tidak dibenarkan mengambil keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperdulikan keadaan pembeli, dan Negara punya hak sepenuhnya untuk mengekang setiap transaksi bisnis dan praktek apa saja yang berusaha untuk menarik keuntungan dari seluruh kebutuhan atau penderitaan rakyat miskin.[2]

Kegiatan perdagangan yang biasanya terjadi yaitu: memproduksi, memasarkan, bekerja, memperkerjakan, tukar-menukar, jual beli dan interaksi manusia dengan manusia lainya dengan tujuan atau maksud mencari keuntungan, yang semua kegiatan itu sah menurut Islam, akan tetapi harus

---

[2] Muhamad Abdul Manan, *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Dana Bakti Wakaf, 1993), hal 289.

berkesesuaian dengan jiwa yang Islami. Salah satu kegiatan dalam perdagangan adalah melakukan pemasaran atau penawaran.[3]

Penduduk Indonesia dari tahun ke tahun terus meningkat menyebabkan kebutuhan pangan masyarakat Indonesia semakin meningkat pula. Semakin meningkatnya kebutuhan pangan tersebut mendatangkan peluang-peluang bisnis yang dapat ditangkap oleh para investor. Salah satunya adalah bisnis rumah makan. Bisnis ini banyak diminati oleh investor karena dianggap memiliki tingkat pengembalian investasi yang relatif cepat dan dapat memenuhi kebutuhan primer masyarakat. Hal ini terlihat semakin banyaknya rumah makan yang berdiri dan berkembang baik untuk perusahaan lokal maupun Internasional.

Bisnis restoran dan rumah makan di Indonesia mulai banyak dikembangkan dengan sistem usaha waralaba (penggunaan merk terkenal). Manajemen dan tingkat propitabilitas perusahaan dapat stabil sehingga bisa memberikan keuntungan timbal balik antara perusahaan induk dan perusahaan yang melakukan kerja sama dengan sistem waralaba.

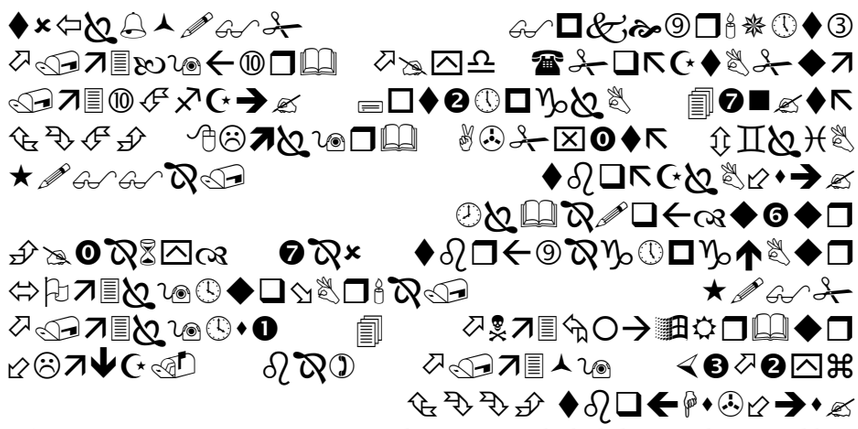
Waralaba pada dasarnya merupakan konsep pemasaran cara untuk menjual prodok dan jasa pelayanan ke pasaran di bawah nama dagang atau simbol komersial lainya milik pihak pemilik usaha waralaba. Sebagai pengganti penggunaan merk dagang yang dimiliki oleh si pemilik usaha waralaba, pihak pemegang usaha waralaba memberikan bayaran, bayaran tersebut berhubungan dengan investasi awal.

Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo merupakan salah satu rumah makan tradisional. Industri ini dapat berkembang cepat karena bahan baku utamanya adalah ayam, yang namanya ayam di bikin apa saja pasti enak kecuali bagi orang yang memang tidak suka makan ayam. Selain itu dengan

---

[3] Regges Mc.kenna, *Kiat Kiat Pemasaran Menghadapi Pasar Tak Menentu*, Alih Bahasa Bambang Hartono, (Jakarta:PT Pustaka Binama Prasindo, 1996), hal 65.

menyuguhkan cita rasa yang khas, industri ini dapat meraih pangsa pasar sesuai dengan selera konsumen. Rumah makan ini bernuansa Islami, yang menetapkan landasan filosofinya Al-Qur'an surat Ash-Shaff 10-11,



