

**PROSPEK PENGEMBANGAN USAHA REKLAME DALAM MEMBANGUN
PEREKONOMIAN MASYARAKAT
MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.
(Studi Pada Usaha Reklame di Kecamatan Pekanbaru Kota)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.EI)**



DI SUSUN OLEH :

MUHAMMAD SYAIPUDIN
NIM: 10725000039

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI ISLAM**

**FAKULTAS SYARI'AH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
1432 H/2011 M**

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul : **PROSPEK PENGEMBANGAN USAHA REKLAME DALAM MEMBANGUN PEREKONOMIAN MASYARAKAT MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.** (Studi pada usaha reklame di Kecamatan Pekanbaru Kota).

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pengamatan penulis tentang keberhasilan usaha reklame di Jalan Pangeran Hidayat yang meliputi tiga kelurahan yaitu : Kelurahan Tanah Datar, Kota Baru dan Sukaramai dengan segala kendala dan keterbatasan yang ada. Perkembangan usaha tersebut dapat membangun perekonomian masyarakat meskipun masih terdapat kendala dalam menjalani usaha yang harus diatasi.

Dari latar belakang diatas, permasalahan yang diteliti adalah bagaimana prospek usaha reklame dalam membangun perekonomian masyarakat, faktor pendorong dan kendala serta tinjauan Ekonomi Islam terhadap usaha tersebut.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengusaha reklame yang berada di Kecamatan Pekanbaru Kota yang berjumlah 37 pengusaha dan diambil sampel sebanyak 11 pengusaha.

Data penelitian diperoleh dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari responden (pengusaha reklame), dengan cara mengajukan angket dan wawancara, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari kitab-kitab dan literature yang ada kaitannya dengan permasalahan ini, kemudian dianalisa dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan penulisan dalam penelitian ini menggunakan metode induktif, deduktif dan deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana prospek usaha reklame dalam membangun perekonomian masyarakat, faktor pendorong dan kendala yang dihadapi serta tinjauan ekonomi islam terhadap usaha tersebut.

Dari penelitian ini dihasilkan beberapa temuan bahwa usaha reklame yang dijalani oleh pengusaha di Kecamatan Pekanbaru Kota berprospek baik untuk dikembangkan dan dipertahankan untuk masa mendatang selain itu usaha ini merupakan kegiatan yang dijalani dengan beberapa faktor yang mendorong yaitu : faktor kesukaan, kelayakan pasar, adanya teknologi dan memiliki prospek yang baik untuk masa yang akan datang . Meskipun usaha ini berjalan dengan baik namun menghadapi beberapa kendala yaitu : keterbatasan modal, kurangnya tenaga yang terampil secara professional, adanya persaingan yang tidak sehat sehingga dapat menjatuhkan harga dan keterbatasan wawasan bisnis dalam pengembangan usaha. Meskipun dengan segala keterbatasan dan kendala yang dihadapi, keberadaan usaha ini mampu membangun perekonomian masyarakat dan sejalan dengan prinsip Ekonomi Islam.

Kata Kunci: Prospek Pengembangan Usaha Reklame

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
E. Metode Penelitian.....	9
F. Penjelasan istilah	12
G. Sistematika Penulisan.....	13

BAB II : GAMBARAN UMUM KECAMATAN PEKANBARU KOTA

A. Geografis dan Demografis Pekanbaru Kota.....	16
B. Pendidikan, Agama dan Ekonomi Pekanbaru Kota	18
C. Usaha reklame di Kecamatan Pekanbaru Kota	20

BAB III : TINJAUAN UMUM TENTANG USAHA REKLAME

A. Kewirausahaan	27
1. Pengertian Kewirausahaan	27
2. Karakteristik Kewirausahaan.....	28
3. Ide Usaha	32
4. Produktivitas Dan Motivasi	34
5. Membangun Inovasi Dan Kreativitas	41
6. Wirausaha Dalam Islam	44
B. Proses pengembangan usaha	49
C. Strategi persaingan dan pengembangan usaha	52
D. Pemberdayaan Ekonomi Rakyat.....	52
E. Prospek Pengembangan Usaha Reklame.....	54

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Prospek Pengembangan Usaha Reklame Dalam Membangun Perekonomian Masyarakat	57
B. Faktor pendorong Dan Kendala Yang Dihadapi Dalam Menjalani Usaha Reklame	61
C. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap usaha Reklame	72

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	77
B. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aktivitas perekonomian telah ada sejak pertama kalinya manusia diciptakan yaitu diciptakannya nabi Adam AS kemudian disusul dengan penciptaan Hawa dan diturunkan ke permukaan bumi ini. Perekonomian berjalan seiring perkembangan zaman yang berkembang dari masa ke masa, perkembangan manusia itu sendiri dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Seiring perkembangan dan perjalanan sejarah manusia, aspek ekonomi juga turut berkembang dan semakin kompleks. Kebutuhan manusia yang semakin menjadi-jadi dan tidak dapat dipenuhi sendiri menyebabkan mereka melakukan kegiatan tukar-menukar dalam berbagai bentuk. Alam yang pada awalnya menyediakan banyak komoditas tidak lagi bisa diandalkan, akhirnya muncullah aneka ragam transaksi, mulai dari barter hingga yang paling modern seperti yang dinikmati pada saat ini¹.

Perkembangan kehidupan manusia diikuti oleh perkembangan kebutuhan hidup, ekonomi, dan kependudukan. Kebutuhan manusia tersebut terwujud dalam pola kehidupannya. Pertumbuhan ekonomi juga diikuti dengan berbagai kelompok pekerja dan kelompok jabatan, baik yang bersifat formal ataupun yang informal. Pertumbuhan penduduk juga membentuk pola-pola kehidupan manusia

¹ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007). h. 2.

baru, letak geografis penduduk serta kepadatan jumlah penduduk mengubah fungsi dan peran manusia².

Dalam menjalani kehidupannya, manusia menghadapi tantangan dimana dengan tantangan tersebut akan muncul sebuah gagasan, kemauan, dan dorongan untuk berinisiatif, yang tidak lain adalah kreatif dan bertindak inovatif sehingga tantangan yang dihadapi tepecahkan³. Dengan demikian manusia pun akan berusaha untuk menghidupi keluarga pada khususnya dan masyarakat pada umumnya dengan langkah awal membuka usaha kecil.

Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang⁴.

Ekonomi Islam merupakan suatu ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari persoalan perekonomian rakyat yang berlandaskan Syari'at Islam, hal ini sesuai dengan apa yang telah diungkapkan oleh Abdul Mannan dalam bukunya mengatakan bahwa Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam⁵. Defenisi Abdul Mannan ini semakna dengan apa yang didefenisikan oleh M.M Metwelly yang dikutip oleh Heri Sudarsono, beliau mengatakan : " Ekonomi

²Sirod Hantoro, *Kiat Sukses Berwirausaha*, (Yogyakarta : Adicita Karya Nusa, 2005) h. 1

³Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta : Salemba Empat , 2006) h. 3

⁴M.Tohar, *Membuka Usaha Kecil*,(Yogyakarta : Kanisius , 2000) h. 1

⁵Abdul Mannan, *Teori & Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta : PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1997) h. 7

Islam sebagai ilmu yang mempelajari perilaku muslim (yang beriman) dalam suatu masyarakat Islam yang mengikuti Al-qur'an, Hadits nabi, Ijma' dan Qiyas"⁶.

Dalam pelaksanaannya Ekonomi Islam menerapkan sistem yang berorientasi pada Rahmatan Lil 'Alamin⁷, suatu sistem perekonomian yang menjadi rahmat bagi seluruh alam. Namun dalam pelaksanaannya Ekonomi Islam belum dikenal oleh masyarakat secara mendetail, Ekonomi Islam hanya dikenal dalam ruang lingkup yang sempit yaitu sebagai suatu lembaga keuangan syari'ah padahal ruang lingkup Ekonomi Islam itu meliputi sektor Riil juga seperti perdagangan, pertanian, dan industri. Hal ini dikarenakan Ekonomi Islam itu sendiri suatu sistem perekonomian baru yang diibaratkan seperti seorang bayi mungil yang baru lahir yang selalu mengalami pertumbuhan, seiring berputarnya waktu dan bergantinya masa, sehingga pada saat ini Ekonomi Islam siap menjadi sistem perekonomian dunia.

Dalam perkembangan dibidang industri merupakan bagian dari usaha pembangunan ekonomi jangka panjang untuk menciptakan struktur perekonomian yang lebih kokoh dan seimbang. Pengembangan sektor industri khususnya industri kecil mempunyai dampak positif terhadap pertumbuhan perekonomian suatu daerah khususnya dan negara pada umumnya.

Di negara Indonesia ini industri yang dijalankan oleh wirausaha yang berangkat dari usaha yang sederhana, kemudian berangsur-angsur untuk

13. ⁶Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, (Yogyakarta : Ekonisia, 2004) h.

⁷Muchlish, *Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta : YKPN, 2007) h. 6

mengembangkan usaha tersebut sampai usaha yang dikelola menjadi usaha yang besar yang mampu menampung tenaga kerja dan mengurangi tingkat pengangguran. Perkembangan sektor industri dalam pembangunan di Indonesia tidak terlepas dari peranan dan keberadaan industri kecil dan kerajinan rakyat, yang secara historis kehadirannya jauh lebih dahulu dibandingkan industri manufaktur maupun industri modern. Meskipun penghasilan industri kecil pada umumnya masih tergolong rendah, namun eksistensinya tidak dapat diabaikan dalam kelesuan ekonomi⁸.

Menurut Ananta, struktur ekonomi yang di kembangkan sehubungan dengan industrialisasi pada umumnya adalah industri kecil dan industri rumah tangga yang merupakan industri bercorak padat karya, sehingga dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak. Tumbuhnya industri kecil dan industri rumah tangga pada tahap pasar internasional dapat menjadi pendorong tumbuhnya industri di Indonesia⁹.

Salah satu usaha kecil yang berkembang saat ini adalah usaha reklame. Sebuah usaha kecil yang berangkat dari skill seni gambar yang dimiliki oleh para pengusaha dalam memenuhi permintaan pelanggan. Reklame merupakan bagian dari kegiatan Ekonomi sektor industri yang akan memproduksi berbagai macam produk diantaranya spanduk (digital ataupun yang biasa), baliho, plakat, prasasti, stempel (warna dan biasa), ID card, Neon Box, fiber glass, name tag, dan

⁸Fachri Yasin, *Agribisnis Riau dan Perkebunan Berbasis Kerakyatan*, (Pekanbaru: UNRI Pers, 2003), h. 140.

⁹Aris Ananta, *Ekonomi Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Bina Akasara, 2002), h. 227

sebagainya¹⁰. Dimana pada saat ini masyarakat sangat membutuhkan produk dari usaha reklame untuk berbagai macam keperluan, terutama bagi pengusaha-pengusaha yang ingin mempromosikan produksi usahanya. Berkembangnya usaha reklame ini memberikan dampak positif bagi masyarakat, karena usaha ini mampu menyerap tenaga kerja dan dapat membangun perekonomian masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Ilham (pengusaha reklame) awalnya ia hanya pekerja pada usaha reklame, namun ia berinisiatif untuk membuka usaha sendiri, dengan kegigihannya ia pun berhasil dan mampu memperkerjakan dua orang pekerja¹¹. Namun Keberhasilan yang telah dicapai, mempunyai kendala dan hambatan dalam pengembangan usaha ini, adapun kendala yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- Kurangnya tenaga yang terampil secara profesional dalam rangka pertumbuhan dan perkembangan usaha
- Keterbatasan modal investasi maupun modal kerja
- Keterbatasan wawasan bisnis serta pengetahuan pengelolaan usaha dengan baik

Keterbatasan modal dan kurangnya tenaga yang professional merupakan suatu kendala dalam pengembangan usaha ini, kurangnya modal mengakibatkan produk yang dihasilkanpun terbatas sehingga mengalami hambatan dalam pengembangan usaha.

¹⁰Zoelhairi (Pengusaha Reklame), Wawancara Tanggal 18 Januari 2011

¹¹ Ilham (pengusaha reklame), Wawancara Tanggal 18 Januari 2011

Dalam setiap usaha kita tidak akan pernah terlepas dari sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya alam (SDA) dimana satu sama lain saling berkaitan. Terutama peranannya sebagai pelaku industri, sumber daya manusia yang handal adalah yang memiliki wawasan berwiraswasta¹². Sumber daya manusia yang demikian sangat diharapkan ikut memacu akselerasi dari tahap ke tahap proses industrialisasi, sejarah membuktikan peranan wiraswasta dalam meningkatkan dan mengembangkan potensi masyarakat dalam berusaha.

Dalam dunia usaha harus ada pengembangan baik dari segi fisik ataupun dari produk-produk yang dihasilkan, dengan tujuan bisa memperoleh keuntungan yang banyak agar usaha yang dijalankan tetap eksis dan langgeng. Eksis dan langgengnya sebuah usaha tercipta dengan adanya kerja sama yang baik antara pengusaha dengan pekerja. Kerja sama yang baik pun akan terwujud jika kesejahteraan pekerja diperhatikan dengan memberikan upah sesuai dengan skill yang dimiliki pekerja. Seorang pengusaha harus jeli dan pandai mengambil hati pelanggan dengan menciptakan berbagai macam produk baru yang menarik¹³, tak hanya itu pengusaha harus bisa menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang prima dengan cara memperhatikan kualitas produk yang diinginkan serta ketepatan waktu yang telah dijanjikan karena pelayanan akan menjadi ikon bagi pengusaha ditengah kompetisi.

¹² Fadel Muhammad. *Industrialisasi dan Wiraswasta*. (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 1992) h. ix

¹³ MJ Moris, *Kiat Sukses Menembangkan Usaha kecil*,(Jakarta : Arcan , 1996). h 2

Usaha reklame merupakan bagian dari kegiatan muamalah dimana dalam kegiatan tersebut terjadinya transaksi antara dua orang atau lebih dalam memasarkan suatu barang ataupun jasa. Dalam kaedah ushul fiqh yang mendasar dalam konsep Islam dikatakan bahwa asal dari kegiatan mua'malah itu adalah boleh kecuali datang/ada dalil yang mengharamkannya¹⁴.

