

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Ekonomi adalah masalah sehari-hari yang dihadapi semua orang (masyarakat), baik sebagai individu, kelompok, pemerintah atau pengusaha maupun pejabat publik. Masalah ekonomi pada prinsipnya adalah masalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan (konsumsi) manusia dalam kehidupannya.

Masalah ekonomi inilah yang mendasari orang melakukan kegiatan usaha maupun bisnis untuk memenuhi kebutuhan dan menyelesaikan masalah ekonomi mereka. Karena kegiatan bisnis merupakan salah satu kegiatan yang dapat menghasilkan pendapatan tambahan. Walaupun kegiatan bisnis ini terdapat persaingan yang begitu ketat sesuai dengan perkembangan bisnis yang begitu pesat pada saat ini.

Pelaku usaha atau para pebisnis adalah aktor penting dalam ekonomi. Para pebisnis ini dalam ekonomi berfungsi sebagai produsen barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Disamping menghasilkan barang dan jasa para pebisnis juga merupakan kelompok yang menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Dengan demikian, tinggi rendahnya intensitas aktifitas ekonomi di masyarakat, sangat dipengaruhi oleh aktivitas para pebisnis ini.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 151.

Bisnis adalah suatu usaha yang didirikan untuk menyediakan produk atau jasa dengan harapan memperoleh laba atau keuntungan.<sup>2</sup> Secara sejarah kata bisnis diambil dari bahas Inggris yang disebut *business*, dengan kata dasar yang mempunyai arti kata “sibuk” dalam arti “*sedang sibuk untuk mengerjakan pekerjaan dan kegiatan yang bisa mendatangkan keuntungan*” dalam ruang lingkup komunitas, masyarakat, atau individu.

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.

Dalam konsep Islam bahwa bisnis termasuk kegiatan muamalah, kegiatan yang berhubungan sesama manusia, dan itu cukup banyak menghabiskan waktu. Aktivitas hamba Allah dalam bermuamalah sangat penting untuk menghidupkan semangat Islam dalam amal dan ibadah sosial. Allah SWT menjanjikan kepada hamba-Nya agar melaksanakan ibadah, bisnis, dan amaliah sosial itu dengan ikhlas.<sup>3</sup>

Salah satu bisnis yang menjanjikan yang berorientasi pada ibadah pada saat ini adalah bisnis biro perjalanan ibadah umrah yang mulai menjamur, hal ini dikarenakan hampir setiap orang semakin sering berpergian umrah yang secara tidak langsung hal tersebut membutuhkan jasa travel agen. Perkembangannya terlihat sangat pesat karena sebagian besar penduduk Indonesia adalah muslim. Ditambah permintaan keberangkatan umrah setiap

---

<sup>2</sup> Muhammad Abdul Karim Mustofa, *Kamus Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Asnalitera, 2012), h. 35.

<sup>3</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), Cet Ke-1, h. 3.

bulannya semakin meningkat membuat bisnis biro perjalanan ibadah umrah ini semakin ramai saja.

Namun dikalangan masyarakat pada umumnya, yang bisa menjalankan ibadah umrah terdapat pada keluarga yang berpenghasilan cukup mampu. Sedikit sekali dari keluarga yang sederhana bisa menunaikan ibadah umrah, apalagi dari keluarga miskin, sehingga bagi keluarga yang sangat sederhana butuh waktu yang lama untuk menabung hingga tercapai pada biaya umrah yang diperlukan.

Bagi kaum muslimin yang memiliki keinginan kuat untuk melaksanakan ibadah umrah, namun keterbatasan biaya maka hal ini bisa diwujudkan melalui salah satu sistem marketing yang terdapat di PT. JP Madania yaitu dengan menggunakan sistem kemitraan. Dimana PT. JP Madania tersebut akan memberikan *fee*/bonus kepada mitra sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Sehingga penting untuk diketahui dalam mengawali kerjasama adalah adanya perjanjian atau akad yang jelas.

