

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Manusia merupakan sebaik-baiknya makhluk hidup yang dikaruniani akal sehat, dimana dikatakan pula sesempurnanya makhluk hidup adalah manusia. Allah berfirman dalam surat At Tiin ayat 4:

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَن تَقْوِيمٍ

Artinya:

Sungguh, Kami telah Menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.

Allah telah menegaskan bahwa Dia telah menciptakan manusia dengan kondisi fisik dan psikis terbaik. Dari segi fisik, misalnya, hanya manusia yang berdiri tegak sehingga otaknya bebas berpikir, menghasilkan ilmu, dan tangan juga bebas bergerak untuk merealisasikan ilmunya itu, sehingga melahirkan teknologi. Dari segi psikis, hanya manusia yang memiliki pikiran dan perasaan. Penegasan Allah bahwa Dia telah menciptakan manusia dengan kondisi yang terbaik itu mengandung arti bahwa fisik dan psikis manusia itu perlu dipelihara dan ditumbuhkembangkan³.

³ Kementerian Agama RI, *Al Qur'an dan Tafsirnya jilid 8* (Jakarta: Lentera Abadi: 2010), 397.

Konsekuensi dari pernyataan tersebut adalah manusia diembankan tugas yang tidak hanya fokus pada ibadah kepada Allah, namun juga menjalankan fungsi sebagai *khalifah fill Ard*. Lebih jauh lagi, manusia juga diperintahkan untuk selalu berusaha (*ihktiar*) baik dari segi ibadah maupun segi muamalah. Sebagaimana Allah berfirman dalam surat Al Jumua ayat 10

فَإِذَا فُضِّيتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya :

Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.

Dalam segi muamalah, tidak ada batasan bagi manusia untuk menjalankan kegiatan yang berkaitan dengan muamalah sebagaimana pada hukum asal muamalah yang berbunyi

الأصل في الشرط في المعاملات الحِلُّ والِبَاحَةُ إِلَّا يَدْلِيلٌ

Hukum asal menetapkan syarat dalam mu'amalah adalah halal dan diperbolehkan kecuali ada dalil (yang melarangnya)⁴.

Salah satu kegiatan muamalah adalah berbisnis. Bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan

⁴<https://almanhaj.or.id/4319-kaidah-ke-50-hukum-asal-muamalah-adalah-halal-kecuali-ada-dalil-yang-melarangnya-2.html>. diakses 25 Januari 2020

dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Secara substantif sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan praktis kegiatan bisnis terdiri atas kegiatan di bidang produksi, bidang pemasaran, bidang finansial dan bidang sumber daya manusia⁵.

Islam adalah ajaran yang mendorong umatnya memiliki semangat bekerja dan beramal, serta menjauhkan diri dari sifat malas. Kerja dalam Islam memiliki nilai tinggi dan mulia, yang merupakan dasar setiap kebesaran dan jalan menuju kesuksesan. Dengan kerja, manusia akan hidup mulia, dapat merekayasa waktu guna mengembangkan kekayaan. Manusia akan selamat dihadapan Allah, karena Allah membenci hamba yang menganggur.⁶

Berkaitan dengan kegiatan usaha, Indonesia merupakan salah satu negara potensial untuk dikembangkannya sebuah usaha, terutama Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Sebagaimana terlihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah UMKM Tahun 2014-2018⁷

No	Tahun	Jumlah UMKM (Unit)
1	2014	57.900.707
2	2015	59.267.759
3	2016	61.656.547

⁵ Muslich, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), 46.

⁶ Sahmiar Pulungan, "Etos Kerja Dan Etika Profesi Dalam Pandangan Islam", *Wahana Inovasi Volume 3*, 2 (Juli-Desember 2014), 512.

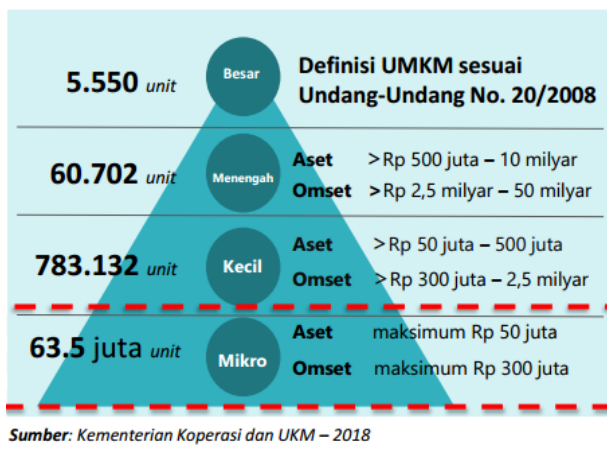
⁷ www.depkop.go.id/data-umkm, diakses 31 Januari 2020.

