

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Islam merupakan agama universal dan, komprehensif berarti syariat Islam merangkum seluruh aspek kehidupan baik ritual (ibadah) maupun social (muamalah), sedangkan universal berarti syariat Islam dapat diterapkan setiap waktu dan tempat sampai *yaumul hisab* nanti.¹

Bermuamalah yang harus diperhatikan yaitu bagaimana seharusnya menciptakan suasana dan kondisi bermuamalah yang tertuntun oleh nilai-nilai ke Tuhanan. Paling tidak, dalam setiap melakukan aktivitas *mu'amalah* ada semacam keyakinan dalam hati bahwa Allah SWT selalu mengawasi gerak langkah kita dan selalu berada bersama kita. Jika pemahaman tersebut terbentuk dalam setiap pelaku muamalah (bisnis), maka akan terjadi muamalah yang jujur, amanah, dan sesuai tuntunan *syariah*.²

Berbicara masalah *mu'amalah* berarti membicarakan hubungan manusia dengan manusia dalam kehidupan, agar kehidupan aman dan tenteram, Islam membuat berbagai macam peraturan. Dengan peraturan ini akan tercipta kedamaian dan kebahagiaan hidup bermasyarakat. Demikian manusia tidak akan bisa hidup tanpa bantuan orang lain, karena manusia yaitu makhluk sosial, makhluk yang berkodrat hidup dalam bermasyarakat, yaitu dalam kehidupannya

¹Antonio, Muhammad Syafi'I, *Bank Syari'a dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema , 2001), hlm. 2

²Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah & Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group 2012), hal. 5.

mengharuskan agar setiap orang bekerja dan berusaha dalam rangka untuk memenuhi kehidupannya sehari-hari. *Mu'amalah* merupakan tuntunan yang mengatur tentang hubungan manusia dengan manusia lainnya, disebut juga dengan *hablun minannas*. Seperti jual beli yang merupakan salah satu dari kegiatan *mu'amalah*, karena didalamnya terdapat transaksi ekonomi seperti halnya jual beli yang dilakukan antara penjual dan pembeli, keduanya saling membutuhkan penjual butuh pada pembeli dan pembeli juga butuh pada penjual. Ekonomi Islam hanya dikenal dalam ruang lingkup yang sempit yaitu sebagai suatu lembaga keuangan syariah padahal ruang lingkup ekonomi Islam itu meliputi sector riil juga seperti perdagangan, pertanian, industri kecil dan usaha rumah makan. Semuanya merupakan ekonomi Islam. Untuk mewujudkan dalam pertumbuhan Ekonomi, umat Islam di syariatkan memanfaatkan bumi seoptimal mungkin.

Nilai universal lain dalam ekonomi Islam tentang produksi adalah perintah untuk mencari sumber-sumber yang halal dan baik bagi produksi dan memanfaatkan output produksi ada jalan kebaikan dan tidak mendzalimi pihak lain. Dengan demikian penentuan input dan output dari produksi harus sesuai dengan ekonomi Islam dan tidak mengarahkan kepada kerusakan yang menyebabkan sesuatu menjadi haram³.

Dalam era persaingan usaha yang semakin kompetitif sekarang ini. Ekonomi Islam saat ini telah berkembang dengan pesat. Hal ini dapat dilihat dari maraknya lembaga-lembaga perekonomian baik bisnis maupun keuangan yang melaksanakan usahanya dengan berdasarkan syariat Islam.

³Adiwarman, Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 103

Selain itu, dalam usaha ini masih perlu dalam melakukan peninjauan menurut ekonomi Islam. Ekonomi Islam adalah suatu ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari persoalan prekonomian rakyat yang belandaskan syariat Islam, hal ini sesuai dengan apa yang telah diungkapkan oleh Abdul Mannan dalam bukunya bahwa ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang di ilhami oleh nilai-nilai Islam⁴.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Pemasaran adalah salah satu strategi yang dilakukan oleh banyak pengusaha pada umumnya, sehingga perputaran dalam usaha stabil.

Setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada strategi pemasaran yang dijelankannya. Produk-produk yang dipasarkan di buat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut.

Perkembangan masyarakat yang semakin pesat, kebutuhan hidup yang semakin meningkat, secara tidak langsung telah mendorong masyarakat untuk berfikir bagaimana cara meningkan taraf hidup. Diantaranya dengan berwirausaha. Hal ini sejalan dengan pengertian wirausaha itu sendiri, yaitu suatu

⁴Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1997), hlm. 7

proses penerapan kreatifitas, inovasi dalam memecahkan persoalan dan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan⁵.

Usaha rumahan yang ada di Desa Madupat Kecamatan Camplong memproduksi kerupuk puli yang mana kerupuk puli tersebut diproduksi di rumah sendiri yang dibantu oleh keluarganya dan beberapa tetangga yang menolongnya. Kerupuk tersebut dijual mentahnya ke toko agen kerupuk di pasar.

