

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang komprehensif yang tidak hanya membahas masalah ibadah, zakat, puasa, haji saja melainkan Islam juga membahas masalah bisnis. Dalam bisnis Islami, keimanan kepada Allah, Rasul-Nya, kitab-kitab-Nya, malaikat-Nya, hari akhirat, dan Qadar baik dan buruk menempati posisi yang sangat sentral dalam seluruh aktivitas kehidupan manusia.

Islam tidak menolak kehidupan dan kebutuhan materialistis, tapi menjadikan materi sebagai segalanya itulah yang tidak bisa diterima. Usaha untuk menjadikan materi hidup tidak bertentangan dan spritualitas, bahkan hal tersebut merupakan kewajiban, hanya saja cara mendapatkan harus dengan jalan yang halal¹.

Dalam kehidupan di dunia tampaknya selalu ada permasalahan yang menjadi problem yang harus dipecahkan atau tantangan yang harus dihadapi dan dijelaskan. Secara ideal, yakni sesuai dengan ajaran Islam yang sebenarnya, menghadapi perkembangan zaman semestinya tidak masalah, karena ajaran Islam mengandung nilai-nilai Universal. Lebih dari itu, Islam pada hakikatnya mengajak untuk kemajuan, prestasi, kompetisi sehat, dan yang pada intinya adalah harus mampu memberi rahmat untuk alam semesta².
Bagaimana Allah SWT menjelaskan dalam QS. Al-Baqarah(2) ; 185

¹ Faisal Badroen, et.al, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta:Kencana, 2006), Cet. Ke-2, h. 132

² A. Qodri Azizy, *Membangun Fondasi Ekonomi Umat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, h. 24.



Artinya: *Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu.*

Dalam QS. Al-Anbiyaa' (21) : 107 Allah juga menjelaskan



Artinya: *Dan tiadalah kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.*

Kehidupan dunia bisnis saat ini kondisinya semakin kompleks, kompetitif, bergerak dengan cepat dan semakin sulit untuk diprediksi. Begitupun dengan berbagai tantangan bisnis yang muncul menyertainya, membawa implikasi bisnis yang tidak kalah sulit dan berat untuk mengatasinya³. Seorang pengusaha haruslah mengenai potensi diri dan bisnisnya dengan baik agar bisnis yang ia tekuni menjadi lebih baik dari sebelumnya untuk terus melangkah⁴.

Pengembangan sektor industri khususnya industri kecil mempunyai dampak positif terhadap pertumbuhan perekonomian suatu daerah khususnya dan Negara pada umumnya. Meskipun penghasilan industri kecil pada umumnya masih tergolong rendah, namun eksistensinya tidak dapat diabaikan dalam kelesuan ekonomi.

Menurut Ananta, struktur ekonomi dikembangkan sehubungan dengan industrialisasi pada umumnya adalah industri kecil dan industri rumah tangga yang merupakan industri bercorak padat karya, sehingga banyak menyerap

h.01 ³ Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif*, (Jakarta: PT. Raja Gravindo, 2008),

⁴ Adi Susanto, *Kewiraswastaan*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h. 145

tenaga kerja lebih banyak. Tumbuhnya industri kecil dan industri rumah tangga pada tahap pasar internasional dapat menjadi pendorong tumbuhnya industri di Indonesia.⁵

Makanan khas atau makanan tradisional adalah wujud pencapaian estetika tentang bagaimana bangsa dalam rentang waktu sejarah tertentu yang terbangun dengan spirit dan citra rasa. Oleh sebab itu terdapat suatu ungkapan yang mengatakan bahwa sekali-kali jangan pernah mengatakan telah mengenal sebuah bangsa, jika belum mengenal makanan khas negara tersebut. Ungkapan ini berlaku bagi negara manapun termasuk Indonesia. Jadi, jangan berbicara tentang Indonesia jika belum mengenal makanan khas yang dihasilkan setiap daerah yang ada di Indonesia.