4	2017	62.928.077
5	2018	64.199.606

Sumber : Data diolah

Definisi UMKM terbagi menjadi empat bagian sebagaimana terlihat pada grafik berikut.

Grafik 1.1 Definisi UMKM sesuai Undang-undang No. 20/ 2008



Berdasarkan grafik tersebut UMKM terdiri dari Usaha Mikro dengan aset maksimum sebesar Rp 50.000.0000 dan omset maksimum sebesar Rp 300.000.0000, Usaha Kecil dengan aset sebesar lebih dari Rp 50.000.000- Rp 500.000.000 dan omset sebesar lebih dari Rp 300.000.000, Usaha Menengah

dengan aset lebih dari Rp 500.000.000- Rp 10 milyar dan omset Rp 2.5 milyar- 50 milyar⁸.

Adapun UMKM di Indonesia mampu memberikan sumbangsih yang besar dalam berbagai aspek, diantaranya 97% total tenaga kerja, 99% total lapangan kerja, 60,34% total PDB Nasional, 14,17% total ekspor, 58,18% total investasi⁹.

Selain memberikan sumbangsih besar terhadap negara, UMKM juga memberikan sumbangsih kepada daerah. Salah satunya di daerah di Kediri. Seperti diketahui pertumbuhan jumlah pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kota Kediri menunjukkan grafik signifikan. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada 2011 ada 32 ribu UMKM. Sedangkan pada 2016 menjadi 39 ribu.¹⁰

Salah satu UMKM yang saat ini berkembang adalah usaha laundry. Jasa pencucian pakaian hingga pengeringan saat ini menjadi usaha yang banyak diminati pebisnis, begitu pula di Kediri. Sebagaimana tertera pada daftar dibawah ini:

⁸Data Kementerian Koperasi dan UKM 2018 dalam Rapat Kerja Nasional 23 Agustus 2019 Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, "Sinergitas Pengembangan KUMKM melalui Penguatan Peran Antar Lembaga",.

⁹Data Sensus Ekonomi BPS 2016 dalam Rapat Kerja Nasional Kementerian Koperasi dan UKM oleh Prof. Dr. Rully Indrawan, M.SI, Sanur 23 Agustus 2019.

¹⁰<https://radarkediri.jawapos.com/read/2018/11/27/105647/puluhan-ribu-umkm-tumbuh-dan-berkembang-di-kota-kediri-1>. Diakses 25 Januari 2020.

- | | | |
|--|---------------------------------|---------------------------|
| 1. Apique Laundry Kediri | 16. Cling Laundry Kediri | 29. Kitty Laundry |
| 2. Firsia Laundry Kediri | | 30. Djoe Laundry |
| 3. Baracks | 17. Laundry Trendy | 31. Jasmine Laundry |
| 4. Najwa Laundry | 18. Vino Laundry | 32. Griya Laundry |
| 5. Rifa Laundry | 19. Deter_gent Laundry | 33. Laundry |
| 6. Callista Laundry 1 | Ngadisimo | Padasuka |
| 7. Laundry Karpet Kediri | 20. SK Laundry | 34. Dina Laundry |
| 8. Zahra Laundry | 21. Laundry QU Kediri | 35. Rapi Jali Laundry |
| 9. Cuci Bersih Shoes & Bags Laundry Kediri | 22. Kaliombo Laundry | 36. Laundry Wangi |
| 10. AR Laundry | 23. Laundry Al_faqih | 37. Bee Laundry |
| 11. DETER_GENT LAUNDRY | 24. Aditiya Laundry | 38. Indra Laundry |
| 12. Sheila Laundry | 25. Express Laundry | 39. Dina Laundry |
| 13. Rumah Laundry | 26. Laundry Rasanfa | 40. Air New Laundry |
| 14. Angela Laundry | 27. Lenny Laundry | 41. Fresh Laundry |
| 15. Binatu/ Laundry Bintang Kediri | 28. Deter_Gent Laundry Jamsaren | 42. IZA LAUNDRY REJOMULYO |
| | | 43. Kiki Laundry |
| | | 44. Azzahra Laundry |
| | | 45. Rinda Laundry |

Salah satu usaha laundry yang berkembang di Kota Kediri adalah Baracks Profesional Laundry Barack Pofesional laundry merupakan usaha laundry yang didirikan oleh Ibu Nur Baity dan Bapak Risang. Keduanya merupakan sosok yang religius, hal tersebut ditunjukkan dengan prinsip yang mereka jalankan dalam berbisnis yang menghindari unsur pinjaman dari lembaga yang terindikasi mengandung unsur riba. Selain itu dalam kegiatan operasional juga mengedepankan

unsur ibadah, dimana ketika terdengar suara *adzan*, aktivitas operasional di tempat usaha diberhentikan sejenak¹¹.

