

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Manajemen Produksi dan Pemasaran

##### 1. Pengertian Manajemen

Istilah manajemen, berasal dari bahasa perancis kuno yaitu *management*, yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur.<sup>7</sup> Manajemen berhubungan dengan usaha untuk tujuan tertentu dengan jalan menggunakan sumber-sumber daya yang tersedia. Dalam organisasi selalu terkandung unsur kelompok manusia maka manajemenpun biasanya digunakan dalam hubungan usaha suatu kelompok manusia tersebut, walaupun manajemen itu dapat pula ditetapkan terhadap usaha- usaha individu. Setiap organisasi selalu membutuhkan manajemen karena tanpa manajemen yang efektif tak akan ada usaha yang berhasil cukup lama. Tercapainya tujuan organisasi baik tujuan ekonomi, sosial, maupun politik, sebagian besar tergantung kepada kemampuan para manajer dalam organisasi yang bersangkutan.<sup>8</sup>

Istilah manajemen (*management*) telah diartikan oleh berbagai pihak dengan perspektif yang berbeda,

---

<sup>7</sup> Undang Ahmad Kamaludin, Muhammad Alfian, Etika Manajemen Islam, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2010), h.27

<sup>8</sup> Pandji Anoraga, Manajemen Bisnis, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2004), h. 109

misalnya pengelolaan, pembinaan, pengurusan, ketatalaksanaan, kepemimpinan, pemimpin, ketatapengurusan, administrasi dan sebagainya, yang mana masing-masing pihak dalam memberikan istilah diwarnai oleh latar belakang pekerjaan mereka.<sup>9</sup> Dalam buku karangan Panji Anoraga yang berjudul manajemen bisnis, menurut Ricky W.Griffin mendefenisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Efektif berarti tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sedangkan efisien berarti tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir dan sesuai dengan jadwal.<sup>10</sup>

Manajemen dalam bahasa arab disebut dengan Idarah. Idarah diambil dari perkataan Adartasy-Syai'a atau perkataan Adarta Bihi juga dapat didasarkan pada kata-kata Ad-Dauran. Oleh karena itu, dalam *elias' modern Dictionary English Arabic* kata management sepadan dengan tadbir, iradah, siyasah dan qiyadah dalam bahasa arab. Dalam Al-qur'an hanya ditemui tadbir. Tadbir berarti penertiban, pengaturan, pengurusan, perencanaan dan persiapan.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> H.B. Siswanto, Pengantar Manajemen, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2005),h.1

<sup>10</sup> Pandji Anoraga, op.cit

<sup>11</sup> Muhammad, Manajemen Dana Bank Syariah, (Yogyakarta : Ekonisi,2004, h.13

Manajemen sebagai salah satu faktor produksi adalah penguasaan segala unsur-unsur produksi dalam suatu usaha produksi, baik industri, pertanian, maupun perdagangan, dengan tujuan agar mendapat laba terus menerus, yaitu dengan cara memfungsikan dan menyusun unsur-unsur tersebut, dan menentukan ukuran seperlunya dari setiap unsur itu dalam perusahaan.<sup>12</sup>

Fungsi manajemen adalah elemen-elemen dasar yang selalu ada dan melekat dalam proses manajemen yang akan dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan. Dalam buku pengantar manajemen yang dikarang oleh H.B. Siswato, Henry Fayol menyebutkan ada lima fungsi manajemen, yaitu:

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah memikirkan apa yang akan dikerjakan dengan sumber yang dimiliki. Perencanaan dilakukan untuk menentukan tujuan perusahaan secara keseluruhan dan cara terbaik untuk memenuhi tujuan itu. Setiap manajer dituntut terlebih dahulu agar mereka membuat rencana tentang aktivitas yang harus dilakukan. Perencanaan tersebut merupakan aktivitas untuk memilih dan menghubungkan fakta serta

