

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan pengetahuan yang dapat menjadi obor (penerang, jalan dan petunjuk). Dalam ajaran Islam, pengetahuan yang merupakan domain akal menempati kedudukan yang cukup strategis. Berbagai problem social, politik, budaya, ekonomi dan aspek-aspek lain dalam kehidupan manusia dapat dicarikan solusi (pemecahan) melalui pengetahuannya (pengerahan dan pemberdayaan) secara optimal. Pengetahuan akal ini pula yang dapat membedakan kedudukan istimewa manusia dibandingkan dengan makhluk-makhluk lain. Apalagi pada aspek hukum (bisnis) Islam pun, peran (pengetahuan) akal tidak bisa ditinggalkan.¹

Bisnis dengan segala bentuknya ternyata tanpa disadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan kita setiap harinya. Sejak mulai bangun tidur sampai tidur lagi tak bisa terlepas dari cakupan bisnis. Bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.²

Pengembangan UKM menjadi suatu hal yang krusial mengingat UKM mempunyai peranan yang demikian penting untuk pertumbuhan ekonomi sebuah negara termasuk di negara Indonesia. Sebagai ilustrasi, UKM di Indonesia telah memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 99,74% dari total serapan nasional dan memberikan kontribusi terhadap PDB sebesar Rp 1.013,5 triliun atau 56,73%. Besarnya kontribusi ini, menunjukkan bahwa UKM mempunyai kemampuan untuk memperkuat struktur perekonomian nasional.³

¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 5.

² *Ibid.*, hlm 28.

³ Husband, Purnendu, Tambunan, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan*, Jurnal Teknik Industri, Vol. 13, No. 1, Februari 2012, hlm. 14

Dalam hal ini kebutuhan masyarakat akan air minum yang terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk, tidak diimbangi dengan ketersediaan air bersih yang ada. Salah satu penyebabnya adalah pencemaran air tanah yang semakin parah hingga saat ini, oleh karena itu, air tanah tidak lagi aman untuk dijadikan bahan baku air minum.

Air adalah senyawa yang penting bagi semua bentuk kehidupan yang diketahui sampai saat ini di bumi. Air menutupi hampir 71% permukaan bumi. Terdapat 1.4 triliun kilometer kubik tersedia di bumi. Air sebagian besar terdapat di laut dan pada lapisan-lapisan es, akan tetapi juga dapat hadir sebagai awan, hujan, sungai, air kawah, danau, uar air, dan lautan es.

Dari sudut pandang biologi, air memiliki sifat yang penting untuk adanya kehidupan. Air dapat memunculkan reaksi yang dapat membuat senyawa organik melakukan replikasi. Semua makhluk hidup yang diketahui memiliki ketergantungan terhadap air. Air merupakan zat pelarut yang penting untuk makhluk hidup dan adalah bagian penting dalam proses metabolisme. Tubuh manusia terdiri dari 55% sampai 78% air, tergantung dari ukuran badan. Agar dapat berfungsi dengan baik, tubuh manusia membutuhkan antara satu sampai tujuh liter air setiap hari untuk menghindari dehidrasi, jumlah pastinya tergantung pada tingkat aktivitas, suhu, kelembaban, dan beberapa faktor lainnya. Sebagian besar orang percaya bahwa manusia membutuhkan 8-10 gelas per hari, namun hasil yang diterbitkan Universitas Pennsylvania pada tahun 2008 menunjukkan bahwa konsumsi sejumlah 8 gelas tersebut tidak terbukti banyak membantu dalam menyehatkan tubuh.⁴

Air mineral adalah air yang mengandung mineral atau bahan-bahan larut lain yang mengubah rasa atau memberi nilai-nilai terapi. Banyak kandungan garam, sulfur, dan gas-gas yang larut didalam air ini. Air mineral biasanya masih memiliki buih. Air mineral bersumber dari mata

⁴Wikipedia.(2017). Air. (*online*). Tersedia: <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Air> (5 Januari 2018).

air yang berada di alam. Di Indonesia, bisnis air mineral dimulai pada tahun 1973 dengan merek Aqua, bisnis tersebut didirikan oleh Titro Utomo dan Ibnu Sutowo.⁵

