

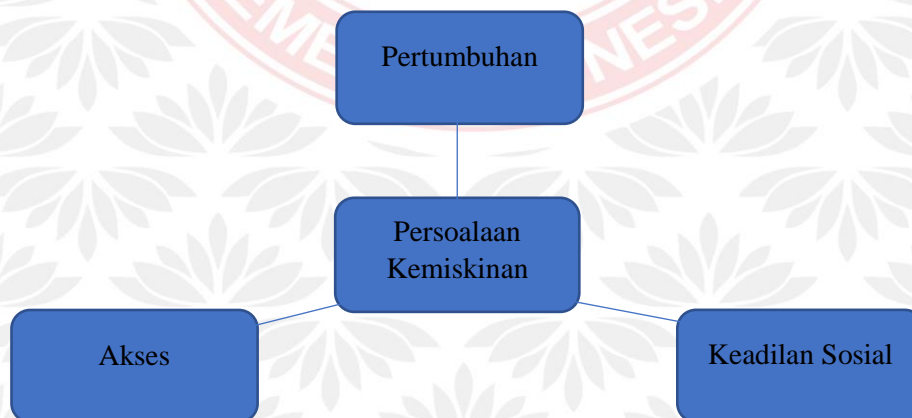
# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kemiskinan merupakan masalah yang terjadi karena terdapat masyarakat yang tidak memiliki kapasitas dan kesempatan yang layak untuk mendapatkan hidup yang lebih baik. Akibatnya adalah adanya persaingan dalam perekonomian dengan kelompok masyarakat yang mempunyai keunggulan dan keahlian tersendiri, hal ini membuat masyarakat miskin semakin tertinggal (Sumodiningrat dkk, 1999:2 dalam Hasanah, 2010:31). Kemiskinan menurut Bambang Sudibyo (1995:9) yang dikutip Istan (2017:82) adalah situasi seseorang yang kekurangan dalam memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari seperti sandang, pangan, papan, kesehatan, dan pendidikan.

Pengukuran kemiskinan dapat dilihat dari dua hal yaitu tingkat pendapatan dan kebutuhan. Apabila pendapatan yang dihasilkan tidak bisa memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari maka orang atau kelompok tersebut dapat dikatakan miskin (Hasanah, 2010:29). Terdapat ilustrasi yang akan mendeskripsikan tiga masalah utama pada kemiskinan sebagai berikut.



Gambar 1.1 Persoalan Kemiskinan

Sumber: Ridho & Wasik (2017:148)

a. Akses

Akses merupakan salah satu faktor utama pemicu permasalahan kemiskinan. Akses yang dimaksud disini adalah akses terhadap pendidikan, kesehatan, dan finansial. Orang atau kelompok yang miskin sering mengalami keterbatasan mendapatkan akses-akses tersebut. Rumah tangga yang kesulitan mendapatkan akses finansial termasuk permodalan atau pinjaman dikarenakan tidak mempunyai jaminan yang cukup untuk mendapatkan pinjaman uang dari lembaga keuangan formal, jika melakukan pinjaman kepada lembaga keuangan informal juga sangat beresiko terhadap bunga yang tinggi dan itu akan memperburuk keadaan.

b. Pertumbuhan

Orang yang hidup dalam kondisi kemiskinan tidak mempunyai kemampuan untuk memajukan taraf hidupnya. Hal ini dikarenakan minimnya pendapatan dan rendahnya kualitas sumber daya manusia yang mengakibatkan kurangnya kemampuan untuk tumbuh dan berkembang.

c. Permasalahan Keadilan Sosial

Lingkungan yang tidak berkeadilan sosial merupakan salah satu faktor pendukung terjadinya kemiskinan. Lingkungan yang tidak mendukung adanya keadilan sosial membuat orang yang miskin semakin susah dalam mengakses fasilitas tertentu.

Berdasarkan faktor-faktor penyebab kemiskinan di atas, terdapat cara untuk menanggulangi kemiskinan yang telah terjadi dengan memberikan akses terhadap pendidikan, kesehatan, finansial (permodalan), pembukaan lapangan pekerjaan dan pembinaan atau pelatihan. Semua hal tersebut diawali dengan adanya lingkungan sosial yang mendukung untuk memberdayakan masyarakat miskin (Ridho & Wasik, 2020:149-150).

Menurut Yusuf Qardhawi (1995:37) dalam Hasanah (2010:51) mengemukakan bahwa Islam mengajarkan untuk selalu menjadi produktif dan meminimalisir terjadinya kemiskinan. Islam melarang untuk melakukan tindakan pemborosan dan

mewajibkan untuk selalu produktif dengan tujuan kesejahteraan hidup. Salah satu cara untuk dapat mencapai kehidupan yang sejahtera adalah pendayagunaan zakat. pendayagunaan zakat yang baik dapat menekan angka kemiskinan, mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan umat.

