



**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RUMAH LAUNDRY KOTA DUMAI DALAM
PENINGKATKAN PENDAPATAN DI TINJAU MENURUT
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sajana Ekonomi (S.E)



OLEH

MELDA ANJANI

NIM. 11720525118

PROGRAM S1

JURUSAN EKONOMI ISLAM

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

1443 H/2021 M

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **Strategi Pengembangan Usaha Rumah Laundry Kota Dumai Dalam Peningkatan Pendapatan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah**, yang ditulis oleh:

NAMA : MELDA ANJANI
 NIM : 11720525118
 PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

Dapat diterima dan disetujui dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, November 2021
 Pembimbing Skripsi

Dr. Syahpawi. M. Sh
 NIP: 19730307 200701 1032

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Rumah Laundry Kota Dumai Dalam Peningkatan Pendapatan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah” yang ditulis oleh:

Nama : **Melda Anjani**

NIM : 11720525118

Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 30 November 2021 M

TIM PENGUJI MUNAQASYAH,

Ketua

Muhammad Nurwahid, M.Ag

Sekretaris

Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak. CA

Penguji I Metodologi

Afdhol Rinaldi, SE, M.Ec

Penguji II Materi

Rozi Andrini, M. E

Mengetahui,

Dekan Fakultas Syari'ah Dan Hukum



D. Zulkipli, M.Ag

NIP 197410062005011005



Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : MELDA ANJANI
 NIM : 11720525118
 Tempat/Tgl. Lahir : DUMAI, 20 MARET 1999
 Fakultas/Pascasarjana : SYARIAH DAN HUKUM
 Prodi : EKONOMI SYARIAH
 Judul ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya~~*:
 STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RUMAH LAUNDRY KOTA DUMAI DALAM PENINGKATAN
 PENDAPATAN DI TINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya~~* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya~~* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)~~* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 21 DESEMBER 2021
 Yang membuat pernyataan



ANJANI
 NIM : 11720525118

*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK**Melda Anjani (2021) : Strategi Pengembangan Usaha Rumah Laundry Kota Dumai Dalam Peningkatan Pendapatan Ditinjau Menurut Ekonomi syariah**

Sebuah usaha tidak terlepas dari strategi dan pengembangan usaha agar dapat bertahan dan lebih maju dari saingan-saingannya. Penggunaan strategi pengembangan diharapkan mampu memberikan keunggulan atau potensi yang lebih besar dengan peluang-peluangnya pada usaha rumah laundry ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan dan pengaruh strategi tersebut, serta tinjauan ekonomi syariah terhadap peningkatan pendapatan pada usaha rumah laundry.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan metode kualitatif. Penelitian ini bertempat di Rumah Laundry, Jl. Soekarna Hatta, Bagan Besar Timur, Kota Dumai. Informan dalam penelitian ini adalah ibu Evi Lestari selaku pemilik usaha rumah laundry. Sedangkan metode pengumpulan data dalam penelitian ini berupa observasi, wawancara, dan kajian pustaka. Untuk analisis data dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh usaha jasa Rumah Laundry yang pertama adalah strategi pengembangan produk jasa, strategi penetapan harga, strategi pemasaran, promosi penjualan, skala perluasan ekonomi, perluasan cakupan usaha, dan menjaga spirit usaha. Berdasarkan penelitian dalam mengembangkan usaha sudah sesuai dengan syariat Islam. Proses yang dilakukan tidak ada menggunakan prosedur yang dilarang oleh ekonomi Islam.

Kata kunci : Strategi, Pengembangan Usaha, Pendapatan.



KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Syukur alhamdulillah berkat rahmat Allah *Subhanahu Wata'ala*, yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul: **“Strategi Pengembangan Usaha Rumah Laundry Dalam Peningkatan Pendapatan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”** Shalawat dan salam tidak lupa pula disampaikan kepada Nabi besar kita yakni Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam*, yang telah membawa umatnya dari alam kebodohan menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat sekarang ini.

Skripsi ini merupakan persyaratan untuk menyelesaikan Studi Pendidikan Program Strata Satu (SI) di Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau guna meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Penulis menyadari dalam proses penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan baik dari segi bentuk, tata bahasa maupun dalam bentuk nilai ilmiahnya. Karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk pembelajaran bagi penulis agar tidak mengulang kesalahan yang sama dilain kesempatan.

Dalam proses penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat dukungan, dorongan, masukan, arahan dan petunjuk dari segala pihak yang telah meluangkan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

waktunya. Penulis banyak mendapatkan motivasi dan semangat dari orang-orang terdekat demi kesempurnaan skripsi ini. Maka dari itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Ayahanda Abu Bakar dan Ibunda Evi Lestari tercinta, adik-adik tercinta Ghina Suhaila dan Fakhri Ananda, yang telah memberikan dukungan serta bimbingan dan kasih sayang yang tiada tara, penjagaan yang luar biasa dan sekaligus pengorbanan materil maupun moril demi keberhasilan dalam menyelesaikan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M.Ag selaku Rektor UIN Suska Riau. Ibu Dr. H. Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I UIN Suska Riau. Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd, selaku Wakil Rektor II UIN Suska Riau. Bapak Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D selaku Wakil Rektor III UIN Suska Riau, yang telah berjasa memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.
3. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum beserta Wakil Dekan I, II dan III Fakultas syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Muhammad Nurwahid., M.Ag selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE., M.Sc. Ak. CA selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta staf-staf jurusan Ekonomi Syariah yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Bapak Dr. Syahpawi, S Ag., M.Sh selaku pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan saran dan kritikan sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.
6. Dr. Junaidi Lubis, M. Ag selaku Dosen Penasehat Akademis Penulis.
7. Bapak / Ibu dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis, sehingga penulis bisa seperti ini mengerti apa yang belum penulis mengerti.
8. Kepada perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta seluruh karyawan dan karyawan yang telah berjasa memberikan pinjaman buku-buku sebagai referensi bagi penulis.
9. Pihak usaha Rumah Laundry, serta responden yang banyak memberikan informasi dan data yang dibutuhkan peneliti.
10. Kepada Meidiana Tri Putri dan Nur Dinda Ramadani serta teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah khususnya EI. F angkatan 2017 semoga silaturahmi kita tetap berlanjut.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Akhir kata terimakasih penulis ucapkan atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

Pekanbaru, 2021
Penulis,

MELDA ANJANI
NIM.11720525118



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Manajemen Strategi	9
a. Pengertian Manajemen Strategi	9
b. Macam-macam Strategi	10
c. Tahap-tahap Dalam Proses Manajemen.....	14
B. Strategi Pengembangan Bisnis Usaha.....	24
a. Mengembangkan Strategi Produk	24
b. Strategi Penetapan Harga	28
c. Strategi Pemasaran	36
d. Promosi Penjualan.....	38
e. Teknik Pengembangan Usaha.....	45
C. Pendapatan	48
a. Pengertian Pendapatan	48
b. Sumber Pendapatan.....	49
D. Strategi Pengembangan UKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam	50
E. Penelitian Terdahulu	56

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN	79
A. Jenis Penelitian.....	59
B. Lokasi Penelitian.....	59
C. Subjek dan Objek Penelitian	59
D. Informan Penelitian.....	60
E. Sumber Data.....	61
F. Teknik Pengumpulan Data.....	62
G. Teknik Penulisan.....	63
H. Analisa Data	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
A. Strategi Pengembangan Usaha Rumah Laundry dalam Meningkatkan Pendapatan	65
B. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi yang digunakan Usaha Jasa Rumah Laundry.....	75
BAB V PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	73
Tabel 1.2	74
Tabel 1.3	74



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan terus berkembang di dalam dunia perekonomian dengan sangat baik. Tidak hanya perusahaan besar, namun perusahaan kecil pun ikut berkembang dengan baik. Perusahaan kecil juga mempunyai tujuan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang besar dan menguasai pasar. Aktivitas mengelola usaha pada umumnya memiliki tujuan untuk menghasilkan laba demi kelangsungan hidup serta mengumpulkan dana yang cukup bagi pelaksanaan kegiatan si pelaku usaha itu sendiri.¹ Dalam kegiatan bisnis, pelaku usaha atau pebisnis dan konsumen (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Untuk itu sangat diperlukan aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan bisnis tersebut agar tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dan dieksploitasi baik pihak konsumen, karyawan maupun siapa saja yang ikut terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut.

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan mempunyai peranan yang sangat penting dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan manusia baik individu dan sosial. Setiap

¹ M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 1



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, perantara maupun sebagai konsumen.

Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Hal-hal yang terjadi dalam kegiatan ini adalah tukar menukar, jual beli, memproduksi memasarkan, bekerja memperkerjakan, serta interaksi manusiawi lainnya, dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dalam kegiatan perdagangan (bisnis), pelaku usaha atau pebisnis dan konsumen (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Untuk itu sangat diperlukan aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan bisnis tersebut agar tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dan dieksploitasi baik pihak konsumen, karyawan maupun siapa saja yang ikut terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut.²

Islam memperbolehkan bisnis kecuali hal-hal yang mengarah kepada riba, judi, penyediaan produk atau layanan yang mengandung barang-barang haram. Untuk itu dibalik bisnis menurut Islam yang dihalalkan ini tentu saja ada etika dan memberikan manfaat dari bisnis itu. Etika dalam bisnis Islam seperti menjauhi hal yang samar, menghindari judi, menghindari penindasan, menjauhi riba, menjauhi penipuan, menjauhi barang atau produk haram dan menghindari monopoli bisnis. Suatu usaha untuk menghasilkan dan menambah nilai guna dari suatu barang baik dari sisi fisik materialnya maupun dari sisi moralitasnya

² K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000) h. 17.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

haruslah menggunakan modal yg jelas. Sebagaimana dijelaskan pada Surah Al-Baqarah ayat 272 mengenai modal dalam kegiatan berniaga yang berbunyi:

لَيْسَ عَلَيْكَ هُدَاهُمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فَلَأَنْفُسِكُمْ وَمَا تُنْفِقُونَ إِلَّا ابْتِغَاءَ وَجْهِ اللَّهِ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ يُوَفِّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ

Artinya: “Bukanlah kewajibanmu menjadikan mereka mendapat petunjuk, akan tetapi Allah yang memberi petunjuk (memberi taufiq) siapa yang dikehendaki-Nya. Dan apa saja harta yang baik yang kamu nafkahkan (di jalan Allah), maka pahalanya itu untuk kamu sendiri. Dan janganlah kamu membelanjakan sesuatu melainkan karena mencari keridhaan Allah. Dan apa saja harta yang baik yang kamu nafkahkan, niscaya kamu akan diberi pahalanya dengan cukup sedang kamu sedikit pun tidak akan dianiaya.” (QS. Al-Baqarah: 272)³

Dari pengertian ayat di atas menunjukkan bahwa manusia diberi modal yang cukup oleh Allah untuk dapat melakukan kegiatan pemenuhan kebutuhannya secara materi dengan tetap mengedepankan hal-hal yang dilarang. Sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup manusia yaitu mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat.⁴

Sebuah usaha tidak terlepas dari strategi dan pengembangan usaha agar dapat bertahan dan lebih maju dari saingan-saingannya. Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta

³ Departemen Agama RI, Al quran dan Terjemahannya, (Bandung: CV Mikraj Khazanah Ilmu, 2011), h.24.