---

<sup>12</sup> Muh. Said, op.cit., h.56

aktivitas untuk memilih yang direncanakan.<sup>13</sup> Untuk pencapaian tujuan manajemen maka setiap usaha itu harus didahului oleh proses perencanaan yang baik. Allah Swt berfirman dalam Al-Qur'an Surah Al-Hasyr (59):(18) Artinya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانْتَظِرُوا اللَّهَ لِيَأْخُذَ بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ  
وَأَنْقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”. QS : Al-Hasyr (59):(18).<sup>14</sup>

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian dalam istilah bahasa Arab dikenal sebagai At-Tanzim, dirumuskan sebagai upaya pengelompokkan dan pengaturan orang untuk dapat digerakkan sebagai satu kesatuan sesuai dengan rencana yang telah dirumuskan, menuju tercapainya tujuan yang ditetapkan.<sup>15</sup> Dan organisasi dapat juga didefinisikan sebagai sekelompok orang yang saling

---

<sup>13</sup> H.B. Siswanto, loc.cit.

<sup>14</sup> Kementerian Agama RI, Mushaf Al-Qur'an Terjemah, (Bogor : Sygma, 2007), h.548

<sup>15</sup> Veithzal Rivai, Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah Saw (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012) h. 500

berinteraksi dan bekerja sama untuk merealisasikan tujuan bersama. Adapun ciri-ciri suatu organisasi :

- 1) Adanya sekelompok orang yang menggabungkan diri dengan suatu ikatan norma, peraturan, ketentuan, dan kebijakan yang telah dirumuskan dan masing-masing pihak siap untuk menjalankannya dengan penuh tanggung jawab.
- 2) Bahwa dalam suatu organisasi yang terdiri dari sekelompok orang tersebut saling mengadakan hubungan timbal balik, saling memberi dan menerima dan juga saling bekerja sama untuk merealisasikan maksud, sasaran dan tujuan.
- 3) Bahwa dalam suatu organisasi yang terdiri dari sekelompok orang yang saling berinteraksi dan bekerja sama tersebut diarahkan pada suatu titik tertentu yaitu tujuan bersama dan ingin direalisasikan.<sup>16</sup> Bagi seorang muslim yang bertauhid ketika berorganisasi, ia selalu mendasarkannya pada perintah Allah SWT. Bahwa sesungguhnya kaum muslim harus tetap bekerja sama.<sup>17</sup>

c. Pengarahan (*Directing*)

Aktivitas pengarahan adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan pemberian perintah dan saran.

---

<sup>16</sup> H. B. Siswanto, Op. Cit., H.73

<sup>17</sup> Undang Ahmad Kamaludin, Muhammad Alfian, loc.cit

Hal ini mengandung permasalahan dalam menunjukkan rencana yang penting kepada bawahan yang bertanggung jawab untuk melaksanakannya. Selain itu, penting juga hubungan individual setiap saat diantara manajer dan para bawahannya yang terkait dengan organisasi.<sup>18</sup> Artinya kepemimpinan seseorang akan dinilai akan berhasil apabila ia dapat menjaga dengan baik norma-norma agama dan masyarakat secara sungguh-sungguh. Pemimpin yang baik adalah pemimpin yang dapat mengarahkan anak buahnya kepada kebaikan. Kualitas kepemimpinan yang tinggi sangat diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, ini berarti dalam menjalankan fungsi pengarahannya. Pimpinan perusahaan bukan saja mampu untuk membuat perintah tentang tugas yang harus dijalankan tetapi juga mampu untuk membuat perintah tentang tugas yang harus dijalankan tetapi juga mampu menciptakan motivasi yang menyebabkan para pegawainya menjalankan tugas sesuai dengan yang diarahkannya.<sup>19</sup>

d. Pengendalian (*Controlling*)

Dengan aktifitas pengendalian, berarti manajer mengevaluasi dan menilai pekerjaan yang dilakukan

---

<sup>18</sup> H.B. Siswanto, Loc.cit

<sup>19</sup> Sadono Sukirno, Op. cit, h.99

para bawahan. Pengendalian pelaksanaan pekerjaan yang diberikan kepada bawahan tidaklah dimaksudkan untuk mencari kesalahan semata-mata. Akan tetapi, hal itu dilakukan untuk membimbing bawahan agar pekerjaan yang dikerjakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

e. Evaluasi (*Evaluating*)