Artinya: Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih? (yaitu) kamu beriman kepada Allah dan RasulNya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.(QS.Ash-Shaff 10-11)

Berdasarkan hasil observasi di lapangan dan wawancara langsung dengan pebisnis salah satu usaha yang bisa disebut sukses adalah Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo yang didirikan oleh pengusaha bernama Puspo Wardoyo, pemilik dan direktur PT Sarana Bakar Dikdaya, pemegang hak paten merek dagang Ayam Bakar Wong Solo. Didirikan sejak tahun 1991 di Medan dengan hanya bermodalkan uang Rp 2.500 000.- Namun dengan kesungguhan dalam menjalankan usaha serta berpijak pada nilai-nilai keislaman sekarang dapat memperoleh omset 15.000.000-25.000.000/hari. Rumah makan Ayam Bakar Wong Solo telah berkembang bahkan sekarang di Banjarmasin terdapat dua Outlet yaitu di Jl. Jendral Sudirnan no 01 samping Hotel Batung Batulis dan Jl. Gatot Subroto no 68 .[4]

Jika strategi yang digunakan selama ini oleh perusahaan untuk menjaga keberlangsungan hidup usahanya hanya bertujuan untuk mempertahankan

[4] Alek Murtani, Menejer Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Banjarmasin, Wawancara Pribadi, Banjarmasin 20 maret 2011.

loyalitas konsumen, maka kedepan perusahaan membutuhkan suatu strategi yang baru yang digunakan sebagai upaya untuk mengembangkan bisnis rumah makan tersebut, tidak hanya untuk mempertahankan konsumen tetapi untuk memperluas pangsa pasar yang dapat diraih dan diperoleh oleh perusahaan. Berdasarkan kondisi inilah Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Banjarmasin diperkirakan mempunyai studi untuk mendapatkan strategi yang tepat dan sesuai sebagai upaya pengembangan usahanya di masa yang akan datang dan bertahan walaupun banyak pesaing dengan usaha yang sejenis.

Dengan melihat dan mempelajari uraian singkat di atas inilah yang menjadi alasan sehingga penulis tertarik untuk mengkaji dan mempelajari masalah ini lebih mendalam dalam bentuk penelitian terutama dari segi aspek pemasaran yang dilakukan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Banjarmasin.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yanag telah dikemukakan maka masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran pada rumah makan ayam bakar wong solo cabang Banjarmasin ?
2. Faktor apa saja yang menjadi kendala dan tantangan dalam strategi pemasaran pada rumah makan ayam bakar wong solo cabang Banjarmasin ?
3. Bagaimana tinjauan pemasaran syariah terhadap strategi pemasaran pada rumah makan ayam bakar wong solo cabang Banjarmasin ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukanya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran pada rumah makan ayam bakar wong solo cabang Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi kendala dan tantangan dalam strategi pemasaran pada rumah makan ayam bakar wong solo cabang Banjarmasin.
3. Untuk mengetahui tinjauan pemasaran syariah terhadap strategi pemasaran pada rumah makan ayam bakar wong solo cabang Banjarmasin

D. Signifikasi Penelitian

Peneliti mengharapkan agar hasil penelitian ini dapat berguna dalam hal sebagai berikut:

1. Bahan kajian ilmiah di bidang ekonomi Islam salah satunya di bidang strategi pemasaran pada rumah makan ayam bakar wong solo cabang Banjarmasin
2. Bahan informasi bagi yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut pada permasalahan yang sama tetapi dengan sudut yang berbeda.
3. Bahan kajian ilmiah untuk memperkaya khazanah pengembangan dan penalaran pengetahuan bidang ekonomi Islam bagi perpustakaan IAIN Antasari Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap beberapa istilah yang di gunakan dalam penelitian ini, maka penulis berusaha membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Strategi: Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai tujuan.[5] Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan strategi adalah segala rencana dalam pamasaran yang digunakan oleh Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Banjarmasin untuk mencapai sasaran.
2. Pemasaran : Adalah proses, cara pembuatan dan memasarkan suatu barang dagangan atau perihal menyebarluaskan ke tengah-tengah masyarakat.[6] Dalam hal ini pemasaran yang dimaksud adalah upaya membuat dan menjual menu-menu yang ada di rumah makan ayam bakar wong solo Banjarmasin.
3. Strategi Pemasaran : Yaitu salah satu bentuk kegiatan dalam usaha /bisnis yang berhubungan dengan cara-cara memawarkan dan menjual barang atau jasa [7]
4. Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo (ABWS) adalah rumah makan tradisional tempat makan dan minum yang mempunyai variasi lauk, sayur maupun minuman dan menu utamanya adalah ayam bakar.