⁴ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2014), Edisi Revisi Cet. 3, h. 159.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu.⁵ Persaingan harga, kualitas, strategi dan sebagainya menjadikan usaha agar mampu menghadapi persaingan. Untuk mencapai hal tersebut, maka usaha dituntut untuk bisa menjalankan manajemen usahanya agar menjadi efisien dan kompetitif. Menurut Fandi Tjiptono strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.⁶ Agar tercapainya tujuan yang diharapkan oleh pemilik usaha maka perlu adanya strategi yang baik dalam menjalankan aktifitas usaha tersebut.

Salah satu usaha jasa yang saat ini pertumbuhan bisnisnya sedang berkembang adalah usaha laundry. Para pelaku bisnis jasa laundry berlomba-lomba untuk menarik para perhatian calon konsumennya dengan inovasi-inovasi baru yang terus dikembangkan. Saat ini kepraktisan adalah sesuatu yang sangat dicari, semua orang ingin semuanya serba praktis. Walaupun sering kali kita mengeluarkan uang lebih untuk kesibukan yang sangat padat, dan tidak adanya waktu membuat semua itu menjadi mungkin. Kesibukan dikantor, ataupun

⁵ Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rinaka Cipta, 2009), h. 339.

⁶ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ke-II (Yogyakarta: Andi, 2000) h. 17.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dikampus membuat seseorang tidak memiliki waktu yang cukup luang, bahkan untuk mencuci pakaiannya.

Karena mulai maraknya bisnis di bidang ini, para pelaku bisnis jasa laundry pakaian haruslah memutar otak untuk terus memberikan pelayanan yang berkualitas, berdasarkan pengalaman yang di peroleh, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai ekspektasi tertentu. Nilai ekspektasi tersebut akan memberikan dampak bagi para pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap pesaing dari produk jasa yang pernah dirasakannya.

Momen peluang ini ternyata dimanfaatkan oleh Evi Lestari selaku owner dari usaha Rumah laundry. Berdasarkan observasi awal oleh peneliti bahwa usaha Rumah Laundry di Jalan Soekarno Hatta, Bagan Besar Timur, Kota Dumai ini merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa. Usaha ini didirikan oleh Evi Lestari tepatnya pada tahun 2014. Seiring berjalannya waktu, usaha Rumah Laundry ini semakin berkembang yang tadinya hanya mampu menerima pakaian saja, dengan perlahan Rumah Laundry ini mampu menerima semua jenis pakaian termasuk selimut besar dan boneka, dan juga usaha ini yang awalnya hanya dikerjakan oleh pemilik usaha beserta keluarga sekarang mereka mampu memperkerjakan beberapa karyawan. Usaha Rumah Laundry ini menawarkan beberapa tawaran jasa, diantaranya cuci cepat (selesai dalam 1 hari) Rp. 8.000/kg, cuci setrika Rp. 7.000/kg (lebih dari dua hari), cuci lipat Rp. 4.000/kg



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(lebih dari dua hari), setrika Rp. 3.000/kg (lebih dari dua hari), dan setiap jasa express ditambah Rp.1.000/kg nya.⁷

Penelitian ini mencoba melihat bagaimana strategi yang dilakukan oleh usaha jasa Rumah Laundry dalam konsep ekonomi Islam dengan menggunakan strategi pengembangan sehingga mampu memberikan keunggulan atau potensi yang lebih besar dengan peluang-peluangnya. Ada beberapa usaha laundry yang berjalan didaerah yang sama dengan rumah laundry, tapi laundry ini yang konsumennya selalu ramai berdatangan dibandingkan laundry yang lain. Padahal sama dengan laundry ini, laundry-laundry yang lain juga menyediakan jasa yang sama. Maka dari itu penulis bermaksud untuk melihat apa strategi yang diterapkan oleh pihak rumah laundry dan apakah strategi yang digunakan pemilik usaha jasa Rumah Laundry ini sudah menerapkan strategi yang sesuai dengan ekonomi Islam agar usaha ini dapat terus berkembang dan praktek bisnisnya sudah melakukan kegiatan sesuai ajaran Islam. Maka dari latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Strategi Pengembangan Usaha Rumah Laundry Kota Dumai Dalam Peningkatan Pendapatan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.”**

⁷ Evi Lestari (Pemilik Usaha Rumah Laundry), *Wawancara*, 20 Agustus 2021, Bagan Besar, Dumai.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Batasan Masalah

Supaya penelitian ini terarah, maka penulis membatasi masalah penelitian ini pada strategi pengembangan usaha Rumah Laundry Kota Dumai dalam peningkatan pendapatan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka ada beberapa hal yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini, antara lain:

- a. Bagaimana strategi pengembangan usaha jasa Rumah Lanundry dalam peningkatan pendapatan?
- b. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi yang digunakan oleh usaha Rumah Laundry?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha jasa Rumah Laundry dalam peningkatan pendapatan.
2. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi yang digunakan oleh usaha Rumah Laundry.

b. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis
Sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE) di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak usaha Rumah Laundry kota Dumai untuk dapat lebih mempertimbangkan dalam penentuan strategi usahanya menggunakan strategi pengembangan.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Manajemen Strategi

1. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen adalah serangkaian penuh komitmen, keputusan, dan tindakan yang diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk mencapai daya saing strategis dan menghasilkan diatas rata-rata. Input strategi relevan berasal dari analisis lingkungan eksternal dan internal, diperlukan untuk formulasi dan implementasi strategi yang efektif. Sebaliknya, tindakan strategis efektif adalah persyarat untuk dapat mencapai hasil yang diinginkan bagi daya saing strategis dan laba diatas rata-rata. Jadi, manajemen strategis digunakan untuk mencocokkan kondisi pasar dan struktur persaingan yang selalu berubah dengan sumber daya, kapabilitas, dan kompetensi (sumber input srategis) perusahaan yang terus –menerus berkembang. Tindakan srategis efektif yang dilakukan dalam konteks formulasi dan implementasi strategis yang diintegrasikan dengan cermas akan menghasilkan output strategis (outcome strategic) yang diinginkan.⁸ Pengertian strategi bisnis menurut dua orang pakar strategi, Hamel dan Prahalad mereka mendefinisikan strategi bisnis yaitu tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan

⁸ Michael, R. Duane, dkk, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Salemba Empat, Edisi Pertama, 2001), h. 6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian strategi bisnis hampir selalu dimulai dengan apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan.⁹

2. Macam-Macam Strategi

Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai strategi dalam berusaha. Namun, mungkin saja terjadi seorang pemimpin perusahaan tidak menyadarinya. Dalam mengkaji strategi perusahaan, perlu diketahui bahwa bentuk strategi akan berbeda-beda antara industry, antar perusahaan, dan bahkan antar situas. Namun, ada sejumlah strategi yang sudah banyak diketahui umum dan dapat diterapkan pada berbagai bentuk industry dan ukuran perusahaan.

Berikut ini akan disajikan paparan 3 macam model Strategi Generik :

a. Strategi Generik dari Whelen dan Hunger

Untuk menjelaskan tentang strategi, Whelen dan Hunger menggunakan konsep dari General Electric. General Electric menyatakan bahwa pada prinsipnya strategi generic dibagi atas tiga

⁹ Husein Umar, *Strategic Management in Action* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 31.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

macam yaitu, strategi Stabilitas (stability), ekspansi (expansion), dan penciutan (rentrenbment) berikut dapat dilihat penjelasnya :

1) Strategi Stabilitas (Stability)

Pada prinsipnya, strategi ini menekankan pada tidak bertambahnya produk, pasar dan fungsi-fungsi perusahaan lain, karena perusahaan berusaha untuk meningkatkan efesiensi disegala bidang dalam rangka meningkatkan kinerja dan keuntungan. Strategi ini resikonya relative rendah dan biasanya dilakukan untuk produk yang tengah berada pada posisi kedewasaan (mature).

2) Strategi Ekspansi (Expansion)

Pada prinsipnya, strategi ini menekankan pada penambahan atau perusahaan produk, pasar dan fungsi-fungsi perusahaan lainnya, sehingga aktivitas perusahaan meningkat. Tetapi, selain keuntungan yang ingin diraih lebih besar, strategi ini juga mengandung resiko kegagalan yang tidak kecil.

3) Strategi Penciutan (Rentrenbment)

Pada prinsipnya, strategi ini dimaksudkan untuk melakukan pengurangan atas produk yang dihasilkan atau pengurangan atas pasar maupun fungsi-fungsi dalam perusahaan, khususnya yang mempunyai cashflow negatif. Strategi yang biasanya diterapkan pada bisnis yang berada pada tahap menurun (decline). Penciutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini dapat terjadi karena sumberdaya yang perlu diciutkan itu lebih baik dikerahkan, misalnya untuk usaha lain yang sedang berkembang.¹⁰

b. Strategi Generik dari Michael R. Porter

Menurut Porter, jika perusahaan ingin meningkatkan perusahaannya dalam persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus memilih prinsip berbisnis, yaitu produk dengan harga tinggi atau produk dengan biaya rendah, bukan kedua-duanya. Berdasarkan prinsip ini, porter menyatakan terdapat tiga strategi generik, yaitu Diferensiasi (differentiation), kepemimpinan biaya menyeluruh (overall cost leadership) dan fokus (focus).

Penjelasan untuk ketiga macam strategi generik ini dipaparkan sebagai berikut:

1) Strategi Diferensiasi (differentiation)

Ciri dari strategi ini adalah bahwa perusahaan mengambil keputusan untuk membangun persepsi pusat potensial terhadap suatu produk atau jasa yang unggul agar tampak berbeda dengan produk-produk yang lain. Dengan demikian diharapkan calon konsumen mau membeli dengan harga mahal karena adanya perbedaan dari produk tersebut.

¹⁰ *Ibid*, h. 34.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Strategi Kepemimpinan Biaya Menyeluruh (Overall Cost Leadership)

Ciri dari strategi ini adalah perusahaan lebih memperhitungkan pesaing dari pada pelanggan, salah satunya yakni dengan cara lebih memfokuskan harga jual produk yang lebih murah, sehingga biaya produksi, promosi maupun riset dapat ditekan, bila perlu produk yang dihasilkan hanya sekedar meniru produk dari perusahaan lain.

3) Strategi fokus (Focus)

Ciri dari strategi ini adalah perusahaan mengkonsentrasikan pada pangsa pasar yang kecil untuk menghindari dari pesaing dengan menggunakan strategi kepemimpinan biaya menyeluruh atau diferensial.

c. Strategi Generik dari Fred R. David

Menurut Fred R. David, pada prinsipnya strategi generik dapat dikelompokkan atas empat kelompok strategi :

1) Strategi Integrasi Vertikal (Vertical Integration Strategy)

Strategi ini menjelaskan bahwa sebuah perusahaan harus melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan para pesaingnya, misalnya melalui merger, akuisisi atau membuat perusahaan sendiri.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Strategi Diversifikasi (Difersifikasi strategy)

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.

3) Strategi Intensif (Intensive Strategy)

Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.

4) Strategi bertahan (Defensive Strategy)

Strategi ini menjelaskan agar perusahaan melakukan tindakantindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada akhirnya adalah kebangkrutan.¹¹

3. Tahap-tahap dalam Proses Manajemen Strategi

Strategi bisnis adalah suatu keputusan dasar yang diambil oleh manajemen puncak yang menentukan dalam bidang apa organisasi bergerak sekarang dan dalam bidang apa organisasi bergerak di masa yang akan datang. Dalam merumuskan dan menetapkan suatu strategi berbagai tahap harus dilalui. Harus diakui bahwa dikalangan para pakar manajemen, tidak terdapat kesepakatan “universal” mengenai jumlah tahap-tahap tersebut.

¹¹ *Ibid*, h. 35.

