

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bisnis memiliki peran yang sangat besar dalam menjalankan kegiatan ekonomi dan sosial disepanjang abad tanpa memandang jenis atau golongan masyarakat tertentu. Islam dengan tegas menghalalkan kegiatan berbisnis, yang dimana Rasulullah SAW juga merupakan seorang pembisnis. Rasulullah memberikan apresiasi terbaik dimana Rasulullah memiliki dan meninggalkan kaidah, aturan, ataupun batasan yang harus digaris bawahi dalam melakukan kegiatan perdagangan maupun bisnis. Diberbagai aspek nilai-nilai yang berperan penting dalam kegiatan perdagangan dan bisnis adalah rasa kasih sayang yang dijadikan Allah sebagai merek dagang / *trade mark* (Salim 2018).

Pembangunan dalam dunia ekonomi islam berkembang yang berdasarkan atas nilai-nilai etika dan moral dengan mengacu pada tujuan syariat (*maqashid al-syari'ah*), yaitu dengan memelihara iman (*faith*), menggunakan nalar (*intellect*), keturunan (*posterity*), dan kekayaan (*wealth*). Point-point ini hendaknya dibangun berawal dari dasar suatu keyakinan (iman) dan dengan tujuan akhir yaitu kekayaan (*property*). Pada tujuan yang jangka panjang dapat mengurangi kesenjangan ekonomi dan perilaku ekonomi yang berlawanan dengan nilai-nilai syariat (Latif, 2018).

Dalam fase perkembangan kontemporer yang terjadi kini, dunia islam sedang melewati salah satu fase sejarah dunia yaitu terjadinya masa krisis global. Ditengah krisis global dengan sistem yang kontemporer yang dimana bebas nilai

dan hampa nilai, dominasi paham kapitalis dan sosialis, kita menemukan islam sebagai suatu sistem yang mampu memberikan pilihan dan daya tawar yang positif, dengan menghadirkan nilai-nilai etika dan nilai-nilai moral yang lengkap dengan mengajarkan semua aspek dimensi kehidupan (Baidowi, 2010).

Dengan pendekatan yang telah dilakukan oleh islam ini telah menjelaskan bagaimana islam hadir sebagai penengah dari masalah yang muncul didalam dunia perekonomian sekarang ini, sebagaimana telah dijelaskan didalam Al-Quran (*Q.S Al-Maidah (5):3*).

*“ Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan hewan yang disembelih bukan atas nama Allah, yang tercekik,yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas,kecuali yang sempat kamu sembelih. Dan (diharamkan pula) mengundi nasib dengan azlam(anak panah), karena itu suatu perbuatan fasik. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk mengalahka agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi takutlah kepadaku. Pada hari ini telah kusempurnakan agamamu untukmu, dan telah aku cukupkan nikmatku bagimu, dan aku telah ridai islam sebagai agamamu. Tetapi barang siapa terpaksa karena lapar, bukan karena ingin berbuat dosa, maka sungguh,Allah maha pengampun, maha penyayang”. (*Q.S Al-Maidah (5):3*).*

Dikawasan Asia masih terdapat banyak Negara berkembang salah satunya adalah Indonesia. Indonesia juga merupakan Negara yang pernah mengalami krisis moneter yang cukup parah pada tahun 1998 dan sektor yang tetap bertahan yaitu bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau sering disebut UMKM. Pada dewasa ini usaha mikro kecil dan menengah(UMKM) menjadi salah satu kegiatan penopang perekonomian yang banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia.

**Tabel 1.1 Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia Tahun 2010 – 2021**

<b>Kontribusi UMKM terhadap PDB Tahun 2010 – 2021</b>		
<b>Tahun</b>	<b>Kontribusi (%)</b>	<b>Pertumbuhan Kontribusi (%)</b>
2010	58.1	-
2011	57.8	0.7
2012	57.6	-0.2
2013	57.5	-0.1
2014	57.6	0.1
2015	57.8	0.2
2016	57.2	-0.6
2017	57.1	-0.1
2018	57.8	0.7
2019	60.3	2.5
2020	37.3	-23
2021	61.9	24.6

