

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Agama Islam merupakan agama yang diturunkan oleh Allah SWT ke muka bumi untuk menjadi *rahmatan lil alamin* (rahmat bagi seluruh alam), Islam tidak hanya sekedar mengatur masalah ibadah seseorang hamba kepada Tuhan-Nya, tapi juga mampu menjawab berbagai macam bentuk tantangan pada setiap zaman, termasuk dalam persoalan ekonomi, yang dikenal pada saat ini dengan ekonomi Islam.¹

Ekonomi Islam diikat oleh seperangkat nilai iman, akhlak dan moral bagi setiap aktivitas ekonominya baik dalam posisinya sebagai konsumen, produsen, distributor dan lainnya dalam melakukan usahanya.²

Pengembangan dunia usaha ditujukan untuk menjadi kekuatan dan penggerak utama pembangunan nasional serta peningkatan peran aktif masyarakat yang merupakan bagian integral dari pembangunan nasional dalam mencapai masyarakat yang maju, mandiri dan sejahtera. Disamping itu memperluas kesempatan berusaha serta kesempatan kerja sesuai dengan upaya pembangunan dan pemanfaatan wilayah serta pola usaha yang sesuai dengan potensi dan keunggulan yang dimiliki oleh masing-masing wilayah di Indonesia.

¹ Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h. 1

² *Ibid*, h. 2

Setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya.³

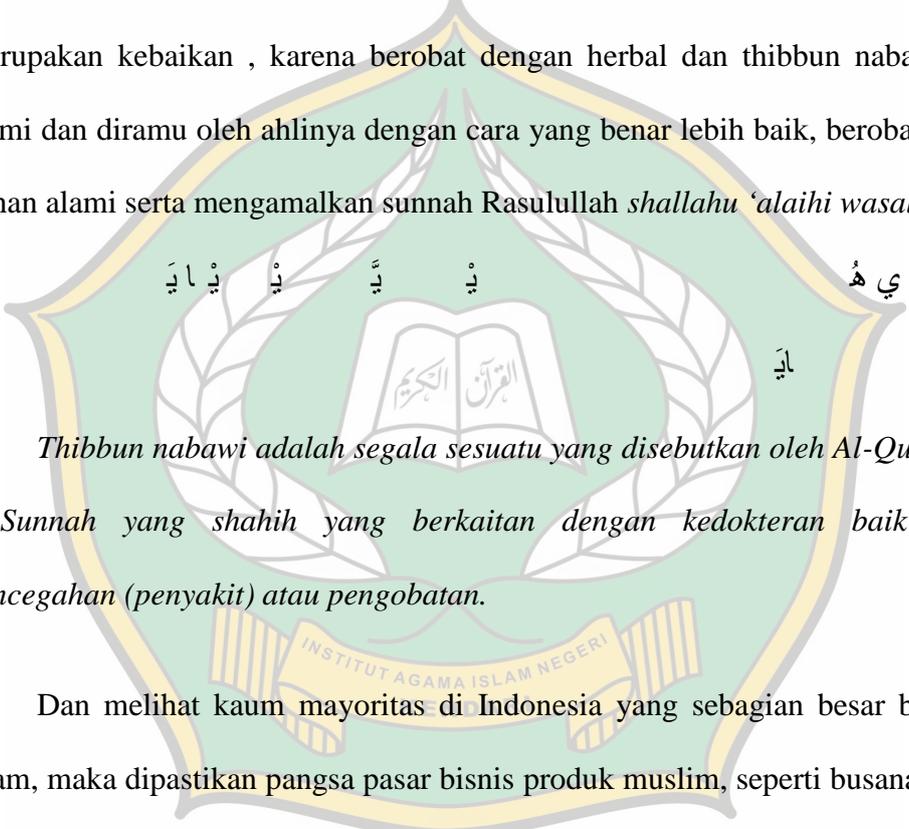
Usaha kecil sebagai salah satu penyangga dalam kegiatan ekonomi masyarakat merupakan fenomena menarik yang perlu diikuti terus dan dibina sehingga dapat tumbuh dan berperan lebih besar dalam perekonomian Indonesia. Jumlah pengusaha demikian banyak, mereka bukan semakin berkembang tetapi semakin menurun dan mengalami kerugian dan kebangkrutan. Ada yang bertahan dalam bisnisnya, sebagian berkembang pesat tetapi tidak jarang yang hanya berjalan ditempat.⁴