Kesepakatan “universal” yang ada ialah bahwa proses manajemen strategi terdiri dari beberapa tahap.

a. Perumusan misi perusahaan

Bagi suatu perusahaan penentuan misi sangat penting karena misi itu bukan hanya mendasar sifatnya, akan tetapi membuat organisasi memiliki “jati diri” yang bersifat khas. Dengan perkataan lain, misilah yang membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya yang sejenis, dalam arti bergerak dalam bidang bisnis yang serupa. Pentingnya misi juga terlihat dengan jelas apabila diingat bahwa ia menentukan tugas-tugas utama yang harus terselenggarakan dalam perusahaan atau organisasi serta dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Beberapa ciri yang harus tergambar dengan jelas dalam satu misi antara lain :

- 1) Misi adalah suatu pernyataan tentang apa yang dilakukan oleh berbagai unit organisasi dan apa yang mereka harapkan untuk mencapai visi organisasi.
- 2) Misi merupakan suatu pertanyaan yang bersifat umum dan berlaku untuk kurun waktu yang panjang.
- 3) Menggambarkan citra yang hendak diproyeksikan ke masyarakat luas.
- 4) Mencerminkan jati diri yang ingin diciptakan, ditumbuhkan kembangkan dan dipelihara.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5) Menggambarkan dengan jelas kebutuhan apa dikalangan pelanggan atau pengguna jasa yang akan diupayakan untuk dipuaskan.

Misi harus jelas terlihat produk andalan apa yang harus dihasilkan, pasaran konsumen yang bagaimana yang akan direbut, cara pemanfaatan teknologi yang akan digunakan kesemuanya menggambarkan sistem nilai dan skala prioritas yang dianut oleh para pengambil keputusan strategi dalam perusahaan.¹²

a) Peranan profil organisasi (perusahaan)

Setiap organisasi menghadapi keterbatasan kemampuan menyediakan dan memperoleh sumber-sumber yang diperlukan, baik dalam arti dana, sarana, prasarana, waktu dan tenaga kerja. Menghadapi kenyataan demikian, manajemen puncak perlu melakukan suatu analisis yang objektif agar dapat ditentukan kemampuan organisasi berdasarkan berbagai sumber yang sudah dimiliki atau mungkin diperolehnya. Berdasarkan analisis itulah profil organisasi ditetapkan. Profil dimaksud menggambarkan kuantitas dan kualitas berbagai sumber yang dapat atau mungkin dikuasainya untuk dimanfaatkan dalam rangka pelaksanaan strategi yang telah ditentukan.¹³

¹² *Ibid*, h. 31

¹³ *Ibid*, h. 32.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Lingkungan Eksternal

Setiap manajer puncak kiranya menyadari bahwa perusahaan yang dipimpinnya mau tidak mau harus berinteraksi dengan lingkungannya. Perjalanan organisasi dipengaruhi dengan tingkat tertentu oleh dampak peristiwa, perkembangan dan sifat perubahan yang terjadi pada lingkungannya. Disenangi atau tidak dampak faktor lingkungan harus diperhitungkan betapapun sulitnya melakukan perhitungan tersebut. Dikatakan sulit karena berbagai faktor tersebut berada diluar kemampuan organisasi untuk mengendalikannya. Lingkungan eksternal tersebut dapat digolongkan dua jenis yang saling berhubungan dan berpengaruh yaitu lingkungan dekat dan lingkungan jauh. Lingkungan eksternal “dekat” yang dimaksud dengan lingkungan dekat adalah lingkungan eksternal yang mempunyai dampak pada kegiatan-kegiatan operasional organisasi, seperti berbagai kekuatan dan kondisi dalam lingkup industri dimana perusahaan bergerak, situasi pasar, persaingan, kondisi lapangan kerja spesifik yang spesialistik tetapi diperlukan oleh organisasi yang kesemuanya berpengaruh pada pilihan alternative strategi yang diperkirakan mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Berbagai faktor lingkungan dekat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat timbul karena tindakan organisasi yang bersangkutan sendiri.¹⁴

Lingkungan eksternal yang “jauh” lingkungan eksternal yang jauh adalah berbagai kekuatan dan kondisi yang timbul terlepas dari apa yang terjadi pada lingkungan eksternal yang dekat. Tetapi sudah dikenali dan dimanfaatkan oleh para pesaing. Kekuatan dan kondisi demikian dapat bersifat politik, ekonomi, teknologi, keamanan, hukum, sosial budaya, pendidikan, dan kultur masyarakat luas.¹⁵

c) Analisis dan pilihan strategi

Penilaian yang dilakukan secara simultan terhadap lingkungan eksternal dan profil perusahaan memungkinkan manajemen mengidentifikasi berbagai jenis peluang yang mungkin timbul dan dapat dimanfaatkan. Berbagai peluang tersebut berupa kemungkinan yang wajar untuk dipertimbangkan. Dalam melakukan analisis tentang berbagai kemungkinan tersebut manajemen mutlak perlu melakukan penyaringan yang cermat sehingga terlihat perbedaan nyata antara kemungkinan sebagai peluang dan kemungkinan yang diinginkan. Jika demikian dilalui dengan tepat, hasilnya ialah suatu pilihan yang sifatnya strategi.

¹⁴ *Ibid*, h. 33

¹⁵ *Ibid*, h. 34.

Suatu pilihan strategi harus bermuara pada penggabungan antara sasaran jangka panjang dan strategi dasar organisasi yang pada gilirannya menempatkan perusahaan pada posisi yang optimal dalam menghadapi lingkungannya dalam rangka mengemban misi yang telah ditentukan sebelumnya. Pada umumnya menentukan strategi bukanlah hal yang mudah, diperlukan terlebih dahulu suatu analisis strategi yang dimaksud untuk menyetarakan setiap peluang yang diperkirakan akan timbul dengan tujuan atau sasaran jangka panjang salah satu caranya yakni dengan strategi induk.¹⁶

Menurut Barney dan Hesterly ada dua jenis alat analisis yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal perusahaan. Kedua alat analisis tersebut adalah analisis struktur industri yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi berbagai peluang usaha, dan analisis Five forces yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi berbagai ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal perusahaan. Analisis terhadap struktur industri dan five forces ditujukan untuk menganalisis lingkungan tugas perusahaan (task environment). Selain kedua alat analisis tersebut, perusahaan dapat menggunakan analisis steeple. Analisis ini lebih ditujukan untuk menganalisis lingkungan umum perusahaan, di mana perubahan lingkungan

¹⁶ *Ibid*, h. 35

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

umum perusahaan dapat menciptakan sejumlah peluang maupun ancaman bagi perusahaan.¹⁷

d) Penentuan Sasaran Jangka Panjang

Diawal telah ditekankan bahwa tidak ada rumus yang pasti yang dapat digunakan oleh semua perusahaan atau organisasi tentang batasan kurun waktu yang sifatnya jangka panjang. Masingmasing perusahaan harus menentukan bagi dirinya sendiri apa arti jangka panjang itu. Yang jelas adalah bahwa umumnya suatu atau berbagai sasaran dapat dikatakan bersifat jangka panjang apabila cukupan kurun waktunya multi tahun.

e) Penentuan Strategi Induk Setiap perusahaan memerlukan strategi

induk. Yang dimaksud strategi induk adalah suatu rencana umum yang bersifat menyeluruh yang mengandung arahan tentang tindakan-tindakan utama yang apabila terlaksana dengan baik akan berakibat pada tercapainya berbagai sasaran jangka panjang dalam lingkungan eksternal yang bergerak dinamis. Dengan kata lain strategi induk merupakan suatu pertanyaan oleh manajemen puncak tentang cara-cara yang akan digunakan dimasa depan untuk mencapai berbagai sasaran yang telah ditetapkan tersebut.¹⁸

¹⁷ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik* (Bandung: Universitas Widyatama, 2012), h.129.

¹⁸ Husein Umar, *Op.Cit*, h. 36.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

f) Penentuan Sasaran Jangka Pendek

Sasaran jangka panjang suatu organisasi atas perusahaan memerlukan konkretisasi. Salah satu cara melakukan konkretisasi itu ialah dengan melakukan periodisasi antara lain dengan menetapkan sasaran tahunan.

Dengan kata lain, sasaran jangka panjang mutlak perlu dirinci dalam sasaran jangka pendek, dalam hal ini sasaran tahunan. Karena sifatnya rincian sasaran jangka panjang, berarti bahwa bidang-bidang sasaran jangka panjang juga memerlukan sasaran jangka pendek. Hanya saja karena jangkauan waktunya lebih dekat, rincian tersebut harus semakin lebih jelas, konkret, mengandung hal-hal yang sifatnya mendetail dan semakin bersifat kuantitatif.

g) Penentuan Strategi Operasional

Diketahui bahwa suatu organisasi bisnis terdiri dari berbagai satuan kerja yang dikenal dengan berbagai nomenklatur seperti departemen, divisi, bagian seksi dan lain sebagainya. Yang bertanggung jawab untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan fungsional seperti produksi, pemasaran, keuangan, akunting, sumberdaya, dan berbagai fungsi operasional lainnya.¹⁹

h) Perumusan Kebijakan Sebagai salah satu langkah dalam proses manajemen strategi ialah perumusan kebijakan. Yang dimaksud

¹⁹ *Ibid*, h. 37

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan kebijaksanaan disini ialah suatu prosedur operasional yang baku yang dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah “standar operating procedures”. Maksudnya yakni ditetapkan prosedur yang baku adalah meningkatkan efektivitas kerja para manajer yang diharapkan memusatkan perhatian pada operasionalisasi misi dan strategi dasar organisasi dalam rangka pencapaian tujuan dari berbagai sasaran baik jangka panjang maupun jangka pendek.²⁰

b. Pemilihan Strategi

Dalam penentuan strategis perusahaan paling tidak ada beberapa aspek utama yang diperhatikan. Aspek-Aspek itu adalah aspek pembentukan struktur industri, kondisi eksternalitas dalam perkembangan industri, peranan yang berubah dari para pemasok dan saluran distribusi, dan pergeseran rintangan mobilitas. Semua aspek dipaparkan secukupnya sebagai berikut :

a) Pembentukan Struktur Industri

Salah satu masalah yang dihadapi perusahaan adalah perihal kemampuan perusahaan untuk membentuk suatu struktur industri, seperti dalam hal kebijakan dalam pasar, produk, maupun harga produk. Jadi, pada intinya perusahaan harus berupaya menentukan kebijakan dalam industri, agar posisi perusahaan menjadi kuat dalam jangka panjang.

²⁰ *Ibid*, h. 38.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Kondisi Eksternal dalam Perkembangan Industri Persoalan strategis lain adalah bahwa perusahaan harus tetap beroperasi secara seimbang antara berada pada industrinya dan kepentingan perusahaan sendiri. Kerjasama antar perusahaan dalam industri sangat penting. Misalnya perusahaan-perusahaan dalam industri bekerja sama mendorong keluar barang-barang substitusi dan berusaha menarik masuk para konsumen, merealisasikan pertemuan-pertemuan antarperusahaan, dan saling mengawasi terhadap kemungkinan terjadinya penyimpangan dan lain sebagainya.²¹

c) Peranan Pemasok dan Saluran Distribusi

Perusahaan harus siap dan menentukan strategi dalam menghadapi pergeseran yang mungkin dilakukan para pemasok dan distributor seiring terjadinya perubahan karena semakin berkembangnya industri. Perubahan ini terjadi karena para pemasok dan distributor menyesuaikan kinerjanya dengan perkembangan industri terbesar.

d) Pergeseran Rintangan Mobilitas

Rintangan-rintangan mobilitas awal akan cepat tereksis dan berganti dengan rintangan-rintangan yang sama sekali berbeda ketika industri tumbuh menjadi besar. Kondisi seperti ini akan

²¹Husein Umar, Op. Cit, h. 60.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membawa beberapa implikasi, misalnya perusahaan harus mencari cara untuk mempertahankan posisinya di pasar walaupun terpaksa melibatkan permodalan yang lebih besar dibandingkan dengan model yang perlu diperlukan pada tahap awal.²²

B. Strategi Pengembangan Bisnis

1. Mengembangkan Strategi Produk

Pengembangan produk (product development) adalah sebuah strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini. Pengembangan produk biasanya membutuhkan pengeluaran yang sangat besar untuk penelitian dan pengembangan.