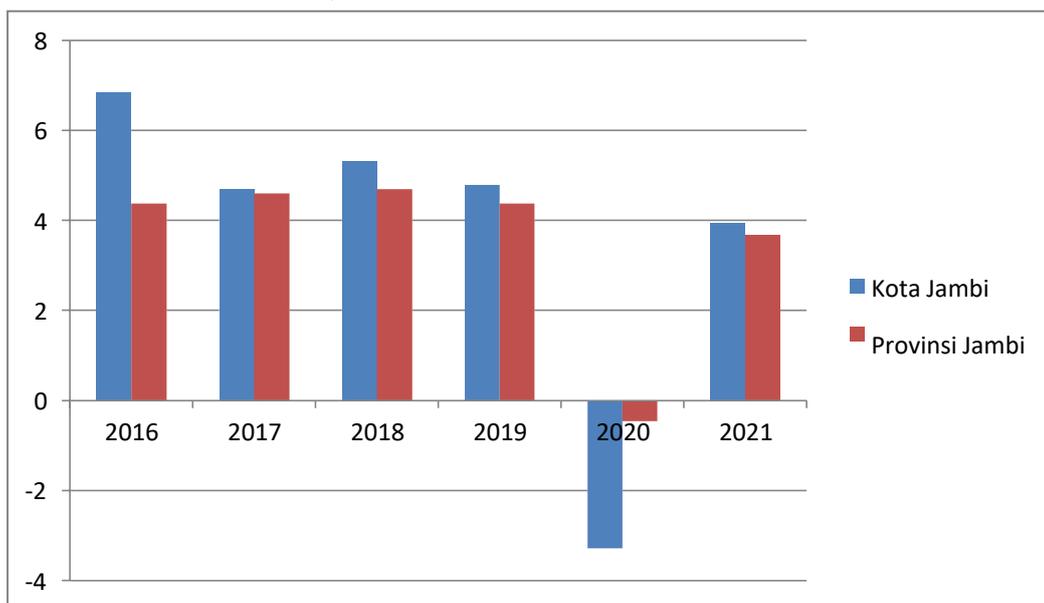
*Sumber : Kementrian Koperasi dan UMKM (2022)*

UMKM Mempunyai peranan yang sangat besar pada pendapatan dan pertumbuhan ekonomi nasional, pada Tahun 2010 kontribusi dari UMKM terhadap PDB ( Pendapatan Domestik Bruto) sebesar 58,1 % hingga sampai pada tahun 2018 kontribusi UMKM terhadap PDB stabil diangka 50 % dan bahkan pada tahun 2019 mencapai 60,3%. Namun pada tahun 2020 terjadi kemerosotan kontribusi UMKM hingga 23%. Hingga pada tahun 2021 kontribusi UMKM terhadap PDB meningkat kembali hingga 61.9%. Hal akibat oleh adanya Pandemi Covid-19 yang sangat mempengaruhi kinerja UMKM. Sejak adanya pandemi Covid – 19 pemerintah melakukan banyak kebijakan untuk mengurangi kegiatan diluar rumah hingga terjadi penyekatan yang cukup ketat dan akhirnya berimpas

pada UMKM.

Menurut Badan Pusat Statistik Produk Domestik Bruto adalah salah satu indikator yang cukup penting untuk mengetahui kondisi perekonomian di suatu daerah dalam suatu periode tertentu. PDRB merupakan total nilai tambah atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh berbagai unit produksi diwilayah suatu Negara dalam jangka waktu tertentu atau dalam satu periode satu barang dan jasa yang dihasilkan oleh berbagai unit produksi diwilayah suatu Negara dalam jangka waktu tertentu atau dalam satu periode satu.

**Gambar 1.1 Laju PDRB Provinsi Jambi dan Kota Jambi**



Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi (2022)

