



Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

Sela Febriani

**ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS DALAM
TINJAUAN EKONOMI ISLAM
(Studi Aspek Pemasaran Dan Manajemen
Operasional Pada Industri Kerupuk Mischa
Di Kecamatan Kampung Melayu)**



Editor:
Dr. Nurul Hak, MA
Rizky Hariyadi, M.Acc

**ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS DALAM
TINJAUAN EKONOMI ISLAM**

**(Studi Aspek Pemasaran Dan Manajemen Operasional Pada
Industri Kerupuk Mischa Di Kecamatan Kampung Melayu)**



JURNAL

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)**

OLEH :

SELA FEBRIANI

NIM : 1911130086

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
BENGKULU
2023 M/1445 H**

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul "*Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Aspek Pemasaran Dan Manajemen Operasional Pada industri Kerupuk Mischa Di Kecamatan Kampung Melayu)*" yang disusun oleh:

Nama : Sela Febriani

Nim : 1911130086

Program Studi : Ekonomi Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Jurnal Ilmiah

Jurnal : *SEMB-J (Jurnal Sharia Economic Management Business)* September 2023 issue (Vol. 4 No. 3)

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai saran Tim pembimbing. Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah Tugas Akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, 11 Oktober 2023 M

26 Rabi'ul awal 1445 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Nurul Hak, MA

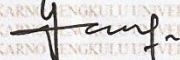
Rizky Hariyadi, M.Acc

NIP. 196606161995031002

NIP. 198711262019031004

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Yenti Sumarni, M.M

NIP. 197904162007012020

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telp. (0736) 51276-51171-51172-53879. Fax. (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN
Skripsi yang berjudul **“Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Aspek Pemasaran Dan Manajemen Operasional Padaindustri Kerupuk Mischa Di Kecamatan Kampung Melayu)”** ditulis oleh Sela Febriani, NIM. 1911130086, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu (UINFAS) Bengkulu pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 05 Oktober 2023 M/ Rabiul awal 1445 H

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 11 Oktober 2023 M

26 Rabiul awal 1445 H

Tim Sidang *Munaqasyah*

Ketua

Sekretaris


Dr. Desi Isnaini, M.A.



Rizky Hariyadi, M.Acc

NIP. 197412022006042000

NIDN. 198711262019031004

Penguji I

Penguji II

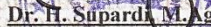

Dr. Desi Isnaini, M.A.


Yunida Een Frivanti, M.Si

NIP. 197412022006042000

NIP.198106122015032003

Mengetahui


Dr. H. Supardi, M. Ag

NIP. 196504101995031007



SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Aspek Pemasaran Dan Manajemen Operasional Pada Industri Kerupuk Mischa Di Kecamatan Kampung Melayu)”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas Akhir ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Di dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 25 September 2023 M
10 Rabiul Awal 1445 H

Mahasiswa yang menyatakan



Sela Febriani

NIM: 1911130086

MOTTO

“Tuhanmu tidak meninggalkan kamu dan tiada (pula) benci kepadamu”

(Ad-Dhuha ayat 3)

“Jangan menunda perbaikan diri, setiap hari adalah kesempatan baru untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya”

(Ustadz Adi Hidayat)

“Sekarang mungkin terasa sulit, tapi yakinlah bahwa semuanya akan membaik”

(Sela Febriani)



PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah ku hantarkan kepada-Mu ya Allah, saya persembahkan skripsi ini teruntuk yang kusayang dalam hatiku, terimakasih kepada:

1. Kedua Orang Tuaku yang telah memberikan kasih Sayangnya, perhatian, serta pengorbanan dengan doa dan ikhtiar demi tercapainya cita-citaku hingga aku bisa berada di tahap ini.
2. Kedua kakakku Teh Maya dan Teh Ika, serta adikku Candra terimakasih telah menjadi saudara yang terbaik, selalu memberi nasehat, yang selalu memberi bimbingan dan memotivasi ku tanpa henti. Terimakasih sudah mau di direpotkan dalam segala hal.
3. Ketiga Ponakanku Nabila, Nayyara dan Sabumi terimakasih telah menjadi ponakan-ponakan yang telah menghiburku dengan kelucuannya.
4. Sahabat-sahabatku Pasulow PTM Amanah, Munah, Mega, Putri dan Kiki terimakasih telah menjadi sahabat sedari kecil yang memberikan warna dalam kehidupan pertemananku.
5. Teman-temanku Cemara Fam's Deak, Sovita, septi, Kak Ros, Intan, Deni, Wahyu, Alpian dan Agung terimakasih telah menjadi teman terbaik selama 4 tahun ini.
6. Untuk kedua pembimbing ku terimakasih tanpa kalian aku tak akan pernah bisa menyelesaikan skripsi ini, terimakasih

untuk koreksi dan masukan yang selalu kalian berikan untuk ku.

7. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah (Ekis C) dan seluruh teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2019 yang selalu berbagi ilmu yang bermanfaat.
8. Dan ALMAMATERKU tercinta, UINFAS Bengkulu.



ABSTRAK

Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Ekonomi Islam
(Studi Aspek Pemasaran Dan Manajemen Operasional Pada
Industri Kerupuk Mischa Di Kecamatan Kampung Melayu)
Oleh Sela Febriani, NIM 1911130086

Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui bagaimana kelayakan bisnis di industri kerupuk Mischa dalam pandangan ekonomi Islam pada aspek pemasaran dan manajemen operasional. Untuk mengetahui hal ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data dan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian dan pembahasan ditemukan bahwa pelaksanaan studi kelayakan bisnis dilihat dari aspek pemasaran telah sesuai dengan prinsip pemasaran, dilihat dari segi penentuan harga, segmentasi pasar bapak Rohman menggunakan analisa yang sudah cukup tepat meskipun cara menganalisis tergolong masih sederhana, sedangkan pelaksanaan studi kelayakan bisnis dilihat dari aspek manajemen operasional sudah sesuai dengan teori prinsip produksi dalam kelayakan bisnis, hal ini dapat dilihat pada saat akan membuka pemilik usaha telah melakukan analisis yang berkaitan dengan operasional usaha. Dilihat dari perspektif ekonomi Islam yang diterapkan dari segi aspek pemasaran yang dilakukan sudah sesuai dengan prinsip pemasaran dalam Islam walaupun masih terdapat aspek yang belum maksimal dalam pengoperasiannya, meskipun demikian dari aspek lain telah memenuhi prinsip pemasaran dalam Islam. Sedangkan dilihat dari aspek manajemen oprasional pembuatannya sudah sesuai dengan teori produksi dalam Islam.

Kata Kunci: *Studi Kelayakan Bisnis, Manajemen Pemasaran, Manajemen Operasional.*

ABSTRACT

Analysis of Business Feasibility Study in Islamic Economic Review

(Study of Marketing Aspects and Operational Management in Mischa Cracker Industry in Kampung Melayu District)

by Sela Febriani, NIM 1911130086

The purpose of this writing is to find out the feasibility of business in the Mischa cracker industry from an Islamic economic perspective in marketing and operational management aspects. To find out this, researchers used qualitative descriptive methods with data collection techniques and used observation, interview and documentation methods. From the results of the research and discussion it was found that the implementation of the business feasibility study from a marketing aspect was in accordance with marketing principles, from the perspective of price determination, Mr Rohman's market segmentation used quite precise analysis even though the method of analysis was relatively simple, while the implementation of the business feasibility study was seen From the aspect of operational management, it is in accordance with the theory of production principles in business feasibility. This can be seen when the business owner is about to open an analysis related to business operations. Viewed from the perspective of Islamic economics which is applied in terms of marketing aspects, what is carried out is in accordance with marketing principles in Islam, although there are still aspects that are not optimal in its operation, however from other aspects it fulfills marketing principles in Islam. Meanwhile, seen from the operational management aspect, the production is in accordance with Islamic production theory.

Keywords: Business Feasibility Study, Marketing Management, Operational Management.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ” Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Aspek Pemasaran Dan Manajemen Operasional Pada Industri Kerupuk Mischa Di Kecamatan Kampung Melayu)”. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr.KH. Zulkarnain, M.Pd, Selaku Rektorat UINFAS Bengkulu
2. Dr. H. Supardi, M.Ag Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu

3. Yenti Sumarni, MM selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu yang telah memberikan informasi dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini
4. Dr. Nurul Hak, MA selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran
5. Rizky Hariyadi, M.Acc selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan informasi, motivasi, dan membimbing dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu
7. Semua pihak yang membantu penulisan skripsi ini

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan serta jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan mengharapkan kritik serta saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini kedepannya.

Bengkulu, 01 Agustus 2023 M
15 Safar 1445H
Penulis,

Sela Febriani
NIM 1911130086

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah(jika diperlukan).....	16
C. Rumusan Masalah	16
D. Tujuan Penelitian.....	17
E. Kegunaan Penelitian.....	17
F. Penelitian Terdahulu	18
G. Metode Penelitian.....	23
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	23
2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	24
3. Informan Penelitian	25
4. Sumber Data	25
5. Teknik Pengumpulan Data	26
6. Teknik Analisis data	28