Baracks Profesional Laundry merupakan Laundry di Kota Kediri yang telah bekerja sama dengan hampir seluruh hotel di Kota Kediri. Walaupun sudah banyak laundry yang bermunculan di Kota Kediri, Baracks tetap bisa mempertahankan keeksistensiannya. Melalui inovasi produk dan juga penyediaan fasilitas yang mumpuni serta sumber daya manusia yang dikelola dengan memanusiakan manusia, dimana walaupun setiap hari bahkan ketika perayaan hari besar pun tetap beroperasi. Akan tetapi *owner* barrack mampu *manage* kesemuanya faktor tersebut dengan baik. Baracks Profesional Laundry terus mengalami perkembangan dari awal berdirinya pada tahun 2005 sampai dengan saat ini, hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya hotel yang bekerja sama dengan laundry tersebut. Semula Baracks Profesional Laundry hanya bekerjasama dengan satu hotel, saat ini sejumlah 21 *corporate* telah menjadi konsumen tetap dari Baracks Profesional Laundry. Adapun Beberapa Customer Barack Profesional Laundry¹²:

- | | |
|------------------------------|---------------------------------|
| 1. Grand Surya Hotel | 11. Griya Penanggungan |
| 2. Hotel Merdeka Kediri | 12. Martha Tilaar Salon Day Spa |
| 3. Lotus Garden Hotel Kediri | |
| 4. Viva Hotel By Front One | 13. CitiHub Hotel |

¹¹ Observasi, di Barack Profesional Laundry, 01 Februari 2020

¹² Dokumentasi Barack Profesional Laundry

- | | |
|-------------------------------|------------------------------|
| Kediri | 14. Crown Victoria Hotel |
| 5. Front One Inn Hotel Kediri | Tulungagung |
| 6. Front One Ratu Nganjuk | 15. Hotel Istana Tulungagung |
| 7. Front One Tulungagung | 16. Hotel Dalwa Pasuruan |
| 8. GreenRed Hotel Syariah | 17. Hotel Horison Pasuruan |
| Jombang | 18. Insumo Palace Hotel |
| 9. Hotel Bismo dan Hotel | 19. Omah Pawon Hotel |
| Silaris | 20. Salon Hello and Bridal |
| 10. Nakamura Spa Kediri dan | 21. Golden Restaurant Kediri |
| Tulungagung | |

Kebutuhan akan jasa laundry tidak hanya untuk kalangan rumah tangga atau individu, beberapa *corporate* juga membutuhkan jasa ini. Hotel merupakan salah satu dari sekian *corporate* yang membutuhkan jasa laundry, walaupun dari hotel sendiri mempunyai fasilitas untuk laundry namun fasilitas tersebut masih kurang *cover* kebutuhan dari hotel, terutama untuk laundry linen. Sehingga peluang tersebut dimanfaatkan oleh Baracks Profesional Laundry untuk mengembangkan bisnis dengan menawarkan produk yang semula hanya produk laundry pakaian pada umumnya berkembang menjadi penyedia jasa laundry untuk linen yang dibarengi dengan strategi marketing

yang dijalankan serta beberapa *marketing mix* yang dikombinasikan dengan sedemikian rupa.¹³

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analisis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan dari peluang pertumbuhan usaha. Prospek dan pengembangan usaha dapat dilihat dari faktor-faktor pendukungnya yang menunjang pertumbuhan usaha tersebut¹⁴.

Selain pengembangan, faktor pendukung lain yang harus diperhatikan adalah *marketing*. *Marketing* adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain¹⁵.