Lima pedoman tentang kapan pengembangan produk dapat menjadi sebuah strategi yang sangat efektif :

- a) Ketika organisasi memiliki produk-produk berhasil yang berada ditahap kematangan dari siklus hidup produk, gagasan disini adalah menarik konsumen yang terpuaskan untuk mencoba produk baru yang lebih baik sebagai hasil dari pengalaman positif mereka dengan produk atau jasa organisasi saat ini.
- b) Ketika organisasi berkompetisi di industri yang ditandai oleh perkembangan teknologi yang cepat.

²² *Ibid*, h. 61.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c) Ketika pesaing utama menawarkan produk berkualitas lebih baik dengan harga bagus.
- d) Ketika organisasi bersaing dalam industri dalam tingkat pertumbuhan yang tinggi.
- e) Ketika organisasi memiliki kapasitas penelitian dan pengembangan yang sangat kuat.²³

Produk adalah elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar, perencanaan bauran pemasaran dimulai dengan merumuskan penawaran yang memberikan nilai bagi pelanggan sasaran. Penawaran ini menjadi dasar bagi perusahaan dalam membangun hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Penawaran pasar perusahaan seringkali meliputi barang dan jasa yang berwujud. Masing-masing komponen bisa menjadi bagian kecil atau bagian utama dari keseluruhan penawaran, pada satu sisi penawaran bisa terdiri dari barang yang sepenuhnya terwujud seperti sabun, pasta gigi, atau garam tidak ada jasa yang menyertai produk.

Strategi produk menggambarkan tindakan yang digunakan oleh komponen produk dari bauran pemasaran untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan. Sebuah produk juga meliputi komponen yang melengkapi seperti, pengepakan atau sebuah jaminan. Tentu saja produk fisik atau

²³ Alek D. Triyana, *Menerapkan Strategi Marketing di Indonesia* (Jakarta: Marketing Seminar, 1985), h. 65.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jasa inti tersebut biasanya adalah elemen yang paling penting dari satu ikat total kepuasan tersebut. Tapi kadang-kadang elemen itu dirasakan sama oleh konsumen pada semua produk. Dalam kasus seperti itu, komponen yang melengkapi produk atau jasa menjadi ciri yang paling penting dari produk. Sebagai contoh, merek adonan cake tertentu mungkin dipilih oleh para konsumen bukan karena campurannya lebih baik, tapi karena nomor telpon paket tersebut yang dapat dihubungi untuk meminta isyarat pemangganan cake atau sebuah binatu kimia mungkin dipilih diantara lainnya karena perlakuannya pada para konsumen yang penuh respek, bukan karena membersihkan pakaian dengan sangat baik.²⁴

Dan pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.²⁵ Serta untuk menarik perhatian, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Pengembangan produk pada suatu perusahaan dapat dilakukan melalui berbagai tahap, tahap-tahap yang biasanya diikuti dalam pengembangan produk adalah adanya suatu ide, penyaringan ide, pengembangan ide, pembuatan percobaan, analisis usaha, percobaan penjualan pasar. Jika ini berhasil baru di produksi secara massal.

²⁴ Justin, Carlos, dkk, *Small Business Management* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 135

²⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Prenhalindo, 1997), h. 22.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Kualitas Produk

Kualitas produk (product quality) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar kualitas. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dalam arti yang sempit kualitas bisa didefinisikan sebagai bebas dari kerusakan. Disamping tingkat kualitas, kualitas tinggi juga bisa berarti konsistensi kualitas yang tinggi. Disini, kualitas produk berarti pemastian kualitas. Bebas dari kerusakan dan konsisten dalam menghantarkan tingkat kinerja yang ditargetkan semua perusahaan bebas berusaha untuk mencapai tingkat kualitas kepastian yang tinggi.

b. Fitur Produk

Perusahaan dapat menciptakan tingkat model yang lebih tinggi dengan menambahkan lebih banyak fitur. Fitur adalah sarana kompetitif untuk mendefinisikan produk perusahaan dari produk pesaing. Menjadi produsen pertama yang memperkenalkan fitur baru yang bernilai adalah salah satu cara paling efektif untuk bersaing.²⁶

c. Gaya dan Desain

Produk Cara lain untuk menambah nilai pelanggan adalah melalui gaya dan desain produk yang berbeda. Desain adalah konsep yang lebih besar dari pada gaya. Gaya hanya menggambarkan

²⁶ *Ibid*, h. 272-273.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penampilan produk. Gaya bisa menarik atau membosankan. Gaya sensasional bisa menarik perhatian dan menghasilkan estetika yang indah, tetapi gaya tersebut tidak benar-benar membuat kinerja produk menjadi lebih baik. Tidak seperti gaya, desain lebih dari sekunder kulit luar, desain adalah jantung produk. Desain yang baik tidak hanya mempunyai andil dalam penampilan produk, tetapi juga dalam manfaatnya.²⁷

2. Strategi Penetapan Harga

Harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapat keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sepanjang sejarahnya, harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli. Dalam beberapa decade terakhir, beberapa faktor diluar harga menjadi semakin penting. Namun harga tetap menjadi salah satu elemen penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Harga adalah salah satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya melambangkan biaya. Harga juga merupakan satu dari elemen bauran yang paling fleksibel. Tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat. Pada saat yang

²⁷ *Ibid*, h. 274

bersamaan, penetapan harga adalah permasalahan nomor satu yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran dan banyak perusahaan tidak menangani penetapan harga dengan baik. Salah satu masalah yang sering timbul adalah perusahaan terlalu cepat menurunkan harga untuk mendapatkan penjualan dari pada meyakinkan bahwa produknya yang bernilai lebih banyak diharga lebih tinggi. Kesalahan umum lainnya termasuk penetapan harga yang terlalu berorientasi pada biaya dari pada berorientasi pada nilai bagi pelanggan, dan penetapan harga tidak memasukan bagian lain dalam bauran pemasaran kedalam perhitungannya. Beberapa manajer melihat penetapan harga sebagai hal yang sangat memusingkan kepala, serta memilih untuk lebih berfokus kepada bauran pemasaran lainnya. Namun manajer yang cerdas memperlakukan penetapan harga sebagai alat strategi kunci untuk menciptakan menangkap nilai pelanggan. Harga mempunyai pengaruh yang langsung bagi laba perusahaan. Menurut seorang ahli, peningkatan harga 1% akan menghasilkan 12,5% peningkatan keuntungan bagi perusahaan hampir semua organisasi. Lebih penting lagi, sebagian bagian dari keseluruhan proporsi nilai perusahaan, harga memegang peranan kunci dalam menciptakan nilai pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Dari pada melarikan diri dari harga, kata seorang ahli pemasaran yang paham akan menghadapinya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Barang dan jasa harus ditetapkan harganya sebelum dijual, maka pendapat harga adalah hal penting dalam pemasaran bisnis berskala kecil. Harga dari sebuah barang atau jasa menentukan apa yang diminta oleh penjual dalam memindahkan kepemilikan atau kegunaan barang atau jasa tersebut. Sering penjual harus memberikan kredit untuk membuat barang atau jasa tersebut lebih kompetitif.²⁸ Dalam penetapan harga, penjual memutuskan harga produk yang paling tepat. Menetapkan harga mudah dikerjakan secara sistematis. Penerimaan total penjualan hanya bergantung pada dua komponen yaitu volume penjualan dan harga, perubahan kecil dalam harga dapat secara drastis mempengaruhi penerimaan. Dan penetapan harga berdasarkan sasaran pengembalian atas investasi yang diinginkan. Metode penetapan harga ini juga digunakan oleh perusahaan utilitas Negara yang tidak diperbolehkan memperoleh yang layak atas investasinya yaitu :

a. Penetapan Harga Mark Up

Metode penetapan harga dasar adalah dengan menambahkan mark up standar pada niatnya produk. Perusahaan kontruksi memberikan penawaran dengan memperkirakan biaya total proyek dan menambahkan markup standar bagi laba, pengacara, akuntan, dan para profesional lainnya biasanya menambahkan markup

²⁸ Wendel Anderson, *Give Your Customer Credit, Independent Bussines*, Vol. 8 No. 3, h. 64.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

standar pada biayanya. Perusahaan-perusahaan yang memperkenalkan produk baru seiring menetapkan harga yang tinggi dengan harapan dapat mengembalikan biayanya secepat mungkin.²⁹

b. Penetapan Harga

Berdasarkan Nilai yang diyakini Semakin banyak perusahaan yang mendasarkan harga produknya pada nilai yang diyakini. Mereka melihat pandangan pembeli atas nilai yang diyakini, bukan biaya penjual, sebagai kunci penetapan harga. Mereka menggunakan variabel-variabel bukan harga dalam pemasaran untuk membentuk nilai yang diyakini dalam pemikiran pembeli. Harga ditetapkan untuk menangkap nilai yang diyakini tersebut. Penetapan harga berdasarkan nilai yang diyakini sesuai dengan pemikiran penempatan produk. Perusahaan mengembangkan konsep produk untuk pasar sasaran tertentu dengan mutu dan harga yang telah direncanakan, kemudian manajemen memperkirakan volume yang diharapkan terjual pada harga tersebut. Kunci untuk penetapan harga berdasarkan nilai yang diyakini adalah secara akurat menentukan persepsi pasar atas nilai penawarannya. Penjual yang menilai penawarannya terlalu tinggi akan menetapkan harga yang terlalu tinggi bagi produknya. Penjual dengan pandangan

²⁹ Philip Kotler, Op Cit, h. 247-250.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terlalu rendah akan mengenakan harga yang lebih rendah dari pada yang sebenarnya yang dapat dilakukannya.

c. Penetapan Harga Nilai

Dalam beberapa tahun ini, beberapa perusahaan menggunakan penetapan harga nilai dimana mereka menetapkan harga rendah untuk penawaran bermutu tinggi. Penetapan harga nilai tidak sama dengan penetapan harga berdasarkan nilai yang diyakini. Pendekatan ini menyatakan bahwa perusahaan sebaiknya menetapkan harga pada tingkat yang dapat meraih apa yang dianggap pembeli merupakan nilai produk tersebut. Penetapan harga nilai sebaliknya menyatakan bahwa harga seharusnya memberikan penawaran yang luar biasa bagi konsumen. Penetapan harga ini bukan sekedar menurunkan harga produk dibandingkan pesaing-pesaingnya. Ini merupakan masalah rekayasa operasi perusahaan untuk benar-benar menjadi produsen biaya rendah tanpa mengorbankan mutu, dan untuk menurunkan harganya untuk menarik sejumlah besar pelanggan yang menyadari nilai.³⁰

d. Penetapan Harga Berdasarkan Harga Berlaku

Dalam metode ini, perusahaan berdasarkan harganya pada harga pesaing dan kurang memperhatikan biaya atau permintaanya. Perusahaan dapat mengenakan harga yang sama, lebih tinggi, atau

