

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan kepulauan terbesar didunia, memiliki banyak sekali suku, bahasa, dan juga kultur budaya yang beraneka ragam, namun persebaran penduduknya yang sangat timpang dan tidak merata. Konsentrasi penduduk hanya ada di beberapa wilayah saja, seperti di Pulau Jawa, hal ini memicu berbagai persoalan, tidak terkecuali dalam bidang ekonomi. Kepadatan penduduk yang tinggi di suatu daerah mengakibatkan pemanfaatan sumber daya alam yang semakin besar dan pemanfaatan yang berlebihan dapat memicu penurunan kualitas lingkungan. Oleh sebab itu pemerintah harus mempunyai kebijakan yang bersifat baik untuk kepentingan bersama, yakni dengan cara memberikan solusi lapangan pekerjaan yang cukup agar sumber daya alam bisa dikelola dengan baik dan bermanfaat bagi seluruh rakyatnya¹.

Dunia kewirausahaan merupakan bidang yang sangat menarik untuk ditekuni sekaligus untuk dicermati, karena dalam bidang ini sedikit banyak sudah berhasil menyelamatkan bangsa Indonesia dari keterpurukan ekonomi pada masa sebelumnya. Bidang usaha kerja ini telah menjadi solusi alternatif untuk mendapatkan lapangan kerja baru, ditengah semakin langkanya ketersediaan lapangan pekerjaan. Untuk menumbuhkan minat

¹ Malta, dkk. "Keberdayaan Transmigran Dalam Berusaha Tani Di Kabupaten Banyuasin Dan Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan". Jurnal Penyuluhan, Vol. 12 No. 2. September 2018.

kewirausahawan dapat dilakukan dengan pelatihan seperti kemampuan memotivasi, kemampuan pantang menyerah, dan kemampuan menanggung resiko, semua *skill* tersebut merupakan *skill* yang harus dimiliki oleh wirausaha². Berbicara masalah bisnis, pastinya tidak akan lepas dari yang namanya persaingan dunia usaha. Biasanya tidak ada satu bisnis pun yang dengan leluasa berleha-leha menikmati penjualan dan keuntungannya.

Di Indonesia sendiri begitu banyak kewirausahaan yang ada. Berikut data kewirausahaan yang ada di Indonesia, mulai dari tahun 2015 hingga saat ini 2019. Pada tahun 2015 menurut menteri koperasi dan UKM anak Agung gede ngurah puspayoga bahwa jumlah pengusaha di Indonesia hanya sekitar 1,65% dari jumlah penduduk saat itu, ia juga berpendapat jika jumlah pengusaha bisa bertambah maka akan turun dongkrak ekonomi negara, bertambahnya kesejahteraan masyarakat. Akan tetapi ia juga mengharapkan agar pengusaha membangun usahanya disejumlah daerah di Indonesia dan tidak fokus pada kota besar-besar saja³. Pada tahun 2016 menurut menteri koperasi & usaha kecil dan menengah (UKM) anak Agung gede nguran puspayoga pertumbuhan wirausaha di Indonesia semakin meningkat menurut badan pusat statistik (BPS), rasio wirausaha di Indonesia sebesar 3,10% dari jumlah penduduk sebanyak 225 juta

² Trisninawati. *“Peran Reancana Bisnis Sebagai Alat Untuk Meningkatkan Keberhasilan Usaha (Studi Kasus UMKM Di Bawah Binaan Bina Dharma Entrepreneurship Center (BDEC)”*. Skripsi. (Palembang: Universitas Bina Dharma Palembang)

³ <https://nasional.republika.co.id/berita/nl3i58/jumlah-pengusaha-indonesia-hanya-165-persen>

orang⁴. Pada tahun 2017 pihak menteri koperasi UKM puspayoga menargetkan rasio wirausaha di Indonesia mencapai 4% pada awal 2017. Kurun waktu 2th dapat mencapai rasio kewirausahaan 3,1% dan berharap di tahun 2017 naik menjadi 4% dengan penduduk Indonesia yang sudah mencapai 250 juta orang. Target 4% tersebut sangat mungkin dicapai jika ada kerja sama antar pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan kampus serta pihak lainnya. Data BPS menyebutkan pelaku usaha bidang non pertanian sebanyak 26,7 juta orang dengan perincian jumlah penduduk yang usahanya tidak menetap sebanyak 18,9 juta yang usahanya menetap dengan jumlah 7,8 juta dengan jumlah penduduk Indonesia 252 juta jiwa. Data BPS juga menunjukkan terjadi peningkatan kelas pelaku usaha dari pemula menjadi usaha mikro naik 12% pelaku mikro usaha kecil naik 9% sedangkan dari pelaku usaha kecil menengah sekitar 1%⁵. Pada tahun 2018 badan perencanaan nasional, badan pusat statistik dan united nation population fund, memprediksi usaha mikro kecil & menengah (UMKM) di Indonesia sebanyak 58,97 juta orang dengan jumlah penduduk di Indonesia diprediksi mencapai 265 jt jiwa. Pada bidang pembiayaan kementerian koperasi dan UKM (KEMKOP UKM) Yuwana sutyowanti jumlah usaha mikro sebanyak 58,91 juta unit, usaha kecil 59.260 unit dan usaha besar 4.987 unit. Yuwana juga membeberkan data badan pusat statistik tercatat 3,79 juta pelaku UMK telah memanfaatkan teknologi

