

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan mempunyai peranan yang sangat penting dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan manusia baik individu dan sosial. Setiap hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, perantara maupun sebagai konsumen.

Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Hal-hal yang terjadi dalam kegiatan ini adalah tukar menukar, jual beli, memproduksi memasarkan, bekerja memperkerjakan, serta interaksi manusiawi lainnya, dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dalam kegiatan perdagangan (bisnis), pelaku usaha atau pebisnis dan konsumen (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Untuk itu sangat diperlukan aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan bisnis tersebut agar tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dan dieksploitasi baik pihak konsumen, maupun siapa saja yang ikut terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut.

Bisnis adalah suatu yang dihalalkan. Bahkan sangat banyak sekali yang merupakan para pebisnis dan dari hartanya tersebut dapat memberikan manfaat yang sangat besar bagi perkembangan perekonomian.

Islam memperbolehkan bisnis kecuali hal-hal yang mengarah kepada riba, judi, penyediaan produk atau layanan yang mengandung barang-barang haram. Untuk itu dibalik bisnis menurut Islam yang dihalalkan ini tentu saja ada etika dan memberikan manfaat dari bisnis itu. etika dalam bisnis Islam seperti menjauhi hal yang samar, menghindari judi, menghindari penindasan, menjauhi riba, menjauhi penipuan, menjauhi barang atau produk haram dan menghindari monopoli bisnis.

Bisnis berdasarkan jenis kegiatannya ada bisnis jasa yang merupakan sebuah bisnis yang menggunakan tenaga, ilmu dan juga keahlian dalam bidang tertentu. Jasa merupakan suatu tindakan aktivitas yang ditawarkan pada pihak lain

dan tidak berwujud tetapi bisa dinikmati manfaatnya. Sebuah jasa itu mencakup semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukanlah produk atau bentuk fisik, yang secara umum di konsumsi dan produksinya dilakukan pada saat bersamaan, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (kenyamanan, hiburan, kecepatan, dan kesehatan) yang secara prinsip tidak berwujud pada pembeli pertamanya.

Dalam istilah Islam dikenal dengan mu'amalah, menggambarkan suatu peraturan Allah swt yang harus ditaati dan diikuti dalam kehidupan masyarakat.

Mu'amalah juga dipahami sebagai aturan yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam mengembangkan dan memperoleh harta. Beberapa contoh mu'amalah sesama manusia adalah jual beli, sewa menyewa, upah mengupah, gadai, salam, pindahan utang, serta yang lainnya. Dalam tolong menolong yang diatur dalam hukum Islam sangatlah banyak, dan semua bentuk tolong menolong yang diatur dalam hukum Islam harus didasari dengan transaksi (akad). Dalam bidang mu'amalat, salah satu akad yang dipelajari adalah akad ijarah.

Apabila yang menjadi objek transaksi itu adalah manfaat atau jasa dari suatu benda disebut ijarah al-ayn, seperti sewa menyewa rumah yang ditempati. Bila yang terjadi objek transaksi manfaat atau jasa dari tenaga seseorang disebut dengan ijarah dimmah atau upah mengupah. Sekalipun objeknya berbeda keduanya dalam konteks fikih disebut ijarah.

Salah satu usaha jasa yang saat ini pertumbuhan bisnisnya sedang berkembang adalah usaha laundry. Pada umumnya usaha cuci di masyarakat adalah usaha Laundry pakaian. Bisnis ini ada, tidak lepas dari sifat konsumtif seluruh lapisan masyarakat akan ketertarikannya Para pelaku bisnis jasa cuci pakaian berlomba-lomba untuk menarik para perhatian calon konsumennya dengan inovasi-inovasi baru yang terus dikembangkan.

Karena mulai maraknya bisnis di bidang ini, para pelaku bisnis jasa cuci pakaian haruslah memutar otak untuk terus memberikan pelayanan yang berkualitas, berdasarkan pengalaman yang di peroleh, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai ekspektasi tertentu. Nilai ekspektasi tersebut akan memberikan dampak bagi para pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap pesaing dari produk jasa yang pernah dirasakannya.

Saat ini kepraktisan adalah sesuatu yang sangat dicari, semua orang ingin semuanya serba praktis. Walaupun sering sekali kita mengeluarkan uang lebih untuk kesibukan yang sangat padat, dan tidak adanya waktu membuat semua itu menjadi mungkin. Kesibukan dikantor, ataupun dikampus membuat seseorang tidak memiliki waktu yang cukup luang, bahkan untuk mencuci pakaiannya. Bisnis laundry pakaian sangat potensial terutama di daerah perumahan yang masyarakatnya termasuk golongan menengah keatas dan para mahasiswa.

Momen peluang ini ternyata dimanfaatkan oleh yadi dan santi selaku *owner laundry* pakaian yang bertempat di jl. karang pilang surabaya yang merupakan daerah dimana mayoritas masyarakatnya adalah TNI dan Masyarakat. Dalam sebuah usaha salah satu kelemahan yang kebanyakan dimiliki oleh kalangan usaha mikro termasuk usaha Laundry pakaian adalah pada bidang pemasaran. Pemilik usaha harus menentukan strategi yang digunakan dalam meningkatkan usahanya. Begitupun dalam strategi pengembangan usaha dalam prespektif Islam menggunakan metode marketing mix pada proses pemasarannya. Abuznaid (2013) mengemukakan, dalam islam setiap kegiatan bisnis harus taat pada dua prinsip, yaitu: pertama, taat pada aturan atau tatanan moral yang telah ditetapkan Allah SWT. dan kedua, empati, mensyukuri rahmat dan ciptaan Allah SWT. dengan jalan menahan diri dari tindakan yang merugikan orang lain dan mencegah penyebaran praktik yang tidak etis. Penelitian ini mencoba melihat bagaimana strategi yang dilakukan oleh usaha jasa laundry pakaian dalam konsep ekonomi Islam dengan menggunakan marketing mix sehingga mampu memberikan keunggulan atau potensi yang lebih besar dengan peluang-peluangnya.

## **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan penelitian di atas yang menjadi pokok masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apa yang menjadi faktor kekuatan (strength)?
2. Apa yang menjadi faktor kelemahan (weakness) ?
3. Apa yang menjadi faktor peluang (opportunities) ?
4. Apa yang menjadi faktor ancaman (threats) ?
5. Bagaimana laundry x menentukan strategi bersaing dalam menghadapi persaingan?

### **C. Batasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi pada kekuatan (*strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*) pada Laundry X untuk memformulasikan strategi bersaing pada usaha tersebut.

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui secara internal dan eksternal dengan matriks SWOT untuk menetapkan strategi bersaing yang tepat dan dapat diterapkan usaha Laundry X dalam menghadapi persaingan.
- b. Untuk mengetahui kualitas pelayanan guna menetapkan strategi bersaing yang tepat dan dapat diterapkan usaha Laundry X dalam menghadapi persaingan.

### **E. Manfaat Penelitian**

- a. Bagi UKM Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi evaluasi usaha yang berguna sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan atau penentuan strategi perusahaan, dalam rangka meningkatkan volume penerimaan laundry.
- b. Bagi Peneliti Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang telah didapatkan di bangku perkuliahan, sehingga mampu membandingkan teori dan aplikasinya dalam kenyataan yang terjadi di lapangan.