

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama universal yang mengatur segala aspek kehidupan manusia. Aspek-aspek tersebut diantaranya muamalah, ibadah, serta ekonomi. Dari segi ekonomi, Islam menganjurkan umatnya agar menjadi orang yang senantiasa selalu berusaha agar hidup dalam berkecukupan. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT (Q.S, Al-Jumu'ah: 10), yang berbunyi:

فَأَنْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ

Artinya: “Maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah anugerah dari Allah.. (QS Al-Jumu'ah: 10)”<sup>1</sup>

Terkait ayat di atas, dapat dipahami bahwa Allah SWT sangat menganjurkan agar umatnya mencari rezeki demi meningkatkan taraf ekonomi kehidupan. Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam mencari rezeki adalah dengan bekerja. Hal ini senada dengan pendapat Sholahuddin (2007: 83) yang mengemukakan bahwa bekerja merupakan cara yang dapat menjamin terpenuhinya kebutuhan hidup seseorang dan terjaga kelangsungan hidupnya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: Syamil Qur'an, 2010), h. 554

<sup>2</sup>M. Sholahuddin, S.E., M.Si, “*Azas-Azas Ekonomi Islam*”, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2007), h.83

Selain bekerja, manusia juga dapat mendirikan usaha sesuai dengan keahlian yang dimiliki. Dalam pandangan Islam tidak ada aturan mengenai jenis usaha yang akan dilakukan asalkan usaha tersebut halal, baik, serta bermanfaat. Usaha yang dimaksudkan di sini dapat berupa mendirikan sebuah perusahaan tertentu sesuai dengan bidang yang digeluti. Dalam mendirikan sebuah perusahaan tidak terlepas dengan adanya suatu pemasaran. Karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya.<sup>3</sup> Adapun faktor-faktor yang paling penting diperhatikan dalam pemasaran yaitu, produk, harga, lokasi/tempat, promosi, dan pelayanan.

Tujuan dalam berusaha juga sangat diperlukan. Dalam Islam tujuan seseorang berusaha bukanlah semata-mata mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, akan tetapi untuk mendapatkan keberkahan. Keberkahan usaha merupakan kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan di Ridhai oleh Allah SWT.<sup>4</sup>

Dalam menjalankan usaha tidak terlepas dengan konsumen, karena keberhasilan suatu usaha sangat ditentukan oleh jumlah konsumen yang dimilikinya. Selain konsumen, usaha yang didirikan juga harus memperhatikan peluang yang memungkinkan usaha tersebut didirikan. Misalnya, seorang pengusaha sebelum mendirikan usaha terlebih dahulu

---

<sup>3</sup><http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-pemasaran.html?m=1>

<sup>4</sup>Burhanuddin, *Etika Individu Pola Dasar Filsafat Moral*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000) h. 202

harus memperhatikan lokasi yang akan dipilihnya dan mempertimbangkan usaha apa yang sesuai dengan lokasi yang ada. Berbicara mengenai lokasi, Indonesia merupakan negara yang mempunyai tanah dengan tingkat kesuburan yang tinggi. Terkait hal tersebut, maka kondisi ini membuka peluang untuk mendirikan usaha, salah satunya dengan mendirikan usaha penggilingan padi.

Usaha penggilingan padi umumnya banyak terdapat di daerah pertanian karena usaha ini sangat diperlukan oleh petani dalam memproduksi hasil pertaniannya. Meskipun sangat diperlukan, tetapi dalam menjalankan usaha ini pengusaha harus tetap memperhatikan baik itu pelayanan maupun strategi yang dilakukan agar bisa bertahan dalam persaingan bisnis. Terkait dengan usaha penggilingan padi, hal ini dapat kita jumpai salah satunya di Desa Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, Desa ini memiliki daerah pertanian yang luas, penduduknya mayoritas berprofesi sebagai petani dan terdapat dua orang pengusaha penggilingan padi, yaitu: usaha yang dikelola oleh Darmadi dan usaha yang dikelola oleh Eri.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik penggilingan padi bahwa petani yang ada di desa Lubuk Terentang lebih banyak menggunakan jasa penggilingan padi pak Eri daripada jasa penggilingan padi pak Darmadi yang merupakan penduduk asli

desa tersebut. Sebagaimana diketahui data pengguna jasa penggilingan padi dari bulan November sampai Januari 2015, bulan November jasa penggilingan padi di Eriber jumlah 90 orang, sedangkan jasa penggilingan padi di Darmadi berjumlah 25 orang. Pada bulan Desember 2014 jasa penggilingan padi di Eriber jumlah 60 orang, sedangkan jasa penggilingan padi di Darmadi berjumlah 20 orang. Pada bulan Januari 2015 jasa penggilingan padi di Eriber jumlah 160 orang, sedangkan jasa penggilingan padi di Darmadi berjumlah 40 orang. Jika dilihat dari lokasi berdirinya kedua usaha tersebut penggilingan padi milik Eriber lebih jauh dari lokasi pertanian dibandingkan penggilingan padi milik Darmadi.