Menurut Suprihanto evaluasi mengatakan bahwa tujuan evaluasi yaitu sebagai alat untuk memperbaiki perencanaan program yang akan datang, untuk memperbaiki alokasi sumber dana, memperbaiki pelaksanaan dan faktor yang mempengaruhi pelaksanaan suatu program.<sup>20</sup>

## 2. Pengertian Produksi

Produksi merupakan seluruh kegiatan ekonomi masyarakat yang pada akhirnya ditunjukkan pada kemakmuran masyarakat. Taraf hidup atau kemakmuran masyarakat ditentukan oleh perbandingan jumlah hasil produksi yang tersedia dari jumlah penduduk. Produksi merupakan menciptakan kekayaan dengan pemanfaatan sumber daya dan manusia. Mengingat produksi merupakan bagian yang paling berarti dalam menentukan kemakmuran suatu bangsa dan taraf penghidupan

---

<sup>20</sup> Suprihanto, Manajemen Personalia, (Yogyakarta : BPFE, 1988),  
h.21

penduduknya, Al- Qur'an meletakkan penekanan yang sangat besar atas produksi. Banyak contoh dapat diberikan, baik dari Al-Qur'an ataupun Sunnah, yang menunjukkan betapa kaum muslim dianjurkan agar bekerja dalam memproduksi harta benda agar mereka mereka tidak gagal atau ketinggalan dari orang lain dalam memperjuangkan keberadaan mereka.<sup>21</sup>

Produksi merupakan hasil usaha manusia yang berarti menciptakan barang tidak ada, akan tetapi produksi berarti mengadakan perubahan bentuk atau mengembangkan bahan-bahan alam sehingga akhirnya memiliki sifat yang dapat memenuhi kebutuhan manusia.

Dalam buku karangan Jaribah Bin Ahmad Al-Haritsi yang berjudul Fiqih Ekonomi Umar Bin Khattab, Produksi menurut Muhammad Abduh adalah setiap bentuk aktifitas yang dilakukan manusia untuk mewujudkan manfaat atau menambah dengan cara mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi yang disediakan oleh Allah SWT sehingga menjadi masalah, untuk memenuhi kebutuhan manusia.<sup>22</sup>

Produksi merupakan urat nadi dalam kegiatan ekonomi. Dalam kehidupan ekonomi, tidak akan pernah ada kegiatan konsumsi, distribusi, ataupun perdagangan

---

<sup>21</sup> Afzalurrahman, Muhammad Sebagai Seorang Pedagang, (ter). Dewi Nurjulianti dkk,(Jakarta : Swarna Bhumi, 1997), h.216

<sup>22</sup> Jaribah Bin Ahmad Al-Haritsi, Fiqih Ekonomi Umar Bin Khattab, (Jakarta: Khalifah, 2006), Cet. Ke-1, h. 37

barang dan jasa tanpa diawali oleh produksi. Secara umum produksi merupakan proses untuk menghasilkan suatu barang dan jasa, atau proses peningkatan *utility* (nilai) suatu benda. Dalam istilah ekonomi, produksi merupakan suatu proses atau siklus kegiatan-kegiatan ekonomi untuk menghasilkan barang dan jasa tertentu dengan memanfaatkan faktor-faktor produksi (amal/kerja, modal, tanah) dalam waktu tertentu.<sup>38</sup> Produksi tidak terlepas dari industri karena antara keduanya saling berkaitan. Dalam kamus besar bahasa Indonesia industri diartikan sebagai kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan atau juga memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan atau juga memproduksi barang yang siap pakai oleh konsumen.<sup>23</sup> Dalam kamus Ilmiah Populer, produksi diartikan sebagai hal menghasilkan barang-barang. Dalam buku karangan Akyunul Jannah yang berjudul Gelatin Tinjauan Kehalalan dan Alternatif Produksinya, *Heizer And Render* mengemukakan bahwa produksi dalam manajemen operasi diartikan sebagai proses penciptaan barang dan jasa, di mana dalam menghasilkan barang atau jasa ini merupakan sistem yang terdiri dari *input*, proses, dan *output*. *Input* terdiri dari bahan baku, pekerja, modal,