Marketing yang dijalankan oleh Baracks Profesional Laundry menekankan strategi marketing dan *marketing mix* yang mana strategi yang diterapkan disesuaikan dengan pelanggan ataupun konsumen yang menjadi pengguna jasa laundry Baracks. Adapun *marketing mix* yang diterapkan disesuaikan dengan prinsip-prinsip yang dijunjung oleh Baracks. Walaupun dari beberapa segi *marketing mix* terdapat perbedaan dengan laundry pada umumnya seperti pada penetapan tarif laundry dan tempat distribusi. Dimana

¹³ Observasi, di Barack Profesional Laundry, 15 Februari 2020

¹⁴ Widaningsih dan Ariyanti, *Aspek Hukum Kewirausahaan* (Malang: Polinema Press, 2018), 90.

¹⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: PT Macanan Jasa Cemerlang, 2002),15.

tarif maupun tempat distribusi yang berbeda tersebut tidak menyurutkan konsumen maupun pelanggan Baracks untuk menggunakan jasa laundry di Baracks. Sehingga Baracks tetap mampu melakukan beberapa pengembangan usaha dalam skala internal Baracks seperti kualitas dan kuantitas sumber daya manusia, penggunaan teknologi dengan kapasitas prima, penggunaan bahan yang menghasilkan output yang baik, sedangkan pengembangan eksternal terlihat dengan pembukaan cabang Baracks di Pasuruan, penambahan produk laundry yang ditawarkan serta bertambahnya perusahaan yang menjadi pelanggan Baracks.

Selain itu, Baracks Profesional Laundry juga telah menerapkan prinsip-prinsip syariat, terutama pada mareting syariah. Yang mana, dalam melaksanakan proses laundry terutama dalam *mentreatment* kain maupun pakaian. Sebelum proses laundry pakaian maupun kain yang akan dilaundry dipilah terlebih dahulu, dimana pemilahan ini ditujukan agar najis yang terdapat pada satu kain atau pakaian tertentu tidak bercampur dengan kain atau pakaian lain yang tidak terkena najis. Sehingga kesucian kain atau pakaian sangat diperhatikan. Selain itu air yang digunakan adalah air yang mengalir bukan air yang menggenang.¹⁶

¹⁶ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «لَا يَغْتَسِلُ أَحَدُكُمْ فِي الْمَاءِ الدَّائِمِ وَهُوَ جُنُبٌ»

Dari Abu Hurairah rodhiyallahu ‘anhu, ia berkata : Rasulullah Shollallahu ‘alaihi wa Sallam bersabda, “Janganlah seorang dari kalian mandi di air yang diam dalam keadaan junub.” Hadis Riwayat Muslim. Al Hafizh Ibnu Hajar Al-‘Asqolani, *Terjemahan Bulughul Maram* (Bogor: Pustaka Ulil Albab , 2006), 18. Mengenai air yang digunakan untuk bersuci diantaranya yaitu: Air hujan, air laut (air asin), air

Adapun marketing syariah adalah prinsip sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholdernya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam¹⁷.

Usaha yang berkembang namun bauran pemasaran yang masih belum dimaksimalkan menjadi alasan penulis melakukan penelitian dengan judul “Implementasi Marketing Dalam Pengembangan Usaha Bisnis Laundry Ditinjau dari Marketing Syariah (Studi Kasus di Baracks Profesional Laundry Banjaran Kota Kediri)”.

B. Fokus Penelitian

Setelah memaparkan konteks penelitian, maka peneliti memberi batasan masalah untuk mengatur agar tidak meluas dari pembahasan utama, untuk itu penulis memberikan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi marketing dalam pengembangan usaha di baracks profesional laundry?
2. Bagaimana implementasi marketing dalam pengembangan usaha di baracks profesional laundry ditinjau dari marketing syariah?

sungai/ bengawan (air tawar), air sumur, air sumber, air es, air embun. Ketujuh air tersebut telah tercakup pada suatu pengertian yakni semua air yang datang dari langit dan yang keluar dari tanah dengan segala macam warna (corak) keadaan ujud air tersebut dari asal kejadiannya. Asy-Syekh Muhammad bin Qasim Al Ghazy, *Terjemahan Fat-hul Qarib*, terj. Achmad Sunarto (Surabaya: Al Hidayah, 1991), 21.

¹⁷ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Marketing Syariah* (Bandung: Mizan, 2006), 9.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diinginkan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui implementasi marketing dalam pengembangan usaha di baracks profesional laundry.
2. Untuk mengetahui implementasi marketing dalam pengembangan usaha di baracks profesional laundry ditinjau dari marketing syariah.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian sesuai dengan tujuan penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta memberikan informasi yang bermanfaat untuk memperkaya khasanah keilmuan terutama yang berkaitan dengan pengambilan keputusan.