³⁰ *Ibid*, h. 653.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lebih rendah dari pesaing utamanya. Dalam industri yang bersifat oligopoly yang menjual komoditi seperti baja, kertas, atau pupuk, perusahaan biasanya menetapkan harga yang sama. Penetapan harga berdasarkan harga berlaku cukup populer. Jika biaya sulit diukur atau tanggapan pesaing tidak pasti, perusahaan berpendapat bahwa harga berlaku merupakan pemecahan yang baik. Harga berlaku dianggap mencerminkan kebijakan bersama industri sebagian harga yang akan menghasilkan pengembalian yang layak dan tidak membahayakan keselarasan industri.

e. Penetapan Harga Penawaran Tertutup

Penetapan harga yang kompetitif umum digunakan jika perusahaan melakukan penawaran atau suatu proyek. Perusahaan berdasarkan harganya mempunyai harapan mengenai bagaimana penetapan harga pesaing dan bukan berdasarkan hubungan yang kaku atas biaya atau permintaan perusahaan. Perusahaan ingin memenangkan kontrak tersebut, dan untuk menang membutuhkan harga yang lebih rendah dibandingkan pesaing-pesaingnya. Namun perusahaan tidak akan menetapkan harga dibawah suatu tingkat tertentu. Ia tidak dapat menetapkan harga dibawah tanpa membahayakan posisinya sendiri. Semakin tinggi ia menetapkan harga diatas biaya, semakin kecil peluangnya untuk memenangkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kontrak.³¹ Perusahaan tidak menetapkan harga tunggal melainkan suatu struktur harga yang mencerminkan perbedaan permintaan secara geografis dan biaya, kebutuhan segmen pasar, waktu pembelian, tingkat pemesanan, dan faktor lainnya. Sebagai pemberian diskon, potongan harga dan dukungan promosi, perusahaan jarang memperoleh laba yang sama dari masing-masing unit yang dijualnya.

Perusahaan akan menerapkan harga sesuai dengan berbagai kondisi dalam pasar dalam penetapan harga yaitu :

a) Penetapan Harga Geografis

Penetapan harga geografis mengharuskan perusahaan menetapkan harga untuk pelanggan diberbagai lokasi atau Negara. Apakah perusahaan akan mengenakan harga yang lebih tinggi untuk pelanggan yang jauh untuk menutup biaya pengapalan yang lebih tinggi dan mengambil resiko kehilangan pelanggan. Banyak perusahaan harus mempertimbangkan untuk melakukan pertukaran jika mereka berdagang dengan pembeli-pembeli tertentu.

b) Diskon dan Potongan Harga

Perusahaan umumnya akan memodifikasikan harga dasar mereka untuk menghargai pelanggan atas tindakan-tindakan

³¹ *Ibid*, h. 654-655

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seperti pembayaran awal, volume pembelian dan pembelian diluar musim. Penjelasan atas penyesuaian harga disebut diskon dan potongan harga.³²

c) Penetapan Harga Promosi

Dalam kondisi-kondisi tertentu, perusahaan akan menetapkan harga sementara untuk produknya dibawah daftar harga dan bahkan kadang-kadang dibawah biayanya. Perusahaan harus meriset kiat kiat penetapan harga promosi dan memastikan bahwa ia tidak melanggar hukum dinegara bagian tersebut. Jika dapat digunakan, masalahnya adalah pesaing akan menirunya dengan cepat, sehingga efektifitas hilang untuk perusahaan tersebut, jika tidak bekerja, akan menghabiskan uang perusahaan yang sebenarnya dapat digunakan untuk kiat pemasaran yang mempunyai pengaruh jangka panjang.

d) Penetapan Harga Diskriminasi

Perusahaan sering memodifikasi harga dasarnya untuk menyesuaikan dengan pelanggan, produk, lokasi dan lainnya. Penetapan harga diskriminasi terjadi jika perusahaan menjual produk atau jasa dengan dua harga atau lebih yang tidak mencerminkan perbedaan biaya secara proposional. Penetapan harga diskriminasi memiliki beberapa bentuk.

³² *Ibid*, h. 659

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Strategi Pemasaran

Strategi berasal dari kata Yunani *Strategia* (*stratus* = militer, *ag* = memimpin) yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep strategi seringkali diadaptasi dan diterapkan di dunia bisnis. Strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan dan organisasi dan mengimplementasi misinya.³³ Setiap fungsi manajemen memberikan kontribusi tertentu pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda. Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontrak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi. Dalam peranan strategisnya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang digeluti perusahaan pada saat ini dan jenis bisnis apa yang dapat dimasuki dimasa mendatang. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang

³³ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2002), h. 3.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi, dan distribusi (bauran pemasaran) untuk melayani pasar sasaran.³⁴

Wirausaha adalah orang yang melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut. Pengertian wirausaha disini menekankan pada setiap orang yang memulai sesuatu bisnis yang baru, sedangkan proses kewirausahaan meliputi semua kegiatan fungsi dan tindakan untuk mengejar dan memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu organisasi.³⁵

4. Promosi Penjualan

Promosi adalah berhubungan dengan semua cara yang mendorong penjualan produk, termasuk periklanan dan penjualan langsung yang terdapat didalam konsep pemasaran dan pengertian dari konsep pemasaran adalah perusahaan yang sudah mulai mengenal bahwa pemasaran merupakan faktor yang paling penting untuk mencapai sukses usahanya, agar mengetahui adanya cara dan falsafah baru terlibat didalamnya.³⁶ Dan sebagai usaha yang baru, tentu belum dikenal masyarakat. Oleh sebab itu harus direncanakan apakah usaha itu perlu diperkenalkan atau dipromosikan atau tidak. Jika akan

³⁴ McCarthy, E.J dan W.D Perreault, *Intisari Pemasaran: Sebuah ancaman global* (Jakarta: Jilid Satu Edisi Keenam Binarupa Aksara, 1995), h. 34.

³⁵ David, Osborne, dan Ted Gaebrel, *Reinventing Government-Mewirausahakan Birokrasi* (Jakarta: PT Pustaka Binaan Presindo, 1992), h. 14.

³⁶ Stepani Gruner, *The Secrets of Cross Promotion*, Vol. 19, No 8. 1997.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dipromosikan harus direncanakan bentuk promosi, tempat atau media mempromosikan, keunggulan apa yang akan ditunjukkan, apakah akan menonjolkan harga murah, kualitas prima, lokasi strategis dan sebagainya.³⁷ Dan dalam menjalankan promosi penjualan terdapat dalam bauran pemasaran, arti dari bauran pemasaran (marketing mix) adalah kumpulan alat pemasaran praktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran, bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produk, dan promosi berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya. Program pemasaran yang efektif tentunya dalam sistem promosi penjualan serta memadukan semua elemen bauran pemasaran yang lain untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan.³⁸

Untuk membangun sebuah strategi pengembangan yang efektif, suatu perusahaan menggunakan variabel-variabel bauran pemasaran (marketing mix) seperti, produk (product) yaitu suatu barang/jasa yang ditawarkan, harga (price) yang ditawarkan, saluran distribusi (placement) yang digunakan (grosir, distributor, pengecer)

³⁷ David H. Bangs. Jr, *Pedoman Langkah Awal Menjalankan Usaha* (Jakarta: Pustaka AlKautsar, 1985), h. 45.

³⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Jilid 1 PT Indeks, 2007), h. 62-63.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

agar produk tersebut tersedia bagi para pelanggan, promosi (promotion) iklan, personal selling, promosi penjualan, publikasi.

Untuk mencapai tujuan pemasaran, maka keempat unsur tersebut harus saling mendukung satu dengan yang lain atau dengan kata lain, perusahaan harus berusaha agar variabel-variabel marketing mix itu dapat terpadu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan.

Implementasi syari'at dalam variabel-variabel bauran pemasaran dapat dilihat misalnya pada:

Strategi produk, barang dan jasa yang ditawarkan adalah yang berkualitas atau sesuai dengan yang dijanjikan. Menurut Veithal Rivai, Amiur Nuruddin dan Faisar Ananda Arfa, produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat di konsumsi, bermanfaat, bernilai guna, dan menghasilkan perbaikan material, moral, spritual bagi konsumen. Produk meliputi kualitas, keistimewaan, desain gaya, keanekaragaman, bentuk merek, kemasan, pelayanan jaminan dan pengembalian. Produk fisik atau terwujud membutuhkan kemasan agar tercipta manfaat-manfaat tertentu seperti misalnya perlindungan, kemudahan, manfaat ekonomi. Teori yang dijelaskan oleh Yusuf Qardhawi bahwa tidak dusta dalam menerangkan spesifikasi barang dagangan dan menggulkannya atas yang lainnya. Tujuan produksi dalam ekonomi Islam menurut Nejjatullah Shidiq yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Merespon kebutuhan konsumen secara pribadi dengan bentuk yang memiliki ciri dan keseimbangan.
- 2) Memenuhi kebutuhan keluarga.
- 3) Mempersiapkan sebagai kebutuhan terhadap ahli warisnya dan generasi penerusnya.
- 4) Pelayanan sosial dan berinfak di jalan Allah.
- 5) Mengeluarkan zakat apabila sudah mencapai nisab.

Adapun prinsip produksi dalam Islam diantaranya adalah:

- 1) Motivasi berdasarkan keimanan, aktivitas produksi yang dijalankan seorang pengusaha muslim terikat dengan motivasi keimanan atau keyakinan positif. Yaitu semata-mata untuk mendapatkan ridha Allah SWT, dan balasan di negeri akhirat. Sehingga dengan motivasi atau keyakinan positif tersebut maka prinsip kejujuran, amanah, dan kebersamaan akan dijunjung tinggi. Hal ini menunjukkan seorang pengusaha muslim tidak semata-mata mencari keuntungan dari Allah dan mengamalkan prinsip-prinsip Islam.
- 2) Berproduksi berdasarkan asas manfaat dan maslahat, seorang muslim dengan menjalankan proses produksinya tidak semata-mata mencari keuntungan maksimum untuk menimbun kekayaan. Bukan karena profit ekonomis yang diperolehnya, yang penting manfaat keuntungan tersebut untuk kemaslahatan masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Menghindari praktek produksi yang haram, seorang muslim praktek produksi yang mengandung unsure haram atau riba, pasar gelap, dan spekulasi.

Berproduksi (istishna) adalah apabila seorang memproduksi barang dan jasa apa saja yang termasuk dalam kategori produksi. Berproduksi itu hukumnya mubah dan jelas berdasarkan sunnah seperti Rasulullah pernah membuat cincin, pada masa Rasulullah orang-orang biasa memproduksi barang dan beliau pun mendiamkan aktivitas mereka. Sehingga diamnya beliau adanya pengakuan beliau terhadap aktivitas produksi mereka. Berproduksi juga sebagai penambah sumber penghasilan bagi dirinya.

Sedangkan ketetapan harga dalam Islam, Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran Islam selama tidak ada dalil yang melarangnya dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli. Menurut jumhur ulama telah sepakat bahwa Islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas, maka hanya dalam kondisi tertentu saja pemerintah dapat melakukan kebijakan ini adalah mengupayakan harga yang adil, harga yang normal, atau sesuai harga pasar. Dalam penjualan Islami, baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

landasan pokok bagi pasar Islami yang bersih, yaitu larangan menjual atau memperdagangkan barang-barang yang diharamkan, bersikap adil, amanah dan jujur, menegakan keadilan dan mengharamkan riba, menerapkan kasih sayang, menegakan toleransi dan keadilan.