Berdasarkan data PDB Provinsi Jambi dan Kota Jambi, sejak tahun 2016 – 2019 Provinsi Jambi memiliki laju PDB yang stabil, yaitu berada diangka 4. Namun pada tahun 2020 Laju PDB Provinsi Jambi mengalami kontraksi yang signifikan. Pada tahun 2021 laju PDRB Provinsi Jambi meningkat kembali sebesar 3.66%. Begitu juga dengan Laju PDB Kota Jambi pada Tahun 2016

memiliki Laju PDB mengalami PDB yang cukup tinggi yaitu 6,84. Sedangkan pada Tahun 2017 – 2019 Laju PDB Kota Jambi relative stabil yaitu pada angka 4. Namun sama seperti pada PDB Provinsi Jambi yang mengalami kontraksi bahkan hingga -3,28 %. Namun pada Tahun 2021 laju pertumbuhan ekonomi kota Jambi meningkat hingga sebesar 3.94 %. Hal ini terjadi akibat pandemi Covid- 19 yang sangat berdampak buruk untuk PDB Provinsi Jambi dan Kota Jambi. Sejak Maret 2020. Krisis ekonomi akibat pandemi Covid – 19 telah berdampak cukup besar terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sebagai upaya pengembangan UMKM dalam jangka panjang pemerintah memberikan kebijakan yang bertujuan untuk mengoptimalkan kemampuan dan partisipasi aktif UMKM dalam proses pembangunan Nasional. Terlebih aktivitas ekonomi dalam upaya mewujudkan pemerataan pembangunan berdasarkan lapangan kerja yang meluas dan meningkatkan tingkat pendapatan.

Dalam pengembangannya, wilayah dengan rasio kepadatan penduduk tinggi dan keramaian yang padat menjadi faktor utama untuk memilih tempat untuk mengembangkan usahanya. Lokasi usaha yang strategis tentu dibarengi dengan banyaknya orang yang tinggal sekitar atau nilai jual keindahan lokasi dapat menjadi indikator dalam pemilihan lokasi berdagang. Kota Jambi merupakan wilayah yang sangat strategis untuk pendiri UMKM. Mengapa demikian, karena banyaknya gedung-gedung perkantoran, tempat pendidikan dan sebagai pusat berbelanja masyarakat sekitar Kota Jambi, bahkan masyarakat luar Kota Jambi, hingga peneliti lebih memfokuskan penelitian di Kota Jambi. Berikut penyebaran UMKM perkecamatan di Kota Jambi pada Tahun 2018 – 2021.

**Tabel 1.2 Jumlah UMKM perkecamatan Tahun 2018 - 2021 di Kota Jambi**

<b>Data Statistik Sektoral Jumlah UMKM Perkecamatan Tahun 2018 – 2021</b>					
<b>No</b>	<b>Kecamatan</b>	<b>Jumlah UMKM</b>			
		<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
1	Kota Baru	736	1.173	3.057	4.147
2	Alam Barajo	932	1.213	4.095	5.189
3	Jambi Selatan	1.031	1.18	3.773	4.721
4	Paal Merah	1.115	1.489	5.719	7,360
5	Jelutung	553	764	3.827	4.982
6	Pasar Jambi	929	964	1.034	3.957
7	Telanaipura	1.195	1.444	2.903	3.051
8	Danau Sipin	1.578	1.815	3.103	4.248
9	Danau Teluk	656	670	1.329	2.323
10	Pelayangan	615	648	2.026	3.051
11	Jambi Timur	1.423	1.487	4.279	7.084
<b>Jumlah</b>		<b>10.763</b>	<b>12.847</b>	<b>35.145</b>	<b>48.496</b>

*Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Jambi ( 2022)*

Berdasarkan data statistik sektoral jumlah UMKM perkecamatan di Kota Jambi menunjukkan peningkatan secara terus menerus dari tahun 2018 – 2020. Pada tahun 2018 terlihat jumlah UMKM di Kota Jambi sebesar 10.763, lalu pada tahun berikutnya 2019 jumlah UMKM mengalami peningkatan sebesar 12.847 unit kemudian pada tahun 2020 jumlah UMKM mengalami peningkatan yang sangat signifikan yaitu sebesar 35.145 unit. Hingga pada tahun 2021 jumlah UMKM mengalami peningkatan yang besar yaitu sebesar 48.496.

