BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2008, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha. UMKM juga dapat meningkatkan lapangan kerja, meningkatkan pelayanan ekonomi dan ikut berkontribusi dalam pemerataan, peningkatan ekonomi dan stabilitas nasional (Fidela et al., 2020).

Indonesia adalah salah satu negara paling aktif secara ekonomi di Asia Tenggara (Permana, 2017). Pembangunan ekonomi sangatlah penting dan sangat diperlukan bagi suatu negara, menyelenggarakan proses peningkatan pertumbuhan ekonomi dalam negeri, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang tercermin dari peningkatan pendapatan per orang dan menarik minat dan daya beli masyarakat. Indonesia merupakan negara dengan potensi pembangunan ekonomi cukup tinggi dan mulai mendapat perhatian dunia internasional. Dengan dukungan pertumbuhan ekonomi, suatu negara dapat memperbaiki keadaan perekonomiannya. Pertumbuhan ekonomi dapat dinilai berdasarkan perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Dalam pembangunan nasional, UMKM memiliki peran penting yaitu sebagai indikator dalam memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat, meningkatkan pemerataan pendapatan masyarakat, pembangunan didaerah pedesaan, meningkatkan ekspor nonmigas dan pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB).

Menurut data BPS tahun 2003 menunjukkan bahwa 42 juta unit Usaha Kecil Menengah (UKM) atau sebanyak 99,99% dari total keseluruhan usaha di Indonesia, dimana 99,85 persen merupakan usaha kecil dan 0,14 persen merupakan usaha menengah. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar usaha di Indonesia berukuran kecil dan menengah (Zulkarnaen, 2012).

Pada tahun 1997, usaha kecil dan menengah termasuk usaha yang mampu bertahan di keadaan krisis yang terjadi. Selain itu, UKM juga menjadi penolong perekonomian negara karena mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB dan lapangan kerja (Fadilah et al., 2021).

Menurut (Arifin, 2009), berbagai perilaku manusia diatur oleh agama Islam. Islam juga mengatur urusan sosial dan ekonomi diluar urusan ibadah. Selain itu, Islam membolehkan berbagai jenis bisnis, seperti perdagangan atau jual beli yang termasuk kegiatan komersial. Hal tersebut dijelaskan pada firman Allah dalam Q.S Al-Baqarah: 275 yang artinya: “....*dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*” Ayat tersebut menjelaskan seruan kepada umat Islam bahwa kegiatan jual beli dibolehkan oleh Allah SWT, baik barang maupun jasa (Muhammad, 2002). Namun, Allah SWT mengharamkan riba. Karena riba tidak mempunyai keseimbangan langsung selain kemampuan mengeluarkan uang.

Al-Quran dan sunnah nabi adalah sumber ajaran Islam yang membantu umat Islam dalam mengelola bisnis. Sebagai sumber ajaran, setidaknya dapat memberikan prinsip umum dalam menerapkan bisnis yang sesuai dengan kemajuan saat ini. Manusia ditakdirkan untuk melakukan perdagangan atau bekerja untuk keberlangsungan hidupnya. Tujuan utamanya bukan hanya mengejar materi atau kekayaan tetapi juga mengimbangi spiritual dan materi. Bisnis adalah semua pekerjaan yang dilakukan oleh berbagai organisasi untuk menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat untuk kehidupan sehari-hari. Usaha yang menghasilkan pendapatan halal dan berkah diperbolehkan dalam Islam (Ali Hasan, 2009).

Sektor UMKM mempunyai banyak bidang jual beli, salah satunya adalah sektor pangan. Meningkatnya jumlah perusahaan pada industri makanan membuat terjadinya peningkatan persaingan di dunia produksi. Ditandai dengan munculnya bisnis baru di bidang yang sama. Dalam berkembangnya kegiatan bisnis baru, perusahaan dituntut untuk dapat bertahan agar dapat bersaing dengan produk lain (Sudrartono et al., 2020). Oleh karena itu, perusahaan juga harus memiliki

kemampuan untuk membuat strategi bisnis sehingga dapat meningkatkan kinerja bisnisnya. Disamping itu, jumlah penduduk Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya menyebabkan kebutuhan pangan masyarakat Indonesia meningkat.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Provinsi Jambi Per Tahun 2022

No.	Wilayah	Mikro	Kecil	Menengah	Jumlah
1	Kerinci	6.753	646	69	7.468
2	Merangin	5.416	692	13	6.121
3	Sarolangun	2.510	107	10	2.627
4	Batanghari	17.466	138	7	17.611
5	Muaro Jambi	41.234	0	0	41.234
6	Tanjung Jabung Timur	7.650	1.048	0	8.698
7	Tanjung Jabung Barat	17.658	1.135	253	19.046
8	Tebo	8.370	0	0	8.370
9	Bungo	11.027	1.172	290	12.489
10	Kota Jambi	46.912	3.835	0	50.747
11	Kota Sungai Penuh	6.856	1.076	1.699	9.631
	Provinsi Jambi	171.852	9.849	2.341	184.042

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi 2022 (Jumlah UMKM di Provinsi Jambi)

Dapat dilihat dari tabel diatas, Jumlah UMKM yang berada di Kota Jambi pada tahun 2022 mencapai 50.747 dari total keseluruhan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya UMKM membawa pengaruh yang baik dalam kehidupan masyarakat khususnya di kota Jambi dan membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga dapat meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha.