Di era globalisasi sekarang ini , semakin banyak masyarakat menggunakan busana muslim. Tidak hanya dipakai pada saat momen hari raya atau pengajian, tetapi juga telah menjadi busana sehari-hari. Keadaan ini ternyata ditangkap oleh produsen busana muslim untuk terus melakukan inovasi, baik dari bahan maupun modelnya. Bisnis busana muslim pun ikut berkembang pesat dan mempunyai peluang yang sangat menjanjikan. Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris business, dari kata dasar busy yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.

³Tjiptono,Frandi. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI, 2001. h.129

⁴Anoraga, Pandji dan Sudantoko, Djoko. *Koperasi, Kewirausahaan Dan Usaha Kecil*. Jakarta : Rineka Cipta, 2002. h. 249

Tidak hanya dari segi pakaian, bahkan pengobatan yang dilakukan oleh masyarakat khususnya umat muslim sebagai sunnah rasulullah yaitu pengobatan herbal. Herbal atau *phytomedicine* adalah praktik pengobatan tradisional yang menggunakan bahan tumbuhan untuk preventif atau terapi⁵. Pengobatan dengan herbal dan thibbun nabawi menjadi sering kita dengar di media massa, dunia maya, seminar-seminar dan dilakukan oleh praktisi. Alhamdulillah hal ini merupakan kebaikan, karena berobat dengan herbal dan thibbun nabawi yang alami dan diramu oleh ahlinya dengan cara yang benar lebih baik, berobat dengan bahan alami serta mengamalkan sunnah Rasulullah *shallahu 'alaihi wasallam*.



Thibbun nabawi adalah segala sesuatu yang disebutkan oleh Al-Qur'an dan Al-Sunnah yang shahih yang berkaitan dengan kedokteran baik berupa pencegahan (penyakit) atau pengobatan.

Dan melihat kaum mayoritas di Indonesia yang sebagian besar beragama islam, maka dipastikan pangsa pasar bisnis produk muslim, seperti busana muslim dan obat herbal, akan semakin baik kedepannya. Namun apakah bisnis ini sesuai dengan anjuran islam?, maka ekonomi yang dijalankannya pun tidak bertentangan dengan ekonomi islam, seperti riba, mengambil hak orang lain, penipuan dan sebagainya.⁶ Karena di era modern ini banyak bisnis-bisnis yang dilakukan hanya

⁵<http://medical-dictionary.thefreedictionary.com/phytomedicine>

⁶Ahmad M. Saifudin, *Studi Nilai-nilai Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta pusat: Media Da'wah dan LIPPM), h. 42

sekedar memperkaya individualismenya sendiri, seperti aliran ekonomi yang dipergnkan oleh kaum kapitalisme.

Toko Andalusia, merupakan salah satu produsen produk-produk muslim seperti busana muslim dan obat herbal, yang memenuhi kebutuhan konsumen di kel. Lalolara kota Kendari. Usaha ini memiliki pemasaran jauh lebih luas, namun belum sampai ke luar kawasan Sulawesi Tenggara.

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, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen.

Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. Perusahaan harus secara penuh tanggung jawab tentang kepuasan produk yang ditawarkan tersebut. Dengan demikian, maka segala aktivitas perusahaan, harusnya diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba.