Setiap daerah memiliki beragam potensi yang dapat dikembangkan, dari mulai perbedaan kebudayaan hingga makanan khas tiap – tiap daerah, mampu menciptakan berbagai peluang usaha yang cukup besar. Usaha rumahan (*home industry*) harus terus ditumbuh- kembangkan, karena usaha sektor terbukti mampu bertahan dari terpaan krisis ekonomi. Salah satu potensi daerah yang sering dimanfaatkan sebagai peluang bisnis adalah makanan khas daerah. Sering dengan permintaan pasar, kini makanan khas daerah sudah banyak dipasarkan di kota - kota besar, dan tidak hanya terbatas di daerah asalnya saja.

Agar dapat bertahan dalam persaingan yang kompetitif, maka perusahaan diharapkan dapat mengembangkan strategi yang efektif, termasuk

⁵ Aris Ananta, *Ekonomi Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : Bina Aksara, 2002), h. 227

dalam hal pemasaran. Pada dasarnya, pemasaran terdiri dari beberapa kegiatan yang dikenal dengan istilah fungsi pemasaran. Salah satu yang menentukan keberhasilan dari kegiatan pemasaran adalah penjualan.

Secara umum, penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang mengajak orang lain untuk membeli barang dan jasa yang ditawarkan yang dapat menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Menurut Basu Swasta, penjualan merupakan suatu ilmu atau seni untuk mempengaruhi pribadi, yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang di tawarkan.⁶ Kegiatan penjualan terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan pembelian, negosiasi harga, dan syarat – syarat pembayaran.⁷

Kegiatan penjualan merupakan bagian dari pemasaran. Pemasaran adalah salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah. Dan hal tersebut dapat dijamin, dari penyimpangan prinsip-prinsip muamalah yang tidak terjadi dalam satu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran diperbolehkan.⁸

Aktivitas penjualan memegang peranan yang sangat penting dalam perusahaan. Penjualan adalah satu indikator bagi keberhasilan suatu perusahaan. Melalui penjualan, perusahaan akan memperoleh pendapatan atau pemasukan yang akan digunakan untuk menunjang kegiatan-kegiatan

⁶ Baru Swasta, *Manajemen Penjualan*, (Yogyakarta : BPFE, 1998), h.8

⁷ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1996), Ed. Ke-1, Cet. Ke-5, h.22

⁸ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung : Mizan Pustaka, 2008), Cet. Ke - 4, h. 27.

perusahaan lainnya. Oleh karena itu, perusahaan harus menentukan kebijakan dan prosedur yang akan diikutinya untuk memungkinkan dilaksanakannya rencana penjualan produk yang telah ditetapkan. Salah satu kebijakan penjualan yang perlu ditentukan oleh perusahaan adalah kebijakan mengenai strategi dalam penjualan produk.

Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh setiap rumah tangga ialah kecilnya pendapatan dan besarnya pengeluaran.⁹ Hal ini menuntut kepada setiap individu berfikir untuk meningkatkan pendapatannya dan taraf hidup. Diantaranya dengan berwirausaha. Hal ini sejalan dengan pengertian wirausaha itu sendiri, yaitu suatu proses penerapan kreatifitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan. Salah satu dengan memulai usaha rumahan (*home industry*).¹⁰

Home berarti rumah, tempat tinggal ataupun kampung halaman. Sedangkan *industry* dapat diartikan kerajinan, usaha, produk barang dan ataupun perusahaan. Singkatan *home industry* rumah usaha produksi barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah. Di kecamatan Rengat ada beberapa home industri di antara dodol kedondong dan kue bawang. Usaha ini berkembang di karenakan dodol kedondong dan kue bawang merupakan makanan yang tahan lama (tidak basi) sehingga mudah dipasarkan sampai keluar kabupaten.

Bolu berendam adalah sejenis kue/makanan khas salah satu daerah Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu. Usaha rumahan (*home*

⁹Stephen m golper, laster. V. chandler, *Ekonomi Uang dan Bank* (Jakarta : Erlangga 1996), h.38

¹⁰Kasmir, *kewirausahaan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006), h. 17

industry)Bolu berendam di Kecamatan Rengatdi produksi hanya di 2 desa saja dari 16 desa Kecamatan Rengat. Diantaranya desa Kampung Pulau yang memproduksi Bolu berendam sebanyak 9 rumah dan Kampung Besar Seberang memproduksi bolu Berendam sebanyak 2 rumah.Setiap rumah mempunyai rata-rata pekerja sebanyak 3 orang atau memproduksi lebih kurang 300 buah dalam pesanannya. Tetapi seiring dengan berjalannya waktu usaha bolu berendam yang dilakukan terdapat peningkatan dalam pengembangan yaitu jumlah produksi bertambah yang pada awalnya memproduksi 300 buah dan sekarang memproduksi lebih dari 1000 buah. Sedangkan dalam penjualan usaha bolu berendam ini dilakukan dengan cara memesan terlebih dahulu setelah itu baru dibuat dan dijual.