Begitu juga halnya usaha reklame yang ditekuni oleh pekerja, merupakan suatu usaha yang boleh dilakukan selama pekerjaan itu tidak menyimpang dari ajaran-ajaran Islam. Keberhasilan usaha reklame dengan segala keterbatasan dan kendala yang dihadapi akan tetapi tetap eksis merupakan suatu prestasi yang membanggakan dan patut dikembang dalam rangka membangun perekonomian masyarakat, Dari pengamatan awal yang penulis lakukan, usaha ini serta eksistensinya mempunyai andil yang sangat besar dan berdampak positif terhadap pembangunan perekonomian masyarakat, dengan demikian penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang kiat-kiat yang ditempuh untuk mencapai keberhasilan serta menganalisa kekurangan dan kendala serta peluang dan kelebihan yang bisa dimanfaatkan untuk pengembangan usaha reklame ini.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih jauh dalam bentuk karya ilmiah yang disusun dengan judul: **Prospek Pengembangan Usaha Reklame Dalam Membangun Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam.** (Studi Pada Usaha Reklame Di Kecamatan Pekanbaru Kota).

¹⁴ Ahmad Basyir, *Asas Hukum Mua'malat*, (Yogyakarta : UII Pers, 2003) h. 34

B. Batasan Masalah

Untuk lebih terarahnya penelitian ini dan mendalam tentang inti permasalahan, maka penulis Membatasi pembahasan ini kepada prospek pengembangan Usaha Reklame Dalam Membangun Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka dapat di tarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana prospek pengembangan usaha reklame dalam membangun perekonomian masyarakat?
2. Apa faktor-faktor pendorong dan kendala yang dihadapi usaha reklame dalam membangun perekonomian masyarakat?
3. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap usaha reklame?

D. Tujuan dan kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui prospek pengembangan usaha reklame dalam membangun perekonomian masyarakat.
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor pendorong dan kendala yang dihadapi usaha reklame dalam membangun perekonomian masyarakat
- c. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap usaha reklame.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Sebagai sumbangsih pemikiran penulis dalam mengembangkan disiplin Ilmu guna pengembangan Ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Ekonomi Islam
- b. Sebagai khazanah intelektual tentang pemikiran Ekonomi Islam dan kaitannya dalam pengembangan ekonomi dan kehidupan masyarakat.
- c. Sebagai tugas dan syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI) pada Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum UIN SUSKA Riau

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah Kecamatan Pekanbaru Kota yang meliputi tiga kelurahan yaitu Kelurahan Sukaramai, Kota Baru dan Tanah Datar. Lokasi ini merupakan sentral usaha reklame sehingga diharapkan dapat memberikan data-data yang lebih valid tentang prospek pengembangan usaha reklame dalam membangun perekonomian masyarakat menurut Perspektif Ekonomi Islam.

2. Subjek dan Objek penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pengusaha reklame, Sedangkan objek penelitian ini adalah prospek pengembangan usaha reklame.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha reklame yang berjumlah 37 pengusaha. Dari populasi tersebut penulis mengambil sampel 30% atau 11 orang pengusaha yang tersebar di tiga kelurahan yaitu kelurahan Tanah Datar, Kota Baru dan Sukaramai dengan menggunakan metode Random Sampling. Yaitu, pengambilan sampel secara acak yang mana semua individu dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data Primer, yaitu data yang secara langsung diambil dari pengusaha reklame.

b. Data Sekunder

Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari buku-buku ataupun referensi lainnya yang memiliki relevansi dengan pembahasan yang penulis teliti pada saat ini

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, maka penulis menggunakan beberapa metode, yaitu:

- a. Observasi yaitu cara pengumpulan data yang penulis lakukan dengan mengamati gejala dan fenomena yang terjadi di lapangan.

- b. Wawancara yaitu merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada subjek.
- c. Dokumentasi yaitu berupa foto-foto kegiatan yang dilakukan di lapangan.
- d. Angket yaitu dengan cara membuat pertanyaan yang berhubungan dengan keperluan penelitian yang diajukan pada sumbernya.

4. Metode Analisa Data

Metode analisa data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Analisa Deskriptif Kualitatif. Yaitu, menganalisa data-data berdasarkan persamaan jenis dari data tersebut, kemudian diuraikan antara suatu data dengan data yang lainnya. Sehingga diperoleh gambaran umum yang utuh tentang masalah yang diteliti.

5. Metode penulisan

- a. Metode Deduktif, yaitu mengumpulkan data-data umum kemudian dianalisis dan diuraikan secara khusus
- b. Metode Deskriptif, yaitu mengumpulkan data dan keterangan kemudian dianalisa hingga disusun sebagaimana yang dikehendaki dalam penelitian ini.

F. Penjelasan Istilah

1. Prospek

Prospek adalah masa depan¹⁵. Prospek merupakan suatu peluang (gambaran umum) tentang usaha yang kita jalankan untuk masa yang akan datang. Setiap orang yang akan membuka usaha ataupun yang telah menjalankan usaha pasti mempunyai pandangan kedepannya. Setiap usaha yang dijalankan pada dasarnya mempunyai prospek. Prospek suatu usaha akan bagus jika dikelola dengan baik, begitu juga sebaliknya.

2. Usaha

Usaha adalah kegiatan dengan mengarahkan tenaga¹⁶. Usaha merupakan Kegiatan dagang mengarahkan tenaga dan pikiran atau benda untuk mencapai suatu tujuan. Dalam menjalani kehidupan ini kita dituntut untuk berusaha, berusaha menghidupi keluarga dan masyarakat.

3. Reklame

Reklame adalah pemberitahuan kepada khalayak ramai tentang sesuatu barang dengan harapan mampu menarik simpatik pembacanya untuk membelinya¹⁷.

Reklame berasal dari bahasa latin yaitu *re* (berulang-ulang) dan *clamo* (berseru). Jika diterjemahkan secara bebas, reklame berarti menyerukan berulang-

¹⁵MB Rahimsyah, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Aprindo, 2009) cet ke-7 h 344

¹⁶ *Ibid* 474

¹⁷ *Ibid* 359

ulang. Seruan itu dimaksudkan untuk menarik perhatian massa semata, jadi calon pembeli yang dimulai dengan melihat, mendengar, tertarik dan berminat ingin memiliki, kemudian memutuskan untuk membeli dan akhirnya memilikinya dengan kepuasan¹⁸.

G. Sistematika Penulisan

Secara garis besarnya, penulisan ini disusun dalam 5 (lima) bab dan masing-masing bab diuraikan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisikan Latar Belakang, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian, Penjelasan Istilah dan Sistematika Penulisan.

BAB II : Gambaran Umum tentang lokasi penelitian

Gambaran Umum tentang lokasi penelitian yang berisikan Letak Geografis, pendidikan, agama dan ekonomi Kecamatan Pekanbaru Kota Sejarah usaha reklame di jalan Pangeran Hidayat Kecamatan Pekanbaru Kota.

¹⁸M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta : Kanisius , 2000) h. 70

BAB III : Tela'ah Pustaka

Tinjauan umum tentang prospek pengembangan Usaha reklame yang terdiri dari :

A. Kewirausahaan

1. Pengertian kewirausahaan
2. Karakteristik kewirausahaan
3. Ide usaha
4. Produktivitas dan motivasi
5. Membangun inovasi dan kreativitas
6. Wirausaha dalam Islam

B. Proses pengembangan usaha

C. Strategi persaingan dan pengembangan usaha

D. Pemberdayaan ekonomi rakyat

E. Prospek pengembangan usaha reklame

BAB IV : Hasil penelitian dan pembahasan

Dalam bab ini, penulis akan menjelaskan bagaimana prospek usaha reklame dalam membangun perekonomian masyarakat, faktor pendorong dan kendala yang dihadapi Usaha reklame dalam membangun perekonomian masyarakat serta tinjauannya menurut perspektif Ekonomi Islam.

BAB V : Penutup

Kesimpulan

Saran

Daftar Pustaka

BAB II

GAMBARAN UMUM KECAMATAN PEKANBARU KOTA

A. Geografis Kecamatan Pekanbaru Kota¹

1. Geografis

Kecamatan Pekanbaru Kota terletak di pusat kota Pekanbaru ibu kota provinsi Riau dengan luas wilayah 26,22 (km²). Kecamatan Pekanbaru Kota terdiri dari 6 kelurahan yaitu :

- a. Simpang Empat
- b. Suma Hilang
- c. Tanah Datar
- d. Kota Baru
- e. Sukaramai

Tabel 1

Luas Kecamatan Menurut Kelurahan

No	Kelurahan	Luas Wilayah (km ²)
1	Simpang Empat	0.55
2	Sumahilang	0
3	Tanah Datar	23.17

¹ Profil Kecamatan Pekanbaru Kota 2011

4	Kota Baru	0
5	Sukaramai	2.5
6	Kota Tinggi	0
JUMLAH		26.22

Sumber : Data Kecamatan Pekanbaru Kota Mei 2011

2. Demografis

Berdasarkan data yang diperoleh dari kantor camat Pekanbaru Kota jumlah penduduk saat ini berjumlah 28.810 jiwa, dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 2

Keadaan jumlah penduduk Menurut Kelurahan

No	Kelurahan	Jumlah KK	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin		Jumlah (jiwa)
			Laki-laki	Perempuan	
1.	Simpang Empat	527	856	1055	1911
2.	Sumahilang	1296	3053	2865	5918
3.	Tanah Datar	1388	3183	3354	6537
4.	Kota Baru	894	2469	2665	5134
5.	Sukaramai	1064	2774	2602	5375
6.	Kota Tinggi	716	2015	1884	3935
Jumlah		5885	14385	14425	28810

Sumber : Data Kecamatan Pekanbaru Kota Mei 2011

B. Pendidikan, Agama dan Ekonomi di Kecamatan Pekanbaru Kota

1. Pendidikan

Pendidikan merupakan sarana untuk mencerdaskan kehidupan anak bangsa, oleh sebab itu berhasil atau tidaknya pembangunan di kota ini banyak dipengaruhi oleh tingkat pendidikan. Berdasarkan data yang diperoleh dari kantor kecamatan pekanbaru kota ini pendidikan masyarakat dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 3

Tingkat pendidikan masyarakat Kecamatan Menurut Kelurahan

No	Kelurahan	Jenjang pendidikan							Jumlah (jiwa)
		SD	SMP	SLTA	DI/2/3	S1	S2	S3	
1.	Simpang Empat	199	229	446	288	403	61	6	1632
2.	Sumahilang	674	978	2333	85	155	18	1	4244
3.	Tanah Datar	248	782	3732	44	353	3	0	5162
4.	Kota Baru	419	1097	1620	173	253	0	0	3562
5.	Sukaramai	921	1405	1354	154	100	0	0	3934
6.	Kota Tinggi	405	756	1014	770	394	186	0	3525
Jumlah		2866	5247	10499	1514	1658	268	7	22059

Sumber : Data Kecamatan Pekanbaru Kota Mei 2011

2. Agama

Berdasarkan data yang diperoleh dari kantor kecamatan Pekanbaru Kota terdapat beberapa agama antara lain : Islam, Protestan, Katolik, Hindu, Budha Dan Konhuchu. Diantara agama tersebut mayoritas masyarakat Kecamatan Pekanbaru Kota beragama Islam.

Tabel 4

Keadaan agama masyarakat menurut kelurahan

No	Kelurahan	Agama						Jumlah (jiwa)
		Islam	Katolik	Protestan	Hindu	Budha	Kong huchu	
1.	Simpang Empat	1812	31	37	19	12	0	1911
2.	Sumahilang	5621	24	127	0	146	0	5918
3.	Tanah Datar	6087	325	128	0	0	0	6540
4.	Kota Baru	4353	17	191	0	187	195	4943
5.	Sukaramai	5102	69	61	0	143	0	5375
6.	Kota Tinggi	3082	352	353	10	138	0	3935
Jumlah		26057	818	897	29	626	195	28622

Sumber : Data Kecamatan Pekanbaru Kota Mei 2011

3. Ekonomi

Pesatnya pertumbuhan penduduk dan pembangunan Kota Pekanbaru umumnya dan Kecamatan Pekanbaru kota khususnya berdampak terhadap Ekonomi masyarakat, Kota Pekanbaru merupakan salah satu kota di Indonesia yang sedang berkembang dimana masyarakat kota Pekanbaru hidup dengan mata pencaharian yang beragam, kehidupan ekonomi masyarakat kota Pekanbaru bermacam-macam, seperti pertanian, peternakan, perikanan, industri, transportasi, koperasi, keuangan, PNS, TNI, POLRI, pensiunan dan lain sebagainya.

4. Usaha Reklame di Kecamatan Pekanbaru Kota.

1. Sejarah singkat usaha reklame di jalan Pangeran Hidayat (Kelurahan Tanah Datar, Kota Baru dan Sukaramai).

Usaha reklame di Kecamatan Pekanbaru Kota, tepatnya di Jalan Pangeran Hidayat merupakan sebuah usaha yang diminati oleh masyarakat dan anak muda setempat, kalau kita amati sepanjang jalan itu dipenuhi oleh usaha reklame. Usaha ini berawal pada tahun 1982 yang dipelopori oleh H. Ibrahim dan keluarga. Sebelum memulai usaha ini beliau adalah seorang pengangguran yang kemudian beliau mendapat bantuan pendidikan reklame di Jakarta yang dibiayai oleh Disperindag provinsi Riau. Setelah menjalani pendidikan di Jakarta, beliau menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama

pendidikan dengan membuka usaha reklame yang bertempat di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru Kota.

Usaha reklame yang dijalani nya diberi nama "*Ferry Reklame*" diambil dari nama anak ke-2 nya yang bernama Ferry. Pada saat itu beliau memperkerjakan 4 orang pekerja dan dibantu oleh istrinya Hj Sariani. Dalam usahanya ini, beliau menghasilkan produk yang dibutuhkan masyarakat , perusahaan dan perkantoran seperti spanduk, stempel, name tag, ID card, plakat, merk dan lain-lain. Hasil karyanya banyak diminati oleh perusahaan yang besar di Riau seperti Caltex, Indah Kiat dan lain sebagai².