Zakat merupakan sumber dana yang berpotensi dalam penanggulangan masalah kemiskinan. Dari dana zakat dapat digunakan untuk membuka lapangan pekerjaan baru, selain itu dana zakat dapat dijadikan sebagai modal usaha bagi masyarakat miskin untuk dikembangkan sehingga mampu untuk melanjutkan usaha dan meneruskan hidupnya (Ridho & Wasik, 2020:154). Hal ini sama dengan pengertian dari zakat produktif menurut tokoh pakar bidang zakat yaitu Asnaini yang dikutip oleh Ridho & Wasik (2020:36) bahwa zakat produktif adalah dana yang diberikan kepada mustahik untuk bisa menghasilkan materi secara berkelanjutan, dana tersebut diolah dan dikembangkan sehingga mustahik dapat menikmati untuk kebutuhan jangka panjang.

Menurut Hasanah (2010:199) program pendayagunaan dana zakat yang dilaksanakan BAZ atau LAZ meliputi kegiatan jangka panjang dan jangka pendek pada aspek konsumsi, produksi, dan kegiatan sosial masyarakat. Pendayagunaan dana zakat dengan tujuan usaha produktif lebih difokuskan pada program-program berikut ini:

1. Pembinaan sosial ekonomi serta metode bisnis
2. Pemberian beasiswa & beaguru
3. Pembinaan dan pelatihan keterampilan
4. Kesehatan dan pengobatan
5. Pembangunan fasilitas pendidikan
6. Pembiayaan usaha produktif
7. Pembukaan lapangan pekerjaan dengan pengembangan usaha.

Pada penelitian ini akan membahas LAZ Muhammadiyah Gresik. Program-program yang ada di LAZISMU Gresik dijalankan menggunakan dana zakat. ada enam pilar yang dikembang oleh LAZISMU Gresik yaitu pilar pendidikan, kesehatan, ekonomi, sosial dakwah, kemanusiaan, dan lingkungan. Pada pilar ekonomi LAZISMU Gresik mempunyai program pemberdayaan UMKM, pemberdayaan ini bergerak menggunakan dana zakat produktif dan jenis bantuan

yang diberikan adalah hibah. Program pemberdayaan UMKM dilakukan dengan pemberian modal berupa uang atau peralatan usaha sesuai dengan kebutuhan mustahik. Selain itu LAZISMU Gresik melakukan pelatihan secara berkala dan kunjungan kepada mustahik minimal satu tahun sekali (Ibu Liesna, 2021).

Program pemberdayaan yang dilakukan oleh LAZ adalah suatu tindakan yang baik. Karena melihat esensi dari zakat yaitu memperbaiki kualitas hidup lebih baik lagi seperti yang dikatakan Hasanah (2010:204) mengenai zakat *“mengubah ketergantungan menjadi kemandirian, atau mengubah hidup kekurangan menjadi berkecukupan, atau pun mengubah mustahik menjadi muzakki melalui multi manfaat zakat”*.

Usaha kecil memiliki karakteristik proses produksi yang dilakukan dengan teknologi sederhana. Menurut Sudaryanto (2011) dalam Sedyastuti (2018:118) pemberdayaan UMKM merupakan pemberian kesempatan bagi UMKM untuk dapat bersaing pada pasar yang lebih luas dengan peningkatan inovasi suatu produk, peningkatan kualitas sumber daya manusia, teknologi, dan akses pemasaran.

Pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh LAZISMU Gresik menjangkau banyak mustahik untuk diberdayakan, salah satunya UMKM kerupuk bawang Ibu Ainuzzumaroh yang akan menjadi objek penelitian saat ini. Usaha ini dirintis pada tahun 2006. Karena keterbatasan modal, pemilik hanya mampu memproduksi kerupuk sebanyak 5 KG dalam satu hari. Dari hasil usaha tersebut Ibu Ainuzzumaroh bisa memiliki pendapatan sebesar Rp.125.000 per hari. Pada tahun 2019 Ibu Ainuzzumaroh mengikuti program pemberdayaan UMKM oleh LAZSIMU Gresik dan mendapatkan pendanaan berupa peralatan pembuatan kerupuk seperti mixer, papan pengering, dan alat lainnya. Dari pemberdayaan yang telah dilakukan, ibu Ainuzzumaroh mengalami peningkatan produksi dan pendapatan. Setelah mengikuti pemberdayaan ini Ibu Ainuzzumaroh dapat memproduksi kerupuk sebanyak kurang lebih 1 kwintal dalam 3-4 kali produksi dalam satu minggu (Ibu Ainuzzumaroh, 2021). Selain pemberian modal kepada mustahik, LAZSIMU Gresik telah memberikan pelatihan kewirausahaan kepada Ibu Ainuzzumaroh sebanyak dua kali dan memberikan fasilitas berupa *packaging* produk dan pendaftaran legalitas usaha.