Dari kejadian atau fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam untuk mengetahui penyebab kurangnya petani yang menggunakan jasa penggilingan padi pak Darmadi. Untuk itu, maka akan dilakukan penelitian dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemasaran Jasa Penggilingan Padi Pada Penggilingan Padi di Desa Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi Menurut Tinjauan Ekonomi Islam”.

## **B. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dibahas, maka perlu adanya batasan masalah yang diteliti, maka penulis membatasi permasalahan tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Jasa Penggilingan Padi di

Desa Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi Menurut Tinjauan Ekonomi Islam.

### C. Rumusan Masalah

1. Apasaja faktor-factoryang mempengaruhi pemasaran jasapenggilingan padi di desa Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi ?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap faktor-factoryang mempengaruhi pemasaran jasapenggilingan padi di desa Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi ?

### D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui faktor-factoryang mempengaruhi pemasaran jasapenggilingan padi di desa Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi .
- b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi islam terhadap faktor-factoryang mempengaruhi pemasaran jasapenggilingan padi di

desa Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi

## 2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa kegunaan sebagai berikut:

- a. Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Program S1 Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN SUSKA RIAU.
- b. Dapat dijadikan media informasi dikalangan pengusaha penggilingan padi khususnya di desa Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi.
- c. Dapat mengembangkan dan menerapkan teori-teori yang dipelajari di bangku perkuliahan, serta memberikan pengalaman yang akan dijadikan bekal untuk kedepannya.
- d. Dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

## E. Metode Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada jasa penggilingan padi di Desa Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi. Lokasi ini dipilih karena memiliki daerah pertanian yang luas serta mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani, dan di lokasi ini terdapat Jasa Penggilingan Padi. Sehingga dapat memberikan data yang lebih valid tentang faktor-faktor yang

mempengaruhi pemasaran jasa penggilingan padi di  
Desa Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi.

## 2. Subjek dan Objek Penelitian.

Subjek dari penelitian ini adalah Jasa Penggilingan Padi di Desa  
Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi.  
Sedangkan yang menjadi objek penelitiannya adalah faktor-faktor yang  
mempengaruhi pemasaran jasa penggilingan padi di  
Desa Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi.

## 3. Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau obyek yang  
memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang  
membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.<sup>5</sup> Populasi dalam penelitian  
ini adalah pemilik 2 orang, yang ada pada jasa penggilingan padi di  
Desa Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi, dan  
seluruh petani Desa Lubuk Terentang yang berjumlah 259 orang.  
Sampel adalah bagian dari sebuah populasi yang  
dianggap dapat mewakili populasi tersebut.<sup>6</sup> Sedangkan  
untuk jasa penggilingan padi saya mengambil 2 orang  
yaitu kedua pemilik jasa penggilingan padi di  
desa Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi.  
Untuk menentukan sampel dari petani, yang di

<sup>5</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), h. 161

<sup>6</sup>Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h. 12

butuhkandalampenelitianinidigunakanrumusslovin, dengantingkaterror  
ataukeslahan 10%<sup>7</sup>. Dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

$N$  = Ukuran Populasi

$n$  = Ukuran Sampel

$e$  = Tingkat Kesalahan (10%)

$$n = \frac{259}{1 + (259 \times (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{259}{73,59}$$

$$n = 72,1$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka sampel dari petani dalam penelitian ini berjumlah 72 orang. Maka penulis mengambil data dengan metode *Accidental Sampling* (Sampel Kebetulan), yaitu teknik sampling kebetulan dilakukan apabila pemilihan anggota sampelnya dilakukan terhadap orang atau benda yang kebetulan ada atau dijumpai.<sup>8</sup>

Dari penelitian ini, penulis mengambil masing-masing 5 (lima) variabel untuk dijadikan item pertanyaan.

**Tabel I.1**  
**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

| Variabel                     | Definisi  | Indikator   |
|------------------------------|---|---|
| 1. Produk ( <i>Product</i> ) | Produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas</li> <li>• Spesifikasi mesin</li> <li>• Keistimewaan</li> </ul> |

<sup>7</sup> Consuela G. Sevilla, dkk, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta: Universitas Indonesia-Press, 1993), h. 161