⁴<https://money.kompas.com/read/2017/03/11/191200526/menkop.sebut.rasio.wirausaha.terus.meningkat>

⁵ <https://kominfo.go.id/content/detail/9503/pejuang-besar-jadi-pengusaha-di-era-digital/0/berita>

digital⁶. Pada tahun 2019 ini jumlah wirausaha di Indonesia menembus 3,1% dari total jumlah penduduk sekitar 260 juta jiwa / sekitar 8,06 juta jiwa, angka tersebut melampaui standar internasional sebanyak 2%. Hal itu dikatakan Endang suwartini selaku direktur industri kecil dan menengah, logam, mesin, elektronika & alat angkut (LMEA), kementerian perindustrian RI dalam rangka kunjungan kerja di Pekan baru, beliau mengatakan pihaknya optimis jumlah wirausaha di Indonesia bisa mencapai 5% di tahun 2019⁷. Jadi data kewirausahaan di Indonesia dari tahun 2015-2019 terus terjadi peningkatan.

Manajemen berasal dari kata “*manage*” yang berarti mengatur. Manajemen adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang bagaimana mengatur dan mengelola suatu organisasi agar bisa mencapai tujuan yang sudah ditetapkan oleh suatu perusahaan dengan rapi, tepat, dan terarah. Orang yang menjalankan manajemen adalah manajer yakni orang yang memegang jabatan tertentu dengan kendali penuh atas perusahaan dan dengan hak dan wewenangnya bisa mengambil suatu langkah dan keputusan dalam perusahaan. Manajemen dikatakan sebagai ilmu dan seni. Dikatakan sebagai ilmu karena manajemen bisa dipelajari melalui praktek-praktek yang ada dilapangan baik itu kasus yang berhasil maupun yang gagal, sehingga akan menimbulkan suatu teori sebagai hasil dari tindakan tersebut. Sedangkan manajemen dikatakan seni karena didalam prakteknya

⁶ <https://keuangan.kontan.co.id/news/jumlah-pelaku-umkm-di-2018-diprediksi-mencapai-5897-juta-orang>

⁷ <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3478598/jumlah-ukm-diproeksikan-tumbuh-5-persen-pada-2019>

akan memiliki karakteristik yang berbeda-beda dari setiap individu, meskipun dengan teori yang sama ⁸.

Dalam era globalisasi, perilaku konsumtif setiap orang semakin bertambah dan semakin tidak terkendali. Dengan adanya teknologi yang semakin lama semakin berkembang menyebabkan kebiasaan dan gaya hidup setiap orang mengalami perubahan yang cepat. Perilaku konsumtif cenderung membuat seseorang mengeluarkan biaya yang lebih untuk memenuhi keinginan, bukan kebutuhannya. Pola perilaku ini umumnya akan menyasar kepada kehidupan remaja, karena masa remaja merupakan masa dimana terjadi transisi dari anak-anak menuju dewasa yang didalamnya setiap remaja akan menjalani proses mencari jati diri. *Trend* dan *mode* membuat remaja semakin ingin untuk bisa mengeksploitasi apa saja yang menjadi *trending* pada saat itu. Salah satu produk yang digemari oleh kalangan remaja adalah pakaian dengan produk desain yang unik dan jumlah produk yang terbatas. Produk ini biasanya sering disebut dengan produk *distribution outlet* (distro)⁹.

Distro diartikan sebagai tempat atau toko yang berfungsi untuk menjual berbagai macam merk yang didesain sendiri. Pada zaman modern seperti saat ini banyak distro yang mengusung tema-tema yang unik untuk meningkatkan daya tarik konsumen, misalnya distro yang mengusung

⁸ Nihayatul Chusna. “Analisis Penerapan Manajemen Sumber Daya Islami Dalam Pengelolaan Tenaga Kerja”. *Skripsi*. (Semarang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo).

⁹ Ervia Ristiana. “Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Ketertarikan Fashion Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Pakaian Distribution Outlet (Distro) Di Yogyakarta”. *Skripsi*. (Yogyakarta, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta).

tema milenial yang menjual barang highclass, ada juga yang mengusung tempo dulu yang menjual barang-barang model jaman dulu, dan ada juga yang mengusung tema Islami atau syariah.