Setelah beberapa tahun berjalan sekitar tahun 1999 usaha ini sukses dan mulai berkembang, dimana pekerja yang awalnya bekerja dengan H. Ibrahim membuka usaha sendiri seperti hal telah dilakoni oleh Adrial yang buka usaha reklame sendiri (Mandiri Reklame) tahun 1999 dan bertempat di kelurahan Sukaramai begitu juga A.utho pernah bekerja dengan H Ibrahim kemudian buka usaha sendiri (Borneo Reklame) tahun 1999 juga bertempat di kelurahan Sukaramai, Asyono merupakan menantu nya juga buka usaha ini (Ion Reklame) tahun 2000 yang bertempat di Kelurahan Tanah Datar dan masih banyak yang lainnya seperti New Delima Reklame, Kreasi Reklame, Sahabat Reklame, Nuansa Riau Reklame, As-Salam Reklame, Ro'uf Reklame,

² Said, (pengusaha reklame / anak H. Ibrahim) Wawancara Tgl 3 Mei 2011

Metro Reklame, sehingga pada saat ini usaha reklame berkembang pesat, dan saling bersaing untuk mendapatkan pelanggan³.

Pada saat ini anak H. Ibrahim juga telah membuka usaha reklame ditempat lain. Saat ini anak-anak juga sudah buka usaha yang sama seperti Ferry telah membuka usaha di Perawang Kabupaten Siak, Aldo juga buka usaha reklame dengan nama "Alif Reklame" yang bertempat di kelurahan Sukaramai, sedangkan Ferry Reklame yang saya rintis dulu dikelola anak saya yang ke-7 yang bernama Said⁴.

Banyaknya pengusaha baru yang buka usaha reklame ini diduga mulai sejak tahun 2000an karena sebelum itu usaha reklame ini tidak sebanyak sekarang, sekarang kalo ditotalkan mungkin sekitar 30an kedai reklame yang ada di sini, apalagi sekarang usaha ini ditunjang oleh alat elektronik seperti komputer untuk mendesain produk reklame dan mesin pencetak sehingga dengan demikian dapat mempermudah kegiatan dalam usaha ini⁵. Berikut terdapat daftar nama usaha reklame yang ada di jalan Pangeran Hidayat yang meliputi tiga kelurahan yaitu :

³ A.Utho (Pengusaha Reklame) Wawancara Tgl 3 Mei 2011

⁴ H. Ibrahim (Pengusaha Reklame) Wawancara Tgl 3 Mei 2011

⁵ Asyono (Pengusaha Reklame) Wawancara Tgl 3 Mei 2011

1. Kelurahan Tanah Datar

Berdasarkan observasi penulis dan wawancara dengan pengusaha reklame yang berada di Kelurahan Tanah Datar, berjumlah 14 usaha reklame yang disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5

Nama Usaha Reklame Kelurahan Tanah Datar

No	Nama usaha reklame
1	Ferry reklame
2	As-salam reklame
3	Dumai reklame
4	Variasi reklame
5	An-nur reklame
6	Out door reklame
7	Nusantara reklame
8	Sahabat reklame
9	Ion reklame
10	D-5 reklame
11	Kreasi reklame
12	Sinar reklame
13	Ro'uf reklame
14	Altaf reklame

2 Kelurahan Kota Baru.

Berdasarkan observasi penulis dan wawancara dengan pengusaha reklame yang berada di Kelurahan Kota Baru berjumlah 6 usaha reklame yang disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 6

Nama Usaha Reklame Kelurahan Kota Baru

No	Nama usaha reklame
1	Metro reklame
2	Mata air express reklame
3	New delima reklame
4	D-Visi reklame
5	Chode reklame
6	Kreatif reklame

3. Kelurahan Sukaramai

Berdasarkan observasi penulis dan wawancara dengan pengusaha reklame yang berada di kelurahan sukaramai berjumlah 17 usaha reklame yang disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 7

Nama Usaha Reklame Kelurahan Sukaramai

No	Nama usaha reklame
----	--------------------

1	Berneo reklame
2	Mandiri reklame
3	Raja reklame
4	Indragiri reklame
5	Aditya reklame
6	Lancang kuning reklame
7	Damai jaya reklame
8	Nuansa riau reklame
9	Urfa reklame
10	Arif reklame
11	D-lima reklame
12	Faren reklame
13	Detik reklame
14	Cahaya reklame
15	Alif reklame
17	Karya reklame

2. Kegiatan usaha reklame di Kecamatan Pekanbaru Kota khususnya di jalan Pangeran Hidayat.

Usaha reklame merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang jasa yang dapat memproduksi berbagai macam produk jasa seperti spanduk, baliho, banner, stempel, batu Nissan, prasasti, id card, name tag, merk, palakat, neon box, fiber glass dan sebagainya. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknolgi usaha reklame ini makin berkembang, dimana dulunya usaha reklame ini di lakukan

oleh pengusaha dengan cara manual seperti penyablonan. Akan tetapi sekarang dalam kegiatannya usaha reklame sudah menggunakan alat elektronik seperti computer untuk mendesain model produk yang diinginkan dan mesin print untuk mencetak hasil dan alat bantu lainnya. Dibawah ini terdapat daftar harga produk usaha reklame sebagai berikut :

Tabel 8
Harga produk usaha reklame

NO	Nama produk	Harga
1	Spanduk	Rp 25.000/m
2	Banner	Rp 75.000/bentuk
3	Baliho	Rp 25.000/m
4	Stempel	Rp 75.000/buah
5	Batu nisan	Rp 175.000/ ukuran 30x20cm
6	Name tag	Rp 25.000/buah
7	Plakat	Rp 150.000/bentuk
8	Neon box	Rp 800.000/m
9	Fiber glass	Rp 250.000/bentuk
10	Prasasti	Rp 5.000.000/ukuran 40x60cm
11	Merk	Rp 300.000/m
12	Dan lain-lain	Kondisional

Sumber : Data Olahan

BAB III

TINJAUAN UMUM TENTANG USAHA REKLAME

A. Kewirausahaan

1. Pengertian kewirausahaan

Pengertian kewirausahaan di dalam beberapa buku berbeda-beda, meskipun demikian maksud dan tujuannya sama, antara lain adalah sebagai berikut :

Kewirausahaan adalah sikap mental dan sifat jiwa yang selalu aktif berusaha meningkatkan hasil karyanya dalam arti meningkatkan penghasilan¹.

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses². Dalam kewirausahaan kita akan menjumpai istilah "*wirausaha*" yaitu orang yang mengorganisasi, mengelola serta menganggung resiko atas keputusan bisnis yang dijalaninya. Dengan keterampilan dan strateginya seorang wirausaha mampu menciptakan suatu peluang, mengantisipasinya, serta mengupayakan kesuksesan bagi diri, perusahaan, maupun orang lain.

¹ M. Tohar. *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta : Kanisius , 2000) h. 164

² Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta : Salemba Empat , 2006) h. 2

Dalam menjalani kehidupan ini manusia dituntut untuk berusaha, namun semakin pesatnya perkembangan manusia maka semakin sempit pula lapangan pekerjaan, tidak semua orang yang beruntung dan menjadi sukses di negara ini, pendidikan yang diraih dengan waktu yang lama dan dengan biaya yang mahal pun tidak bisa menjamin pemiliknya untuk mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan keahliannya.

Melihat kondisi tersebut, banyak orang tertarik dan beralih memilih jenis pekerjaan informal, yaitu wirausaha atau bisnis. Dimana saat ini banyak anak muda kreatif yang menyukai tantangan. Sebagian dari mereka mempunyai latar belakang pendidikan yang baik dan bukan berasal dari lingkungan keluarga usahawan³.

Peranan wirausaha adalah untuk meresapi aktivitas usaha dengan semangat kewirausahaan dan mengubah semangat itu menjadi energi untuk terjun kedalam pembaharuan-pembaharuan⁴.

Fungsi wirausaha adalah mencari dan menciptakan cara baru, terobosan baru dalam mendapatkan masukan atau input, serta mengolah barang dan jasa yang menarik dan memasarkan barang dan jasa tersebut untuk memuaskan langganan dan sekaligus memperoleh keuntungan⁵.

³ Maryono Ismail, *Buka Usaha? Siapa Takut!*, (Depok : Penebar Swadaya, 2007) h 11

⁴Tarsis Tarmudji, *Prinsip-Prinsip Wirausaha*, (Yogyakarta: Liberty, 1996), h. 7

⁵M. Tohar, *Op.cit* h. 170.

2. Karakteristik dan Etika kewirausahaan.

a. Karakteristik

Merupakan keahlian seseorang dalam menghadapi resiko dimasa mendatang dan tumbuh menggunakan seluruh sumber daya yang dimiliki sehingga mengalami peningkatan terhadap usaha. Para ahli mengemukakan Karakteristik kewirausahaan dengan konsep yang berbeda-beda , antara lain adalah Geoffrey G Meredith⁶, beliau mengatakan :

Tabel 9

Karakteristik Kewirausahaan

No	Karakteristik	Watak
1	Percaya diri dan optimis	Memiliki kepercayaan diri yang kuat, tidak ketergantungan pada orang lain, dan individualis
2	Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, mempunyai dorongan yang kuat, energik, tekun dan tabah, tekad kerja keras serta inisiatif.
3	Berani mengambil resiko dan menyukai tantangan	Mampu mengambil resiko yang wajar
4	Kepemimpinan	Berjiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan orang lain, dan terbuka terhadap saran serta kritikan.
5	Keorisinilan	Inovatif, kreatif dan fleksibel

⁶Suryana, *Op.cit* h.24

6	Berorientasi masa depan	Memiliki visi dan perspektif terhadap masa depan
---	-------------------------	--

Zulkarnain dalam bukunya mengemukakan pula 4 karakteristik kewirausahaan⁷: Yaitu

1. Menjalankan sebuah bisnis yang mempunyai kemungkinan menghasilkan keuntungan.
2. Berani menanggung dan menerima resiko bisnis tersebut dimasa-masa mendatang.
3. Bisnis yang sedang ditekuni akan mempunyai kesempatan tumbuh.
4. Perusahaan akan membuat inovasi dan terjadi kapitalisasi bisnis tersebut.

Sedangkan menurut Lembaga Penelitian Pengusaha Kecil dari Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha adalah sebagai berikut⁸ :

1. Berwawasan jangka panjang dan berperencanaan
2. Mengutamakan kepentingan umum
3. Mempraktikkan profesionalisme
4. Memenuhi janji dengan tepat
5. Memenuhi takaran, ketepatan, kebenaran, dan kualitas

⁷ Zulkarnain. *Kewirausahaan*, (Yogyakarta : Adicita. 2006), h.

⁸ M.Tohar, *Op.cit.* h. 168.

6. Hemat, tidak kikir, dan tidak boros
7. Disiplin
8. Dinamis (untuk pribadi), tumbuh atau berkembang (untuk kelompok atau golongan)
9. Memelihara prestasi atau produktivitas
10. Ulet, sabar, dan tekun.

b. Etika wirausaha

Suatu kegiatan harus dilakukan dengan etika atau norma yang berlaku di masyarakat bisnis, etika digunakan agar para pengusaha tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan dan usaha yang dijalankan memperoleh simpati dari berbagai pihak. Dan pada akhirnya etika itu akan membentuk pengusaha yang bersih dan dapat memajukan serta membesarkan usaha yang dijalankan dalam waktu yang relatif lebih lama.

Adapun etika yang dimaksud adalah sebagai berikut⁹ :

1. Sikap dan perilaku seseorang pengusaha harus mengikuti norma yang berlaku dalam suatu negara atau suatu masyarakat.
2. Penampilan yang ditugas harus ditunjukkannya harus selalu apik, sopan.
3. Cara berpakaian pengusaha jaga sesuai dengan tempat
4. Cara berbicara seorang pengusaha juga mencerminkan usaha yang tengah dijalani

⁹ Kasmir . *Kewirausahaan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 21.

5. Gerak-gerak seorang pengusaha juga dapat menyenangkan orang lain terutama pelanggan.

Beberapa sikap dan karakteristik serta etika diatas mungkin cukup banyak untuk dipahami, dimiliki, dan di praktikkan. Semua itu akan menentukan apakah seseorang mampu untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses.

3. Ide Usaha

Menurut logika sebuah usaha yang berpeluang untuk berjalan dengan lancar adalah usaha yang tingkat persaingan kecil, tetapi tingkat kebutuhan masyarakat nya tinggi. Tentu saja dengan asumsi bahwa faktor penentu lainnya sudah terpenuhi. Untuk bisa menekan tingkat persaingan sampai sekecil mungkin, produk yang dihasilkan harus merupakan produk yang memiliki sifat orisinal, belum pernah dibuat oleh orang lain atau bila produk itu berupa produk yang sudah ada sebelumnya sebaiknya produk tersebut memiliki nilai tambah yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

Ide atau gagasan tidak datang begitu saja tanpa disangka-sangka sehingga orang tidak akan bisa mengetahui kapan ide itu akan datang, jangan menunggu datangnya ilham, atau mengaharapkan datangnya bisikan ghaib melalui mimpi saat tidur. Ide harus dikejar, dipikirkan, dan dicari. Itu merupakan suatu bukti yang menguatkan bahwa kewirausahaan adalah "kerja otak" bukan "kerja otot".

Upaya dalam mendapatkan ide yang bagus biasanya terlibat beberapa jenis pendekatan-pendekatan antara lain¹⁰ :

Pertama, Sesuai hobby : bidang usaha yang disesuaikan dengan hobbi pengusahanya biasanya merupakan pilihan yang terbaik karena dua unsur terpenting sudah tercakup disini yaitu : unsur menyenangkan dan unsur familiaritas. Hobi sudah pasti merupakan kesenangan pribadi seseorang sedangkan pada umumnya setiap orang familer (mengenal dengan baik) seluk beluk hobinya itu bahkan menguasainya.

Kedua, Sesuai keahlian : pendekatan lain yang paling sering dilakukan orang untuk membuka usaha adalah sesuai bidang keahlian yang dimiliki.

Ketiga, Merupakan usaha warisan : sebuah usaha yang sudah mapan sering mendapat kesulitan pada saat harus melakukan alih generasi, banyak perusahaan besar yang harus mengalami keruntuhan sewaktu terjadinya proses penyerahan tongkat estafet dari pendiri kepada anak-anaknya. Atau dari generasi yang tua ke generasi yang mudah.

Keempat, Membuat inovasi : merupakan yang paling direkomendasikan untuk calon teknopreneur karena banyak manfaatnya, terutama bila produknya itu benar-benar orisinal dan belum pernah dibuat oleh orang lain.