Ajaran Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna merupakan resultan dari kekuatan yang bersifat massal, yaitu merupakan fenomena alamiah. Pasar yang bersaing sempurna menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.

Menurut Ibnu Taimiyah naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurut akibat efisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik. Begitu pula sebaliknya, kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil.³⁹

³⁹ Adimarwan A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Ketiga (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 144

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Hal tersebut impersonal, Ibnu Taimiyah juga membedakan dua faktor penyebab pergeseran kurva permintaan dan penawaran yaitu tekanan pasar yang otomatis dan perbuatan melanggar hukum dari penjualan, misalnya menimbun.

Ilmu ekonomi islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai islam. Ekonomi Islam itu sendiri memiliki beberapa sumber, yaitu Al-Qur'an dan Hadits. Dalam konsep harga adil ekonomi islam, Islam sangat menjunjung tinggi keadilan termasuk juga dalam penentuan harga.

Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konsep harga yang adil yang didasarkan atas konsep *equivalen price* jelas lebih menunjukkan pandangan yang maju dalam teori harga dengan konsep *just price*. Konsep *just price* hanya melihat harga dari sisi produsen sebab mendasari pada biaya produksi saja. Konsep ini jelas memberikan rasa keadilan dalam perspektif yang lebih luas, sebab konsumen juga memiliki penilaian tersendiri atas dasar harga suatu barang. Itulah sebabnya syariah Islam sangat menghargai harga pasar yang terbentuk atas harga dasar kekuatan permintaan dan penawaran pasar.⁴⁰

Jika dilihat dari promosi, teori yang dijabarkan oleh M. Nur Rianto Al Arif bahwa dengan konsep ketauhidan, seorang pemasar syari'ah akan selalu merasa bahwa Allah senantiasa mengawasinya. Dengan adanya pengawasan dari Allah menjadikan pemasar syari'ah akan selalu merasa berhati-hati dalam melakukan setiap tindakan termasuk dalam memperkenalkan produk. Dalam memperkenalkan produk harus dengan menggunakan tata cara yang dibolehkan dalam Islam yang tidak mengandung unsur kezaliman seperti porno, bohong dan janji palsu.

Teori yang dijelaskan oleh M. Nur Rianto Al Arif menjelaskan bahwa sifat amanah harus memiliki pekerjaan terkait dengan pelayanan kepada masyarakat. Dijelaskan pula bahwa perusahaan

⁴⁰ *Ibid*, h. 351

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memutuskan pilihan jaringan distribusi yang dipandang efektif dan efisien untuk menghubungkan produsen dengan konsumen tanpa harus mendzalimi pesaing lain.

Strategi promosi Rasulullah saw tersebut:

- 1) Memiliki pribadi spiritual (taqwa).
- 2) Berprilaku baik dan simpatik (siddiq)
- 3) Memiliki kecerdasan dan intelektualitas (fatanah)
- 4) Komunikatif dan transparan (tabligh)
- 5) Bersikap rendah hati dan melayani (khidmah)
- 6) Jujur dan terpercaya
- 7) Bertanggung jawab (amanah)
- 8) Tidak suka berburuk sangka dan tidak menjelek-jelekan.

5. Teknik Pengembangan Usaha

a. Perluasan Skala Ekonomi

Perluasan skala ekonomi dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha. Ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan out-put akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti skala usaha yang ada ekonomis (economic of scale). Sebaliknya, bila peningkatan output mengakibatkan peningkatan biaya jangka panjang, maka tidak baik untuk dilakukan. Dengan kata lain, bila produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai titik paling efisien, maka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memperluas skala ekonomi tidak bisa dilakukan. Dengan kata lain, bila produk barang dan jasa dihasilkan sudah mencapai titik yang paling efisien, maka memperluas skala ekonomi tidak bisa dilakukan, sebab akan mendorong kenaikan biaya.

Berdasarkan hal diatas, maka skala usaha ekonomi terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan output menurunkan biaya jangka panjang. Skala usaha tidak ekonomis terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan menaikkan biaya jangka panjang. Oleh karena itu, apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis, wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan usaha. Oleh karena skala ekonomis menunjukkan pengurangan biaya yang muncul sebagai akibat adanya kenaikan volume secara komulatif. Misalkan ada penurunan biaya dari 10 hingga 30 persen akibat dari adanya kenaikan output komulatif dua kali lipat.⁴¹

b. Perluasan Cakupan Usaha

Cara ini bisa dilakukan dengan cara menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru, yang berbeda dari sekarang diproduksi (diversifikasi) serta dengan teknologi berbeda. Misalkan usaha jasa angkutan kota diperluas dengan usaha jasa bus pariwisata, usaha jasa pendidikan diperluas dengan usaha jasa pelatihan, dan kursus-kursus. Dengan demikian, lingkup usaha ekonomis dapat didefinisikan

⁴¹ Dr. Basrowi, *Kewirausahaan* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 157

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai suatu diversifikasi usaha ekonomis yang ditandai oleh biaya produksi total bersama dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk total bersama dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk total bersamasama adalah lebih kecil daripada penjumlahan biaya produksi dari masing-masing produk itu apabila diproduksi secara terpisah. Untuk memperluas skala ekonomi atau lingkup ekonomi, bila pengetahuan usaha dan permodalan yang cukup, wirausaha bisa melakukan kerjasama dengan perusahaan lain melalui sistem kemitraan.⁴²

c. Memelihara Spirit Usaha

Untuk mendorong perilaku kreatif agar wirausaha memperoleh keuntungan dipasar dapat dilakukan dengan cara berikut :

1. Mendidik wirausaha tentang pelayanan perusahaan khusus tentang alasan mereka memberi produk dan jasa, tentang masalah yang dihadapi pelanggan, dan tentang apa kebutuhan serta keinginan yang spesifik dari pelanggan.
2. Mendidik wirausaha tentang nilai-nilai perbaikan produk dan pemasarannya, tentang proses distribusi dan perbaikan produksinya untuk dapat bersaing.
3. Menciptakan iklim kerja yang positif yang mendorong terciptanya ide- ide baru. Dengan iklim yang kondusif, para enterpreuner akan

⁴² *Ibid*, h. 158.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lebih kreatif dalam mentransformasikan ide-idenya. Para enterpreuner secara ideal adalah individu-individu yang bertanggung jawab dalam bidang marketing, teknologi, dan keuangan. Mereka adalah para kreator dan inovator pada perusahaan orang lain.

C. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Dalam Islam, pendapatan masyarakat adalah perolehan barang, uang yang diterima atau dihasilkan oleh masyarakat berdasarkan aturan-aturan yang bersumber dari syariat islam. Pendapatan masyarakat yang merata, sebagai suatu sasaran merupakan masalah yang sulit dicapai, namun berkurangnya kesenjangan adalah salah satu tolak ukur berhasilnya pembangunan. Bekerja dapat membuat seseorang memperoleh pendapatan atau upah atas pekerjaan yang dilakukannya. Setiap kepala keluarga mempunyai ketergantungan hidup terhadap pendapatan yang diterima untuk memenuhi kebutuhan hidup, mulai kebutuhan sandang pangan, papan dan beragam kebutuhan lainnya. Dalam Islam, kebutuhan memang menjadi alasan untuk mencapai pendapatan minimum, sedangkan kecukupan dalam standar hidup yang baik adalah hal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang paling mendasar distribusi retribusi setelah itu baru dikaitkan dengan kerja dan kepemilikan pribadi.⁴³

2. Sumber-sumber Pendapatan

a. Pendapatan dari gaji dan upah

Pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Berikut ada tiga sumber penerimaan rumah tangga, yaitu :⁴⁴

- 1) Keahlian (Skill) Keahlian adalah kemampuan teknis yang dimiliki seseorang untuk mampu menangani pekerjaan yang di percayakan. Semakin tinggi jabatan seseorang, keahlian yang dibutuhkan semakin tinggi, karena itu gaji atau upahnya semakin tinggi.
- 2) Mutu Modal Manusia (Human Capital) Mutu Modal Manusia adalah kapasitas pengetahuan, keahlian dan kemampuan yang dimiliki seseorang, baik karena bakat bawaan maupun hasil pendidikan dan latihan.
- 3) Kondisi Kerja (Working Conditions) Yang dimaksud kondisi kerja adalah lingkungan dimana seseorang bekerja penuh resiko atau tidak. Kondisi kerja dianggap makin berat, apabila resiko kegagalan atau kecelakaan kerja makin tinggi. Untuk pekerjaan yang makin

⁴³ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Renada Media Group, 2007), h. 132

⁴⁴ Prathama Rahardja & Mandala Manurung, *Teori Ekonomi Mikro, Suatu Pengantar* (Jakarta: LP, FE-UI, 2010), h. 293.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

beresiko tinggi, upah atau gaji makin besar walaupun tingkat keahlian yang dibutuhkan tidak jauh berbeda.

b. Pendapatan dari Asset

Produktif Asset Produktif adalah aset yang memberikan pemasukan atas balas jasa penggunaannya. Ada dua kelompok asset produktif. Pertama, Asset Finansial (financial assets) seperti deposito yang menghasilkan pendapatan saham yang mendapatkan dividen dan keuntungan atas modal (capital gain) bila di perjualbelikan. Kedua asset bukan finansial (realassets), seperti rumah yang memberikan penghasilan sewa.

c. Pendapatan dari Pemerintah

Pendapatan dari Pemerintah atau penerimaan transfer (transfer payment) adalah pendapatan yang diterima bukan sebagai balas jasa atas input yang diberikan. Negara-negara yang telah maju, penerimaan transfer diberikan dalam bentuk tunjangan penghasilan bagi para penganggur, jaminan sosial bagi orang-orang miskin dan berpendapatan rendah.⁴⁵

D. Strategi Pengembangan UKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. Etika Bisnis Islam Dalam Pengembangan UKM

Secara teoritis, ekonomi islam menempatkan beberapa prasyarat yang harus dipenuhi guna mendapatkan produk yang baik.

⁴⁵ *Ibid*, h. 294.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun faktor produksi yang dimaksud diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

a) Modal

Modal yang digunakan adalah Modal sendiri yang diperoleh dengan cara halal atau modal pinjaman yang tidak menggunakan sistem ribawi, melainkan diatur dengan kesepakatan bagi hasil (mudharabah) atau modal bersama dalam bentuk patungan (musyarakah) atau modal dalam bentuk mudharabah dan sebagainya.

b) Tenaga Kerja

Tenaga Kerja adalah mereka yang dipekerjakan dalam proses produksi yang tidak hanya dipandang sebagai faktor produksi melainkan dipandang juga sebagai khalifah yang dihargai dengan upah yang disepakati secara ikhlas oleh kedua belah pihak dengan tanggung jawab dan amanah untuk mengerjakan tugasnya sebaik-baiknya. Adapun persyaratan kerja khususnya tingkat upah sistem pembayaran, sistem upah, sistem kerja, perlindungan dan keselamatan kerja dan syarat perlu lainnya ditetapkan dengan musyawarah mufakat dan masing-masing menerima dengan ikhlas tanpa tekanan dan tanpa ada yang diragukan

c) Faktor Produksi

Tanah Secara teoritis tanah adalah sumber daya alam pemberian Tuhan Yang Maha Esa milik bersama. Namun, diberbagai negara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terdapat aturan yang ketat mengenai kepemilikan dan pengolahan tanah. Karena ekonomi Islam mensyaratkan tanah (lokasi) yang tidak bermasalah atau tidak merugikan masyarakat umum. Keseimbangan produksi terjadi setelah hak dan kewajiban antara produsen dan pemilik faktor produksi terlaksana sesuai perjanjian yang disepakati bersama dengan prinsip tolong menolong dan saling menguntungkan. Jadi keseimbangan adalah hak yang terpenuhi antara kedua belah pihak. Disini tidak ada keuntungan maksimal dan biaya minimal.⁴⁶

1. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

a. Kesatuan/Ketauhidan

Ketauhidan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai fondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan tauhid atau ilahiyah ini bertitik tolak pada keridhaan Allah. Kegiatan bisnis seperti pada aspek produksi, konsumsi, perdagangan pertukaran dan distribusi dikaitkan pada prinsip dan tujuan ilahiyah.⁴⁷

Kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan Muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogeny, serta mementingkan konsep konsistensi dan ketentuan

⁴⁶ *Ibid*, h. 122.