Awal mulanya pengusaha kerupuk puli menjual kerupuk mentahnya ke agen yang sudah dibungkus per-bal dengan harga Rp. 47.000 (empat puluh tujuh ribu rupiah). Pada saat itu berjalan dengan lancar dalam peroses penjualanya, kemudian dengan berjalanya waktu dan kebutuhan pokok semakin mahal apalagi untuk membayar gaji para pekerja, maka pengusaha kerupuk mengusulkan kepada agen untuk menaikkan harga kerupuknya dengan harga Rp. 50.000 (lima puluh ribu rupiah) akan tetapi agennya tidak mau, malahan mengatakan masyarakat itu ingin krupuk yang enak tapi yang murah. Kemudian pengusaha menawarkan kepada agen untuk lebih memberikan kualitas yang lebih enak lagi, akan tetapi dengan harga lima puluh ribu, Akan tetapi agennya tidak mau dengan tawaran tersebut.

Pengusaha kerupuk berfikir bagaimana untuk usaha kerupuknya agar tetap berjalan, sehingga pengusaha mempunyai konsep untuk di goreng dan dikemas dalam plastik, kemudian di setorkan ke toko-toko, dan sampai sekarang usahanya tetap berjalan. Setiap toko akan menerima 25 bungkus tapi pengusaha hanya menjual 20 bungkus dan 5 bungkusnya untuk hasil toko tersebut. Akan tetapi jika ada krupuk yang sudah melempem atau sudah tidak layak makan, maka pemilik

⁵Kasmir, *Kewiarausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 17

krupuk puli ini akan mengambilnya kembali dan menggantinya dengan kerupuk yang baru. Dan dengan konsep inilah pengusaha bisa menyeimbangkan gaji karyawan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka perlu dilakukan peninjauan lebih lanjut terhadap konsep usaha kerupuk puli baik dari bahan-bahan produksi atau dalam pendistribusiannya, apakah telah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam atau belum. Hal itu penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul: **“Konsep Pemasaran Kerupuk Puli di Tinjau Dalam Ekonomi Islam di Desa Madupat Kecamatan Camplong Kabupaten Sampang”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian bagaimana yang telah diuraikan di atas, maka peneliti mengambil fokus penelitian dalam penyusunan penelitian ini, yaitu:

1. Seperti apakah konsep pemasaran yang diterapkan oleh usaha rumahan kerupuk puli di Desa Madupat Kecamatan Camplong Kabupaten Sampang?
2. Bagaimana konsep pemasaran yang diterapkan oleh usaha rumahan kerupuk puli di Desa Madupat Kecamatan Camplong Kabupaten Sampang jika ditinjau dari ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana konsep pemasaran yang diterapkan oleh usaha rumahan kerupuk puli di Desa Madupat Kecamatan Camplong Kabupaten Sampang.
2. Untuk mengetahui bagaimana konsep pemasaran yang diterapkan oleh usaha rumahan krupuk puli di Desa Madupat Kecamatan Camplong Kabupaten Sampang ditinjau dari ekonomi Islam.

D. Kegunaan Penelitian

Setiap penelitian yang telah diteliti akan memberikan nilai lebih baik apabila penelitian ini dapat memberikan dampak yang lebih baik serta dapat digunakan dan di manfaatkan dalam berbagai hal oleh pihak yang berkepentingan terkait penelitian ini. Adapun kegunaan penelitian ini ialah:

1. Bagi peneliti

Kegunaan bagi peneliti ialah sebagai sarana dalam memadukan antara ilmu yang telah diperoleh waktu kuliah dan realita sosial yang ada di masyarakat sekitar, serta menjadi pengalaman ilmu yang di peroleh dari masyarakat sekitar.

2. Bagi IAIN Madura

Bagi IAIN Madura ialah Sebagai sumbangsih pemikiran dan menjadi literature perpustakaan yang dapat digunakan dan dibaca oleh mahasiswa sebagai bahan referensi baik untuk tujuan meneliti atau yang lain.

3. Bagi Pengusaha Kerupuk Puli

Bagi pengusaha kerupuk Puli ialah hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih pemikiran terhadap pengusaha kerupuk Puli untuk menunjang dan meningkatkan Usaha kerupuk puli sendiri.

4. Bagi Pihak Lain

Bagi pihak lain ialah hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai tambahan informasi, wawasan, dan pengetahuan, sehingga dapat mendorong masyarakat untuk menjadi pengusaha Kerupuk puli yang baru yang lebih baik, dan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

E. Definisi Istilah

1. Konsep yaitu gambaran mental dari objek, proses, atau apapun yang ada di luar bahasa, yang digunakan oleh akal budi untuk memahami hal-hal lain.⁶
2. Pemasaran adalah organisasi yang terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar, sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.
3. Ekonomi Islam yaitu segala sesuatu yang mengendalikan dan mengatur aktivitas ekonomi sesuai dengan pokok-pokok Islam dan politik ekonominya.⁷
4. Kerupuk Puli adalah Suatu usaha makanan yang baru yang berada di desa Matupat Kecamatan Camplong Kabupaten Sampang, makanan ini dikenal memiliki ciri khas berbeda dengan makanan lain karena memiliki tekstur yang berbentuk persegi empat atau bisa berbentuk bulat yang memiliki rasa yang gurih, renyah dan nikmat.

⁶ <https://kbbi.web.id/konsep> diakses tanggal 04 oktober 2018.

⁷ Abd. Hadi, *Dasar-Dasar Hukum Ekonomi Islam*, (Surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2010), hlm. 6.