---

<sup>23</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga, (Jakarta : Balai Pustaka, 2002) h.431

energi, fasilitas, mesin dan lain-lain. Proses merupakan kegiatan produksi dari bahan baku menjadi produk. Sedangkan *output* merupakan hasil dari proses yaitu barang dan jasa.<sup>24</sup> Dalam kegiatan menambah nilai guna barang atau jasa ini, dikenal lima jenis kegunaan, yaitu:

- a. Guna bentuk adalah di dalam melakukan proses produksi, kegiatannya ialah mengubah bentuk suatu barang sehingga barang tersebut mempunyai nilai ekonomis.
- b. Guna jasa adalah kegiatan produksi yang memberikan pelayanan jasa.
- c. Guna tempat adalah kegiatan produksi yang memanfaatkan tempat-tempat di mana suatu barang memiliki nilai ekonomis.
- d. Guna waktu adalah kegiatan produksi yang memanfaatkan waktu tertentu
- e. Guna milik adalah kegiatan produksi yang memanfaatkan modal yang di miliki untuk dikelola orang lain dan dari produksi tersebut ia mendapatkan keuntungan.<sup>25</sup>

Agar hasil produksi dapat dimanfaatkan oleh konsumen, harus dilakukan pemasaran atau penjualan. Pemasaran atau penjualan dalam perusahaan adalah

---

<sup>24</sup> Akyunul Jannah, Gelatin Tinjauan Kehalalan dan Alternatif Produksinya, (Malang: UIN-Malang Press, 2008, h.61

<sup>25</sup> Nur Arianto Al Arif dan Euis Amalia, Teori Mikro Ekonomi, (Jakarta : Kencana, 2010) Cet.Ke-1, h. 149-150

menyampaikan barang kebutuhan yang dihasilkan kepada konsumen atau orang yang memerlukan dengan imbalan uang atau menurut harga yang ditentukan.<sup>26</sup>

Jadi dari uraian pengertian manajemen dan pengertian produksi diatas, dapat disimpulkan pengertian manajemen produksi. Manajemen produksi merupakan suatu ilmu yang membahas secara komprehensif bagaimana pihak manajemen produksi perusahaan mempergunakan ilmu dan seni yang dimiliki dengan mengarahkan dan mengatur orang-orang untuk mencapai suatu hasil produksi yang diinginkan. Penekanan pada kata seni menunjukkan bahwa suatu pekerjaan yang dilakukan dengan mempergunakan orang lain tidak akan mudah dikerjakan dan diselesaikan jika semua itu dilakukan tidak dengan pendekatan seni namun misalnya dengan mengandalkan kekuasaan semata. Seni menyangkut kemampuan seorang manajer mempergunakan kemampuan berkomunikasi serta *body language* yang bekerja serta berkorban jika seandainya pekerjaan tersebut membutuhkan waktu yang lebih lama dan fokus yang tinggi.<sup>27</sup>

Manajemen produksi adalah seluruh aktifitas untuk mengatur dan mengkoordinasikan faktor-faktor

---

<sup>26</sup> J. Soedarsono, Pengantar Ekonomi Perusahaan, (Jakarta : PT Prenhallindo, 2002) h. 122

<sup>27</sup> Irham Fahmi, Manajemen Produksi Dan Operasi, ( Bandung: Alfabeta CV, 2012), h. 3

produksi secara efisien untuk menciptakan dan menambah *benefit* dari produk (barang dan jasa) yang dihasilkan oleh organisasi,<sup>28</sup> atau dengan kata lain bahwa manajemen produksi adalah perhitungan dan pengaturan faktor-faktor produksi agar bisa dicapai hasil sebaik- baiknya. Bagian produksi sering dilihat sebagai salah satu fungsi manajemen yang menentukan penciptaan produk serta turut mempengaruhi peningkatan dan penurunan penjualan.

