

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia pemasaran yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan daya saing. Untuk dapat tetap eksis didalam proses produksi dan keberlangsungan perusahaan tetap terjaga kita dituntut untuk semakin bekerja keras, pintar, dan kreatif. Disisi lain konsumen dihadapkan pada berbagai macam pilihan produk, membuat produk yang bermutu dan digemari konsumen merupakan tantangan bagi perusahaan.

Perilaku pembelian konsumen pada dasarnya merupakan proses memilih, membeli dan menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhan. Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu memantau perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku konsumen tersebut untuk memperbaiki strategi pemasarannya, karena pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual dan konsumen loyal terhadap produk yang dihasilkan.

Konsumen hidup dalam sebuah lingkungan yang kompleks. Keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk dipengaruhi oleh banyak faktor, baik dari dalam diri sendiri, maupun dari luar diri atau lingkungannya. Menurut Lamb Hair, perilaku konsumen adalah proses seorang pelanggan dalam membuat

keputusan membeli, juga menggunakan dan mengatur barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk.¹Faktor utama mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor kebutuhan seperti budaya dan kelas sosial. Faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, peran dan status sosial konsumen, faktor pribadi seperti usia, tahap siklus hidup, kepribadian dan konsep diri serta faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, belajar kepercayaan dan sikap.

Seseorang yang bergerak dalam usaha teralis jendela dapat juga dikatakan sebagai seorang wirausahawan dan seorang wirausahawan merupakan potensi pembangunan baik dalam jumlah maupun dalam hal mutu.

Untuk memenuhi peluang dan tantangan, perusahaan dan usaha-usaha kecil menengah perlu mengembangkan daya kreatifitas dan inovasi yang tinggi dan tepat untuk menjawab semua itu. Sehingga dapat bersaing dengan tuntutan pasar agar bisa selalu menampilkan sumberdaya yang professional dan operasional yang cakap dan terampil.

Ditunjang dengan perkembangan penduduk yang begitu pesat serta dengan menjamurnya pembangunan perumahan yang kebanyakan menggunakan terali sebagai bahan bangunan dan keamanan rumah, maka sebagian dari masyarakat mulai memanfaatkan momen ini untuk membuka usaha Teralis.

¹ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), hal. 73.

Walaupun usaha ini sangat menjanjikan, namun tentu adanya permasalahan yang timbul. Dari segi bahan produksi maupun dari segi pemasaran. Namun dalam hal ini penulis akan meneliti permasalahan yang ada dalam pemasaran usaha teralis. Tentunya akan dianalisis menurut perspektif Ekonomi Islam.

Adapun pemasaran syari'ah menurut M. Nur Rianto adalah penerapan suatu disiplin bisnis yang strategis sesuai dengan nilai dan prinsip syari'ah. Jadi pemasaran syari'ah dijalankan berdasarkan konsep keIslaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW. Menurut Hermawan Kartajaya, nilai inti dari pemasaran syari'ah adalah integritas dan transparansi, sehingga marketer tidak boleh bohong dan orang membeli karena butuh dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, bukan karena diskonnya atau iming-iming belaka.²

Dalam dunia usaha ada perkembangan baik dari segi fisik ataupun dari produk-produk yang dihasilkan, dengan tujuan bisa memperoleh keuntungan yang banyak agar usaha yang dijalankan tetap eksis dan langgeng. Eksis dan langgengnya sebuah usaha tercipta dengan adanya kerja sama yang baik antara pengusaha dengan pekerja. Kerja sama yang baik pun akan terwujud jika kesejahteraan pekerja diperhatikan dengan memberikan upah yang sesuai dengan skill yang dimiliki pekerja. Seorang pengusaha harus jeli dan pandai mengambil hati pelanggan dengan menciptakan berbagai produk baru yang menarik, tak

² M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 20-21

hanya itu pengusaha harus bisa menjalin hubungan baik dengan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang prima dengan cara memperhatikan kualitas produk yang diinginkan serta ketepatan waktu yang telah di janjikan karena pelayanan akan menjadi ikon bagi pengusaha ditegah kompetisi.³

Keberlangsungan usaha ini tergantung pada banyaknya pelanggan.Jadi layanan yang sangat baik serta memahami keinginan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting dalam menjalankan usaha ini.Ketekunan pengusaha sangat penting agar pelanggan bertambah terus, usaha ini sangat menguntungkan dan menjanjikan dan tidak ada kabar usaha ini membuat pengusahanya bangkrut atau mempunyai hutang banyak.⁴

Usaha mikro pada umumnya merupakan pintu masuk yang relatif mudah bagi orang-orang yang akan menjadi pengusaha pemula.⁵Usaha kecil merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan dapat menyerap tenaga kerja. Pertumbuhan usaha kecil akan menimbulkan dampak positif terhadap peningkatan jumlah tenaga kerja, pengurangan jumlah kemiskinan, pemerasan dalam distribusi pendapatan,dan pembangunan ekonomi.⁶