Akad adalah perikatan antar *ijab* dan *qabul* dengan cara yang dibenarkan *syara'* yang menetapkan adanya akibat-akibat hukum pada objeknya.<sup>4</sup> Sehingga akad harus dibuat oleh kedua belah pihak karena dengan akad itu menjadikan transaksi sah dan tidak sah.

Kerjasama dalam mitra usaha membutuhkan akad sebagai media perjanjian komitmen serta menjadikan tali tolong menolong bersifat timbal balik. Maka penting bermuamalah mengharuskan adanya kejelasan akad

---

<sup>4</sup> Veithzar Rivai, dkk, *Islamic Transaction In Business dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), Cet. Ke-1, h. 225.

dimana bertujuan untuk menyelaraskan tujuan demi kepentingan individu maupun bersama demi kerelaan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kemitraan artinya kata mitra adalah teman, kawan kerja, pasangan kerja, rekan, kemitraan artinya perihal hubungan atau jalinan kerjasama sebagai mitra.<sup>5</sup>

Kerjasama atau kemitraan yang dimaksud disini adalah kerjasama dalam berusaha mendapatkan keuntungan. Secara umum kerjasama adalah suatu bentuk tolong menolong yang disuruh dalam agama selama kerjasama itu bukan dalam bentuk dosa dan permusuhan, sebagaimana dinyatakan dalam al-Quran surat al-Maidah ayat 2:

﴿وَتَوَلَّوْا نِعْمَةً مِّنْ رَّبِّكُمْ إِذْ اتَّخَذْتُمْ مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ أَنُحْبِبَنَّكُمْ فَإِنْ أَبَتْ حَتَّىٰ اتَّخَذْتُمْ آبَاءَهُمْ أَوْ أَبْنَاءَهُمْ أَوْ إِخْوَانَهُمْ أَوْ عَمَلَهُمْ كُبْرًا بَيْنَكُمْ فَكُونُوا صِدْقًا لِلَّهِ وَاللَّهُ شَهِيدٌ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ غَافِقٌ﴾

Artinya: “Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan.”<sup>6</sup>

Sementra istilah kemitraan dalam Islam adalah *syirkah* yaitu penggabungan, pencampuran atau serikat, sedangkan secara istilah *syirkah* adalah perjanjian atau akad antara orang-orang yang berserikat dalam hal modal dan keuntungan.<sup>7</sup>

Dengan demikian *syirkah* adalah perjanjian antara dua orang atau lebih untuk memasukkan suatu *imbreg* (uang, modal, dan tenaga kerja) dengan

<sup>5</sup> Martin Carnoy dan Derek Shearer, *Ekonomi Demokrasi*, (Sharpe Inc, 1980), h. 275-276.

<sup>6</sup> Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahannya, (Bandung: Syamil Quran, 2010), h. 106.

<sup>7</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2010), h. 116.

kesepakatan bahwa setiap pihak akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan saling menanggung risiko kerugian yang kemungkinan akan terjadi dimasa yang akan datang.

Setiap perusahaan selalu berusaha untuk dapat tetap hidup, berkembang dan bersaing. Dalam rangka inilah, maka setiap perusahaan selalu menetapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan pemasarannya. Kegiatan pemasaran yang dilakukan, diarahkan untuk dapat mencapai sasaran perusahaan yang dapat berupa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam jangka panjang dan *share* pasar tertentu dalam suatu jangka waktu tertentu.<sup>8</sup> Pengarahan kegiatan pemasaran tersebut hanya mungkin dapat dilakukan dengan penetapan garis-garis besar pedoman atau patokan umum perusahaan dalam bidang pemasaran, yang sering dikenal dengan kebijakan pemasaran. Kebijakan pemasaran tentunya sejalan dengan konsep pemasaran, yang menekankan pemberian pelayanan memuaskan kepada konsumen, melalui kegiatan dan strategi pemasaran yang terpadu dan memungkinkan diperbolehkannya keuntungan atau laba jangka panjang.<sup>9</sup>

Sehubungan dengan itu PT. JP Madania adalah salah satu dari sekian banyak perusahaan yang memasarkan jasa perjalanan ibadah umrah di kota Pekanbaru. Untuk terus tumbuh dan berkembang maka PT. JP Madania berusaha menarik sebanyak mungkin konsumen dengan berbagai cara. Mulai

---

<sup>8</sup> Assauri Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007), Cet Ke-1, h. 197.