Unsur manajemen tercermin dalam jasa pengaturan yang dilakukan manajer untuk lajunya proses produksi. Diantara contoh jasa tersebut adalah, penentuan bentuk usaha yang sesuai perundang-undangan dan lokasinya, penentuan bentuk produk dan sifat-sifatnya, penyewaan alat-alat produksi dan pemaduannya, memilih jenis produksi yang sesuai, persiapan sistem ekonomi terhadap usaha, pengawasan pelaksanaannya, dan penilaian hasil-hasilnya.<sup>29</sup>

### **3. Pengertian Pemasaran**

#### **a. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix* Syariah)**

Kata pemasaran dalam bahasa inggris disebut marketing. Pemasaran (*marketing*) adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk

---

<sup>28</sup> Pandji Anoraga, op.cit

<sup>29</sup> Jaribah Bin Ahmad Al-Haritsi, Op.cit, h. 95

merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada nasabah yang ada maupun nasabah potensial. Menurut Arif, pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya<sup>30</sup>.

*Marketing* syariah diartikan sebagai suatu disiplin unit bisnis strategis yang diarahkan kepada suatu proses dimana terdapat perubahan nilai serta penawaran dari satu penggagas kepada bagian yang lain dalam keseluruhannya sesuai dengan prinsip-prinsip kegiatan muamalah dalam Islam<sup>31</sup>.

Berkaitan dengan *marketing mix*, maka penerapan dalam syariah akan merujuk pada konsep dasar kaidah fiqih yakni "*Al-ashlu fil-muamalah al-ibahah illa ayyadulla dalilun 'ala tahrimiha*" (pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya)<sup>32</sup>.

---

<sup>30</sup> Arif, M. N. R. Al. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.

<sup>31</sup> Miftah, A. (2015). Mengenal Marketing Dan Marketers Syariah. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(2), 15–20. <https://doi.org/10.32678/ijej.v6i2.56>

<sup>32</sup> Kartajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. PT Mizan Pustaka.

Dalam kondisi bisnis seperti pada masa sekarang ini konsep pemasaran harus digunakan untuk mencapai sukses bagi perusahaan. Pemasaran berawal dari suatu ide bahwa untuk mencapai laba jangka panjang perusahaan harus dapat memahami konsumen beserta keinginannya. Sehingga perusahaan harus membagi konsumen ke dalam beberapa segmen dan menganalisis keinginan dari masing-masing segmen tersebut. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya, berkembang untuk mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran dirancang untuk memberi arti melayani dan memuaskan kebutuhan konsumen yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

Pemasaran merupakan suatu kegiatan bisnis yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan masyarakat. Pemasaran melibatkan semua orang dalam perusahaan yang bekerja untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, orientasi ini semakin disadari sebagai kunci peningkatan manajemen

pemasaran untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya.<sup>33</sup>

Tujuan pemasaran adalah membuat agar penjualan berlebih-lebihan dan mengetahui dan memahami konsumen dengan baik sehingga produk atau pelayanan cocok dengan konsumen tersebut dan laku dengan sendirinya. Konsep pemasaran yaitu untuk mencapai tujuan perusahaan maka harus mengetahui dan menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang efektif dan efisien dibanding dengan perusahaan pesaing.<sup>34</sup>

Sedangkan Manajemen pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stek holdernya, yang didalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.<sup>35</sup> Ini artinya bahwa Syari'ah *marketing*, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan

---

<sup>33</sup> Basu Swastha, Manajemen Penjualan: Edisi Ketiga, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 1989), hal.34-35

<sup>34</sup> Philip Kotler, Marketing, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 1987), h. 2

<sup>35</sup> Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, Syari'ah Marketing, (Bandung: Mizan, 2006), hal.139

penyimpangan prinsip-prinsip muamalah islami tidak terjadi dalam suatu transaksi dalam pemasaran dapat dibolehkan.

b. Prinsip-Prinsip Pemasaran Dalam Islam

Prinsip-prinsip pemasaran Islam yaitu:

1. Berlaku adil
2. Tanggap dalam perubahan
3. Berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga
4. Rela sama rela dan adanya hak khiyar pada pembeli (hak pembatalan terhadap transaksi)
5. Berorientasi kualitas.<sup>36</sup>