Disamping itu semua, Islam sangat menganjurkan umatnya untuk mencari nafkah yang baik dan bersih, seperti sabda Rasulullah SAW yang berbunyi:

³ M.J Moris, *Kiat Sukses Mengembangkan Usaha Kecil*. (Jakarta:Aren, 1996),hlm.2

⁴Adler Hayman Manurung , *Wirausaha Bisnis Usaha Kecil Menengah*, (Riau. tt:Kompas,2007).hlm.81

⁵Soetanto hadinoto.*Kunci Sukses Bisnis Kredit Mikro*.(Jakarta: PT.Elex media komputindo,2005).hlm.

6

⁶Suharjono, *Manajemen Perkreditan Usaha Kecil Menengah*.(Yogyakarta,UPP AMP.2003).hlm.37

عَنْ رَفْعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ قَالَ :

بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٌ (رَوَاهُ الْبَزَّارُ وَصَحَّحَهُ الْحَكِيمُ)

Artinya : “Dari Rifa’ah bin Rafi’ berkata bahwa Nabi Muhammad SAW ditanya tentang usaha yang bagaimana dipandang baik?. Nabi menjawab: Pekerjaan seseorang dengan tangannya dan setiap perdagangan yang bersih dari penipuan dan hal-hal yang diharamkan.” (HR. Al-Bazzar dan ditashihkan Hakim).⁷

Dari hadits di atas dapat kita lihat, bahwa Rasulullah SAW menjawab dengan mengatakan “orang yang bekerja dengan tanganya sendiri dan jual beli yang bersih”. Ini dapat diartikan dengan berusaha dengan sungguh-sungguh dan benar-benar pekerjaan tersebut diridhai Allah SWT.

Terkait hadits di atas penulis juga tertarik untuk meneliti apakah usaha pemasaran terali ini sesuai dengan ekonomi Islam. Apalagi mereka yang bekerja dalam hal pembuatan terali ini juga sebagian besar sudah mempunyai keluarga. Secara otomatis mereka bekerja, selain untuk memenuhi kebutuhan sendiri juga untuk menafkahi keluarganya.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang utama yang harus dilakukan oleh para produsen atau para pengusaha dalam upaya mempertahankan

⁷Prof. Dr. H. Buchari Alma. *Loc., Cit.*, hlm.3

keberlangsungan hidup suatu usaha, agar lebih berkembang dan mendapatkan laba yang diharapkan. Berhasil atau tidaknya suatu usaha dalam merealisasikan tujuannya tergantung pada aktifitas yang dilakukan pengusaha dalam melaksanakan kegiatan pemasaran.

Pada konsep industrialisasi yang dilakukan ini sangat menentukan peranan industry kecil yang tangguh dalam berbagai kegiatan ekonomi dan dapat bertahan dalam berbagai keadaan ekonomi. Salah satu usaha, industry kecil dapat mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang seimbang karena industry kecil dapat menciptakan lapangan kerja.

Dalam pemasan teralis jendela didesa tarai bangun kecamatan tambang terdapat bisnis yang dilarangdalam islam seperti kasus anantara pembeli dan penjual. Contoh ada penjual yang melaksanakan pemasaran barang kepada pembeli namun disini si penjual sering malakukan ketimpangan, awalnya pembeli memesan barang dengan bentuk dan ukuran yang sudah disepakati namun pada saat barang sudah dipasang tidak sesuai dengan ukuran barang. Maksudnya: kualitas barang yang kuarang bagus di katakan sangat bagus disaming itu masalah harga, dengan kualitas barang yang kurang bagus tadi setelah dikatakan bagus, sehingga si penjual menetapkan harga tinggi sehingga pembeli sangat dirugikan.

Suatu usaha tidak akan mampu bertahan apabila pengusahanya tidak mempunyai kemampuan untuk memasarkan atau menjual barang-barang tersebut. Sebaliknya dengan keberhasilan suatu pengusaha dalam menjual perodukna maka terbuka kemungkinan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar sehingga

usaha yang dijalankan akan mampu hidup dan berkembang. Oleh karena itu untuk meningkatkan penjualan suatu produk diperlukan suatu konsep dan kebijaksanaan dalam memperoleh apa yang diinginkan sangat tergantung dari kebijaksanaan dan strategi yang dijalankan oleh pimpinan usaha.

Di dalam jual beli usaha teralis jendela didesa tarai bangun kecamatan tambang penulis menemukan berbagai macam kasus penyimpangan yang dilakukan oleh penjual atau pengusaha teralis. Misalnya penjual tidak jujur, mempraktekan kebohongan atau penipuan, tidak memberikan pelayanan yang memuaskan, mempermainkan harga, mengingkari perjanjian dan lain sebagainya.