<sup>9</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisa Perencanaan Implementasi dan Kontrol*, (Jakarta: Prehalindo, 1997), jilid 1, Cet. Ke-1, h. 238.

dengan memberikan berbagai sarana dan fasilitas, harga yang bersaing, pelayanan yang memadai, dan didukung dengan berbagai promosi yang sehat.

Selain usaha yang dilakukan oleh PT. JP Madania dalam menarik minat konsumen untuk membeli produk jasa perjalanan ibadah umrah diatas, PT. JP Madania juga melakukan pengembangan dan perluasan pasar melalui pembentukan jaringan mitra keberbagai daerah Kabupaten di Riau, salah satunya di Kabupaten Kuantan Singingi.

Dalam pembentukan mitranya PT. JP Madania membuat Memorandum of Understanding (MoU) atau pra kontrak yaitu suatu dokumen resmi berbahasa hukum dibuat sebagai tanda kesepakatan antara PT. JP Madania dan mitranya yang telah bernegosiasi dan bermufakat untuk suatu tindakan tertentu, tapi tidak mengikat para pihak secara penuh.

Namun realita di lapangan dari 50 orang mitra PT. JP Madania yang berada di Kabupaten Kuantan Singingi yang aktif mencari jamaah untuk diberangkatkan umrah hanyalah 3 sampai 4 orang mitra saja yang betul-betul serius mencari jamaah umrah.<sup>10</sup> Jika satu orang mitra saja mendapatkan sepuluh jamaah umrah, maka *fee*/bonus yang diperoleh mitra itu sendiri juga besar, bahkan mitra yang mendapatkan 15 orang jamaah umrah bisa mendapatkan bonus pergi umrah gratis. Asumsikan saja lima puluh orang mitra itu mendapatkan masing-masing dua orang jamaah umrah, itu berarti sudah seratus orang yang mendaftar untuk diberangkatkan umrah. Maka bisa diperoleh keuntungan yang besar bagi mitra itu sendiri jika benar-benar serius

---

<sup>10</sup> Bapak Sarpeli, (Pusat Informasi PT. JP Madania) Wawancara. Teluk Kuantan 17 januari 2015.

untuk mencari jamaah umrah, dan juga PT. JP Madania akan memperoleh laba yang besar untuk kelangsungan perusahaan jika semua mitranya giat dan serius mencari jamaah umrah.

Sementara kemanfaatan kemitraan pada PT. JP Madania dapat ditinjau dari tiga sudut pandang. Pertama, dari sudut pandang ekonomi, kemitraan ini bisa memberikan efisiensi, produktifitas, dan peningkatan kualitas produk. Kedua, dari sudut moral, dapat menunjukkan kebersamaan dan kesetaraan. Ketiga, dari sudut pandang sosial, dapat mencegah kesenjangan dan kecemburuan sosial. Kemanfaatan kemitraan ini dapat dicapai sepanjang kemitraan yang dilakukan didasarkan pada prinsip saling memperkuat, memerlukan, dan menguntungkan.

Dari latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti tentang pelaksanaan kemitraan yang ada di biro penyelenggara ibadah umrah di PT. JP Madania sebagai lembaga bisnis syariah yang menerapkan akad *wakalah bi al-Ujrah*, yang artinya akad *wakalah* dengan memberikan *fee* atau bonus kepada wakil<sup>11</sup>. Kemudian, penulis memberikan judul penelitian ini dengan: **“PELAKSANAAN KEMITRAAN PADA BIRO PERJALANAN IBADAH UMRAH DI PT. JP MADANIA PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.”**

---

<sup>11</sup> Muhammad Abdul Karim Mustofa, *Kamus Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Asnalitera, 2012), h. 174.