F. Kajian Pustaka

[5] Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), h 1092.

[6] *Ibid*, h 834.

[7] A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran Indonesia* (Jakarta :Salemba em,pat, 1999), hal 136.

Dalam penelitian ini penulis telah mengkaji beberapa skripsi yang ada kaitanya dengan masalah yang akan penulis teliti di antaranya skripsi yang ada kaitanya dengan judul yang penulis teliti adalah:

1. Skripsi dari Muhamad Sauki Asrari dengan nomor induk mahasiswa 0101144445 yang membahas mengenai "Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Televisi". Permasalahanya di Kecamatan Banjarbaru Utara kota Banjarmasin, yang isinya membahas masalah periklanan yang mengecoh masyarakat dan isi pesan iklan menimbulkan kerugian bagi pengguna produk sehingga meresahkan masyarakat.
2. Skripsi Norlaila dengan nomor induk mahasiswa 0401156339 yang membahas mengenai "Strategi Pemasaran Produk Asuransi Syariah Pada Perusahaan Takaful Indonesia Cabang Banjarmasin, yang isinya membahas tinjauan praktek prespektif ekonomi Islam terhadap asuransi syariah itu sendiri.
3. Skripsi Chairul Anwar dengan nomor induk 0401156334 yang membahas mengenai Strategi Pemasaran Pedagang Tradisional di Sentral Antasari Banjarmasin Sesudah Adanya Pasar Modern yang isinya membahas tentang praktik dan perkembangan strategi pemasaran pedagang tradisional di sentra antasari sesudah adanya pasar modern, membandingkan penggunaan strategi pedagang ketika bangunan masih tradisional dan ketika telah menjadi bangunan gedung (modern) dan faktor yang menyebabkan pedagang tradisional menggunakan strategi pemasaran tersebut.

Dari penjelasan tentang pemasaran di atas yang menjadi keterkaitan penulis adalah membahas tentang Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Banjarmasin yang menjadi prioritas dalam pemasaran Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Banjarmasin ialah menu-menu yang

disuguhkan atau yang disediakan di rumah makan tersebut khususnya ayam bakar.

Dalam hal ini penulis fokus kepada Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Banjarmasin, dan sepengetahuan penulis penelitian ini belum ada yang meneliti.

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika sebagai berikut :

Bab I merupakan Pendahuluan yang menguraikan mengenai latar belakang masalah dari masalah yang ditemukan penulis dilapangan, sehingga menjadikan alasan penulis untuk memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah tergambarkan dituangkan dalam rumusan masalah, setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Signifikansi penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istalah dalam judul penelitian yang bermakna umum atau luas. Kajian pustaka ditampilkan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain. Adapun sistematika penulisan, yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II merupakan Landasan Teori yang menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh, berisikan tentang tinjauan umum terhadap pemasaran, strategi pemasaran, faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran dan konsep pemasaran Islami.

Bab III merupakan Metode Penelitian, cara untuk mempermudah dalam melakukan penelitian maka perlu dibuat jenis, sifat dan lokasi penelitian. Dalam

melakukan penelitan agar tepat sasaran apa yang ingin dicapai maka perlu adanya subek dan objek penelitian. Data dan sumber data juga sangat diperlukan dalam penelitian ini agar hasil dari penelitian ini menjadi jelas dan valid. Dalam mengumpulkan data harus ada suatu cara agar dapat terkumpul dengan akurat dan efektif, maka perlu adanya teknik pengumpulan data dan agar data yang terkumpul nantinya lengkap dan jelas maka dibuatlah teknik pengolahan dan analisis data. Kemudian dalam melakukan penelitian ini ada tahapan-tahapan yang dimasukan dalam prosedur penelitian.

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian yang berisi tentang pemaparan mengenai gambaran umum tentang usaha Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo dan pembahasan pada Strategi Pemasaran pada Rumah Maakaan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Banjarmasin, terdiri dari data informan, hasil wawancara, analisis data dan pembahasan penelitian.

Bab V merupakan penutup dari penelitian yang berisikan simpulan dan saran.