⁴⁷ Muslich, *Etika Bisnis Islam, Ekonisia*, (Yogyakarta: 2004). h.30-32

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.⁴⁸

b. .Kebenaran : Kebajikan dan Kejujuran

Dalam hal ini kejujuran adalah merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, kejujuran dalam pelaksanaan kontrol terhadap konsumen, dalam hubungan kerja, dan sebagainya.seorang pebisnis wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli. Jujur dalam arti luas. Tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji palsu dan lain sebagainya. Dalam Al-Qur'an, keharusan bersikap jujur dalam berdagang, berniaga, dan atau jual beli, sudah diterangkan dengan sangat jelas dan tegas yang antara lain kejujuran.⁴⁹

c. Amanah

Amanah adalah sifat dipercaya, bertanggung jawab, dan selalu dapat menghasilkan tugas, dan tanggung jawab yang dibebankan kepadanya secara memuaskan, bahkan melebihi panggilan tugas yang diberikan tanpa memikirkan imbalan material. Amanah memiliki

⁴⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 45

⁴⁹ Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Bussines And Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara. 2012), h.40

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

makna tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Dengan demikian manusia memiliki kebebasan untuk melakukan segala kegiatan atau aktivitas baik dalam ruang lingkup ekonomi, sosial, politik dan budaya. Amanah merupakan salah satu moralitas keimanan. Dalam Islam diyakini bahwa setiap tindak tanduk kita selalu dalam pengawasan malaikat yang senantiasa mencatat kebaikan dan keburukan manusia.⁵⁰

Diantara bukti amanah adalah, seorang pebisnis harus menjelaskan dengan terus terang tentang harga barang dan laba yang diperolehnya, jika barang dagangnya dijual dengan menggunakan sistem bagi hasil. Selain itu, dia harus memberitahukan kepada pembeli aib (cacat) barang dagangnya, seandainya memang ada aibnya, demi memenuhi hak seseorang Muslim dalam konsep nasihat.⁵¹

d. Keadilan

Termasuk nilai-nilai yang telah diterapkan oleh Islam dan dalam aspek ekonomi Islam adalah “sikap adil”. Cukupilah bagi kita semua bahwa AlQura’an telah menjadikan tujuan semua risalah langit

⁵⁰ M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: 2010), h. 27

⁵¹ Asyraf Muhamad Dawwabah, *Meneladani Keunggulan Rasulullah*, (Semarang: Pustaka Nuun, 2008), h. 55

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah melaksanakan keadilan.⁵² Dalam beraktifits di dunia kerja dan bisnis Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tidak terkecuali pada pihak yang sukai. Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sesuai dengan aturan adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.⁵³

e. Toleransi

Toleransi adalah kunci rezeki dan jalan kehidupan yang mapan. Diantara manfaat toleransi adalah kemudahan berinteraksi, mempermudah muamalah, dan mempercepat berputarnya modal.

f. Istiqomah Istiqomah adalah memiliki sikap konsisten terhadap

kebenaran yan berasal dari Allah SWT tanpa dapat digoyang oleh berbagai godaan. Dalam suatu perusahaan syari'ah konsistensi dari seorang pemasarnya menjadi cermin dari perusahaan tersebut secara keseluruhan.⁵⁴

⁵² Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Pe konomian Islam*, (Jakarta: Rabbani Pres, 2001), h.308re

⁵³ Sony Keraf, *Etika Bisnis: Tuntunan dan Revolusinya, kanisius* (Yogyakarta: 1998), h. 79

⁵⁴ 3Veithzal Rivai, Andi Buchori, *Islamic Economics : Ekonomi Bukan Opsi, Tetapi Solusi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h.91.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Diantara peneliti yang menulis tentang pelaksanaan implementasi sistem bagi hasil pada sektor pertanian antara lain:

Pertama, penelitian ini yang dilakukan oleh Muhammad Afridhal Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim. Dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireun”. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha, Roti Tanjong di kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. Metode analisis data menggunakan analisis SWOT dan analisis Matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alternative strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha adalah adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi dan sumber daya manusia, sedangkan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industry rumah tangga roti tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen berdasarkan analisis matriks QSP didapatkan hasil bahwa perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan sumber daya manusia serta penanaman modal swasta akan berhasil dengan adanya dukungan dari pemerintah.⁵⁵

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Miftakhurrizal Kurniawan, dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak”.

⁵⁵Skripsi, Muhammad Afridal, *Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireun*, (Bireun: Universitas Al Muslim), 2017



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan bantuan analisis SWOT. Metode ini mampu menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Data diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik usaha pengelolaan minuman sari buah sirsak serta konsumennya. Berdasarkan analisis SWOT, formulasi strategi yang cocok digunakan adalah strategi pengembangan pasar untuk menambah jumlah konsumen.⁵⁶

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Elly, Femi Hadidjah. Dengan judul “Pengembangan Usaha Ternak sapi Rakyat Melalui Integrasi Sapi Tanaman di Sulawesi” Ternak sapi memiliki peran penting dan peluang pasar yang menggembirakan karena merupakan ternak unggulan penghasil daging nasional. Di beberapa daerah, pemeliharaan sapi dilakukan secara terpadu dengan tanaman yang dikenal dengan sistem integrasi ternak-tanaman. Beberapa pola integrasi yang biasa dijumpai adalah sapi-jagung serta sapi-kelapa. Di Sulawesi Utara, sapi umumnya diusahakan secara tradisional atau sambilan sehingga produktivitasnya rendah. Oleh karena itu, upaya untuk memberdayakan petani-peternak sapi di wilayah tersebut penting dilakukan karena memelihara sapi banyak dilakukan oleh petani-peternak setempat. Pengembangan usaha ternak perlu ditunjang dengan kebijakan pemerintah yang relevan sehingga memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan petani-peternak. Integrasi ternak sapi-tanaman dapat meningkatkan pendapatan petani maupun pemerintah,

⁵⁶ Miftakhurizal Kurniawan, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak*, Vol. 6 No. 2, 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memperbaiki kesuburan tanah, menyediakan sekaligus meningkatkan produktivitas pakan, selain sebagai sumber pendapatan tambahan melalui penjualan pupuk kompos dan penyewaan tenaga kerja ternak. Pengembangan.usaha ternak sapi dapat dilakukan dengan memberdayakan sumber daya lokal. Keberhasilan pengembangan usaha tani integrasi ternak sapi-tanaman antara lain ditentukan oleh kerja sama antara petanipeternak dan pemerintah melalui pendekatan kelompok.⁵⁷

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu di atas adalah perbedaan tema, objek dan lokasi. Tema yang penulis ambil tentang penentuan Strategi Pengembangan dalam Usaha Rumah Laundry dan lebih menekankan kepada sistem pengembangan serta tinjauan ekonomi syariahnya. Objek yang penulis teliti adalah Rumah Laundry, dan lokasi yang dipilih penulis berada di Jalan Soekarno Hatta, Bagan Besar Timur, Kota Dumai.

⁵⁷ Elly, Femi Hadidjah, *Pengembangan Usaha Ternak sapi Rakyat Melalui Integrasi Sapi-Tanaman di Sulawesi Utara*, Jurnal Pertanian dan Pengembangan Pertanian, . , 27 (2). pp. 63-68. ISSN 0216-4418, 2008

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III**METODE PENELITIAN****A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena dan menjelaskan mekanisme sebuah proses mengenai penentuan strategi usaha Rumah Laundry dalam peningkatan pendapatan.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dan mengambil lokasi penelitian di Rumah Laundry, Jalan Soekarno Hatta, Bagan Besar Timur, Kota Dumai. Rumah Laundry ini didirikan oleh Evi Lestari pada tahun 2014. Alasan penulis melakukan penelitian di tempat tersebut ialah karena usaha Rumah Laundry ini dirintis hanya menggunakan modal sendiri dan dimulai dari rumah ke rumah.

C. Subjek dan Objek Penelitian**a. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah sumber tempat memperoleh keterangan penelitian atau lebih tepat dimaknai sebagai seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan. Mendefinisikan subjek penelitian sebagai individu, benda, atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian.⁵⁸ Subjek penelitian ini adalah pimpinan usaha pada usaha Rumah Laundry di Jalan Soekarno Hatta, Bagan Besar Timur, Kota Dumai.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi.⁵⁹ Objek penelitian ini adalah Strategi Pengembangan Usaha Rumah Laundry Kota Dumai dalam Peningkatan Pendapatan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah..

D. Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif posisi sumber data yang berupa manusia (narasumber) sangat penting peranannya sebagai individu yang memiliki informasinya. Peneliti dan narasumber di sini memiliki posisi yang sama, oleh karena itu narasumber bukan sekedar memberikan tanggapan pada yang diminta peneliti, tetapi ia dapat lebih memilih arah dan selera dalam menyajikan informasi yang ia miliki. Karena posisi inilah sumber data yang berupa manusia di dalam penelitian kualitatif disebut sebagai informan.⁶⁰ Informan dalam penelitian adalah orang atau pelaku yang benar-benar tahu dan menguasai

⁵⁸ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 91.

⁵⁹ *Ibid*, h. 92.

⁶⁰ H.B. Sutopo, *Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret. 2006), h. 60.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masalah, serta terlibat langsung dengan masalah penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah Ibu Evi Lestari selaku pemilik usaha Rumah Laundry.

E. Sumber Data

Data adalah sekumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu. Data sangat memegang peranan penting dalam pelaksanaan penelitian. Pemecahan suatu permasalahan dalam penelitian sangat tergantung dari keakuratan data yang diperoleh. Penulis menggunakan dua sumber sebagaimana yang telah lazim digunakan dalam penelitian ini, kedua sumber tersebut adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari pihak yang bersangkutan atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang diteliti. Data tersebut bisa diperoleh langsung dari personel yang diteliti dan dapat pula berasal dari lapangan.⁶¹ Adapun sumber data primer yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah berasal dari usaha Rumah Laundry Kota Dumai, baik secara struktural maupun non-struktural.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dan diperoleh dari pihak lain (pihak ke dua) dari penelitian sendiri. Data sekunder ini bisa diperoleh dari

⁶¹ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Banjarmasin : Antasari Press, 2011), h.71



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen atau pun pihak lainnya yang terkait dengan permasalahan penelitian yang sedang diteliti atau sedang diuji.⁶²

F. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah suatu proses melihat, mengamati dan mencermati⁶³ Observasi ini bertujuan untuk mengamati subjek dan objek penelitian, sehingga peneliti dapat memahami kondisi yang sebenarnya di Rumah Laundry.

b. Wawancara

Teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui pengajuan sejumlah pertanyaan secara lisan kepada subjek yang diwawancarai. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan study pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi apabila peneliti juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam penulis melakukan wawancara secara langsung sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan jawaban permasalahan secara lebih terbuka.⁶⁴ Narasumber yang dituju adalah penilik usaha Rumah Laundry untuk dimintai pendapat, dan ide-idenya terkait permasalahan yang dibahas.