## **B. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah pada pelaksanaan kemitraan di Kabupaten Kuantan Singingi pada biro perjalanan ibadah umrah di PT. JP Madania dalam menarik calon jamaah umrah menurut perspektif ekonomi Islam.

## **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah:

1. Bagaimana bentuk kerjasama PT. JP Madania Pekanbaru dengan mitra di Kabupaten Kuantan Singingi?
2. Bagaimana kendala dan upaya mitra PT. JP Madania Pekanbaru dalam mendapatkan jamaah umrah?
3. Bagaimana pelaksanaan kemitraan di PT. JP Madania Pekanbaru dalam menarik calon jamaah umrah menurut perspektif ekonomi Islam?

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui pelaksanaan kemitraan yang dijalankan oleh biro penyelenggara ibadah umrah di PT. JP Madania Pekanbaru.
  - b. Untuk mengetahui pandangan Ekonomi Islam terhadap pelaksanaan kemitraan oleh biro penyelenggara ibadah umrah PT. JP Madania Pekanbaru.



## 2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi peneliti secara pribadi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang bersifat kontekstual sehingga peneliti mampu menyeimbangkan dan beradaptasi dalam pemikiran yakni menjadi kontribusi ilmiah bagi perkembangan intelektual penulis sendiri sehingga dapat melihat masalah itu secara luas dan objektif.
- b. Sebagai syarat bagi penulis dalam menyelesaikan Studi guna mendapatkan gelar sarjana Ekonomi Islam (SE. Sy) pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- c. Bagi pembaca, secara umum diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu para pengkaji *Ekonomi Islam* dalam memahami pelaksanaan kemitraan yang berkembang dalam penyelenggaraan ibadah umrah.
- d. Bagi universitas, diharapkan bisa memberikan kontribusi berupa referensi ilmiah yang terpercaya serta dapat dipertanggungjawabkan, begitu juga dapat dijadikan sebagai informasi-informasi tambahan khususnya dalam bidang studi Ekonomi Islam.
- e. Bagi Perusahaan PT. JP Madania sebagai bahan evaluasi bagi perusahaan serta sebagai bahan untuk memperbaiki sistem yang telah tertata untuk lebih baik dan lebih diminati masyarakat secara luas.

## E. Metode Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan, maka metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), metode tersebut diterapkan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. JP Madania Pekanbaru yang terletak di Jl. Panda No. 27/45 Sukajadi, telp: (0761) 47168/47167.

### 2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian ini adalah mitra, karyawan, dan pusat informasi PT. JP Madania Pekanbaru.
- b. Objek Penelitiannya adalah pelaksanaan kemitraan pada PT. JP Madania Pekanbaru.

### 3. Populasi dan Sampel

- a. Populasi ialah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran baik kuantitatif maupun kualitatif, daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas.<sup>12</sup>

Adapun yang menjadi populasinya adalah 2 orang karyawan bagian Pemasaran dan 1 orang pusat informasi PT. JP Maadani, serta 50 orang mitra PT. JP Madania Pekanbaru yang berdomisili di Kabupaten Kuantan Singingi.

- b. Sampel menurut Ferguson (1976) adalah beberapa bagian kecil atau cuplikan yang ditarik dari populasi atau porsi dari suatu populasi.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setiasy Akbar, *Metedologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 42.

Jumlah sampel diketahui secara pasti dan pertimbangan waktu, tenaga, dan biaya, maka penelitian ini mengambil sampel yang berjumlah 25 orang mitra yang berdomisili di Kabupaten Kuantan Singingi. Maka penulis menggunakan teknik *purposive sampling* (sampel bertujuan).

#### 4. Sumber Data

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Sumber data yang digunakan adalah:

##### a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari lapangan berupa tanggapan responden yang diperoleh melalui angket, observasi, dan wawancara dengan karyawan PT. JP Madania Pekanbaru serta mitra yang berdomisili di Kabupaten Kuantan Singingi.