**B. Koperasi**

1. Pengertian Koperasi

Koperasi berasal dari kata *cooperation* (bahasa Inggris), yang berarti adalah kerja sama. Sedangkan menurut istilah, Koperasi adalah suatu perkumpulan yang dibentuk oleh para anggota peserta yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan para anggotanya dengan harga yang relatif rendah dan bertujuan memajukan tingkat hidup bersama. Menurut Masjfuk Zuhdi, yang dimaksud dengan Koperasi adalah suatu perkumpulan atau organisasi yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum yang

---

<sup>36</sup> Afista, H., Yunus, F., & Hartini, K. (2023). Analisis Manajemen Strategi Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Pada Mini Market El-Jhon Pagar Dewa Kota Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 6(1), 147-157.

bekerja sama dengan penuh kesadaran untuk meningkatkan kesejahteraan anggota atas dasar suka rela secara kekeluargaan. Koperasi syariah secara teknis bisa dibidang sebagai koperasi yang prinsip kegiatan, tujuan dan kegiatan usahanya berdasarkan pada syariah islam yaitu Al-quran dan Assunah. Pengertian umum dari koperasi syariah adalah badan usaha koperasi yang menjalankan usahanya dengan prinsi-prinsip syariah. Apabila koperasi memiliki unit usaha produktif simpan pinjam, maka seluruh produk dan operasionalnya harus dilaksanakan dengan mengacu kepada fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, maka koperasi syariah tidak diperkenankan berusaha dalam bidang-bidang yang didalamnya terdapat unsur-unsur riba, maysir, dan gharar<sup>37</sup>.

Sebagian Ulama menyebut Koperasi dengan Syirkah Ta'awuniah (Persekutuan tolong-menolong), yaitu suatu perjanjian kerja sama antara dua orang atau lebih, yang satu pihak menyediakan modal usaha sedangkan pihak lain melakukan usaha atas dasar profit sharring (membagi untung) menurut perjanjian. Maka dalam koperasi ini terdapat unsur Mudharabah karena satu

---

<sup>37</sup>H.Hendi Suhendi, Fiqih Muamalah, PT Raja Grafindo Persada , Jakarta, 2002, hal 292

pihak memiliki modal dan pihak lain melakukan usaha atas modal tersebut.

## 2. Tujuan dan Fungsi Koperasi Syariah

Tujuan dari koperasi syariah antara lain:

- a. Mensejahterakan ekonomi anggotanya sesuai norma dan moral islam.
- b. Menciptakan persaudaraan dan keadilan sesama anggota.

Fungsi dari koperasi syariah:<sup>38</sup>

- a. Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan anggota pada khususnya, dan masyarakat pada umumnya, guna meningkatkan kesejahteraan sosial ekonominya.
- b. Memperkuat kualitas sumber daya insani anggota, agar menjadi lebih amanah, profesional (fathonah), konsisten, dan konsekuen (istiqomah) di dalam menerapkan prinsip-prinsip ekonomi islam dan prinsip-prinsip syariah islam;
- c. Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama.
- d. Sebagai mediator antara menyanggah dana dengan penggunaan dana, sehingga tercapai optimalisasi pemanfaatan harta.

---

<sup>38</sup> Zaenudin A. Naufal. Fikh Muamalah Klasik & Kontemporer. Ghalia Indonesia. Bogor. 2012. h. 152

- e. Menkuatkan kelompok-kelompok anggota, sehingga mampu bekerjasama melakukan kontrol terhadap koperasi secara efektif.
- f. Mengembangkan dan memperluas kesempatan kerja.
- g. Menumbuhkan-kembangkan usaha-usaha produktif anggota.