¹⁰ Arman Hakim Nasution DKK, *Entrepreneurship Membangun Spirit Teknopreneuship*, (Yogyakarta, Andi Offset,2007) , h. 98.

Kelima, Menyesuaikan dengan kebutuhan sekitar : gagasan dapat muncul pada saat seseorang berada dalam situasi tertentu. Oleh sebab itu perlu adanya penyesuaian terhadap ide yang telah ditemukan.

4. Produktivitas dan motivasi

a. Produktivitas

Mekanisme pasar menjadi acuan bagi setiap pelaku ekonomi dalam era global, maka kunci yang menjadi indikator keunggulan adalah produktivitas. Produktivitas usaha merupakan aspek penting dalam berbagai aktivitas, terutama dalam bisnis, secara teoritik istilah produktivitas sudah lama dan banyak dibicarakan, namun pentingnya produktivitas khususnya di Indonesia baru disadari manakala persoalan bisnis dihadapkan dengan adanya daya saing yang semakin ketat, tingginya biaya produksi, tingginya harga jual barang yang berakhir pada kelesuan usaha dalam menghadapi pasar yang semakin kompleks.

Ada dua macam aspek vital produktivitas yakni efisiensi dan efektivitas. Efektivitas berhubungan dengan pencapaian tujuan-tujuan dan ekspektasi, Sedangkan efisiensi berhubungan dengan bagaimana berbagai macam sumber daya atau input dikombinasikan. Efisiensi merupakan jumlah waktu yang sebenarnya digunakan untuk memproduksi barang

dibagi dengan standar waktu yang telah ditetapkan atau output yang dihasilkan lalu dibagi dengan output yang telah ditetapkan¹¹.

Produksi menurut As-Sadr adalah usaha mengembangkan sumber daya alam agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia. Sedangkan menurut Qutub Abdul Salam adalah usaha mengeksploitasi sumber daya agar dapat menghasilkan manfaat ekonomi¹².

Seiring dengan perkembangan zaman kegiatan produksi pada saat ini juga berkembang dimana setiap kegiatan produksi sudah menggunakan mesin yang serba canggih, tidak dapat dilakukan oleh orang-orang awam, akan tetapi harus menggunakan manajemen yang baik. Manajemen yang baik akan terwujud jika memiliki aspek manajemen seperti :

1. Perencanaan

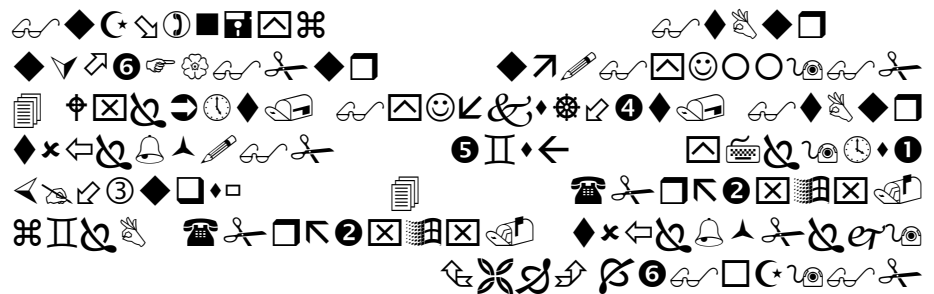
Perencanaan dapat dilakukan pada bidang keuangan, pemasaran, produksi, persediaan, dan lain-lain. Tujuan fungsi perencanaan tidak lain adalah menempatkan suatu organisasi atau perusahaan pada posisi yang terbaik berdasarkan kondisi bisnis dan

¹¹Mohammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha Konsepsi Dan Strategi*, (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 2000), h. 56.

¹²Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru : Alaf Riau, 2007), h. 65.

permintaan pasar pada masa mendatang. Oleh Karena itu, fungsi perencanaan harus dijalankan secara terus menerus dan sistematis

Perencanaan yang mantap dapat melahirkan keyakinan yang berdampak pada suatu kegiatan sesuai dengan aturan organisasi serta memberikan manfaat bagi organisasi. Fungsi perencanaan mencakup semua kegiatan yang ditujukan untuk menyusun program kerja selama periode tertentu pada masa yang akan datang berdasarkan visi dan misi organisasi agar tercapai tujuan serta sasaran organisasi. Melalui fungsi perencanaan inilah tercipta kegiatan-kegiatan yang memberikan manfaat dan hikmah¹³. Shaad 27.

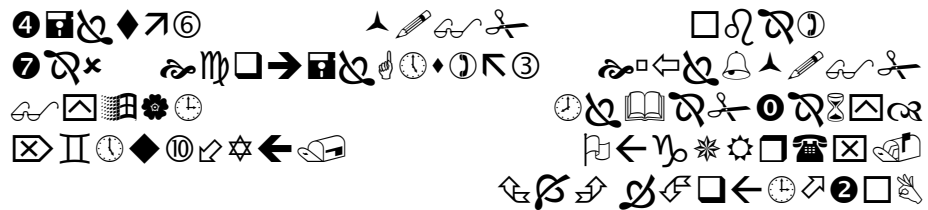


Artinya :dan Kami tidak menciptakan langit dan bumi dan apa yang ada antara keduanya tanpa hikmah. yang demikian itu adalah anggapan orang-orang kafir, Maka celakalah orang-orang kafir itu karena mereka akan masuk neraka. (QS. Shaad : 27)

2. Pengorganisasian

¹³E. Gumbira Said, Yayuk Eka Pratiwi. Agribisnis Syariah, Manajemen Agribisnis Dalam Perspektif Syariah Islam, (Jakarta:, Penebar Swadaya, 2005). h. 98

Pengorganisasian merupakan upaya manajemen untuk mengorganisasikan semua sumber daya perusahaan dalam mencapai tujuan tertentu, baik sumber daya modal manusia maupun sumber daya lainnya. fungsi pengorganisasian sangat menentukan efektifitas sebuah usaha dan terkait dengan alokasi optimal sumber daya perusahaan. Dengan demikian akan diperoleh keterpaduan tugas dan peranan dari masing-masing daya. Agama islam mendorong manusia untuk melakukan segala sesuatu secara terorganisasi secara baik, firman Allah dalam surat Ash Shaf 4 yang berbunyi :



Artinya : Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh. (QS. Ash Shaf 4)

3. Pelaksanaan

Pelaksanaan menekankan pada pelaksanaan kegiatan perusahaan sesuai dengan yang direncanakan. Dalam praktiknya fungsi pelaksanaan dibagi menjadi fungsi kepemimpinan, pengarahan, dan koordinasi yang masing-masing mempunyai tanggung jawab sendiri-sendiri.

4. Pengendalian

Fungsi pengendalian merupakan suatu upaya manajerial untuk mengembalikan semua kegiatan pada aturan yang telah ditetapkan. Penegndalian juga dapat berupa penyesuaian-penyasuaian dari rencana awal jika ditemukan adanya faktor-faktor yang berubah sehingga pencapaian tujuan masih dapat dilakukan sangat membutuhkan seorang wirausaha dalam pelaksanaannya, agar usaha yang dilakukan dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Keridhaan Allah merupakan suatu tujuan mulia yang dikejar oleh setiap muslim dalam berproduksi. Menurut syara' keridhaan Allah tidak akan didapatkan jika kita tidak melaksanakan tugas secara tekun dan sungguh-sungguh dan sempurna. Hal ini ditegaskan oleh Nabi dalam sabdanya : "sesungguhnya Allah suka jika seseorang dari kamu bekerja lalu menekuni pekerjaannya (dengan sungguh-sungguh)", (HR Baihaqi).

Untuk mencapai ketekunan dalam bekerja terdapat dua fondasi utama yaitu ; Amanah dan Ikhlah. Contoh ambisi pekerja mukmin di sebuah perusahaan bukanlah mencapai keuntungan materi sebesar-besarnya atau sekedar membahagiakan majikan agar mendapatkan upah yang tinggi, akan tetapi mendapatkan Ridha Allah SWT. Dari ambisi yang mulia itu akan muncul sikap jujur, giat, dan tekun dalam bekerja. seperti yang terdapat pada surat At-Taubah ayat 105 yang berbunyi :





Artinya : Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang Telah kamu kerjakan. (QS At-Taubah : 105)¹⁴.

b. Motivasi

Motivasi didefinisikan sebagai keadaan dalam diri individu yang menyebabkan mereka berperilaku dengan cara yang menjamin tercapainya suatu tujuan, motivasi menerangkan mengapa orang-orang berperilaku seperti yang mereka lakukan¹⁵.

Motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu, sedang motif adalah kebutuhan, keinginan, dorongan, atau impuls,. Motivasi seseorang tergantung pada kekuatan motifnya. Motif dengan kekuatan yang besar akan menentukan perilaku seseorang. Motif yang kuat sering kali berkurang apabila telah mencapai kepuasan atau karena memenuhi kegagalan¹⁶.

Kekuatan motif akan berubah jika terdapat dua hal dibawah ini¹⁷ :

1. Terpuaskannya kebutuhan

¹⁴ Depag RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemahan*, (Jakarta : Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2005), h. 204.

¹⁵ Masykur Wiratmo, *Pengantar Kewiraswastaan Kerangka Dasar Memasuki Dunia Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 2001), cet ke-2, h. 204.

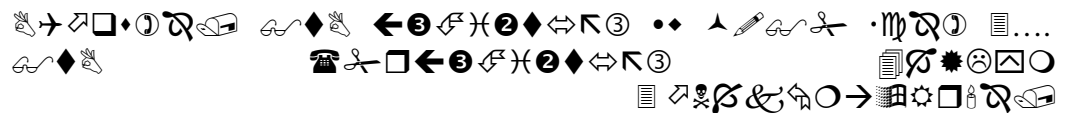
¹⁶ Zulkarnain, *Op.cit*, h. 5.

¹⁷ Buchari Alma, *Kewirausahaan Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Bagi Mahasiswa Dan Masyarakat Indonesia*, (Bandung : Alfabeta, 2007), h. 89.

Bila kebutuhan telah terpuaskan maka motif akan berkurang, dan beralih pada kebutuhan lain.

2. Karena adanya hambatan, maka orang mencoba mengalihkan motifnya kearah lain.

Motivasi juga merupakan dorongan tindakan seseorang untuk mengeluarkan ide dan melakukan nya. Semakin kuat motivasi seseorang maka semakin kuat pula melakukan ide dan hal ini dapat dikatakan sebagai semangat melakukan tindakan, seperti motivasi dari keluarga , mereka mau membantu dan semangat menyokong kegiatan wirausaha tersebut. Seorang pengusaha harus berjiwa besar dalam menjalani usahanya dan jangan terlalu memikirkan akibat yang ditimbulkan dari semua tingkah lakunya, pengusaha harus percaya diri dan yakin pada tindakan serta keputusannya. Keraguan hanya akan menimbulkan perasaan kekhawatiran yang berlebihan. Pengusaha yang khawatir berlebihan akan kalah. Oleh karena itu Allah SWT senantiasa memotivasi ummatnya dalam firmannya surat Ar-Ra'd ayat 11 yang berbunyi :



Artinya : Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan mereka sendiri.(QS Ar-Ra'd : 11)¹⁸.

Dalam ayat tersebut telah dijelaskan bahwa Allah tidak akan merubah keadaan (nasib) suatu kaum, sehingga mereka merobahnya sendiri. Manusia

¹⁸ Depag RI, *Op.cit*, h. 251.

dibawah rata-rata untuk bisa menjadi manusia terbaik membutuhkan daya ungkit, hanya saja terkadang daya ungkit harus dicari dengan sungguh-sungguh sampai seseorang menemukan, harus ada semangat untuk berubah dan semangat perubahan itu harus muncul dari diri sendiri¹⁹.

3. Membangun inovasi dan kreativitas

Inovasi merupakan tindakan yang memberi sumber daya kekuatan dan kemampuan baru untuk menciptakan kesejahteraan. Memang, inovasi menciptakan sumber daya, tidak ada sesuatupun yang menjadi sumber daya sampai orang menemukan manfaat dari sesuatu yang terdapat di alam, sehingga memberinya nilai ekonomis. Sebelum itu, setiap tanaman tidak lebih dari rumput liar, dan setiap mineral tidak lebih dari jenis lain batu karang. Sedikit lebih dari satu abad yang lalu, minyak mineral yang keluar dari perut bumi ataupun bauksit, biji-biji aluminium adalah bukan sumber daya. Semua itu malah dianggap merusak dan mengganggu karena membuat tanah menjadi tidak subur²⁰.

Kebutuhan semakin hari semakin menjadi membuat manusia itu sendiri berfikir kreatif untuk mengolah hal demikian dengan menciptakan inovasi yang menarik, sehingga barang yang pada awalnya tidak bermanfaat menjadi bermanfaat, demikian pula halnya dibidang ekonomi dan sosial, tidak ada sumber daya yang lebih besar dalam perekonomian daripada daya beli dengan demikian

¹⁹Nanang Qosim Yusuf, *Dari Titik Nol Menjadi Entrepreneur Mulia*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka) h. 130.

²⁰Peter F Drucker. Terjemahan Rusydi Naif. *Inovasi dan Kewiraswastaan Praktek dan Dasar-Dasar*. (Jakarta : Erlangga, 1996), h. 33.

menjamurlah usaha dikalangan masyarakat baik kecil maupun besar usaha makanan ataupun lainnya. Hal ini dilalui dengan penuh tantangan dan kendala, mulai dari keterbatasan ilmu pengetahuan, modal, sampai kepada proses membaca peluang yang mungkin akan dikembangkan. Menurut Zulkarnain dalam bukunya mengatakan : " untuk mengubah mentalitas seseorang dari tidak tahu menjadi tahu, tidak mau menjadi mau, kemudian berhasil diperlukan perhatian dan kesabaran dari semua pihak, terutama dari para tenaga pembina yang berhadapan langsung dilapangan"²¹.