##### b. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari literatur-literatur yang berhubungan dengan pembahasan penelitian ini.

#### 5. Metode Pengumpulan Data

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

- a. Observasi, yaitu metode pengumpulan data dengan pengamatan langsung dilapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang diteliti.

---

<sup>13</sup> Consuelo G. Sevilla, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta: UI Press, 1993), h. 160.

- b. Wawancara, yaitu metode pengumpulan data dengan melalui proses tanya jawab langsung dengan karyawan dan pusat informasi PT. JP Madania Pekanbaru.
- c. Angket, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara membagikan daftar pertanyaan kepada mitra PT. JP Madania Pekanbaru yang berdomisili di Kabupaten Kuantan Singingi.
- d. Dokumentasi, yaitu metode pengumpulan data dengan mengambil dokumen-dokumen yang berkaitan dengan apa yang diteliti.
- e. *Library Research*, yaitu penelitian dengan membaca beberapa buku referensi yang ada di perpustakaan sebagai penunjang dalam penelitian ini.

#### 6. Analisa Data

Analisa data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif, yaitu analisa yang bersifat penjelasan dari data-data dan informasi yang kemudian dikaitkan dengan teori dan konsep-konsep yang mendukung pembahasan, dimana penjelasan ini menggunakan metode kualitatif yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat untuk memperoleh kesimpulan.

#### 7. Metode Penulisan

Setelah data yang terkumpul dianalisis, maka penulis mendeskripsikan data tersebut dengan menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Metode Deduktif, yaitu penulis mengemukakan kaidah-kaidah atau pendapat-pendapat yang bersifat umum kemudian dibahas dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Metode Induktif, yaitu dengan menggunakan fakta-fakta atau gejala-gejala yang bersifat khusus, lalu dianalisis, kemudian diambil kesimpulan secara umum.
- c. Metode Deskriptif, yaitu dengan mengemukakan data-data yang diperlukan apa adanya, lalu dianalisis, sehingga dapat disusun menurut kebutuhan yang diperlukan dalam penelitian ini.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Untuk memberi kemudahan dalam memahami skripsi ini, maka penulis menguraikan susunan penulisan secara sistematis, yaitu sebagai berikut:

##### **Bab I Pendahuluan**

Dalam bab ini didalamnya akan memuat beberapa rincian yakni mengenai, latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

##### **Bab II Profil PT. JP Madania Pekanbaru**

Dalam bab ini menjelaskan tentang sejarah berdirinya PT. JP Maadania Pekanbaru, visi dan misi PT. JP Maadania Pekanbaru, Legalitas PT. JP Madania Pekanbaru, mitra kerjasama, ustad-ustad pembimbing PT. JP Madania Pekanbaru, program paket umrah dan haji PT. JP Madania Pekanbaru, serta struktur organisasi PT. JP Madania Pekanbaru.

### **Bab III Landasan Teoritis**

Dalam bab ini membahas pengertian kemitraan, dasar hukum kemitraan, pengertian *syirkah*, dasar hukum *syirkah*, macam-macam *syirkah*, rukun dan syarat *syirkah*, hal-hal yang membatalkan *syirkah*.

### **Bab IV Pelaksanaan Kemitraan Pada Biro Penyelenggara Ibadah Umrah Di PT. JP Madania Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam.**

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan tentang bentuk kerjasama PT. JP Madania Pekanbaru dengan mitra di Kabupaten Kuantan Singingi, kendala dan upaya mitra PT. JP Madania Pekanbaru dalam mendapatkan jamaah umrah, dan pelaksanaan kemitraan di PT. JP Madania Pekanbaru dalam menarik calon jamaah umrah menurut perspektif ekonomi Islam

### **Bab V Penutup**

Dalam bab ini berisi kesimpulan, saran, serta referensi yang menunjang penulisan dalam penelitian ini.