Kebutuhan masyarakat akan air minum yang terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk, tidak diimbangi dengan ketersediaan air bersih yang ada. Salah satu penyebabnya adalah pencemaran air tanah yang semakin parah hingga saat ini. Oleh karena itu, air tanah tidak lagi aman untuk dijadikan bahan baku air minum. Air minum isi ulang adalah salah satu jawaban pemenuhan kebutuhan air minum masyarakat Indonesia yang murah dan praktis. Hal ini menjadi alasan mengapa masyarakat memilih air minum isi ulang untuk dikonsumsi. Hal ini juga dikarenakan ketersediaan air isi ulang yang dianggap lebih praktis dan mudah untuk dikonsumsi.⁶

Pengembangan UKM menjadi suatu hal yang krusial mengingat UKM mempunyai peranan yang demikian penting untuk pertumbuhan ekonomi sebuah negara termasuk di negara Indonesia.⁷ Sebagai ilustrasi, UKM di Indonesia telah memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 99,74% dari total serapan nasional dan memberikan kontribusi terhadap PDB sebesar Rp 1.013,5 triliun atau 56,73%. Besarnya kontribusi ini, menunjukkan bahwa UKM mempunyai kemampuan untuk memperkuat struktur perekonomian nasional.⁸

Strategi telah banyak dikembangkan, baik melalui manajemen science (pengembangan teknologi) untuk membantu pengambilan keputusan atau pengembangan teori manajemen strategi yang lebih

⁵Wikipedia.(2017). *Air Mineral*. (online). Tersedia: <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Air-Mineral> (5 Januari 2018)

⁶Bowo Djoko, *Uji Kualitas Air Minum Isi Ulang di Kecamatan Sukolilo Surabaya Ditinjau dari Perilaku dan Pemeliharaan Alat*, Jurnal Teknik Pomits Vol. 2, No. 2, hlm. 166

⁷ Husband .Purnendu, *Stratgi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan*,2005, Jurnal Teknik Industri, Vol. 13, No. 1 Februari 2012, hlm. 14

⁸ Kusumo Prawiro, *Ibid.*,. hlm. 14-21

diupdate sesuai dengan perkembangan kondisi politik, ekonomi, sosial, budaya yang terjadi secara global.⁹

Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Dipandang dari luasnya permasalahan yang ada dalam perusahaan, maka diperlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen perusahaan dalam menjalankan kegiatannya, alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan perusahaan pada umumnya.¹⁰

Melihat berbagai permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan UKM pengisian air mineral, maka dibutuhkan strategi pengembangan yang cepat. Permasalahan yang dihadapi dapat direduksi dan mempunyai keuntungan yang kompetitif. Penelitian ini mencoba membuat suatu strategi pengembangan UKM yang mengintegrasikan keunggulan atau potensi lokal UKM dengan peluang-peluang eksternal yang ada. Secara makro, strategi yang dirumuskan dalam penelitian ini diawali dengan melakukan analisis potensi dan masalah terhadap setiap sektor UKM yang ada, sehingga mampu mengidentifikasi sektor UKM mana yang lebih berpotensi dan tepat untuk dikembangkan, kemudian dirumuskan strategi pengembangannya berdasarkan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Strategi pengembangan UKM didasarkan pada integrasi empat metode, yaitu sumberdaya manusia, produk, pemasaran dan analisis SWOT.

Sumberdaya manusia adalah salah satu hal yang penting dalam kegiatan usaha apapun karena kualitas dari hal tersebut sangatlah menentukan kinerja dari suatu perusahaan. Pengolahan dan pengembangan sumberdaya manusia menjadi penentu keberhasilan dalam suatu perusahaan atau unit usaha, dimana para pesaing tidak hanya berasal dari dalam negeri tetapi juga luar negeri. Proses pengembangan dan

⁹Etika Sabariah, *Manajemen Strategi*, PustakaPelajar, Yogyakarta, 2016, hlm. 105

¹⁰Dimas H W. Zainal Arifin dan Sunarti, *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.29, No.1 Desember 2015, hlm 59

pengolahan sumberdaya manusia merupakan salah satu kunci kesuksesan dari perusahaan agar dapat meningkatkan persaingan dari perusahaan itu sendiri dan meningkatkan *brand* dari perusahaan tersebut. Pengolahan sumberdaya manusia dengan berdayagunaakan mampu mencapai tujuan organisasi.¹¹

