

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Indonesia memiliki wilayah pesisir dan lautan yang begitu besar, dan menjadi sumber penghidupan masyarakat sekitar pada umumnya, hal ini disebabkan wilayah pesisir dan laut memiliki berbagai sumber daya alam serta jasa lingkungan yang bisa dijadikan sumber penghidupan. Perikanan merupakan salah satu usaha manusia untuk mencapai kesejahteraan dengan cara mengelola atau memanfaatkan sumberdaya ikan dan biota lainnya yang bernilai ekonomis.

Kegiatan pengolahan ikan di Indonesia masih tergolong pengolahan ikan tradisional dan dilakukan pada skala industri rumah tangga. Namun, pengembangan usaha kecil atau menengah saat ini menjadi perhatian, karena krisis ekonomi yang melanda Indonesia telah menimbulkan harapan pada usaha kecil-mikro untuk dapat menjadi motor perekonomian. Hal ini sesuai dengan pendapat Glendoh bahwa usaha kecil mampu menyerap tenaga kerja, menghasilkan produk dengan harga yang terjangkau bagi kebutuhan rakyat banyak yang berpenghasilan rendah.¹

Membuka usaha atau berusaha adalah sesuatu yang sangat berisiko dan penuh ketidakpastian, namun dibalik itu ada potensi yang menjanjikan bila usaha tersebut berhasil. Bagi industri kecil yang membutuhkan lebih banyak tenaga

¹Dafina Howara, "Strategi Pengembangan Pengolahan Hasil Perikanan di Kabupaten Donggala." *J. Agroland* vol 17, No 3 (April 2013) Hlm., 75.

kerja dan jika kebutuhan itu tidak dapat dipenuhi dari kalangan keluarga sendiri maka akan mencari tenaga kerja yang terdapat disekitar lokasi usaha.²

Pedesaan dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja mengutamakan sistem kekerabatan, namun demikian tidak menutup kemungkinan menggunakan tenaga kerja dari luar lingkungan desa. Masalah-masalah yang sering muncul pada kelompok industri kecil adalah masalah perencanaan yang tidak jelas dan kurang terarah mencakup segi-segi permodalan, bahan baku, teknik produksi dan pemasaran. Wawasan usaha yang sempit dan tidak menyeluruh menghasilkan perencanaan yang kurang matang sehingga usaha kecil yang diharapkan produktif mengalami kemacetan ditengah jalan karena persoalan modal, pasokan bahan baku atau pemasaran. Persoalan semacam itu seringkali muncul secara parsial atau saling berkaitan. Masalah lain yang dihadapi industri kecil yaitu dalam pemasaran. Bagaimanapun hasil produksi harus segera dapat dipasarkan untuk menjamin kesinambungan dan keberlangsungan produksi berikutnya. Hal ini sangat penting mengingat faktor modal industri kecil yang terbatas. Semakin tertimbunnya hasil produksi akibat lambatnya serapan pasar cenderung menghambat perkembangan usaha bahkan dapat menyebabkan kebangkrutan. Masalah pemasaran sesungguhnya menyangkut berbagai faktor terkait antara lain: masalah mutu barang, harga jual, jarak lokasi pemasaran dan transportasi.³

Langkah awal yang harus dilakukan oleh perusahaan yaitu harus mempunyai strategi untuk merencanakan dan mempehitungkan dengan cermat biaya yang di tanggung. Produksi tentunya tidak pernah lepas dari biaya yang

²Leonardus Saiman, *Kewirausahaan Teori, Praktik, Dan Kasus-kasus* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm.76.

³Luluk Dwi Kumalasari, "Problem UKM Dalam Pengembangan Usaha : Studi pada UMK di Desa Mulyoarjo Lawang Malang." *jurnal sospol*, Vol.3 No.1 (Januari-juni 2017) Hlm., 61.

tidak sedikit maka perlu adanya sebuah strategi atau perencanaan, karena dengan strategi atau perencanaan perusahaan dapat mengetahui jumlah yang dihasilkan apakah terlalu besar atau kecil. Memperoleh hasil produksi yang bagus dan tidak memerlukan biaya besar, sangat diperlukan strategi atau perencanaan yang benar. Semakin baik strategi yang dilakukan maka biaya produksi yang digunakan akan semakin efektif dan efisien. Strategi membantu seorang pengusaha mencapai tujuan lebih efektif yang didasarkan atas kajian-kajian dan pemikiran-pemikiran yang matang untuk mencapai tujuan. Langkah awal yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah perencanaan strategi terhadap kebutuhan apa saja yang dibutuhkan dalam memproduksi barang.