<sup>8</sup> Husaini Usman, Purnama Stiadly Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), Cet. Ke-5, h. 45



| Variabel                         | Definisi   | Indikator   |
|----------------------------------|--|---|
|                                  | pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. <sup>9</sup>  |   |
| 2. Harga ( <i>Price</i> )        | Menurut William J. Staton harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Sedangkan Jerome McCarthy mendefinisikan harga apa yang dibebankan untuk sesuatu. <sup>10</sup>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Daftar Harga</li> <li>• Diskon</li> <li>• Sistem pembayaran</li> </ul>           |
| 3. Tempat ( <i>Place</i> )       | Tempat adalah lokasi di mana dijual belikannya produk. <sup>11</sup> Pendapat lain mengatakan bahwa tempat adalah bidang atau wadah yang digunakan sebagai tempat usaha yang akan dijalankan nantinya. <sup>12</sup>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi</li> <li>• Jangkauan</li> <li>• Keamanan</li> </ul>                       |
| 4. Promosi ( <i>Promotion</i> )  | Promosi adalah cara untuk memberitahukan kepada masyarakat. <sup>13</sup> Pendapat lain mengatakan promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. <sup>14</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Periklanan</li> <li>• Personal selling</li> <li>• Hubungan Masyarakat</li> </ul> |
| 5. Pelayanan ( <i>Service</i> ). | Pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. <sup>15</sup>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keramahan</li> <li>• Kecepatan</li> <li>• Layanan antar jemput</li> </ul>        |

#### 4. Sumber Data

<sup>9</sup>Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002), h.151

<sup>10</sup>*Ibid*, h. 268

<sup>11</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2002), h 163

<sup>12</sup><http://adiputro04.blogspot.com/2014/01/pengertian-product-price-place.html?m=1> diakses pada tanggal 13 April 2015

<sup>13</sup>Kasmir, *OpCit*, h. 175

<sup>14</sup>[http://id.m.wikipedia.org/wiki/promosi\\_\(pemasaran\)](http://id.m.wikipedia.org/wiki/promosi_(pemasaran)), diakses pada tanggal 13 April 2015

<sup>15</sup>Kasmir, *Op Cit*, h. 225

- a. Data Primer, yaitu data yang langsung diperoleh dari pemilik jasa penggilingan padi dan petani di Desa Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari riset perpustakaan, berbagai situs atau *website* melalui internet dan sumber lainnya yang ada hubungannya dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

#### 5. Metode Pengumpulan Data

- a. Wawancara (*Interview*), yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menggali dan menemukan informasi secara langsung untuk memperoleh keterangan atau penjelasan yang diperlukan sekaligus memperjelas data yang ada dengan mengemukakan sejumlah pertanyaan kepada responden.
- b. Observasi, yaitu pengamatan langsung di lapangan terkait kejadian yang terjadi dalam usaha penggilingan padi di desa Lubuk Terentang.
- c. *Library Research*, yaitu penelitian dengan membaca beberapa buku yang ada di perpustakaan sebagai penunjang dalam penelitian ini.
- d. Angket

Dengan cara menulis pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penulisan kemudian disebarkan kepada responden untuk diisi.

#### 6. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden (petani) mengenai indikator yang dibuat terkait faktor-faktor

yang mempengaruhi petani dalam memilih tempat penggilingan padi. Untuk mengukur tingkat tanggapan responden diukur menggunakan skala likert. Pada skala likert, variabel dijabarkan menjadi komponen-komponen yang diukur. Komponen-komponen yang diukur ini kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen berupa pernyataan yang kemudian diisi oleh responden.

Selanjutnya, jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang seperti terlihat pada Tabel 1.4 berikut.

**Tabel 1.2**  
**Pembobotan Jawaban Kusioner**

| No | Skor | Keterangan          |
|----|------|---------------------|
| 1  | 4    | Sangat Setuju       |
| 2  | 3    | Setuju              |
| 3  | 2    | Tidak Setuju        |
| 4  | 1    | Sangat Tidak Setuju |

Perhitungan

untuk mengetahui skor kriteria dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$Range = \frac{Skor\ Tertinggi - Skor\ Terendah}{Range\ Skor}$$

Berdasarkan data yang ada, diperoleh:

$$Skor\ tertinggi = 72 \times 4 = 288$$

$$Skor\ terendah = 72 \times 1 = 72$$

Sehingga range untuk hasil survey:

$$Range = \frac{288 - 72}{4} = 54$$

Dengan Rentang Interval:

|           |                |
|-----------|----------------|
| 72 – 126  | : Rendah       |
| 127 -181  | :Sedang        |
| 182 – 236 | : Tinggi       |
| 237- 291  | : SangatTinggi |

#### 7. MetodePenulisan

- a. Deduktif,yaitumengumpulkanfakta-faktaumumkemudiandianalisisdandiuraikansecarakhusus.
- b. Induktif,yaitumengumpulkanfakta-faktakhususkemudiandianalisisdandiuraikansecaraumum.
- c. Deskriptif,yaitumengungkapakanuraianarifakta yang diambildarilokasipenelitian.

#### **F. Sitematika Penulisan**

Rangkaian sistematika penelitian terdiri dari lima bab, masing-masing bab diperinci lagi menjadi beberapa sub-bab yang saling berhubungan antara satu dan lainnya. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Merupakan bab pendahuluan yang berisikan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

##### **BAB II GAMBARAN UMUM TENTANG TEMPAT PENELITIAN**