### C. Umbi Ganyong (*Canna edulis Ker*)

Ganyong merupakan tanaman jenis umbi-umbian yang dimanfaatkan sebagai bahan pangan sebelum masyarakat mengenal padi dan singkong. Kandungan gizi tiap 100 gram terdiri dari air 79,9 g, energi 77 kkal, protein 0,6 g, lemak 0,2 g, karbohidrat 18,4 g, serat 0,8 g, abu 0,9 g, kalsium 15 mg, fosfor 67 mg, besi 1,0mg, vitamin C 9 mg dan tiamin 0,10 mg, sehingga ganyong berpotensi sebagai sumber karbohidrat dengan total karbohidrat mencapai 93,79% berat kering.<sup>39</sup>

Dalam sistematika (*taksonomi*) tumbuhan, kedudukan tanaman ganyong diklasifikasikan sebagai berikut :

<i>Kingdom</i>	: <i>Plantae</i> (tumbuh-tumbuhan)
<i>Divisi</i>	: <i>Spermatophyta</i> (tumbuhan berbiji)
<i>Subdivisi Kelas</i>	: <i>Angiospermae</i> (berbiji tertutup)
<i>Kelas</i>	: <i>Monocotyledonae</i> (biji berkeping satu)
<i>Family</i>	: <i>Cannaceae</i>
<i>Spesies</i>	: <i>Canna edulis Ker.</i>

<sup>39</sup> Harmayani, E dkk Definisi umbi ganyong., 2011

Ganyong merupakan tanaman yang memiliki peluang peluang sebagai sumber pangan alternatif. Tanaman ganyong kaya akan karbohidrat dan sumber nutrisi lain. Tanaman ini merupakan sumber karbohidrat yang setara dengan beras, ubi jalar, jagung, singkong dan sagu dalam bidang ketahanan pangan. Sifat fisik dan kimia terutama keseimbangan antara *amilosa* dan *amilopektin* sangat baik berturut-turut 41% dan 53%.<sup>40</sup>

Ganyong dapat dibedakan atas dua jenis, yaitu ganyong merah dan ganyong putih. Ganyong merah memiliki warna daun hijau kemerahan, pinggiran daun ungu kemerahan, tangkai daun dan pelepah daun merah hingga ungu, warna bunga merah, sisik umbi kecoklatan hingga ungu. Sedangkan, ganyong putih memiliki warna sisik umbi kecoklatan, warna daun hijau terang, tangkai dan pelepah daun hijau, dan warna bunga ada dua macam, yaitu kuning dan orange. Kedua jenis ganyong tersebut memiliki beberapa perbedaan karakter, antara lain tanaman ganyong merah lebih tinggi, daun lebih panjang dan lebar.

Umbi ganyong mengandung berbagai nutrisi yang dapat memberi kita manfaat bagi kesehatan. Kandungan gizi dalam umbi ganyong seperti Vitamin A, C dan E, beta karoten, magnesium, kalium dan kaya oksidan. Kita bisa

---

<sup>40</sup> Yulianti dan Erliana, (Tanaman Ganyong 2012)

menemukan banyak jenis-jenis ini, tetapi biasanya kita tahu itu adalah *oranye*, putih, kuning, merah dan warna ungu. Menurut sebuah artikel yang diterbitkan oleh *Potato North Carolina Sweet Commission*, dari 58 jenis sayuran yang diteliti, ditemukan bahwa ubi ganyong adalah makanan terbaik dalam daftar. Ubi ganyong adalah makanan dengan rasa manis bebas lemak dan mengandung 76,9% dari nilai harian vitamin A dan 65% vitamin C dalam satu porsi (sekitar satu cangkir).



Gambar 2.1. Tanaman Ganyong (*Canna edulis Ker*)  
(Sumber :Kelurahan Lubuk Lintang Kab. Seluma)

Tanaman ganyong akan tetap berwarna hijau saat umbinya belum dewasa. Bila umbi telah cukup dewasa, daun dan batang mulai mengering, yang terlihat seakan-akan bahwa tanaman mati, padahal tidak. Karena bila hujan tiba maka rimpang atau umbi akan bertunas dan membentuk tanaman lagi. Tinggi tanaman ganyong antara 0,9–1,8 meter. Di daerah Jawa, tinggi tanaman ganyong umumnya 1,3 –1,8