Menyusun strategi untuk meraih keunggulan bersaing, setiap perusahaan dihadapkan pada situasi dan kondisi yang berbeda-beda yang terjadi dalam lingkungan intern perusahaan maupun lingkungan ekstern jauh maupun dekat. Situasi yang dihadapi akan membuka peluang sekaligus ancaman bagi keberadaan perusahaan.⁴

Ekonomi Islam secara mendasar berbeda dari sistem ekonomi yang lain dalam hal tujuan, bentuk dan coraknya. Sistem tersebut berusaha memecahkan masalah ekonomi manusia dengan cara menempuh jalan tengah antara pola yang ekstern yaitu kapitalis dan komunis. Singkatnya, Ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang berdasarkan pada Al-Qur'an dan Hadis yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia di dunia dan akhirat.

Ekonomi islam memberikan gambaran bahwa baik pengusaha maupun masyarakat (konsumen kembali pada prinsip pertama ekonomi Islam, yaitu

⁴ Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis* (Malang: Bayumedia Publishing, Juni 2005), Hlm.98

kepercayaan kepada Allah SWT. Oleh karena itu, tujuan berbisnis atau bekerja harus di nilai dengan ibadah. Sebab, seorang muslim ketika bekerja atau berbisnis tidak lain merupakan cerminan diri sebagai *khalifah* di bumi.⁵ Penerapan dasar-dasar dan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam berbisnis atau bekerja dapat memecahkan problematika masyarakat yang selalu berubah. Prinsip tauhid yang dikembangkan dari adanya keyakinan, bahwa seluruh sumber daya yang ada di bumi adalah ciptaan Allah SWT, sedangkan manusia hanya diberikan amanah untuk memiliki dan mengelola, dan memanfaatkannya untuk sementara. Dalam prinsip tauhid dikembangkan dari keyakinan, bahwa seluruh aktivitas manusia termasuk aktivitas ekonominya diawasi oleh Allah Swt, dan semua yang dikerjakan akan dipertanggung jawabkan di akhirat nanti.⁶

Padelegan adalah sebuah desa yang berdekatan dengan pesisir pantai dan juga laut. Desa yang berdekatan dengan laut dan pantai memiliki potensi besar dan banyak peluang dalam perdagangan dan berusaha ataupun tempat wisata. Masyarakat di Desa Padelegan mayoritas menjadi nelayan, dan setiap hari masyarakat disana banyak mendapatkan ikan jika cuaca di laut bersahabat jika tak bersahabat kadang mendapatkan hasil kadang tidak. Hasil tangkapan nelayan biasanya ikan-ikannya dijual hidup ataupun dipanggang, itu semua sudah lumrah di daerah pesisir. Tetapi kali ini masyarakat di Desa Padelegan menemukan inovasi baru dalam mengelola ikan ataupun menjual hasil tangkapan ikan dengan kreatif yaitu dengan cara pengolahan ikan teri. Biasanya ikan teri dijual dengan kedaan hidup ataupun dengan dipepes. Ikan teri sekarang diproduksi dengan cara

⁵ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 118.

⁶ Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 18.

yang berbeda yaitu dengan diolah menjadi krispi, olahan ini terbuat dari ikan teri segar yang dilumuri dengan tepung kanji dan tepung beras yang sudah berbumbu.

Makanan khas Padelegan sudah banyak orang yang mengolah makanan khas daerah pesisir ini, sehingga diperlukan strategi pengembangan yang dilakukan pengusaha agar mampu mengembangkan produk ini dan tidak kalah saing dengan produk-produk baru yang mulai modern. Proses memproduksi ikan teri krispi selama kurang lebih 6 tahun yaitu dari tahun 2012 sampai tahun 2019. Produksi yang dilakukan Ibu Mus ada peningkatan dan penurunan penjualan. Dimana penurunan itu terjadi disaat ikan teri sudah tidak musim dan juga terjadi pada hari-hari biasanya. Kurangnya pembeli dikarenakan ikan teri yang biasanya dibuat untuk oleh-oleh ketika mau lebaran, berpergian atau ketika ada pameran barulah ikan teri banyak laku terjual.

Banyaknya masyarakat yang mengolah ikan teri menjadi ikan teri krispi, pengusaha harus menggunakan berbagai strategi untuk mencapai keunggulan bersaing di area pasar, karena hasil tangkapan ikan teri yang didapatkan nelayan tidak menjanjikan dan juga ikan yang bisa di olah untuk teri krispi itu musiman hal tersebut yang menghambat proses pembuatan ikan teri krispi. Para pengusaha mencari strategi untuk selalu mengembangkan usahanya untuk mencapai keunggulan dari pengusaha lain. Dari pernyataan tersebut pebisnis harus menciptakan inovasi-inovasi baru terhadap produk dari ikan teri krispi ini, namun semua itu tak semudah membalikkan telapak tangan, karena semua pengusaha akan melakukan berbagai strategi untuk menggeser pasar pesaing pengusaha yang lain dan juga tidak terjadi gulung tikar terhadap usahanya.