Penelitian ini memilih objek penelitian UMKM kerupuk bawang Ibu Ainuzzumaroh karena UMKM ini memiliki potensi untuk berkembang lebih pesat. UMKM ini merupakan rekomendasi dari pengurus LAZISMU Gresik untuk bisa dilihat perkembangannya. Selain rekomendasi dan memiliki kesempatan untuk bisa bersaing di pasar yang lebih luas, UMKM ini memiliki kelauman dalam strategi pemasaran. Dalam wawancara yang telah dilakukan sebelumnya dengan Ibu Ainuzzumaroh, usaha ini hanya memasarkan kerupuknya kepada beberapa reseller yang ada disekitar tempat produksi, dan Ibu Ainuzzumaroh juga memanfaatkan aplikasi whatsapp untuk menjual produknya (Ibu Ainuzzumaroh, 2021). Pada zaman sekarang semakin banyak *market place* untuk membantu memasarkan produk tetapi belum dilakukan oleh usaha ini. Adanya teknologi UMKM dapat memasarkan produknya dengan jangkauan yang lebih luas, mendapatkan konsumen lebih banyak dan tidak mengandalkan reseller untuk menjual produknya, karena usaha kerupuk ini memiliki pesaing yang cukup dekat dengan lokasi produksi. Hal ini membutuhkan strategi pemasaran untuk bisa menggaet konsumen dan mempertahankan konsumen (*loyalitas konsumen*) (Rachmawati, 2011:143).

Bersaing di pasar yang lebih luas, pelaku usaha membutuhkan berbagai alat dan strategi untuk membantu kesuksesan usahanya demi mendapatkan permintaan dari target pasar . Alat ini disebut dengan *marketing mix* (Asnawi & Fanani, 2017:157). Menurut Abuznaid (2012) dalam Asnawi & Fanani (2017:161) dalam Islam pada aktivitas bisnis diwajibkan untuk patuh terhadap dua prinsip yaitu, patuh pada aturan yang ditetapkan oleh Allah SWT dan empati, bersyukur atas semua yang diberikan Allah kepada hambanya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan bertindak baik kepada orang lain, tidak merugikan sesama manusia, dan tidak melakukan praktik bisnis yang dilarang. Keterkaitan dengan dua prinsip tersebut adalah dalam melakukan kegiatan pemasaran, seseorang dapat menerapkan strategi pemasaran islam yang meliputi *product, promotion, place, price, process, people, physical evidence (Islamic Marketing Mix 7P)*, dengan tambahan 2P menurut Asnawi & Fanani (2017:162) yaitu *promise* dan *patience*, serta *customer centrism*.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan UMKM kerupuk bawang milik ibu Ainuzzumaroh dengan mengikuti program pemberdayaan UMKM LAZISMU Gresik?
2. Bagaimana strategi pemasaran Islam usaha kerupuk bawang Ibu Ainuzzumaroh dengan mengikuti program pemberdayaan UMKM LAZISMU Gresik?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui perkembangan UMKM kerupuk bawang milik ibu Ainuzzumaroh dengan mengikuti program pemberdayaan UMKM Lazismu Gresik.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran Islam yang diterapkan usaha kerupuk bawang milik ibu Ainuzzumaroh untuk mengembangkan usahanya.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **a. Bagi Penulis**

Manfaat bagi penulis adalah untuk menyelesaikan tugas akhir akademik, serta memperdalam ilmu ekonomi dan bisnis Islam khususnya pemberdayaan UMKM oleh LAZISMU mengenai strategi pengembangan usaha yang diberdayakan dan strategi pemasaran Islam.

### **b. Bagi Akademisi**

Manfaat bagi akademisi adalah untuk menambah wawasan dan pemahaman mengenai ekonomi Islam terutama mengenai pemberdayaan UMKM dan strategi pengembangan usaha. Sebagai referensi untuk mahasiswa, dosen, dan instansi yang terkait dengan ekonomi dan bisnis Islam.

### **c. Bagi Masyarakat**

Sebagai pedoman dalam melihat perkembangan usaha yang diberdayakan serta menjadi rujukan pengelolaan usaha, mikro, kecil agar bisa lebih berkembang dan mandiri.

### 1.5. Batasan Penelitian

Penelitian ini membahas tentang sejauh mana perkembangan UMKM yang diberdayakan oleh LAZISMU Gresik, karena dengan mengetahui perkembangan UMKM dapat dijadikan acuan untuk terus mengembangkan usahanya, dan perlu diingat bahwa pendanaan untuk para UMKM menggunakan dana zakat produktif, dimana dana zakat produktif harus terus berkembang dan bertujuan untuk kesejahteraan mustahik. LAZISMU memiliki indikator penilaian untuk perkembangan UMKM yang diberdayakan. Indikator-indikator ini yang akan digunakan untuk menjelaskan perkembangan UMKM tersebut. Indikator tersebut sebagai berikut:

1. Usaha yang masih beroperasi
2. Penambahan omset
3. Penambahan karyawan
4. Dapat memenuhi kebutuhan pokok
5. Dapat berinfak di LAZISMU

Penelitian ini juga membahas mengenai strategi pemasaran Islam yang dapat diterapkan oleh mustahik untuk mengembangkan usahanya. Strategi pemasaran Islam yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Islamic Marketing Mix* (bauran pemasaran Islam) 7P yang terdiri *product, promotion, place, price, process, people, physical evidence*. Terdapat tambahan 2P yaitu *promise* dan *patience* serta *customer centrism* (Asnawi & Fanani, 2017:162).