Meskipun makanan Bolu berendam merupakan makanan khas, tetapi banyak diantara kita yang belum mengenalnya, karena makanan tersebut tidak dapat kita jumpai atau kita beli ditoko atau warung.Makanan tersebut hanya dapat kita jumpai pada hari-hari khusus, seperti dalam acara resepsi dan hari lebaran.Jika kita lihat dari bentuknya bolu berendam sama dengan bolu biasa. Yang menjadi ciri khasnya adalah bentuknya kecil seperti tampuk manggis.Bentuk tersebut dihasilkan dengan menggunakan cetakan/loyang berbentuk bunga seperti manggis. Rasa bolu berendam sangat manis, karena sebelum dihidangkan makanan ini terlebih dahulu direndam dalam air gula putih, seperti hidangan halue buah buahan. Hanya saja, sewaktu dihidangkan air gula/sirupnya tidak terbawa bersama bolu berendam itu, tapi dipisahkan.

Menurut salah satu Pengusaha rumahan (*Home Industry*) yang bernama Zawiyah, usaha rumahan (*home industry*) merupakan usaha yang bagus untuk dikembangkan, hanya saja bolu berendam ini kurang dapat dikembangkan dikarenakan makanan ini cepat basi atau tidak tahan lama sehingga tidak dapat dipasarkan ke toko ataupun kwarung. Dalam pembuatan bolu tersebut, tidak boleh menggunakan tenaga listrik, jika menggunakan mixer memang telur mengembang, namun ketika dipanggang bolu tersebut tidak bakaljadi,"tuturnya. Bolu tersebut hanya bisa berhasil dibuat jika kocok telur dengan menggunakan tangan dan harus pelan. Jika si pembuat menambah kecepatannya dalam kocok telur dengan kecepatan tinggi, maka rasa bolu tersebut menjadi aneh.

Dalam usaha ini masih perlu dilakukan peninjauan menurut ekonomi Islam. Ekonomi Islam adalah suatu ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari persoalan perekonomian rakyat yang berlandaskan syariat Islam, hal ini sesuai yang diungkapkan oleh Abdul Mannan dalam bukunya mengatakan bahwa ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.¹¹

Dalam pelaksanaan ekonomi Islam menerapkan sistem yang berorientasi pada rahmatan lil' alamin, suatu sistem perekonomian yang menjadi rahmat bagi seluruh alam. Namun dalam pelaksanaannya Ekonomi Islam belum dikenal oleh masyarakat secara mendetail. Ekonomi Islam hanya dikenal dalam ruang lingkup yang sempit yaitu sebagai suatu lembaga

¹¹ Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1997) hal 7

keuangan syariah padahal ruang lingkup Ekonomi Islam itu meliputi sektor riil juga seperti perdagangan, pertanian, industri kecil dan usaha rumah makan. Semuanya merupakan bagian dari ekonomi Islam. Untuk mewujudkan dalam pertumbuhan ekonomi, umat Islam disyariatkan memanfaatkan bumi seoptimal mungkin. Berdasarkan penjelasan diatas maka perlu dilakukan peninjauan lebih lanjut terhadap home industry tersebut, baik dari pengembangan produksi dan penjualan, apakah telah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam atau belum.¹²

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih jauh dalam bentuk karya ilmiah yang disusun dengan judul : **“PENGEMBANGAN DAN PENJUALAN USAHA BOLU BERNDAM DI KECAMATAN RENGAT DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”**.