Hal ini sangat menarik bagi peneliti untuk mengetahui strategi apa yang digunakan dalam pengembangan usaha pengolahan ikan teri krispi di Desa Padelegan Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan. Dengan ini peneliti memilih fenomena ini untuk dijadikan judul penelitian dengan memfokuskan kepada “Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan Teri Krispi di Desa Padelegan Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, secara khusus pembahasan penelitian yang menjadi pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha pengolahan ikan teri krispi di Desa Padelegan Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan?
2. Bagaimana pengembangan usaha pengolahan ikan teri krispi di Desa Padelegan Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan dalam perspektif Ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha pengolahan ikan teri krispi di Desa Padelegan Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan
2. Untuk mengetahui pengembangan usaha pengolahan ikan teri krispi di Desa Padelegan Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan dalam perspektif Ekonomi Islam

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mempunyai dua manfaat yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis. Secara teoretis penelitian ini menjadi suatu tambahan wawasan keilmuan, dan sebagai kontribusi pemikiran dalam hal mengetahui strategi pengembangan usaha. Adapun secara praktis, penelitian ini dapat bermanfaat bagi beberapa pihak antara lain:

1. Bagi Peneliti

Memberikan tambahan pengetahuan dan menambah wawasan keilmuan khususnya dalam bidang kewirausahaan. Sebagai kontribusi penulis terhadap ilmu pengetahuan dalam bahasan tinjauan Ekonomi Islam terhadap pengembangan usaha. Sekaligus juga dapat menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat.

2. Bagi IAIN Madura

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan dapat di jadikan sebagai bahan penelitian lebih lanjut dalam bidang terkait strategi pengembangan usaha pengolahan ikan teri krispi. selain itu diharapkan dapat dijadikan sumber referensi dalam penelitian selanjutnya serta untuk menambah bahan bacaan pada perpustakaan jurusan ekonomi dan bisnis Islam khususnya prodi ekonomi syariah.

3. Bagi Pemilik Usaha

Sebagai bahan evaluasi dan acuan untuk mengembangkan usaha yang baik agar perekonomian dan usahanya dapat tercukupi. Memberikan saran mengenai strategi pengembangan usaha yang baik dan bisa membuka peluang usaha dan juga bisa bersaing dengan baik dengan para pengusaha-pengusaha yang lain.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan memberikan informasi sekaligus menambah pengetahuan dan wawasan masyarakat dalam mengembangkan usahanya menurut perspektif Islam.

E. Definisi Istilah

1. Strategi adalah suatu rencana aksi yang menyelaraskan sumber-sumber dan komitmen organisasi untuk mencapai kinerja unggul.⁷
2. Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan partisipasi dalam berbagai aktivitas pembangunan khususnya di bidang ekonomi, peningkatan kualitas sumber daya alam secara efisien dan berkelanjutan guna meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan. Mendorong masyarakat, pengusaha kecil dan menengah untuk berkembang serta mampu mendukung berkembangnya ekonomi daerah dan menciptakan lapangan kerja dan kesempatan berusaha.⁸
3. Usaha adalah kegiatan yang diperlukan manusia untuk mendapatkan penghasilan berupa uang atau barang yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mencapai kemakmuran hidup.
4. Pengolahan adalah sebuah proses mengolah atau mengerjakan sesuatu (barang dsb) supaya menjadi sempurna.
5. Ikan teri krispi adalah makanan khas Desa Padelegan yang terbuat dari ikan teri segar yang dicampur dengan tepung yang sudah dicampur dengan beberapa bumbu rempah-rempah dan prosenya ini menggunakan proses penggorengan.

⁷Leonardus Saiman, *Kewirausahaan:Teori, Praktik, Dan Kasus-Kasus* (Jakarta:Salemba Empat,2011) hlm.124.

⁸ Muhammad Ismail, "Strategi Pengembangan Ekonomi Rakyat di Provinsi Papua", *jurnal bina praja* Vol. 7,No. 3 (September 2015) hlm., 3.

Makanan ini banyak di minati oleh masyarakat sekitar dan dari luar daerah juga.

Definisi istilah diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha adalah suatu rencana organisasi untuk mencapai keunggulan dalam meningkatkan partisipasi dalam berbagai aktivitas pembangunan khususnya di bidang ekonomi, peningkatan kualitas sumber daya alam secara efisien dan berkelanjutan guna meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan manusia untuk mendapatkan penghasilan berupa uang atau barang yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mencapai kesejahteraan hidup.