Tujuan utama konsep pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba, atau dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak. Ini berbeda dengan konsep penjualan yang menitikberatkan pada keinginan perusahaan. Falsafah dalam pendekatan penjualan adalah memproduksi sebuah pabrik, kemudian meyakinkan konsumen agar bersedia membelinya. Sedangkan pendekatan konsep pemasaran

menghendaki agar manajemen menentukan keinginan konsumen terlebih dahulu, setelah itu baru melakukan bagaimana caranya memuaskan.

Dari gambaran diatas, maka penulis berkeinginan melakukan penelitian yang berkaitan dengan bisnis produk muslim yang tidak terlalu besar pengaruhnya terhadap persaingan pasar global yang memunkinkan pertumbuhan dan pemasaran bisnis di Indonesia begitu banyak diminati.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang serta judul penelitian tersebut di atas, maka penulis memfokuskan penelitian hanya pada **“Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pemasaran Produk Pada Toko Andalusia Moslem Store Kendari”**. Untuk membatasi agar fokus permasalahan ini tidak terlalu meluas maka diperlukan suatu rumusan masalah.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana sistem pemasaran produk yang diterapkan pada toko Andalusia Moslem Store Kendari?
2. Bagaimana pemasaran produk di toko Andalusia Moslem Store Kendari ditinjau dari perspektif ekonomi islam?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin penulis capai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sistem pemasaran produk yang diterapkan toko Andalusia Moslem Store Kendari.

2. Untuk mengetahui Bagaimana pemasaran produk di toko Andalusia Moslem Store Kendari ditinjau dari perspektif ekonomi islam.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan bagi pembaca terutama tentang bisnis berbasis syariah pada wirausahawan muslim
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang ilmu ekonomi islam
- c. Bagi peneliti baru, diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan penelitian topik-topik yang berkaitan baik yang bersifat melengkapi ataupun lanjutan.

2. Manfaat praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi wirausahawan muslim di kendari.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu yang didasari pada karakteristik yang didapat diobservasikan dari apa yang sedang didefinisikan atau merubah konsep-konsep yang berupa konkrit dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang diamati dan yang diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain.

Untuk menghindari pemahaman yang kurang jelas mengenai masalah yang akan diteliti maka perlu dikemukakan definisi operasional variable penelitian. Adapun yang menjadi definisi operasional menurut penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ekonomi Syariah adalah usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh orang perorangan, kelompok orang, badan usaha yang berbadan hukum atau tidak berbadan hukum dalam rangka memenuhi kebutuhan yang bersifat komersial dan tidak komersial menurut prinsip syariah.⁷
2. Pemasaran yang dimaksud disini merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. pemasaran adalah bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.⁸
3. Produk yang dimaksud disini adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

⁷Tim Redaksi Fokusmedia. *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*. Bandung : FOKUSMEDIA. Des 2008, h. 7.

⁸William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001 M. h.14.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu agar tidak adanya plagiasi yang dituangkan dalam penelitian ini. Dibawah ini beberapa penelitian tersebut adalah;

1. **Suindrawati**, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (studi kasus di toko jesy busana muslim bapangan, mendenrejo, Blora)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo tahun 2015.¹

Skripsi ini lebih membahas masalah pemasaran dalam meningkatkan penjualan serta kelebihan dan kekurangannya.

2. **Ly Fairuzah Aisyah**, *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Bisnis Busana Muslim CV. Azka Syahrani Collection*, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2011.

Skripsi ini membahas masalah analisis SWOT terhadap konsep ekonomi islam dalam bisnis busana muslim.²

3. **Eka Pratama**, *Strategi Pemasaran CV. Pasir Gumapak Raya Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam*, fakultas Syariah dan Hukum,

¹**Suindrawati**, *Strategi pemasaran islami Dalam Meningkatkan Penjualan (studi kasus di toko jesy busana muslim bapangan, mendenrejo, Blora)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, tahun 2015.

²**Ly Fairuzah Aisyah**, *Tinjauan ekonomi islam terhadap bisnis busana muslim CV. Azka syahrani collection, Kabupaten Kendal*, Fakultas syariah dan hukum, Tahun 2011.