2. Kegunaan Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam menentukan strategi yang tepat. Sehingga Baracks Profesional Laundry dapat merumuskan strategi yang tepat dan dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam menambah jumlah konsumen dan cabang baru.

E. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

Dibawah ini beberapa penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini,

yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Aunur Rofiq (2017) dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Usaha Laundry Sepatu Farclen Surabaya”. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian deskriptif dengan analisis SWOT, Matrik SWOT, Analisis strategi faktor eksternal (EFAS), Strategi internal (IFAS) dan matrik QPSM (Quantitative Strategy Planing Matrik). Hasil penelitian menunjukkan strategi yang diterapkan pada usaha laundry sepatu Farclean berada pada Kuadran I (Expansi). Strategi umum yang bisa digunakan oleh Usaha adalah menggunakan kekuatan usaha untuk mengambil setiap keunggulan pada kesempatan yang ada¹⁸. Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang dilakukan dengan Aunur Rofiq dengan penelitian ini. Persamaan dapat diperoleh dari teori yang digunakan yaitu teori pemasaran. Sedangkan perbedaan terletak pada obyek yang diteliti karena peneliti melakukan penelitian pada usaha laundry Baracks Profesional Laundry dan juga teori pemasaran Islam yang digunakan peneliti tidak digunakan oleh penelitian tersebut.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Lia Vetrina Siregar (2019) dengan judul “Analisis Prospek dan Strategi Pengembangan Usaha Jasa Laundry Berbasis Syariah di Kota Medan”. Metode penelitian deskriptif dan

¹⁸ Aunur Rofik, “The Marketing Strategy Of Shoe Washing Services in Surabaya”, *Jurnal Manajemen Kinerja*, Volume 3, 2 (Agustus 2017), 109-124.

analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian berisi tentang faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari usaha jasa laundry berbasis syariah¹⁹.

Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang dilakukan dengan Lia Vetrina Sinegar dengan penelitian ini. Persamaan dapat diperoleh dari teori yang digunakan yaitu teori pengembangan. Sedangkan perbedaan terletak pada obyek yang diteliti karena peneliti melakukan penelitian pada usaha laundry Baracks Profesional Laundry dan juga teori pemasaran Islam dan bauran pemasaran yang digunakan peneliti tidak digunakan dalam penelitian tersebut.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Prasetyawati Thaha (2017) yang berjudul "Strategi Pemasaran Kopi di Kabupaten Tana Toraja "Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan berupa penelitian terapan yang bersifat deskriptif (penjelasan tanpa adanya uji hipotesis) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian berisi tentang alternatif strategi prioritas bagi PT Sulotoco Jaya Abadi berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan.²⁰

Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang dilakukan dengan Dwi Prasetyawati Thana dengan penelitian ini. Persamaan dapat

¹⁹ Lia Vebrina Siregar, Analisis Prospek dan Strategi Pengembangan Usaha Jasa Laundry Berbasis Syariah di Kota Medan, Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2019

²⁰ Dwi Prasetyawati Thana, Strategi Pemasaran Kopi di Kabupaten Tana Toraja, Program Studi Agribisnis Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin Makassar, 2017

diperoleh dari teori yang digunakan yaitu teori pemasaran. Sedangkan perbedaan terletak pada obyek yang diteliti karena peneliti melakukan penelitian pada usaha laundry Baracks Profesional Laundry dan juga teori pemasaran Islam, teori pengembangan yang digunakan peneliti tidak digunakan dalam penelitian tersebut.

F. Sistematika Pembahasan

Guna mempermudah dalam memahami pembahasan pada penelitian ini, maka perlu adanya sistematika pembahasan pada tesis ini. Adapun sistematika pada penelitian ini yaitu:

BAB I Pendahuluan meliputi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Teori, berisi tentang teori yang digunakan untuk menjadi dasar penelitian antara lain teori marketing, marketing syariah, pengembangan usaha.

BAB III Metode Penelitian, berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, prosedur pengumpulan data, pengecekan keabsahan data, teknik analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian, berisi tentang hasil penelitian yang terdiri dari paparan data dan temuan penelitian.

BAB V Pembahasan, berisi tentang jawaban dari permasalahan yang diteliti, tafsiran temuan-temuan penelitian, integrasi temuan penelitian dalam kumpulan pengetahuan.

BAB VI Penutup , berisi kesimpulan, implikasi teoritis dan praktis, dan saran.