⁶² *Ibid*, h. 72.

⁶³ Heris Herdiansyah, *Metode Kualitatif untuk Metode Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika,2010),h.106.

⁶⁴ Hajar.M, *Metode Penelitian Hukum*,(Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, 2011).h.53.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah metode pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam mencari dan mengumpulkan data yang dapat mendukung dan menguatkan penelitian yang penulis lakukan. Metode ini dilakukan dengan mengkaji berbagai literatur yang mendukung dan berkaitan dengan objek penelitian ini.⁶⁵

G. Teknik Penulisan

Teknik penulisan yang penulis pakai dalam penelitian ini adalah:⁶⁶

a. Deduktif

Teknik penulisan deduktif adalah pengumpulan fakta-fakta umum kemudian dianalisis dan diuraikan secara khusus.

b. Induktif

Teknik penulisan induktif adalah pengumpulan fakta-fakta khusus kemudian dianalisis dan ditarik kesimpulan.

a. Deskriptif

Teknik penulisan deskriptif adalah mengungkapkan uraian fakta-fakta yang diambil dari lokasi penelitian.

H. Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu bagian dari statistika yang mempelajari alat, teknik, atau prosedur

⁶⁵ *Ibid.*, h. 75-85.

⁶⁶ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), h. 16-18.

yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan kumpulan data atau hasil pengamatan yang telah dilakukan.⁶⁷ Setelah data yang diperoleh terkumpul dari hasil pengamatan data, maka diadakan suatu analisis data untuk mengolah data yang ada. Analisis data didalam penelitian kualitatif dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁶⁷ *Ibid.*, h. 92-95.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian dan analisa diatas, maka disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Strategi pengembangan usaha di rumah laundry dilakukan melalui srategi mengembangkan produk jasa yang melakukan pengembangan jenis-jenis produknya. Strategi penetapan harganya juga mengalami pengembangan sesuai dengan harga standar yang belaku dan tetap terjangkau. Strategi pemasarannya bekembang dengan melakukan pendekatan kepada konsumen untuk mengetahui keinginan konsumen. Perluasan skala ekonomi juga berkembang dengan menambah karyawan, skala produksi, serta tempat usaha. Perluasan cakupan usaha berkembang dengan menambah jenis produk, dan yang terakhir memelihara spirit usaha agar terus konsisten dalam pengembangan usaha.
2. Tinjauan ekonomi syariah mengenai strategi pengembangan usaha Rumah Laundry dalam peningkatan pendapatan secara umum sudah sesuai dengan ekonomi syariah karena menjalankan strategi produk, strategi penetapan harga, strategi pemasaran, promosi penjualan, perluasan skala ekonomi, perluasan cakupan usaha, dan memelihara spirit usaha tidak ada yang bertentangan dengan aturan Islam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan usaha jasa rumah laundry dalam meningkatkan pendapatan, maka diajukan beberapa saran agar melakukan pengecekan ulang terhadap jasa yang sudah selesai di kerjakan sehingga tidak menimbulkan kelalaian yang bisa membuat pelanggan kecewa, lebih mengoptimalkan promosi di segala bentuk jasa yang ditawarkan oleh pihak rumah laundry melalui offline maupun online untuk meningkatkan volume penjualan dan memberikan harga yang mampu bersaing dan sebanding dengan kualitas yang di peroleh.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Al Arif Nur Rianto, 2010, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung
- Alek D, Triyana, 1985, *Menerapkan Strategi Marketing di Indonesia*, Jakarta:
Marketing Seminar
- Anoraga Panji, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Rinaka Cipta
- Antonio Syafi'I, 2001, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Cet. Ke I, Jakarta:
Gema Insani.
- Aziz Abdul, 2013, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta
- David, 1985, *Pedoman Langkah Awal Menjalankan Usaha*, Jakarta: Pustaka
AlKautsar
- David, 1992, *Reinveting Goverment-Mewirousahakan Birokrasi*, Jakarta: Pustaka
Binaan Presindo
- Departemen Agama RI, 2011, *Al quran dan Terjemahannya*, Bandung: CV Mikraj
Khazanah Ilmu.
- Dr. Basrowi, 2011, *Kewirausahaan*, Bogor: Ghalia Indonesia
- EJ McCarthy, 1995, *Intisari Pemasaran: Sebuah Ancaman Global*, Jilid Satu Edisi
Ke-enam, Jakarta: Binapura Aksara
- Herdiansyah Heris, 2010, *Metode Kualitatif untuk Metode Ilmu-Ilmu Sosial*,
Jakarta: Salemba Humanika
- Idrus Muhammad, 2006, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan
Kuantitatif*, Jakarta: Erlangga,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Justin, dkk, 2001, *Small Business Management*, Jakarta: Salemba Empat
- Karim A Adimarwan, 2011, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Ketiga, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Keraf Sony, 1998, *Etika Bisnis: Tuntunan dan Revolusinya Kanisius*, Yogyakarta
- Kotler Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Prenhalindo
- M. Hajar, 2011, *Metode Penelitian Hukum*, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau
- Michael, R. dkk, 2001, *Manajemenn Strategi*, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat
- Muhammad Dawwabah Asyraf, 2008, *Meneladani Keunggulan Rasulullah*, Semarang: Pustaka Nuun
- Mujahidin Akhmad, 2014, , *Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Muslich, 2004, *Etika Bisnis Islam*, Ekonisia, Yogyakarta
- Nasution Mustafa Edwin, 2007, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana Renada Media Group
- Noor Juliansyah, 2011, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Qardhawi Yusuf, 2001, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Jakarta Rabbani Pres
- Rahardja Prathama, 2010, *Teori Ekonimi Mikro, Suatu Pengantar*, Jakarta: LP,FE-UI


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rahmadi, 2011, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Banjarmasin : Antasari Press

Rivai Veithzal, 2012, *Islamis Bussines and Economic Ethics*, Jakarta: Bumi Aksara

Rivai Veithzal, 2013, *Islamic Economics: Ekonomi Bukan Opsi, Tetapi solusi*, Jakarta: Bumi Aksara

Solihin Ismail, 2012, *Manajemen Strategik, Bandung*: Universitas Widyatama

Sutopo H.B, 2006, , *Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret

Tjiptono fandi, 2000, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ke-II, Yogyakarta: Andi

Tjitono Fandi, 2002, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi

Umar Husein, 2005, *Strategic Management in Action*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Al-Qazwini Imam Abi ‘Abdillah Muhammad ibn Zayd, 2005, *Sunan Ibn Majah Jiid 3*, Al-Qahirah: Dar Ibn Haitam

B. Jurnal / Skripsi

Anderson Wendel, *Give Your Customer Credit, Independent Bussines*, Vol. 8 No. 3, h. 64

Gruner Stepiani, *The Secrets of Cross Promotion*, Vol. 19, No 8. 199



PEDOMAN WAWANCARA

1. Kapan usaha Rumah Laundry didirikan?
2. Berapa pendapatan usaha Rumah Laundry?
3. Apa saja strategi yang digunakan untuk meningkatkan pendapatan dalam usaha jasa Rumah laundry?
4. Apa saja bentuk dari produk barang dan jasa yang ditawarkan?
5. Berapa tarif jasa (price) yang di tawarkan oleh usaha rumah laundry?
6. Bagaimana partisipan/karyawan yang di pekerjakan?
7. Dimana saja tempat/lokasi pelayanan yang di sediakan oleh rumah laundry?
8. Apa saja bentuk promosi yang dilakukan oleh Rumah Laundry untuk menambah daya tarik konsumen?
9. Bagaimana pelayanan yang berikan Rumah Laundry?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI PENELITIAN

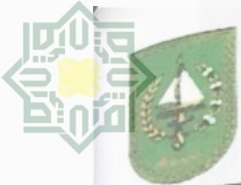


© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/45006
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01
 Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat
 Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor :
 Un/04/F.II/PP.00.9/9385/2021 Tanggal 24 September 2021, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- 1. Nama : MELDA ANJANI
- 2. NIM / KTP : 11720525118
- 3. Program Studi : EKONOMI SYARIAH
- 4. Jenjang : S1
- 5. Alamat : PEKANBARU
- 6. Judul Penelitian : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RUMAH LAUNDRY KOTA DUMAI DALAM
 PENINGKATAN PENDAPATAN DI TINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH
- 7. Lokasi Penelitian : KOTA DUMAI

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
- 2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
- 3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperturnya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 10 November 2021

Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)
**DPM
 PTSP**
 DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

- 1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- 2. Walikota Dumai
 Up. Kakan Kesbangpol dan Linmas di Dumai
- 3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
- 4. Yang Bersangkutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta dilindungi undang-undang
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru



SURAT KETERANGAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah pemilik usaha Rumah Laundry menerangkan bahwa mahasiswa, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Melda Anjani
NIM : 11720525118
Jurusan : Ekonomi Syariah

Benar-benar telah melakukan penelitian mulai dari tanggal 20 Agustus – 20 Oktober di Rumah Laundry Jalan Soekarno Hatta Bagan Besar Timur Kota Dumai dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Rumah Laundry Kota Dumai Dalam Peningkatan Pendapatan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 20 Oktober 2021

Pemilik Rumah Laundry



Evi Lestari

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERBAIKAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Rumah Laundry Kota Dumai Dalam Peningkatan Pendapatan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”** yang ditulis oleh:

Nama : **Melda Anjani**

NIM : 11720525118

Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 30 November 2021

TIM PENGUJI MUNAQASYAH,

Ketua

Muhammad Nurwahid, M.Ag

Sekretaris

Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak, CA

Penguji I Metodologi

Afdhol Rinaldi, SE, M.Ec

Penguji II Materi

Rozi Andrini, M. E

Mengetahui,

Kepala Sub Bagian Akademik
Fakultas Syariah dan Hukum

Jalirius, S.Ag

NIP. 19750801200701123

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Sate Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

: MELDA ANJANI

: 11720525118

: EKONOMI SYARIAH

: STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RUMAH LAUNDRY KOTA DUMAI DALAM PENINGKATKAN PENDAPATAN DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH

Pembimbing: Dr. Syahpawi, S.Ag., M.SH

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 17 Desember 2021

Pimpinan Redaksi



Dr. M. ALPI SYAHRIN, SH., MH., CPL.

NIP. 19880430 201903 1 010

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang****BIOGRAFI PENULIS**

Melda Anjani, adalah anak pertama dari tiga orang bersaudara dari pasangan Ayahanda Abu Bakar dan Ibunda Evi Lestari. Lahir di Kota Dumai pada tanggal 20 Maret 1999. Pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis adalah TK Aisyiyah Kota Dumai dan lulus pada tahun 2005. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar Negeri di SDN 005 Bukin Jin di Bukit Timah Kota Dumai dan lulus pada tahun 2011. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Islam Terpadu Kota Bangkinang dan lulus pada tahun 2014 dan Sekolah Menengah Atas di SMAN 3 Kota Dumai dan lulus pada tahun 2017. Kemudian penulis melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi program S1 di Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir penulis, hingga akhirnya pada tanggal 22 November 2021 penulis melaksanakan ujian Munaqasyah di Fakultas Syariah dan Hukum dan dinyatakan “LULUS” serta mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE). Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan para pembaca umumnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.