Untuk memajukan usaha kecil harus berkomitmen sejak saat ini karena boleh jadi besok usaha yang dijalani merangkak mampu menaikkan derajatnya menjadi pengusaha menengah atau besar. Karena setiap yang besar itu berawal dari yang kecil, persaingan pengusaha kecil juga tidak kalah pentingnya sebagaimana yang dilakukan oleh pengusaha besar dengan berbagai taktik dan strategi untuk tampil sebagai pemenang dalam sebuah pertarungan. Lika-liku membuka usaha kecil adalah sebuah pengalaman yang sangat berharga yang besar manfaatnya. Sebelum menciptakan suatu inovasi harus diketahui prinsip-prinsip inovasi itu sendiri, adapun prinsip inovasi itu terdiri dari dua bagian²² :

1. Hal-hal yang perlu diperhatikan dan seharusnya dijalankan :

²¹Zulkarnain, *Membangun Ekonomi Rakyat Persepsi Tentang Pemberdayaan Ekonomi Rakyat* , (Yogyakarta : Adicita, 2003), h. 143.

²²Arman Hakim Nasution DKK, *Entrepreneurship Membangun Spirit Teknopreneuship*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2007), h. 70.

- Inovasi dimulai dari peluang yang ada
- Inovasi bersifat konseptual dan perseptual
- Inovasi harus sederhana dan fokus
- Inovasi dimulai dari hal-hal yang kecil
- Inovasi dikaitkan dengan tujuan untuk menjadi pemimpin

2. Hal-hal yang harus dihindari ketika berinovasi :

- Inovasi yang terlalu pintar dan berbelit-belit
- Inovasi yang terlalu rumit
- Inovasi untuk masa depan, sebaiknya ditunjukkan pada saat ini dan mendatang

Dalam berinovasi memerlukan beberapa proses inovasi, proses inovasi dapat dikelompokkan menjadi 4 tahap berikut²³ :

Pertama, " Discovery " yaitu menemukan ide baru berdasarkan hubungan-hubungan yang belum diketahui (rasa penasaran).

Kedua, " Invention " yaitu menemukan prinsip solusi teknis untuk penciptaan produk baru yang lebih baik, proses, material, atau penerapan produk yang ada pada bidang baru.

²³ *Ibid*

Ketiga, " Application " yaitu perubahan dari solusi teknik pada suatu produk/jasa/proses.

Keempat, " Diffusion " yaitu penggunaan hasil inovasi oleh konsumen.

4. Wirausaha Dalam Islam

Rakyat Indonesia merupakan penduduk mayoritas beragama Islam, akan tetapi banyak yang tidak mengetahui ajaran Islam tentang pekerjaan dibidang bisnis, Islam menuntut agar pelaku bisnis betul-betul bisa menanamkan nilai keislaman dalam usahanya. Dalam berusaha harus ditekankan yang penting adalah segi kemanusiaan dan agama, bukan idenya, karena ide itu akan dilaksanakan oleh orang yang bersangkutan yang menentukan keberhasilan usahanya²⁴.

Dalam hal ini rasul pernah ditanya sahabat²⁵ :

سئل النبي صلى الله عليه وسلم طيب ؟ فقال عمل
الرجل بيده وكل بيع مبرور.

Artinya : Nabi ditanya oleh sahabat pekerjaan apakah yang paling baik?
nabi menjawab : pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual-
beli yang bersih. (HR Tirmidzi dan Hakim).

²⁴Rindang Sugiharto, *Akhlak Manusia Sebagai Modal Berwusaha*, (Bandung : Jember Publishing, 2007), h. 9.

²⁵Syekh Abdurrahman As-Sa'di dkk, *Fiqh Jual-Beli Panduan Bisnis Syari'ah*, (Jakarta : Senayan Publishing , 2008) h. 261

Kewirausahaan dalam Islam diistilahkan dengan "kerja keras".

Mengenai hal ini beberapa ayat Al-Quran telah menjelaskan, diantaranya terdapat dalam surat Al-Jumu'ah ayat 10 yang berbunyi :



Artinya : Apabila shalat telah dilaksanakan, Maka bertebaranlah kamu di bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung (QS Al-Jumu'ah : 10)²⁶

Ayat diatas menjelaskan bahwa apabila telah ditunaikan shalat, selanjutnya diperintahkan untuk bekerja mencari karunia Allah dengan jalan yang halal lagi baik, karena bekerja mencari rezeki yang halal itu merupakan kewajiban setelah ibadah fardhu dan juga Allah SWT mencintai yang hamba melakukan suatu pekerjaan dengan baik (ketekunan). Rasulullah SAW pernah mengatakan bahwa Amal yang paling paling baik adalah pekerjaan yang dilakukan dengan cucuran keringatnya sendiri²⁷. Hal ini sesuai dengan sabdanya yang berbunyi :

أبو هريرة رضي الله عنه رسول الله صلى الله عليه وسلم :

() عليه السلام كان لا يأكل إلا من عمل يده

²⁶ Depag RI, *Op.cit*, h. 555.

²⁷ Heri Sudarsono, *Op.cit*. h. 38.

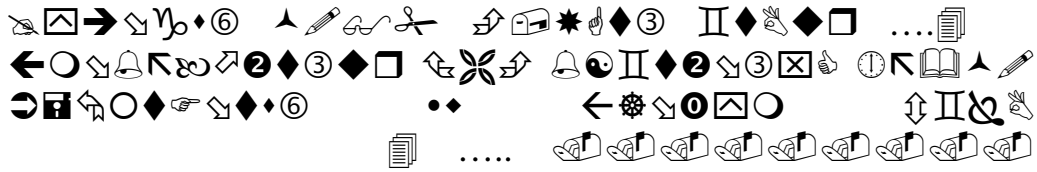
Dari Abu Hurairah RA, Rasulullah SAW bersabda : Sesungguhnya nabi Daud AS tidak makan kecuali dari hasil pekerjaannya sendiri. (HR Bukhori).

Maksud hadits diatas adalah bahwa nabi mendorong umatnya untuk kerja keras supaya memiliki kekayaan dan terhindar dari sifat meminta (pengemis) karena setiap masalah itu ada penyelesaiannya serta Islam melarang mencari rizki dengan jalan meminta-minta.

Kewirausahaan dalam Islam merupakan segala aktivitas bisnis yang diusahakan secara perniagaan dalam rangka memproduksi suatu barang atau jasa dengan jalan tidak bertentangan dengan syari'at. Islam memang tidak memberikan penjelasan secara eksplisit terkait tentang konsep kewirausahaan. Namun diantara keduanya mempunyai kaitan yang cukup erat, memiliki ruh atau jiwa yang sangat dekat, meskipun bahasa teknis yang digunakan berbeda. Dalam Islam Seorang wirausaha harus mencerminkan bahwa ia adalah seorang wirausaha yang Islami yang mempunyai karakteristik tertentu yang membedakan mana yang baik dan mana yang buruk. Seorang wirausaha muslim setidaknya memiliki 7 karakteristik²⁸, antara lain :

Pertama, Taqwa, Tawakal, Dzikir dan Syukur. Karakteristik yang pertama ini harus benar-benar dilaksanakan dalam kehidupan (praktek bisnis) sehari-hari karena ada jaminan dari Allah sebagaimana yang tergambar dalam firman-Nya surat Ath-Thalaq ayat 2 dan 3 yang berbunyi :

²⁸ www.karakteristikwirausaha.muslim.com (2 Mei 2011 pukul 14.35 WIB) h. 2-3



Artinya : Barang siapa bertaqwa kepada Allah, niscaya Dia akan membuka jalan keluar baginya, dan Dia memberinya rizki dari arah yang tidak disangka-sangka. (QS Ath-Thalaq : 2 dan 3)²⁹.

Tawakkal merupakan suatu sifat penyerahan diri kepada Allah secara aktif dan tidak cepat menyerah. Berdzikir artinya selalu menyebut Asma Allah dalam hati dengan merendahkan diri dan rasa takut. Selalu ingat Allah membuat hati menjadi tenang, segala usaha dapat dilakukan dengan kepala dingin dan lancar. Selain itu rasa syukur juga akan membuat hati menjadi tenang, ungkapan rasa syukur ini dapat dilakukan baik secara diam-diam dalam hati maupun diucapkan dengan lisan atau dalam bentuk perbuatan.

Kedua, Jujur. Kejujuran itu akan membawa ketenangan dan ketidakjujuran akan menimbulkan keragu-raguan, Jujur dalam segala kegiatan bisnis, menimbang, mengukur, membagi, berjanji, membayar hutang, jujur dalam berhubungan dengan orang lain akan membuat ketenangan lahir dan batin.

²⁹Depag RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemahan*, (Jakarta : Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2005), h. 559.

Ketiga, Niat yang suci dan ibadah. Bagi seorang muslim melakukan bisnis adalah dalam rangka ibadah kepada Allah. Demikian pula hasil yang diperoleh dalam bisnis akan dipergunakan kembali di jalan Allah³⁰.

Keempat, Bangun lebih pagi. Rasulullah telah mengajarkan kepada umatnya, agar mulai bekerja sejak pagi hari, selesai sholat subuh, jangan kamu tidur, bergeraklah, carilah rizki dari Tuhanmu. Para malaikat akan turun dan membagi rizki sejak terbit fajar sampai terbenam matahari.

Kelima, Toleransi, tenggang rasa, harus dianut oleh orang-orang yang bergerak dalam bidang bisnis. Dengan demikian tampak seorang wirausaha itu mudah bergaul, komunikatif, praktis, tidak banyak teori, fleksibel, pandai melihat situasi dan kondisi.

Keenam, mengeluarkan zakat dan gemar berinfaq. Seorang wirausaha muslim harus mengeluarkan zakat atas harta yang diperolehnya. Harta yang dikelola dalam bidang bisnis, laba yang diperoleh harus disisihkan sebagian untuk membantu anggota masyarakat yang membutuhkan. Dalam ajaran Islam sudah jelas bahwa harta yang dizakatkan dan diinfaqkan tidak akan hilang, melainkan menjadi tabungan yang berlipat ganda baik di dunia maupun diakhirat.

³⁰ www.karakteristikwirausaha.muslim.com. *Op.Cit*

Ketujuh, menjalin Silaturahmi. Wirausaha muslim harus giat menjalin silaturahmi dengan partnernya ataupun dengan langganannya. Hal ini sesuai dengan ajaran Islam bahwa seorang Islam harus selalu mempererat silaturahmi satu sama lain. Manfaat silaturahmi ini di samping mempererat ikatan persaudaraan, juga sering kali membuka peluang-peluang usaha yang baru.

B. Proses pengembangan usaha

Dalam proses pengembangan usaha ada beberapa hal yang kita perhatikan³¹, antara lain yaitu :

- a. Fase proses pengembangan
- b. Konsep pengembangan dari awal hingga akhir
- c. Penyesuaian proses pengembangan produk

Dalam pengembangan produk sebuah usaha melewati lima fase yaitu sebagai berikut :

Pertama Konsep pengembangan, identifikasi fase konsep pengembangan diperlukan untuk menetapkan target pemasaran alternatif konsep produk yaitu pengertian dan evaluasi. Konsep tunggal adalah pilihan untuk pengembangan lebih lanjut. Sebuah konsep adalah penjabaran dari bentuk, fungsi dan keistimewaan dari suatu produk. Konsep ini biasanya

³¹ Sirod Hantoro, *Kiat Sukses Berwirausaha*, (Yogyakarta : Adicita Karya Nusa, 2005) h. 98

disertai dengan sekumpulan spesifikasi serta analisis dari persaingan produk dan ekonomi dasar dari suatu proyek³².

Kedua, Sistem tingkatan model, Sistem tingkatan model didefinisikan dari arsitektur produk serta definisi produk ke dalam subsistem dan komponen-komponen. Skema perakitan akhir produksi biasanya didefinisikan sebelum fase ini berfungsi dengan baik. Akhir dari fase biasanya diukur dari "*peletakan suatu produk*", spesifikasi fungsi antara subsistem, dan diagram alir dalam permulaan proses untuk proses perakitan.

Ketiga, Perincian model, Memasukkan fase perincian model akan lebih melengkapi spesifikasi dari pengukuran, bahan baku, dan toleransi, dari seluruh keunikan komponen produk, serta mengidentifikasi keseluruhan komponen. Rencana ini meliputi proses penentuan dan peralatan sebuah model untuk fase pengendalian dokumen dari produk, hal ini dapat dijabarkan pengukurannya dari komponen dan peralatan produksi, spesifikasi pembelian komponen dan suatu rencana proses produksi serta perakitan produk.

Keempat, Pengujian dan perbaikan, Fase ini meliputi konstruksi dan evaluasi dari awal proses produksi serbaguna suatu produk. Permukaan (alfa) bentuk asli biasanya dibangun melalui produksi komponen-komponen dengan ukuran sama dan terbuat dari bahan baku dengan maksud untuk versi produksi, tetapi perbaikan bahan ini tidak perlu dengan proses nyata. Oleh karena itu untuk menghasilkan model dan suasana yang memuaskan

³² *Ibid*

kebutuhan konsumen, perlu diciptakan suasana kerja yang mendukung. Bentuk asli suatu karya biasanya dibentuk oleh komponen dengan sifat tetapi tidak boleh menggunakan sifat perakitan proses akhir. Bentuk asli suatu produk merinci bagian dalam secara luas dan juga diuji khusus oleh pelanggan pengguna lingkungan mereka.

Tahapan pengujian terhadap produk adalah³³ :

- a. Pengujian tentang konsep produk
- b. Pengujian desain produk
- c. Pengujian kesukaan konsumen terhadap produk
- d. Pengujian laboratorium terhadap produk
- e. Pengujian operasi pabrik dan tes penggunaan produk

Penghasilan bentuk asli produk biasanya untuk menjawab pertanyaan mengenai pertunjukan dan kenyataan pesanan serta memperkenalkan pilihan-pilihan yang penting untuk produksi akhir.

Kelima, Produksi permulaan, fase Produksi permulaan dibuat menggunakan sistem produksi. Maksud permulaan adalah urutan kerja dan hasil kerja yang belum selesai dalam proses produksi. Sebelum produksi biasanya beberapa pemasok lebih suka mengumumkan kepada pelanggan. Hal ini memerlukan kehati-hatian dalam mengevaluasi identifikasi bila terjadi

³³ M.Tohar, *Op.cit.* h. 69.

kerusakan. Peralihan dari produksi permulaan untuk produksi terus-menerus biasanya dilakukan secara berangsur-angsur dan berkelanjutan³⁴.