Berdasarkan paparan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai perkembangan usaha las di desa tarai bangun kecamatan tambang dalam sebuah penelitian yang judul “**Pemasaran Teralis Jendela di Desa Tarai Bangun Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Di Tinjau Menurut Ekonomi Islam**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, penulis dapat mengemukakan rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana Pemasaran Usaha Teralis Jendela di Desa Tarai Bangun Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar?
2. Bagaimana Pandangan Ekonomi Islam terhadap pemasaran Usaha Teralis Jendela di Desa Tarai Bagun Kecamatan Tambang?

C. Batasan Masalah

Agar pembahasan pada penelitian ini tidak terlalu luas dan lebih dapat dipahami, maka penulis membatasi tulisan ini hanya pada "Pemasaran Usaha Teralis Jendela di Desa Tarai Bangun Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar di Tinjau Menurut Ekonomi Islam".

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apa saja permasalahan yang ada dalam pemasaran usaha teralis jendela di Desa Tarai Bangun Kecamatan Tambang.
- b. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap Pemasaran Usaha Teralis di Desa Tarai Bangun Kecamatan Tambang.

2. Kegunaan penelitian

- a. Sebagai bahan kajian dan rujukan untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi.
- b. Memberikan solusi pemasaran kepada pengusaha Las dalam meningkatkan usahanya.
- c. Digunakan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini bersifat lapangan yang mengambil lokasi di Jl. Kubang Raya Desa Tarai Bangun Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Riau. Lokasi ini penulis pilih karena mudah dijangkau oleh penulis untuk mengumpulkan data yang diperlukan dan lebih ekonomis.

2. Subyek dan obyek penelitian

- a. Subyek dalam penelitian ini adalah pemilik usaha Las dan para karyawannya beserta para pelanggan usaha Las tersebut.
- b. Obyek dalam penelitian ini adalah pandangan ekonomi islam terhadap usaha teralis jendela yang terletak di Jl. Kubang Raya Desa Tarai Bangun.

3. Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik usaha Las yang berjumlah 14 usaha Las di Jl. Kubang Raya Desa Tarai Bangun. Dari populasi tersebut penulis mengambil sampel sebanyak 100% dari populasi.

4. Sumber data

Dalam penelitian ini data yang penulis perlukan adalah:

a. Data primer

Yaitu data yang didapat dari lokasi penelitian usaha Las yang terletak di Jl. Kubang Raya Desa Tarai Bangun Kecamatan Tambang.

b. Data sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

5. Teknik pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang penulis lakukan di dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Penulis melakukan pengamatan di lokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang tepat mengenai subyek penelitian. Bentuk pengamatan yang penulis lakukan adalah secara langsung, sehingga penulis dapat mengamati segala aspek yang terjadi dilapangan.

b. Wawancara

Yaitu dengan melakukan wawancara dengan para pemilik dan karyawan usaha Las di Jl. Kubang Raya Desa Tarai Bangun Kecamatan Tambang beserta para pelanggan dari usaha tersebut.

6. Analisis data

Pengambilan data yang dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu digunakan untuk menghimpun data aktual, mengartikan sebagai pengumpulan data dengan melukiskan sebagaimana adanya dan tidak diiringi dengan ulasan atau pandangan dan analisis dari penulis.

7. Metode penulisan

Untuk mengelola dan menganalisis data yang telah terkumpul dan penulis menggunakan beberapa metode, yaitu:

- a. Metode deduktif adalah suatu uraian penulisan yang diawali dengan menggunakan kaedah-kaedah umum, kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Metode induktif adalah suatu uraian penulisan yang diawali dengan menggunakan kaedah-kaedah khusus kemudian dianalisa secara umum.
- c. Metode deskriptif adalah suatu uraian penulisan yang menggambarkan secara utuh dan apa adanya tanpa mengurangi atau menambah sedikitpun.

F. Sistematika Penulisan

Untuk lebih terarahnya penulisan karya ilmiah ini, maka penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN DAN USAHA LAS PEMBUATAN TERALI JENDELA

Dalam bab ini penulis akan menjelaskan tentang profil Desa Tarai Bagun Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar.

BAB III : TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini merupakan uraian dari segi teori dari penelitian ini yang berkenaan dengan : pengertian pemasaran, fungsi pemasaran, marketing mix, faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen, tujuan pemasaran dan dasar hukum pemasaran.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan hasil penelitian meliputi: Pemasaran Usaha Teralis Jendela Di Desa Tarai Bangun Kecamatan Tambang, bagaimana tinjauan Ekonomi Islam Mengenai Pemasaran Usaha Teralis Jendela di Desa Tarai Bangun Kecamatan Tambang.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup, dimana pada bab ini akan dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.