Selain sumberdaya manusia, seperti yang diutarakan diatas bahwa pemasaran juga sangat berperan dalam hal mengusung untuk pengembangan produk. Bisnis retail merupakan kegiatan pemasaran yang untuk memenuhi kebutuhan perseorangan, keluarga, rumah tangga, dimana mereka sebagai konsumen akhir. Banyak perusahaan yang bergerak di bidang bisnis retail dan juga memberikan kontribusi pada perbaikan perekonomian terutama pemenuhan kebutuhan konsumen. Mereka bersaing memberikan kemudahan dalam melayani konssumen, sekaligus mereka loyal. Kondisi ini memungkinkan terjadinya persaingan, sehingga mereka berusaha untuk menciptakan keunggulan-keunggulan agar para konsumen memilih berbelanja di tempat yang mereka tawarkan.¹²

Usaha Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah adalah salah satu bisnis yang dijalankan oleh seseorang enterpreuner yang bisnisnya banyak diminati oleh masyarakat bukan hanya ibu-ibu rumah tangga tetapi juga toko-toko dan warung sekitar padahal banyak pengisian depot-depot lain dan yang lebih dekat dari rumah mereka.

Oleh karena itu penulis dengan adanya berbagai macam pertimbangan dan permasalahan yang ada, maka penulis berkeinginan untuk mengangkat judul Strategi Pengembangan Usaha Pengisian Air Mineral Pati (Studi Analisis SWOT Usaha Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah Pati untuk mengetahui strategi dalam pengembangan usaha

¹¹Sedarmayanti, *Pengolaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia pada PT. Aeka Sejahtera Engineering*, Agora Vol. 3, No.1, 2015, hlm. 1

¹²Sudarwati, *Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Retail di Lotte Mart Surakarta*, Jurnal Paradigma Vol.12, No. 02, Agustus 2014-Januari 2015, hlm. 21

meliputi strategi sumberdaya manusia, strategi pemasaran, strategi produk dan strategi SWOT.

B. Faktor Penelitian

Sesuai dengan uraian di atas, yang menjadi fokus dalam penelitian ini meliputi: bagaimana strategi pengembangan pemasaran usaha depo air isi ulang dengan menggunakan analisis SWOT.

C. Rumusan Masalah

1. Strategi apa saja yang digunakan usaha pengisian air mineral ar-Rohmah Pati dalam Pemasaran?
2. Strategi apa saja yang digunakan usaha pengisian air mineral ar-Rohmah Pati dalam Peningkatan Produk?
3. Strategi apa saja yang digunakan usaha pengisian air mineral ar-Rohmah Pati dalam Sumber Daya Manusia?
4. Bagaimanakah analisis SWOT dalam pengembangan usaha pengisian air mineral ar-Rohmah Pati?

D. Tujuan Penelitian

Secara umum berdasarkan uraian diatas tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan usaha pengisian air mineral ar-Rohmah Pati dalam pemasaran.
2. Untuk mengetahui Strategi apa saja yang digunakan usaha pengisian air mineral ar-Rohmah Pati dalam peningkatan produk.
3. Untuk mengetahui Strategi apa saja yang digunakan usaha pengisian air mineral ar-Rohmah Pati dalam Sumber Daya Manusia.
4. Untuk mengetahui bagaimanakah analisis swot dalam pengembangan usaha pengisian air mineral ar-Rohmah Pati.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat yang baik secara teoritis maupun praktis

1. Secara teoritis, sebagai pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan khususnya menyangkut ekonomi Islam bagi mahasiswa Jurusan Syari'ah Ekonomi Islam Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kudus kaitannya dengan pengembangan usaha yang menggunakan analisis SWOT.
2. Secara praktis, diharapkan dapat menjadi sarana atau rekomendasi bagi pemilik usaha pengisian air mineral dalam pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memberi pengarahan yang jelas dalam suatu rangkaian penulisan, maka penulisan akan mendiskripsikan dalam bentuk sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian muka ini, terdiri dari halaman judul, persetujuan pembimbing, pengesahan kelulusan, pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi.

2. Bagian isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari 5 bab, antara bab 1 dengan bab lain yang saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini meliputi latar belakang masalah, penegasan istilah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian,

manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini menerangkan mengenai uraian-uraian teori yang berkaitan dengan penelitian berupa strategi dan pengembangan usaha. Yang menjelaskan tinjauan teori mengenai pengertian strategi, pengertian pengembangan usaha dari segi analisis SWOT, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir yang berkaitan dengan judul.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang metode penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, tehnik pengumpulan data, uji keabsahan data dan tehnik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini akan menguraikan hasil penelitian yang telah dilakukan, yaitu tentang gambaran umum tempat objek peneliti, hasil data penelitian dan pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran, keterbatasan peneliti dan penutup.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini meliputi daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.