C. Strategi persaingan dan pengembangan usaha

Keunggulan bersaing adalah kinerja dalam memilih dan mengimplementasikan strategi merancang produk, memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan produk secara berkelanjutan yang lebih andal dari perusahaan lain. Menurut Porte (1993), keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi pembeli melebihi biaya yang harus dikeluarkan untuk menciptakannya. Nilai atau manfaat inilah yang dibayar konsumen atau pelanggan. Nilai yang unggul berasal dari penawaran manfaat yang melebihi harga yang ditawarkan.

Lingkungan usaha jasa saat ini mampu menghadirkan sejumlah implikasi penting terhadap perkembangan usaha kedepannya, misalnya munculnya inovasi dalam jasa itu sendiri, meningkatnya partisipasi konsumen terhadap jasa, dan meningkatnya jasa pada barang-barang³⁵.

D. Pemberdayaan Ekonomi Rakyat

Perjalanan ekonomi kerakyatan di negara Indonesia mengalami pasang surut. Ketika ekonomi tumbuh baik, sistem ini dilupakan, namun pada saat terjadi gejolak ekonomi sistem ini muncul lagi kepermukaan, padahal keberhasilan sistem

³⁴ Sirod Hantoro, *Op.Cit* h. 98

³⁵ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), h. 12.

ini baru akan dapat diraih secara bertahap jika *political will* pemerintah diiringi dengan konsep jelas dan konsekuen dalam pelaksanaannya. Kegagalan yang terjadi dalam membangun ekonomi rakyat selama ini adalah karena selalu dijadikan retorika politik semata, dan enggan nya elite politik untuk memperjuangkan nasib rakyat. Keberpihakan terhadap rakyat kecil memang sulit untuk dilakukan karena tidak akan pernah menguntungkan secara financial terhadap penguasa, oleh karena itu harus berani mengatakan secara jujur bahwa sistem ekonomi ini sebenarnya tidak didukung sepenuhnya oleh kebijakan pemerintah.

Langkah-langkah strategis yang harus dipertimbangkan dalam memberdayakan ekonomi kerakyatan adalah sebagai berikut :

Pertama, melakukan identifikasi terhadap pelaku ekonomi seperti koperasi, usaha kecil, petani, dan sebagainya mengenai potensi dan pengembangan usahanya.

Kedua, melakukan program pembinaan yang kontiniu terhadap pelaku ekonomi melalui program pendampingan

Ketiga, maelaksanakan program pendidikan dan pelatihan sesuai dengan kebutuhan mereka pada saat mengembangkan usaha.

Keempat, melakukan koordinasi dan evaluasi secara periodik antarinstansi yang terlibat dalam proses pembinaan, baik pembinaan terhadap permodalan, sumber daya manusia, pasa, informasi, maupun penerapan teknologi.

Dengan demikian keberhasilan dalam mengembangkan ekonomi kerakyatan bukan hanya tugas atau tanggungjawab pemerintah melainkan juga

instansi lainnya, baik dalam bentuk pembiayaan maupun pengembangan pola kemitraan yang sesuai dengan kondisi suatu daerah³⁶.

E. Prospek pengembangan Usaha Reklame

Prospek merupakan gambaran umum tentang usaha yang kita jalankan untuk masa yang akan datang. Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor-faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam maupun dari luar. Faktor dari dalam seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, tingkat teknologi, dan lain sebagainya, sedangkan faktor dari luar seperti tersedianya sarana transportasi, komunikasi, fasilitas kredit, penggunaan teknologi baru meningkatkan pendapatan memerlukan biaya dan diharapkan dapat memberikan keuntungan atau manfaat kepada pengusaha³⁷.

Suatu proyek/usaha diadakan dengan maksud akan mendapatkan keuntungan sehingga dalam setiap perencanaan proyek harus selalu dipertimbangkan apakah proyek yang dilaksanakan itu akan menguntungkan atau tidak. Secara umum untuk mengatakan suatu usaha akan berhasil atau tidak perlu terlebih dahulu diperhatikan usaha tersebut secara teknis (prosedur, teknologi, dan manajemen), ekonomis menguntungkan dan dari segi sosial, politis, dan keamanan dapat dipertanggung jawabkan³⁸.

³⁶ Zulkarnain, *Membangun Ekonomi Rakyat Persepsi Tentang Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*, *Op.cit*, h. 11.

³⁷ Hernanto F, *Ilmu Usaha Tani*, (Bogor, : Swadaya, 2006), h. 309.

³⁸ Soesarsono Wijandi, *Pengantar Wiraswastana*, (Bandung : Sinar Baru, 2003), h. 12.

Sebelum melakukan pengembangan usaha hendaknya dilakukan suatu kajian yang cukup mendalam untuk mengetahui apakah usaha yang akan dikembangkan itu layak atau tidak layak,. Kajian seperti ini disebut dengan kajian studi kelayakan usaha / bisnis. Dalam hal ini pun ada beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam mengembangkan usaha diantaranya ³⁹:

1. Aspek hukum
2. Aspek Pasar dan pemasaran
3. Aspek keuangan
4. Aspek teknis / operasi
5. Aspek manajemen / organisasi
6. Aspek ekonomi sosial
7. Lingkungan hidup

Pada awal proyek / usaha mungkin hanya sedikit memperoleh keuntungan, namun keuntungan mungkin akan dinikmati sesudah beberapa tahun kemudian. Pada umumnya besar keuntungan juga tergantung pada besar modal yang ditanamkan, maka makin besar pula kemungkinan keuntungan yang diharapkan. Untuk mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh harus terlebih dahulu diketahui besarnya biaya dan besarnya penerimaan usaha. Keuntungan yang diterima adalah selisih penerimaan dikurangi biaya⁴⁰.

³⁹Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta :), cet ke-2, h.

⁴⁰Soesarsono Wijandi, *Op.cit*, h. 71.

Konsep penerimaan keuntungan yang digunakan adalah keuntungan usaha yaitu sebagai penerimaan kotor dikurangi biaya variable. Pendapatan bersih yaitu keuntungan kotor dikurangi biaya tetap. Dan keuntungan bersih yaitu penerimaan kotor dikurangi total biaya. Yang dinyatakan biaya tetap adalah sifatnya tidak tergantung pada jumlah produksi yang dihasilkan, sedangkan biaya tidak tetap adalah biaya yang sifatnya berubah sesuai dengan jumlah atau besarnya produk.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Prospek pengembangan usaha reklame dalam membangun perekonomian masyarakat.

Setiap usaha yang dijalani oleh pelaku ekonomi memiliki prospek, karena prospek adalah gambaran umum tentang usaha yang kita jalankan untuk masa yang akan datang. Siapapun orang nya pasti akan memikirkan usaha yang tengah dijalannya sekarang, bagaimana caranya usaha yang dijalankan bisa bertahan dan berkembang. Baik atau tidaknya prospek usaha yang dijalani tergantung kepada pelaku ekonomi itu sendiri, dan juga tidak terlepas dari permintaan konsumen akan produk suatu usaha. Sebelum membuka usaha seorang pengusaha harus jeli dalam memilih usaha yang cocok untuk di jalankan, dengan membaca kondisi yang ada pada lokasi, menemukan sebuah usaha belum ada atau bila usaha itu telah ada maka seorang pengusaha harus memiliki nilai tambah yang tidak dimiliki oleh pengusaha yang sama, seperti menciptakan inovasi akan sebuah produk dan meningkatkan kualitas produk tersebut.

Usaha reklame di jalan pangeran hidayat sudah ada sejak tahun 1982 silam yang dipelopori oleh H. Ibrahim, dan pada saat ini usaha reklame mengalami pengembangan dengan begitu pesatnya sehingga jalan Pangeran Hidayat di banjiri oleh usaha reklame , usaha ini berkembang karena memiliki prospek yang bagus untuk kedepannya. Beberapa pengusaha mengatakan bahwa usaha ini merupakan

usaha yang bagus dikembangkan karena seiring dengan perkembangan zaman pola pikir masyarakat pun berkembang dan kebutuhan akan sesuatu akan meningkat. Berikut ini merupakan tanggapan responden terhadap prospek usaha reklame yang disajikan dalam tabel.

Tabel 10

Tanggapan Responden Terhadap Prospek Usaha Reklame

Pilihan jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Bagus	4	36%
Bagus	6	55%
Cukup Bagus	1	9%
Tidak Bagus	-	-
Jumlah	11	100 %

Dari tabel diatas dapat kita ambil informasi bahwa 4 responden mengatakan prospek usaha reklame ini *sangat bagus*, 6 responden mengatakan *bagus* dan 1 responden mengatakan *kurang bagus* dan tidak ada responden yang mengatakan bahwa prospek usaha ini *tidak bagus*.

Prospek yang bagus membuat para pengusaha bertahan untuk menjalani usaha ini sehingga beberapa pengusaha pun sudah membuka usaha yang sama ditempat lain, hal ini di karenakan pesatnya pertumbuhan penduduk sehingga berdampak pada kebutuhan pelanggan akan produk usaha ini meningkat seperti kebutuhan perkantoran, perusahaan, sekolah dan sebagainya yang membutuhkan stempel, spanduk, plakat, merk, nama dada, sertifikat dan penghargaan lainnya.

Adanya usaha ini dapat membangun perekonomian masyarakat khususnya warga yang berada di kawasan jalan Pangeran Hidayat, seperti yang diungkapkan oleh salah seorang pengusaha reklame mengatakan : sebelumnya adanya usaha ini kami sebagai warga pangeran hidayat ini identik dengan kejahatan karena dulunya kami tidak punya pekerjaan, Alhamdulillah sejak ada dan berkembangnya usaha reklame ini kami dapat membantu membangun perekonomian masyarakat karena mampu memperkerjakan beberapa orang tenaga kerja dan kemudian pekerja yang telah berpengalaman pun akan membuka usaha sendiri¹.

Usaha reklame dapat membantu dalam membangun perekonomian masyarakat setempat dikarenakan usaha ini mempunyai kaitan dengan mata pencaharian. Hal ini dapat kita lihat dari tabel berikut :

Tabel 11

Tanggapan responden terhadap peranan usahanya dalam membangun perekonomian masyarakat

Pilihan jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat membantu	5	46%
Membantu	4	36%
Cukup membantu	2	18%
Tidak membantu	-	-
Jumlah	11	100 %

Sumber : Data Olahan

¹ A. Utho (Pengusaha Reklame) Wawancara Tgl 3 Mei 2011

Dari tabel diatas dapat kita ambil informasi bahwa, 5 responden mengatakan peranan usaha reklame *sangat membantu* dalam membangun perekonomian masyarakat , 4 responden mengatakan *membantu*, 2 responden mengatakan *cukup membantu* dan tidak ada responden mengatakan *tidak membantu*.

Usaha reklame ini sangat membantu dalam membangun perekonomian masyarakat, khususnya perekonomian keluarga. Seperti hal yang diungkapkan oleh salah seorang pengusaha reklame mengatakan : Sebelum membuka usaha ini keadaan ekonomi keluarga saya berkecukupan, Alhamdulillah semenjak saya buka usaha ini keadaan ekonomi keluarga sedikit berubah kearah yang lebih baik². Selain itu usaha reklame juga berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran terhadap warga di sana khususnya, hal ini dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 12

Tanggapan Responden Terhadap peranan Usaha Reklame dalam mengurangi tingkat pengangguran

Pilihan jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Berperan	5	46%
Berperan	4	36%
Cukup Berperan	2	18%
Tidak Berperan	-	-
Jumlah	11	100 %

Sumber : Data Olahan

²Masdiq (Pengusaha Reklame) Wawancara Tgl 5 Mei 2011

Dari tabel diatas dapat kita ambil informasi bahwa, 5 responden mengatakan peranan usaha reklame *sangat berperan* dalam mengurangi tingkat pengangguran , 4 responden mengatakan *berperan*, 2 responden mengatakan *cukup berperan* dan tidak ada responden mengatakan *tidak berperan*.

adanya usaha reklame membuka lapangan pekerjaan bagi pengangguran, hal ini pernah diungkapkan oleh seorang pekerja pada usaha reklame : "berkembangnya usaha ini berdampak positif bagi masyarakat setempat karena dulunya kami tidak bekerja sekarang kami sudah memiliki pekerjaan dengan demikian roda perekonomian kami pun bisa berputar, kemudian kami sebagai pekerja pun seandainya punya modal berkeinginan buka usaha sendiri, dengan demikian kami bisa memperkerjakan beberapa orang pekerja"³.

B. Faktor pendorong dan kendala usaha reklame dalam membangun perekonomian masyarakat.

Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor-faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam maupun dari luar. Faktor dari dalam seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, tingkat teknologi, dan lain sebagainya, sedangkan faktor dari luar seperti tersedianya sarana transportasi, komunikasi, fasilitas kredit.

Pada dasarnya suatu usaha bila ditinjau dari faktor pendorongnya tidak terlepas dari ide, gagasan, skill yang dimiliki para pelaku ekonomi khususnya pengusaha reklame. Kemudian gagasan itu dikaitkan dengan beberapa faktor yang

³ Adi (pekerja) Wawancara Tgl 5 Mei 2011

mendukung terlaksananya suatu usaha, beberapa faktor yang mendukung pengusaha reklame untuk menjalankan dan mengembangkan usahanya adalah sebagai berikut:

a. Kesukaan

Sedapat mungkin bidang usaha yang direncanakan adalah bidang yang memang disukai, dengan adanya rasa suka, maka seorang pengusaha akan serius, rajin, dan telaten mengurus usahanya. Faktor ini jika dilengkapi dengan keahlian atas bidang yang dugeluti akan menjadikan bidang tersebut sebagai hobi, menjalankan usaha berdasarkan hobi merupakan bidang usaha yang paling mudah untuk dijalankan, menyenangkan suatu bidang usaha bagaikan membuat pengusaha akan merasa tidak ada masalah. Hal ini di rasakan oleh pengusaha reklame karena pekerjaan yang dijalani nya telah dijadikan sebagi hobi yang berawal pada ketertarikan akan suatu usaha. Berikut adalah tanggapan responden terhadap usaha reklame :

Tabel 13
Tanggapan Responden Terhadap Usaha Reklame

Pilihan jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat menarik	4	36 %
Menarik	6	55%
Cukup menarik	1	9%
Tidak menarik	-	-
Jumlah	11	100 %

Sumber : Data Olahan

Dari tabel diatas dapat kita ambil informasi bahwa, 4 responden mengatakan bahwa usaha reklame *sangat menarik*, 6 responden mengatakan *menarik*, 1 responden mengatakan *cukup menarik* dan tidak ada responden mengatakan *tidak menarik*.