**Tabel 1.3 Jumlah Usaha Mikro Kecil Kuliner di Kecamatan Paal Merah****Kota Jambi**

Kelurahan <i>Urban Villages</i>	Industri Besar/Sedang <i>Large/Medium Industries</i>	Industri Kecil <i>Small Industries</i>	Industri Rumahtangga <i>Industrial Households</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Paal Merah	-	20	15
2. Talang Bakung	2	85	9
3. Lingkar Selatan	-	18	6
4. Eka Jaya	-	10	4
5. Payo Selincah	1	15	10
Jumlah <i>Total</i>	3	148	44

**Sumber : Kantor Kecamatan Paal Merah***Source : District Office of Paal Merah*

Dalam penelitian ini terfokus pada usaha kecil kuliner di kecamatan paal merah dikarenakan pada saat ini berbagai usaha kuliner berkembang dengan sangat pesat, baik dalam skala kecil, sedang hingga seperti : Usaha Bakso bakar, cilok cimol, warung makan rumahan hingga ke warung kuliner lainnya. Hal

ini disebabkan oleh tingginya permintaan konsumen terhadap berbagai jenis kuliner. Namun yang menjadi masalah untuk mengembangkan usaha kecil kuliner salah satunya adalah Etika bisnis islam dan Bauran pemasaran. Banyaknya pelaku usaha kecil kuliner yang belum mampu mempertahankan usahanya terbukti bahwa adanya pedagang baru dengan produk yang sama menjual dengan harga yang jauh dari standarnya sehingga pedagang lain harus ikut menurunkan harga jualnya sehingga tidak bisa mendapatkan keuntungan yang diharapkan dan berdampak pada ketahanan usahanya.

Karena banyak peluang serta peminat untuk produk usaha kecil dibidang kuliner. Hal tersebut sangat berkaitan dengan usaha kecil industry kuliner harus mempertimbangkan Etika dalam berbisnis dan Bauran pemasaran sehingga mampu mencapai pendapatan yang di harapkan demi keberlangsungan usahanya. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik meneliti masalah yang di tuangkan dalam judul **“ANALISIS PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA KECIL KULINER DI KECAMATAN PAAL MERAH KOTA JAMBI”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari penjelasan dan uraian yang telah dipaparkan didalam paragraf latar belakang penelitian, maka didapati beberapa permasalahan pokok yang menjadi dasar dan acuan dari penelitian ini yaitu:

1. Apakah Etika bisnis islam berpengaruh pada pendapatan usaha kecil kuliner di kecamatan paal merah kota jambi?

2. Apakah Bauran pemasaran berpengaruh pada pendapatan usaha kecil kuliner di kecamatan paal merah kota jambi?
3. Apakah Etika bisnis islam dan Bauran pemasaran berpengaruh pada pendapatan usaha kecil kuliner di Kecamatan Paal Merah kota jambi?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Fokus penentuan tujuan merupakan hal yang sangat penting karena dengan pemilihan tujuan yang tepat dapat menjadikan tolak ukur atas keberhasilan dalam suatu penelitian. Adapun tujuan yang harus didapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah Etika Bisnis Islam berpengaruh pada pendapatan usaha kecil kuliner di Kecamatan Paal Merah kota jambi?
2. Untuk mengetahui apakah Bauran pemasaran berpengaruh pada pendapatan usaha kecil kuliner di Kecamatan Paal Merah kota jambi?
3. Untuk mengetahui apakah Etika Bisnis Islam dan Bauran Pemasaran berpengaruh pada pendapatan usaha kecil kuliner di Kecamatan Paal Merah kota jambi?

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat antara lain:

1. Bagi Akademik

- A. Untuk memperluas khasanah keilmuan dalam bidang ekonomi islam, dan sebagai bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan diharapkan dapat menjadi bahan bacaan bagi seluruh kalangan dan masukan bagi masyarakat umum, khususnya teman-teman

mahasiswa, para dosen pengajar, instansi pemerintah, serta instansi bagi peneliti.

B. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berminat dalam bidang yang terkait dengan penelitian ini.

## 2. Bagi Praktisi

A. Diharapkan dari hasil penelitian ini masyarakat lebih mengetahui Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Bauran Pemasaran terhadap pendapatan penjualan usaha kecil. Dan dapat meningkatkan kesadaran mereka dalam usahanya.

## 3. Bagi Peneliti

A. Sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis agar dapat membandingkan ilmu yang ada dalam perkuliahan atau teori dengan kenyataan di lapangan. Serta memberikan pengalaman dalam rangka mengimplementasikan pengetahuan penulis di bidang etika bisnis islam dan bauran pemasaran.