meter. Umumnya jangka waktu yang dibutuhkan tanaman ganyong untuk siap panen dipengaruhi oleh ketinggian tempat. Didataran tinggi pada umur 6-8 bulan setelah penanaman biasanya umbi sudah siap panen. Hasil panen ini belum dapat diambil patinya, tapi hanya untuk bahan makanan sampingan seperti direbus. Pati yang hasilnya tinggi diperoleh dari umbi berumur 15-18 bulan. Di dataran rendah, kandungan patinya mencapai puncaknya pada umur 12 bulan dan menurun dengan bertambahnya usia. Tanda yang mudah dikenali kalau umbi telah masak adalah mengeringnya batang dan daun. Cara panen dapat dilakukan dengan pencabutan jika batang tanamannya belum rapuh. Jika sudah rapuh, panen dilakukan dengan cara mendongkel.

Umbi ganyong memiliki kandungan gizi yang berpotensi untuk dijadikan sumber pangan alternatif pengganti beras karena tiap 100 gram terdiri dari kalori 95 kkal, protein 1 g, lemak 0.11 g, karbohidrat 22.60 g, kalsium 21 g, fosfor 70 g, zat besi 1.90 mg, vitamin B1 0.10 mg, vitamin C 10 mg, air 75 g. Umbi ganyong yang berasal dari beberapa daerah di Indonesia memiliki rata-rata kandungan karbohidrat, pati, dan *amilosa* berturut-turut adalah 78.9%, 26.5%, dan 35.1%. Dalam pengujian secara *invitro* dari ekstrak ganyong menggambarkan adanya tingkat *polifenol*, *flavonoid*, dan antioksidan yang tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian Widowati, ganyong dapat diolah menjadi produk antara dalam bentuk tepung dan pati ganyong. Apabila dianalisa ternyata pati ganyong memiliki komposisi gizi karbohidrat 84,34 %, protein 0,44 %, lemak 6,43 %, serat kasar, 0,040%, *amilosa* 28%, air 7,42%, abu 1,37%. Penelitian serupa juga telah dilakukan oleh Sri Nurmala dalam bentuk beberapa produk pangan seperti kue kering, cake dan kerupuk. Dalam rangka ketahanan pangan non beras, maka wujud pemanfaatannya perlu dikembangkan lagi dengan mengolah ganyong dan sereal lain menjadi berbagai bentuk awetan yang memiliki rasa khas dan tahan lama disimpan.<sup>41</sup>

#### **D. Kerupuk Umbi Ganyong**

Ganyong merupakan tanaman yang memiliki peluang sebagai sumber pangan alternatif. Tanaman ganyong kaya akan karbohidrat dan sumber nutrisi lain. Tanaman ini merupakan sumber karbohidrat yang setara dengan beras, ubi jalar, jagung, singkong dan sagu dalam bidang ketahanan pangan. Umbi ganyong besar dengan diameter antara 5-8 cm dan panjangnya 10-15 cm, bahkan sampai mencapai 60 cm, bagian tengahnya tebal dan dikelilingi berkas-berkas sisik yang berwarna ungu atau kecokelatan dengan akar serabut tebal. Bentuk umbi beraneka ragam, begitu juga dengan

---

<sup>41</sup> Widowati, Sri. "Pemanfaatan hasil samping penggilingan padi dalam menunjang sistem agroindustri di pedesaan." (2001).

kandungan gizinya.<sup>42</sup> Umbi ganyong sangat baik bagi pertumbuhan anak balita, karena ganyong mengandung fosfor, zat besi, dan kalsium yang tinggi.

Jika dahulu umbi ganyong hanya diolah dengan cara direbus saja, sekarang umbi ganyong bisa diolah menjadi kerupuk ganyong. Kerupuk ganyong merupakan makanan yang terbuat dari bahan umbi ganyong yang di olah menjadi cemilan yang renyah dan rasanya gurih, karena hal ini kerupuk menjadi makanan favorit semua orang. Sehingga kerupuk ganyong disukai banyak orang dan meningkatkan nilai jual.



Gambar 2.2. Kerupuk Umbi Ganyong

---

<sup>42</sup> Badan Penelitian Dan Pengembangan Pertanian B. Aneka Olahan Umbi. Kementrian Pertanian;2012