Sebuah usaha yang dijalankan harus didasarkan pada ketertarikan akan usaha tersebut karena dengan demikian kita akan terpacu dan semangat menjalaninya. Jika sebuah usaha yang dijalani dalam keadaan terpaksa maka usaha ini tidak berjalan sebagaimana yang di harapkan. Sebagaimana yang di ungkapkan salah seorang pengusaha : Saya tertarik menjalani usaha ini sejak saya masih duduk dibangku SMP karena hari-hari yang saya lalui berkecimpung dengan usaha ini, dengan demikian saya selalu mengamati proses pekerjaan yang dilakukan ayah dan pekerjaanya, dan beransur-ansur belajar dan ikut serta dalam usaha ini ketika saya duduk dibangku SMK, saya mengambil keputusan untuk tidak kuliah karena sudah memiliki pekerjaan, hal ini berangkat dari ketertarikan yang kemudian berubah menjadi hobi⁴.

b. Kelayakan pasar

Faktor pemasaran merupakan hal yang paling penting, sebab hakikat teknopreneur atau bisnis adalah penjualan. Usaha atau bisnis tidak akan pernah ada selama penjualan juga tidak ada. Penjualan pun akan dipengaruhi oleh tempat dan

⁴ Said (Pengusaha Reklame) Wawancara tgl 3 Mei 2011

pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Berikut dapat kita lihat tanggapan responden terhadap tempat usaha :

Tabel 14

Tanggapan Responden Terhadap lokasi Usaha Reklame

Pilihan jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat strategis	3	27%
Strategis	3	27%
Cukup strategis	4	36%
Tidak strategis	1	9%
Jumlah	11	100 %

Sumber : Data Olahan

Dari data diatas dapat kita ambil informasi bahwa 3 responden mengatakan tempat usaha yang dijalani sekarang *sangat strategis*, 3 responden mengatakan *strategis*, 4 responden mengatakan *cukup strategis* dan 1 responden mengatakan *tidak strategis*.

Tempat/lokasi yang strategis akan mempengaruhi tingkat penjualan produk, karena tempat merupakan saluran distribusi dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen.

Selain tempat, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan agar pelanggan merasa aman dan puas mempengaruhi kelayakan pasar. Berikut tanggapan responden terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan :

Tabel 15

Tanggapan Responden Terhadap pelayanan dalam Usaha Reklame

Pilihan jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat mempengaruhi	9	82%
Mempengaruhi	2	18%
Cukup mempengaruhi	-	-
Tidak mempengaruhi	-	-
Jumlah	11	100 %

Sumber : Data Olahan

Dari tabel diatas dapat kita ambil informasi bahwa, 9 responden mengatakan pelayanan dalam usaha reklame *sangat mempengaruhi* dalam merebut hati pelanggan, 2 responden mengatakan *mempengaruhi*, tidak ada responden yang mengatakan pelayanan dalam usaha *cukup mempengaruhi* dan *tidak mempengaruhi*.

c. Adanya teknologi,

Dengan adanya teknologi sangat mendorong barjalannya usaha reklame ini karena usaha reklame menggunakan alat-alat elektronik untuk mencetak berbagai macam produk. Sebelum adanya teknologi kami mencetak spanduk dengan cara manual tapi akhir-akhir ini munculnya mesin mencetak dapat mempermudah dan mempercepat kegiatan usaha ini⁵.

⁵Yogi (Pengusaha Reklame) Wawancara Tgl 5 Mei 2011

d. Memiliki prospek yang baik dimasa yang akan datang

Adanya keyakinan bahwa usaha yang dijalankan akan berhasil dengan baik merupakan suatu faktor yang mendorong berkembangnya usaha ini, dengan adanya keyakinan tersebut akan dapat meningkatkan semangat dan gairah kerja yang tinggi, Usaha reklame tetap eksis sampai sekarang karena ada beberapa faktor yang mendukung seperti yang telah dijelaskan pada halaman sebelumnya yaitu kesukaan, kelayakan pasar dan adanya teknologi hingga saat ini usaha reklame pun makin berkembang. Adanya teknologi membuat usaha ini cepat berkembang karena dengan bantuan alat proses kegiatan kami dalam memenuhi permintaan pelanggan lebih mudah dan fleksibel⁶.

Pesatnya perkembangan usaha ini dirasakan sekitar tahun 2000an, dimana pekerja saya sudah membuka usaha dan masih dalam lingkungan yang sama, kemudian mereka memperkerjakan pula beberapa orang pekerja, setelah mendapat pengalaman dibidang reklame, pekerja-pekerja merek pun buka usaha sendiri begitu seterusnya⁷.

Meskipun usaha reklame nampaknya selalu eksis dan mengalami perkembangan, usaha ini tidak terlepas dari kendala-kendala dihadapi dalam menjalani dan mengembangkan usaha tersebut, adapun kendala-kendala yang dihadapi pengusaha reklame dalam menjalani dan , mengembangkan usaha ini, antara lain :.

⁶ Ratna sari (pengusaha reklame), Wawancara tgl 3 Mei 2011

⁷H. Ibrahim (Pengusaha Reklame) Wawancara Tgl 3 Mei 2011

1. Keterbatasan modal investasi maupun modal kerja

Pada umumnya kendala yang dihadapi pengusaha dalam menjalani usaha reklame ini adalah modal, dalam hal ini modal usaha masih terbatas karena para pengusaha reklame dalam menjalankan usahanya menggunakan modal sendiri, dan pinjaman modal dari keluarga dekat. Disamping itu, beberapa pengusaha pernah berusaha mendapatkan pinjaman modal dari lembaga keuangan namun mereka tidak mampu memenuhi syarat yang diajukan oleh pihak lembaga tersebut. Bantuan modal dari pemerintah sangat diharapkan dalam menunjang berjalannya usaha ini, namun hal tersebut tak kunjung datang. Dibawah ini dapat dilihat tanggapan responden terhadap bantuan modal dari pemerintah.

Tabel 16

Tanggapan Responden Terhadap bantuan modal dari pemerintah

Pilihan jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat mendukung	-	-
Mendukung	-	-
Cukup mendukung	6	55%
Tidak mendukung	5	45%
Jumlah	11	100 %

Sumber : Data Olahan

Dari tabel diatas dapat kita ambil informasi bahwa tidak ada responden yang mengatakan bahwa pemerintah *sangat mendukung* usaha ini dengan

memberikan bantuan modal, , 6 responden mengatakan *cukup mendukung* dan 5 responden mengatakan *tidak mendukung*.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa untuk mengembangkan usaha ini peran pemerintah sangat diharapkan, karena usaha ini tergolong mampu dalam membangun perekonomian masyarakat akan tetapi usaha ini mempunyai kendala-kendala seperti kurangnya modal yang dimiliki. Untuk mengatasi hal tersebut maka pemerintah dituntut untuk memainkan perannya sebagai stimulator yang merangsang kegiatan ekonomi masyarakat. Pemerintah bisa menyalurkan bantuan kredit kepada pengusaha dan melakukan pembinaan terhadap usaha ini agar kedepannya usaha ini lebih baik namun hal demikian tidak dirasakan oleh pengusaha reklame. Dari sini dapat kita ambil kesimpulan bahwa usaha pemerintah untuk mengatasi kendala yang dihadapi para pengusaha reklame boleh dikatakan tidak ada.

Selain itu perhatian pemerintah kurang memuaskan dalam memberikan dorongan kepada pengusaha seperti mengadakan pelatihan tentang bagaimana cara mengembangkan usaha, selama ini pengusaha mendapatkan pengalaman dari tempat diamana awal ia bekerja dan kemudian membuka usaha sendiri,

Tabel 17

Tanggapan Responden atas perhatian pemerintah Terhadap Usaha Reklame

Pilihan jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat memuaskan	-	%
Memuaskan	1	9%

Kurang memuaskan	6	55%
Tidak memuaskan	4	36%
Jumlah	11	100 %

Sumber : Data Olahan

Dari tabel diatas dapat kita ambil informasi bahwa tidak ada responden mengatakan perhatian yang diberikan pemerintah terhadap usaha ini *sangat memuaskan*, 1 responden mengatakan *memuaskan*, 6 responden mengatakan *kurang memuaskan* dan 4 responden mengatakan *tidak memuaskan*.

Fungsi pemerintah diharapkan bisa ditunaikan mengingat betapa pentingnya peranan usaha dalam membangun perekonomian masyarakat setempat khususnya. Oleh sebab itu perlu diadakan suatu program bimbingan dan pelatihan untuk mengembangkan bakat dan keterampilan yang dimiliki oleh pengusaha.

Meskipun pada saat ini modal yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha masih terbatas namun pengusaha tidak putus asa, mereka selalu berusaha mendapatkan tambahan modal dari karib kerabat dan juga mereka selalu bergerak dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan dalam rangka membangun perekonomian masyarakat.

2. Kurangnya tenaga yang terampil Secara profesional dalam rangka pertumbuhan dan perkembangan usaha.

Terampil secara professional merupakan sosok pekerja yang dibutuhkan diberbagai tempat usaha baik perkantoran ataupun usaha kecil-kecilan. Seorang pengusaha yang memiliki keahilan teknis akan semakin

piawai menjalankan usahanya, namun perlu diingat bahwa seorang pengusaha jangan sampai "terbenam" dalam aktivitas keterampilan saja sehingga aktivitas pemasaran terbengkalai, seorang pengusaha wajib menguasai seluk beluk bidang usahanya.

3. Adanya persaingan yang tidak sehat sehingga dapat menjatuhkan harga.

Persaingan antara pengusaha reklame pada saat ini sangat bersaing dalam merebut hati pelanggan, hal ini dapat kita lihat dari data angket yang sudah diolah dalam tabel berikut :

Tabel 18
Tanggapan Responden Terhadap persaingan Usaha Reklame

Pilihan jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat bersaing	5	50%
Bersaing	2	18%
Cukup bersaing	4	36%
Tidak bersaing	-	-
Jumlah	11	100 %

Sumber : Data Olahan

Dari tabel diatas dapat kita ambil informasi bahwa, 5 responden mengatakan persaingan usaha reklame *sangat bersaing* dalam merebut hati pelanggan , 2 responden mengatakan *bersaing*, 4 responden mengatakan *cukup bersaing* dan tidak ada responden mengatakan *tidak bersaing*.

Namun persaingan antara pengusaha ini berdampak tidak baik karena beberapa pengusaha yang bersaing dengan cara tidak sehat sehingga dapat

menjatuhkan harga. Jatuhnya harga produk usaha ini dirasakan baru akhir-akhir ini karena banyaknya usaha reklame yang baru buka kemudian mereka menawarkan kepada pelanggan dengan harga yang lebih rendah⁸. Harga tiap produk dari usaha ini pada dasarnya terjangkau oleh pelanggan. Berikut tanggapan dari pengusaha terhadap harga produk yang dihasilkan.

Tabel 19

Tanggapan Responden Terhadap harga produk Usaha Reklame

Pilihan jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat terjangkau	3	27%
Terjangkau	7	64 %
Cukup terjangkau	1	9%
Tidak terjangkau	-	-
Jumlah	11	100 %

Sumber : Data Olahan

Dari tabel diatas dapat kita ambil informasi bahwa, responden mengatakan bahwa harga produk usaha reklame *sangat terjangkau* , 7 responden mengatakan *terjangkau*, 1 responden mengatakan *cukup terjangkau* dan tidak ada responden mengatakan *tidak terjangkau*.

Harga merupakan hal yang sangat mempengaruhi dalam pemberian nilai kepada konsumen dalam mempengaruhi image produk serta keputusan konsumen untuk membeli.

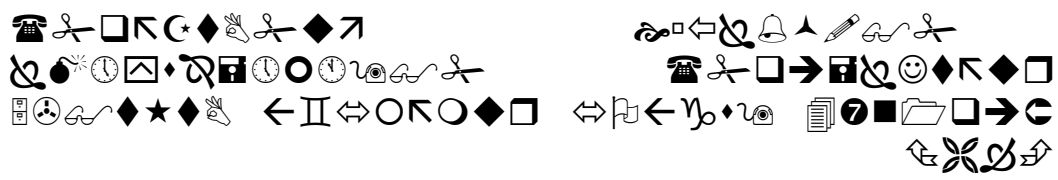
⁸ Adrial (Pengusaha Reklame), Wawancara tgl 3 Mei 2011

4. Keterbatasan wawasan bisnis serta pengetahuan pengelolaan usaha dengan baik

Keterbatasan wawasan bisnis serta pengetahuan pengelolaan usaha dengan baik merupakan suatu kendala yang dihadapi oleh pengusaha reklame karena kebanyakan pengusaha reklame ini tidak memiliki ilmu tentang bisnis karena mereka yang buka usaha hanya lantaran memiliki pengalaman karena telah bekerja sebelumnya pada usaha reklame seperti hal yang diungkapkan oleh Ilham. Beliau mengatakan : dalam menjalankan dan mengembangkan usaha ini, saya merasa kesulitan dikarenakan wawasan tentang usaha yang saya miliki tidak seberapa⁹.

C. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap usaha Reklame

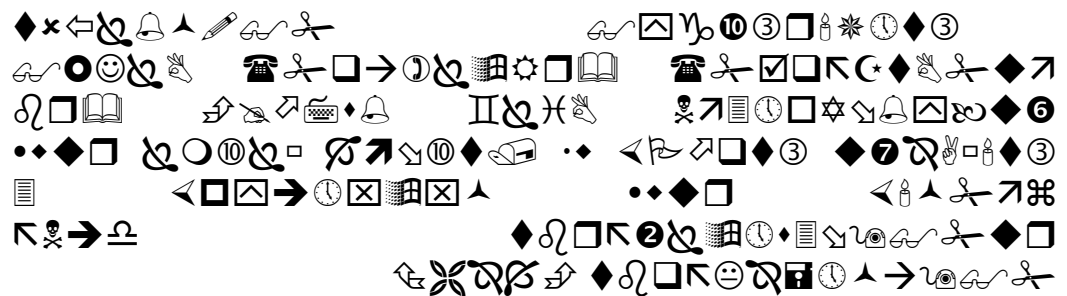
Islam menugaskan kepada manusia untuk beriman dan beramal saleh, beribadah, berbisnis serta bekerja dan berusaha secara halal, segala upaya tersebut harus dikelola sesuai dengan syariat Islam untuk mendapatkan harta, kemakmuran dan kebahagiaan hidup. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Ar-Ra'd ayat 29 yang berbunyi ¹⁰:



Artinya : orang-orang yang beriman dan beramal saleh, bagi mereka kebahagiaan dan tempat kembali yang baik.(QS. Ar-Ra'd : 29)

⁹ Ilham (pengusaha reklame) Wawancara tanggal 3 Mei 2011
¹⁰ Depag RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemahan*, (Jakarta : Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2005), h. 254

Berkaitan dengan berusaha, rasul pernah ditanya sahabat tentang usaha apa yang paling baik, rasul menjawab bahwa usaha yang paling baik adalah usaha yang berasal dari dirinya sendiri salah satunya dengan perdagangan yang bersih. Dalam pandangan Islam, pencapaian prestasi duaniawi bukanlah hal yang terlarang. Bahkan sepanjang kemakmuran digunakan untuk amal maka hal itu dianjurkan. Seseorang yang hidup dalam keadaan berkecukupan berpeluang lebih besar untuk membelanjakan hartanya di jalan Allah dengan harapan memperoleh pahala¹¹. Hal ini diungkapkan dalam surat Al-Baqarah ayat 254¹² yang berbunyi :



Artinya : Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at dan orang-orang kafir Itulah orang-orang yang zalim. (QS Al-Baqarah : 254)

Dalam berbisnis harus dihindari adanya eksploitasi terhadap orang lain, eksploitasi yang dimaksud antara lain pemerasan, monopoli, oligopoli, monopsoni, oligopsoni, maupun kegiatan bisnis dengan memanfaatkan fasilitas yang mengakibatkan menumpuknya modal dan sumber daya pada segolongan

¹¹ E. Gumbira Said, Yayuk Eka Pratiwi. *Agribisnis Syariah, Manajemen Agribisnis Dalam Perspektif Syariah Islam*. (Jakarta: Penebar Swadaya, 2005). h. 143.

¹² Depag RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemahan*, (Jakarta : Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2005), h. 43.

tertentu saja. Hal itu hukumnya haram dalam pandangan Islam. Dengan demikian dalam berbisnis seseorang harus didasari oleh etika dan etos kerja Islami. Islam sangat menganjurkan manusia untuk bekerja dan berkreasi dalam rangka mencapai kehidupan yang lebih baik. Oleh karena itu Islam menempatkan manusia bekerja pada kedudukan yang sangat tinggi, Allah cinta kepada hamba yang mempunyai kerja. Dan barang siapa bersusah payah untuk mencari rezki untuk mereka yang menjadi tanggung jawabnya adalah ia itu umpama seorang mujahid kejalan allah yang maha mulia¹³.

Bekerja, dalam Islam dinilai suatu kebaikan dan kemalasan dinilai sebagai kejahatan, Ibadah yang paling baik adalah bekerja dan pada saat yang sama bekerja merupakan hak sekaligus kewajiban. Pada suatu hari rasul menegur seorang yang meminta-minta, seraya menunjukkan kepadanya jalan kearah yang produktif. Rasul meminta orang tersebut menjual asset yang dimilikinya dan menyisihkan hasil penjualannya untuk modal membeli alat (kapak) untuk mencari kayu bakar ditempat bebas dan menjualnya ke pasar, beliaupun memonitor kinerjanya untuk memastikan bahwa ia telah mengubah nasibnya dengan kerja yang produktif¹⁴.

Islam mendorong pemeluknya untuk berproduksi dan menekuni aktifitas ekonomi dalam segala bentuk nya, seperti pertanian, pengembalaan, berburu, industri, dan bekerja dalam berbagai keahlian. Islam mendorong setiap amal

¹³ E. Gumbira Said dan Yayuk Eka Pratiwi. *Loc.cit.*

¹⁴ Mustafa Edwin Nasution DKK, *Pengenalan Ekklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana 2007) cet ke-2 h 115

perbuatan yang menghasilkan benda atau pelayanan yang bermanfaat bagi manusia, ataupun hanya memperindah kehidupan mereka dan menjadikannya lebih makmur dan sejahtera.

Ekonomi Islam sangat mendorong produktivitas dan mengembangkannya baik kuantitas maupun kualitas, Islam melarang menyia-nyiaikan potensi material maupun potensi sumber daya manusia, bahkan Islam mengarahkan semua itu untuk kepentingan produksi menjadi sesuatu yang unik sebab didalamnya terdapat faktor "*Itqan*" (profesionalitas) yang dicintai Allah dan insan yang diwajibkan Allah atas segala Sesuatu nya¹⁵. Alquran dan hadits sebagai sumber fundamental dalam Islam banyak sekali memberikan dorongan untuk bekerja dan berproduksi.

Usaha reklame merupakan wahana kegiatan masyarakat yang produktif di Kecamatan Pekanbaru Kota khususnya masyarakat kelurahan Tanah Datar, Kota Baru dan Sukaramai, adanya usaha ini telah mampu menyerap tenaga kerja dan memberikan pekerjaan pada masyarakat pengangguran di Jalan Pangeran Hidayat, dengan demikian usaha ini ikut andil dalam membangun perekonomian masyarakat dan mengurangi tingkat pengangguran di daerah setempat pada khususnya, Kota Pekanbaru pada umumnya.

Kehidupan dinamis adalah proses menuju peningkatan, ajaran-ajaran Islam memandang kehidupan manusia sebagai pacuan dengan waktu, dengan

¹⁵ Yusuf Qordhowi, *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta : Robbani Pers, 2001)h 180

kata lain kebaikan dan kesempurnaan diri merupakan tujuan proses ini. Disamping itu memanfaatkan sumber daya alam untuk hal-hal yang bermanfaat merupakan salah satu bentuk anjuran Islam, seperti halnya usaha Reklame merupakan usaha yang memanfaatkan sumber daya alam dan manusia dengan keahlian yang dimiliki sehingga mampu mengolah dan memproduksi barang-barang yang dibutuhkan masyarakat.

Dari pemaparan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa secara umum baik dari segi produksi dan pengembangan usaha Reklame telah sesuai dengan prinsip dalam Ekonomi Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang Prospek pengembangan usaha reklame dalam membangun perekonomian masyarakat menurut perspektif Ekonomi Islam, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Usaha reklame oleh pengusaha di Kecamatan Pekanbaru Kota mempunyai prospek yang baik untuk dikembangkan dimasa yang akan datang.
2. Faktor yang mendorong jalannya usaha ini adalah faktor kesukaan, kelayakan pasar dan adanya teknologi. Disamping itu dalam menjalani usaha ini pengusaha juga menghadapi kendala antara lain : Keterbatasan modal investasi maupun modal kerja, Kurangnya tenaga yang terampil, dan Keterbatasan wawasan bisnis serta pengetahuan pengelolaan usaha dengan baik.
3. Secara umum baik dari segi produksi dan pengembangan usaha Reklame telah sesuai dengan prinsip dalam Ekonomi Islam karena usaha reklame merupakan bagian dari kegiatan muamalah

B. Saran

Dari kesimpulan diatas dan wawancara penulis dengan responden dilapangan, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pengusaha seiring dengan berkembangnya usaha reklame untuk lebih kreatif dan berinovasi dalam menciptakan produk baru.
2. Meningkatkan kualitas barang yang akan di jual dengan tidak berbuat curang dan menghindari praktek persaingan tidak sehat yang dapat menjatuhkan harga produk.
3. Bagi pemerintah seharusnya memberikan perhatian yang lebih terhadap kegiatan perekonomian masyarakat khususnya usaha reklame karena usaha yang dilakukan masyarakat dapat membangun perekonomian sebisa mungkin pemerintah menjalankan fungsinya sebagai stimulator yang menggerakkan kegiatan ekonomi dengan cara mengadakan pelatihan dan pembinaan terhadap masyarakat tentang sebuah usaha khususnya usaha reklame..

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori, *Kewirausahaan*, (Bandung : Alfabeta, 2007)
- Aris, Ananta, *Ekonomi Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Bina Akasara, 2002)
- Basyir, Ahmad, *Asas Hukum Mua'malat*, (Yogyakarta : UII Pers, 2003)
- Drucker. Peter F. Terjemahan Rusydi Naif MBA. *Inovasi dan Kewirastaan Praktek dan Dasar-Dasar*. (Jakarta : Erlangga, 1996)
- Depag RI, *Al-qur'an dan Terjemahan*, (Bandung : PT Syamil Cipta Media, 2005).
Edwin Nasution, Mustafa, dkk, *Pengenalan Eklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana 2007) cet ke-2
- Fadel Muhammad. *Industrialisasi dan Wiraswasta*. (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 1992)
- Hakim Nasution, Arman, Ir, dkk, *Entrepreneurship Membangun Spirit Teknopreneuship*, (Yogyakarta, Andi Offset, 2007)
- Hantoro, Sirod, *Kiat Sukses Berwirausaha*, (Yogyakarta : Adicita Karya Nusa, 2005)
- Hernanto. F, *Ilmu Usaha Tani*, (Bogor : Swadaya, 2006)
- Ismail, Maryono, Ir, M,Sc, *Buka Usaha? Siapa Takut!*, (Depok : Penebar Swadaya, 2007)
- Jafar Hafisah, Mohammad, Dr Ir. *Kemitraan Usaha Konsepsi Dan Strategi*, (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 2000)
- Kasmir SE MM. *Kewirausahaan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006)
- Mannan, Abdul, Terjemahan *Teori & Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta : PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1997)
- Mawardi, Msi. *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru : Alaf Riau, 2007)
- MJ Moris, *Kiat Sukses Menembangkan Usaha kecil*, (Jakarta : Arcan, 1996)
- Muchlish, *Bisnis Syari'ah* , (Yogyakarta : YKPN, 2007)
- Mujahidin, Akhmad, Prof. *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007)
- Qordhowi, Yusuf, Terjemahan . *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta : Robbani Pers, 2001)

- Qosim Yusuf, Nanang, *Dari Titik Nol Menjadi Entrepreneur Mulia*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka)
- Rahimsyah, MB, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Aprindo, 2009)
- Said. E. Gumbira dan Yayuk Eka Pratiwi. *Agribisnis Syariah, Manajemen Agribisnis Dalam Perspektif Syariah Islam*. (Jakarta: Penebar Swadaya, 2005)
- Sugiharto, Rindang, Ir, *Ahlak Manusia Sebagai Modal Berwusaha*, (Bandung : Jember Publishing, 2007)
- Sudarsono, Heri, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, (Yogyakarta : Ekonisia, 2004)
- Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta : Salemba Empat, 2006)
- Tarsis, Tarmudji, *Prinsip-Prinsip Wirausaha*, (Yogyakarta : Liberty, 1996)
- Tohar, M. *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta : Kanisius, 2000)
- Umar, Husein, *Studi Kelayakan Bisnis teknik Menganalisis Kelayakan rencana Bisnis Secara Komprehensif* , (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2007)
- Wijandi, Soesarsono, *Pengantar Wiraswastaan* (Bandung : Sinar Baru , 2003)
- Wiratmo, Masykur, Drs, M.Sc *Pengantar Kewiraswastaan Kerangka Dasar Memasuki Dunia Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 2001)
- Yasin, Fachri, *Agribisnis Riau dan Pekanbaru Berbasis Kerakyatan*, (Pekanbaru: Unri Pers, 2003)
- Zulkarnain, Drs, MM, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta : Adicita, 2006)
- _____, *Membangun Ekonomi Rakyat Persepsi Tentang Pemberdayaan Ekonomi Rakyat* , (Yogyakarta : Adicita, 2003)

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1 Luas Kecamatan Pekanbaru kota dirinci Menurut Kelurahan.....	16
Tabel 2 Keadaan jumlah penduduk menurut kelurahan	17
Tabel 3 Tingkat Pendidikan masyarakat Pekanbaru kota menurut kecamatan.....	18
Tabel 4 Keadaan Agama di Pekanbaru kota menurut kecamatan	19
Tabel 5 Nama Usaha Reklame Kelurahan Tanah Datar	23
Tabel 6 Nama Usaha Reklame Kelurahan Kota baru.....	24
Tabel 7 Nama Usaha Reklame Kelurahan Sukaramai.....	24
Tabel 8 Harga Produk	26
Tabel 9 Karakteristik kewirausahaan	29
Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap prospek Usaha Reklame.....	58
Tabel 11 Tanggapan Responden Terhadap peranan Usahanya dalam Membangun perekonomian maaasyarakat	59
Tabel 12 Tanggapan Responden Terhadap peranan Usahanya dalam Mengurangi tingkat pengangguran.....	60
Tabel 13 Tanggapan Responden Terhadap Usaha Reklame	62
Tabel 14 Tanggapan Responden Terhadap Lokasi Usaha Reklame	64
Tabel 15 : Tanggapan Responden Terhadap pelayanan dalam Usaha Reklame	65

Tabel 16	Tanggapan Responden Terhadap Bantuan Modal Dari Pemerintah.....	67
Tabel 17	Tanggapan Responden Atas Perhatian Pemerintah Terhadap Usaha Reklame.....	68
Tabel 18	Tanggapan Responden Terhadap Persaingan Usaha Reklame.....	70
Tabel 19	Tanggapan Responden Terhadap harga produk	71

BIOGRAFI PENULIS



MUHAMMAD SYAIPUDIN, Lahir di Kampar pada tanggal 11 April 1988. Anak bungsu dari tujuh bersaudara pasangan Abdul Karim Ahmad (Alm) dan Sanibar. Lahir di desa Kampar Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau.

Pendidikan SDN 034 desa Kampar pada Tahun 1994-2000, kemudian melanjutkan pendidikan agama di Ponpes Islamic Centre Al-Hidayah Kampar tingkat Tsanawiyah 2000-2004. Dan Tingkat Aliyah Ponpes Islamic Centre Al-Hidayah Kampar pada tahun 2004-2007. Menyelesaikan Studi Program S.I Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2011(masa studi 3 tahun 10 bulan).

Akhir studi menulis skripsi dengan judul “ **Prospek Pengembang Usaha Reklame Dalam Membangun Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Reklame Di Kecamatan Pekanbaru Kota)**”. Dengan predikat *sangat memuaskan*.