Bisnis makanan sebagai bisnis pangan, perkembangannya sangat bergantung pada permintaan masyarakat terhadap produk kuliner. Sebagai sebuah bisnis, industri makanan memiliki hambatan masuk yang rendah, akses yang mudah terhadap bahan baku utama, dan mesin pendukung serta personel yang relatif

sederhana dan berpengalaman dalam proses produksi. Hal ini membuat persaingan antar perusahaan makanan menjadi sangat ketat (Priharjanto et al., 2012).

Pemanfaatan perusahaan dalam penyediaan makanan siap saji terlihat dari sangat pesatnya perkembangan perusahaan industri makanan. Salah satunya adalah perusahaan snack atau makanan ringan. Cara masyarakat berkumpul, ngobrol atau menghabiskan waktu bersama kerabat menjadi salah satu alasan berkembangnya industri makanan di kota Jambi. Potensi tersebut kemudian dimanfaatkan dan dikembangkan oleh salah satu UKM makanan ringan, yaitu Donkus Lumer By DRL.

Bisnis makanan ringan ini sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Dimana target pasar yang mereka ambil dari berbagai usia, mulai dari anak-anak hingga orang tua. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya jumlah usaha jajanan makanan ringan yang membuat pengusaha berminat untuk merintis usaha dibidang kuliner. Makanan ringan ini juga modal awal yang dikeluarkan tidak terlalu besar seperti bisnis makanan pokok biasanya sehingga menarik minat pengusaha muda untuk merintis bisnis dibidang kuliner.

Kondisi persaingan yang semakin ketat seperti ini mendorong persaingan antar perusahaan dan menjadikan bisnis kuliner rentan terhadap serangan. Persaingan tersebut dimenangkan oleh individu atau kelompok yang mampu bersaing. Namun selain persaingan dalam dunia bisnis, Islam mengajarkan para pebisnis muslim untuk lebih berhati-hati dalam mempelajari aspek syariah dalam bisnis (Priharjanto et al., 2012).

Di Kota Jambi, terdapat banyak sekali usaha makanan ringan salah satunya adalah Donat Kukus. Sesuai dengan namanya Donkus Lumer By DRL, pembuatannya dilakukan dengan cara dikukus, berbeda dengan donat biasanya yang digoreng dengan minyak. DRL sendiri diambil dari singkatan pemilik usaha, yaitu Dilla dan Ruli. Usaha ini sebenarnya sudah dilakukan sejak lama dari tahun 2011 oleh ibunya dila, tetapi ibunya tidak berfokus hanya pada donat kukus. Sejak Dila resign dari suatu pekerjaan dan lebih memilih untuk menjadi pengusaha dan muncul ide untuk mengembangkan bisnis ibunya tersebut.

Donkus Lumer By DRL ini tergolong usaha yang masih baru, buka pada bulan Januari 2023. Donkus Lumer By DRL ini dari awal berdiri tidak memiliki toko atau outlet melainkan hanya rumah produksi, sekaligus tempat untuk para konsumen mengambil pesannya. Mengetahui banyak peminat, pada bulan Oktober pemilik usaha mendirikan outlet Donkus Lumer By DRL yang berada di daerah korem, di deretan SMA Negeri 1 Kota Jambi dan memiliki 3 tenaga kerja yang membantu dalam proses produksi hingga penjagaan outlet. Tetapi, karena usaha Donkus Lumer By DRL ini merupakan usaha yang pertama di Kota Jambi yang termasuk unggul dandiminati banyak orang yang membuat orang-orang tertarik menjual produk yang sama sehingga muncul lah persaingan bisnis. Tentunya hal ini membuat pemilik usahanya menerapkan strategi-strategi untuk terus mengembangkan bisnisnya. Strategi adalah suatu proses yang dirancang untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan (Ii et al., 2012).