B. Batasan Masalah

Untuk lebih terarahnya penelitian ini dan mendalam tentang inti permasalahan, maka penulis membatasi pembahasan ini kepada pengembangan dan penjualan usaha bolu berendam dalam perspektif Ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

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

¹² Sad sa,ad Marthon, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Zikrul hakim, 2001) Cet. Ke-1.h. 60

1. Bagaimana pelaksanaan pengembangan dan penjualan usaha bolu berendam di Kecamatan Rengat?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat usaha bolu berendam di Kecamatan Rengat?
3. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang pengembangan dan penjualan usaha bolu berendam di Kecamatan Rengat?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah:

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan pengembangan dan penjualan usaha bolu berendam di Kecamatan Rengat.
- b. Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat usaha bolu berendam di Kecamatan Rengat.
- c. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam tentang pengembangan dan penjualan usaha bolu berendam di Kecamatan Rengat.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Penelitian ini salah satu bahan kajian untuk memperdalam dan memperluas wawasan bagi penulis
- b. Bahan masukan dan bahan informasi dalam penyusunan tugas akhir bagi mahasiswa selanjutnya.
- c. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana syari'ah (SE,Sy) pada fakultas syari'ah dan hukum di jurusan Ekonomi Islam.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, (*field research*) yang dilakukan di Kecamatan Rengat yang terdiri dari 16 Desa. Tetapi dalam penelitian ini penulis membatasi lokasi penelitian menjadi dua desa saja yaitu desa Kampung Pulau dan Desa Kampung Besar Seberang agar hasilnya valid. Di karenakan disana Penulis memilih lokasi di desa Kampung Pulau dan Kampung Besar Seberang banyak terdapat usaha Bolu Berendam. Dan penulis melihat kurangnya perhatian pemerintah dalam mengembangkan usaha ini, terutama dalam pengembangan dan penjualan usaha Bolu Berendam.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek dalam penelitian ini adalah pengusaha bolu berendam.
- b. Objek penelitian ini adalah pengembangan dan penjualan usaha bolu berendam.

3. Populasi dan Sampel

Adapun jumlah populasi penelitian ini tidak diperoleh data pastinya dari pihak desa/ kelurahan. Akan tetapi berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, terdapat 20 tempat usaha Bolu Berendam. Sedangkan sample yang diambil menggunakan teknik purposive sampling. Dimana sample yang diambil berjumlah 11 tempat usaha. yaitu sample yang dipilih secara cermat dengan mengambil orang atau objek penelitian yang selektif dan mempunyai ciri-ciri spesifik.¹³

¹³Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Cet. Ke-1 Edisi 1, h.44-46

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

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

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

5. Teknik Pengumpulan Data

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

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

b. Wawancara yaitu merupakan suatu cara mengumpulkan data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada subjek.

c. Angket yaitu dengan cara membuat pertanyaan yang berhubungan dengan keperluan penelitian yang diajukan pada sumbernya.

d. Studi pustaka yaitu buku-buku yang berhubungan dengan keperluan penelitian.

6. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisa Deskriptif Kualitatif. Yaitu menganalisa data-data berdasarkan persamaan jenis data tersebut, kemudian di uraikan antara suatu data

dengan data lainnya. Sehingga diperoleh gambaran umum yang utuh tentang masalah yang diteliti.

7. Teknik Penyajian Data

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

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan urain dalam penulisan ini maka penulisan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulis.

BAB II : TINJAUAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menerangkan tentang letak geografis, ekonomi, pendidikan dan gambaran umum usaha bolu berendam di Kecamatan Rengat. Dalam bab ini akan di bicarakan tentang letak geografis.

BAB III : TELAAH PUSTAKA

Dalam bab tiga akan di uraikan tentang tinjauan umum kewirausahaan dalam Islam yaitu: proses pengembangan dan penjualan usaha, strategi persaingan pengembangan dan penjualan usaha serta memperdayaan ekonomi rakyat dan pelaksanaan pengembangan dan penjualan usaha dalam Islam.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab empat ini adalah bagaimana pelaksanaan pengembangan dan penjualan usaha bolu berendam di Kecamatan Rengat, apa saja faktor pendukung dan penghambat usaha bolu berendam di Kecamatan Rengat, bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang pengembangan dan penjualan usaha bolu berendam di Kecamatan Rengat.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian dan selanjutnya memberikan saran-saran yang ditunjukkan untuk perbaikan-perbaikan kondisi penulisan yang akan datang.