Salah satu distro yang mengusung tema Islami atau syariah adalah Assfak Assyuhadak yang berada di Jombang. Distro ini adalah distro yang belum lama berdiri tetapi sudah memiliki banyak konsumen, yang sebagian besar konsumennya adalah anak pondok dan kaum milenial. Sudah menjadi rahasia umum bahwa kaum milenial zaman sekarang banyak yang sudah bergeser dari adat istiadat bahkan keagamanya. Oleh karena itu distro Asffak.Asyuhadak Store hadir untuk bisa menghadirkan nuansa-nuansa Islami tapi tetap dibalut dengan gaya modern saat ini. Yang semua itu terbagi menjadi bagaimana distro tersebut bisa memasarkan hasil produk-produknya dengan model dan juga desain syariah, dan yang terakhir dengan cara mengatur penjualan agar semua elemen masyarakat bisa melakukan transaksi jual beli dengan sesuatu yang berbeda dan yang paling utamanya dengan konsep-konsep syariah yang sudah diusung oleh distro ini.

Dari pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“KONSEP KEWIRAUSAHAAN DALAM PRESPEKTIF MANAJEMEN ISLAMI DI DISTRO ASSFAK ASSYUHADAK”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana konsep Manajemen Penjualan Islami di Distro Assfak.Assyuhadak?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Untuk mengetahui Untuk mengetahui manajemen Penjualan secara Islami di Distro Assfak.Assyuhadak.

Kegunaan penelitian tentang “Konsep Kewirausahaan Islami di Distro Assfak.Assyuhadak (Studi Kasus Distro Assfak.Assyuhadak Store Jombang) adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai pengembangan kemampuan dalam bidang penelitian ini dan dapat memberikan manfaat bagi peneliti dalam hal pengetahuan dan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana konsep manajemen Penjualan Islami di Distro Assfak Assyuhadak

- b. Bagi Pembaca

Secara umum dengan adanya penelitian ini dapat membantu pembaca untuk memberikan suatu wawasan mengenai bagaimana konsep manajemen Penjualan Islami Distro Assfak Assyuhdak

c. Bagi Universitas

Adanya penelitian ini akan memberikan suatu kontribusi referensi keilmuan dan informasi yang berhubungan dengan studi Ekonomi Islam yang diterapkan di masyarakat.

D. Kajian Pustaka

Agar terhindar dari kesamaan dengan penelitian yang lain ataupun yang terdahulu, dari penelusuran yang dilakukan oleh peneliti tidak ada kesamaan objek dalam penelitian ini namun ada beberapa skripsi yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Eriza Yolanda Maldina (2017)

“Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista pada penelitian ini membahas tentang untuk mengetahui strategi pemasaran Islami di butik Calista Palembang, dan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan penerapan strategi pemasaran Islami pada butik Calista Palembang

Perbedaannya dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu terletak pada fokus penelitiannya, dimana pada penelitian Eriza Yolanda Maldina ini lebih fokus pada strategi pemasaran Islami, dan kelebihan kekurangan pada strategi pemasaran, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini lebih terfokus pada Konsep Manajemen Penjualan Islami Distro Assfak Assyuhadak.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman kemana arah pembahasan penelitian, maka urutan sistematika pembahasan yang telah ditentukan oleh peneliti dalam penulisan skripsi yang berjudul “Konsep Kewirausahaan Dalam Prespektif Manajemen Islami di Distro Assfak Assyuhadak (Studi Kasus Distro Asffak Assyuhadak Store di Kabupaten Jombang)” ini terbagi menjadi lima bab dengan uraian sebagai berikut:

Bab 1 : Pendahuluan

Pada bab ini akan membahas tentang latar belakang permasalahan yang diambil, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, seta sistematika pembahasan.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini berisi tentang teori yang digunakan dalam penelitian yang dijadikan sebagai refrensi dalam menyelesaikan permasalahan yang akan diteliti. Adapun teori yang dibahas tentang Kewirausahaan Islami, distro, manajemen Islami, marketing Islami, dan mekanisme penjualan secara Islami.

Bab III : Metodologi Penanelitian

Bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian. Metode yang digunakan seperti jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan analisis data.

Bab IV:**Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Dalam Bab ini peneliti akan menguraikan tentang temuan di lapangan terkait dengan gambaran umum objek penelitian meliputi profil Distro Assfak Assyuhadak di Kabupaten Jombang yang meliputi sejarah berdirinya, visi dan misi, serta analisis mengenai Konsep Kewirausahaan.

Bab V :**Penutup**

Bab ini berisi tentang penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dan berisi tentang saran dan dilengkapi dengan daftar pustaka.