Menciptakan produk yang berkualitas merupakan strategi produk yang dilakukan oleh Donkus Lumer By DRL. Selain itu, produk Donkus Lumer By DRL juga dilengkapi oleh berbagai varian rasa, sehingga menarik minat konsumen. Strategi harga yang diterapkan pada usaha Donkus Lumer By DRL sudah di sesuaikan dengan biaya produksi, operasional dan keuntungan dan yang terakhir yaitu strategi promosi. Donkus Lumer by DRL awalnya mempromosikan usahanya dengan cara memperkenalkan dari teman ke teman. Lambat laun, mulai mempromosikan usahanya ke beberapa platform di media sosial mulai dari Facebook, Instagram bahkan merambah ke Tiktok dan menjual secara online di E-Commerce seperti di Shoppefood dan Grab food. Donkus Lumer By DRL ini juga mempromosikan usahanya lewat riview dari selebgram-selebgram lokal yang juga membantu memperkenalkan kepada masyarakat luas khususnya yang berada di Kota Jambi. Berdasarkan potensi usaha yang cukup baik dan merupakan usaha yang cukup terkenal. Donkus Lumer By DRL ini juga sudah cukup menggunakan strategi pengembangan usaha yang cukup baik, walaupun tidak dapat dihindari juga bahwa setiap usaha pasti mengalami naik turun dari segi penghasilan. Hal tersebut dapat

dilihat dari penghasilan Donkus Lumer By DRL. Berikut data penghasilan Donkus Lumer By DRL:

Tabel 1.2 Data Penjualan Donkus Lumer By DRL Tahun 2023

Periode	Penghasilan
Januari	Rp. 10.800.000
Februari	Rp. 9.375.000
Maret	Rp. 12.300.000
April	Rp. 7.480.000
Mei	Rp. 9.300.000
Juni	Rp. 10.650.000
Juli	Rp. 8.400.000
Agustus	Rp. 8.250.000
September	Rp. 6.390.000
Oktober	Rp.13.350.000
November	Rp. 8.000.000

Sumber : Donkus Lumer By DRL

Dari tabel diatas, mengintrepetasikan penghasilan Donkus Lumer By DRL mulai dari bulan Januari sampai bulan November yang mengalami naik turun. Dapat dilihat pada bulan April yang mengalami penurunan mencapai Rp. 4.820.000 dari Rp. 12.300.000. Dan mengalami kenaikan secara drastis pada bulan Oktober.

Meskipun proses pengembangan usaha tidak terjadi secara instan, tetapi juga memerlukan sejumlah langkah dan strategi yang telah direncanakan sebelumnya. Strategi juga dapat berupa pola yang mencakup strategi yang direncanakan atau strategi yang tidak direncanakan oleh perusahaan, tetapi merupakan strategi perusahaan yang dapat mempertimbangkan dan bahkan memutuskan untuk diterapkan (Solihin, 2012).

Kewirausahaan mengacu pada jenis usaha yang bertujuan untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan finansial dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Penjelasan di atas mengatakan bahwa strategi pengembangan bisnis adalah cara atau upaya dalam suatu perusahaan untuk mengembangkan usahanya. Oleh karena itu, ada beberapa alasan yang mendukung berkembangnya perusahaan, antara lain adanya peluang untuk menciptakan dan memperluas tenaga kerja yang menganggur, meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar dan meningkatkan keterampilan masyarakat (Bloom & Reenen, 2013).

Dengan munculnya usaha kuliner Donkus Lumer By DRL, yang mengembangkan usahanya dengan efektif dan efisien sehingga menghasilkan produk berkualitas tinggi tanpa melanggar prinsip dan etika islam. Maka, peneliti tertarik ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada Umkm Donkus Lumer By Drl Di Kota Jambi Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan pada UMKM Donkus Lumer By DRL di Kota Jambi?
2. Apa saja kendala dan tantangan yang dihadapi oleh Donkus Lumer By DRL dalam pemasaran bisnisnya?
3. Bagaimana penerapan etika bisnis islam dalam strategi pengembangan bisnis pada Donkus Lumer By DRL?

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis Donkus Lumer By DRL di Kota Jambi jika ditinjau dari etika bisnis Islam
2. Untuk mengetahui kendala dan tantangan yang dihadapi Donkus Lumer By DRL
3. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis islam dalam strategi pengembangan bisnis pada Donkus Lumer By DRL

1.4 Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai sumber referensi yang diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan pembaca khususnya tentang strategi pengembangan bisnis pada usaha kecil dan menengah (UMKM).
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan pembaca tentang ekonomi Islam, khususnya tentang bagaimana menerapkan strategi pengembangan bisnis yang sesuai dengan hukum Islam.

2) Manfaat Praktis

a. Bagi penulis:

1. Sebagai cara untuk mengembangkan pemikiran penulis tentang bagaimana teori-teori yang ada dapat diterapkan dalam situasi dunia nyata.
2. Penelitian ini dapat menjadi kontribusi ilmiah yang berguna bagi pengembangan ilmu ekonomi Islam dan strategi bisnis, serta bisa menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

b. Bagi pemilik usaha:

1. Penelitian ini memberikan analisis mendalam mengenai strategi pengembangan bisnis yang telah diterapkan agar sesuai dengan etika bisnis islam, sehingga pemilik usaha dapat mengevaluasi dan meningkatkan strategi tersebut agar lebih efektif dan efisien.
2. Dengan data dan analisis yang diperoleh dari penelitian ini, pemilik usaha dapat membuat keputusan bisnis yang lebih informatif dan strategis, mengurangi risiko dan meningkatkan peluang keberhasilan.