H. Sistematika Penulisan	28
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Bisnis	31
B. Konsep Bisnis Dalam Islam	33
C. Studi Kelayakan Bisnis	37
1. Aspek Pemasaran.....	41
2. Manajemen Operasional	48
D. Tinjauan Ekonomi Islam	53
1. Ekonomi Islam	53
2. Produksi Dalam Islam	54
3. Pemasaran Dalam Islam	57
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Latar Belakang Pendirian Usaha	62
B. Lokasi Pabrik Kerupuk Mischa	64
C. Langkah Proses Produksi	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASANA.	
A. Kelayakan bisnis pembuatan kerupuk Mischa di Kecamatan Kampung Melayu	67
B. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap kelayakan Bisnis Pembuatan Kerupuk Mischa	74
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Form Validasi Tema Tugas Akhir
- Lampiran 2 : Surat Penunjukan SK Pembimbing
- Lampiran 3 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 4 : Halaman Persetujuan Penelitian
- Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 6 : Lembar Bimbingan Pembimbing I
- Lampiran 7 : Lembar Bimbingan Pembimbing II
- Lampiran 8 : Lembar Nilai Pembimbing I
- Lampiran 9 : Lembar Nilai Pembimbing II
- Lampiran 10 : Surat Keterangan Bebas Plagiasi
- Lampiran 11 : Letter of Acceptance (LOA)
- Lampiran 12 : Lembar Saran Penguji I
- Lampiran 13 : Lembar Saran Penguji II
- Lampiran 14 : Format Jurnal
- Lampiran 15 : Dokumentasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan sistem kehidupan yang bersifat komprehensif, yang mengatur semua aspek, baik dalam sosial, ekonomi, dan politik maupun kehidupan yang bersifat spiritual. Islam adalah agama yang sempurna dan mempunyai sistem tersendiri dalam menghadapi permasalahan kehidupan, baik yang bersifat materil maupun nonmateril. Karena itu, ekonomi sebagai salah satu aspek kehidupan, tentu juga sudah diatur dalam Islam. Ini bisa dipahami sebagai agama yang sempurna, mustahil Islam tidak dilengkapi dengan sistem dan konsep ekonomi. Suatu sistem yang dapat digunakan sebagai panduan bagi manusia dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Suatu sistem yang garis besarnya diatur dalam Alquran dan Sunnah.

Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.¹

¹ Putri Wahyu Novika, *Pengantar Bisnis*, (Batam: Desanta Muliavisitama, 2017).

Kegiatan bisnis merupakan bagian dari kehidupan umat, karena manusia yang hidup bermasyarakat ini saling ketergantungan, saling memerlukan antara yang satu dengan yang lain. Tidak ada manusia yang sanggup menyiapkan semua keperluan hidupnya. Kekurangan kemampuan seseorang menyediakan sesuatu keperluan hidupnya dapat ditutupi oleh orang lain yang bisa menyediakan melalui aktivitas perdagangan (bisnis).²

Perkembangan dunia bisnis saat ini maju sangat pesat. Berbagai bentuk bisnis bisa dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Berbisnis dapat menjadi suatu peluang untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik dan kegiatan berbisnis dapat dilakukan oleh siapa saja yang berniat untuk melakukannya. Pada era sekarang ini, bila seseorang mampu melihat peluang untuk melakukan bisnis maka orang tersebut bisa berhasil karena bisnis yang ditekuninya.³

Dengan demikian kegiatan berbisnis itu sudah merupakan peradaban manusia yang sama tuanya dengan keberadaan manusia dimuka bumi ini. Dalam kenyataannya juga berbisnis menjadi lapangan mata pencaharian yang

² Susminingsih, *Etika Bisnis Islam*, (pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2016).

³ Tiara Widian and Novi TRi Putri, "Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Makanan Khas Bengkulu Di Kota Bengkulu 1,2," *journal of economic development* 3, no. 2 (2021): 106–126.

banyak dipilih oleh warga masyarakat.⁴ Kenyataan ini berkorelasi positif dengan hadis Nabi Muhammad SAW berikut:

“Sembilan dari sepuluh pintu rezeki itu terdapat dalam usaha berdagang dan sepersepuluhnya dalam usaha berternak “ (H.R. Ibnu Manshuur).⁵

Kegiatan bisnis mempengaruhi tingkat kehidupan individu, sosial, regional dan internasional. Kesuksesan serta kemajuan suatu bisnis tergantung pada kesungguhan dan ketekunan para pelaku bisnis tersebut. Pelaku usaha dan konsumen dalam kegiatan bisnis sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap karyawan, konsumen, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Untuk itu perlu adanya aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan tersebut, agar tidak ada pihak yang dieksploitasi terutama pihak konsumen.⁶

Tujuan bisnis menjadi poin penting sebelum mulai menjalankan bisnis. Paradigma lama yang bertujuan memaksimalkan laba dan nilai pemangku kepentingan ternyata telah menimbulkan konsekuensi negatif. Bisnis tampak menjadi sesuatu yang tamak, egois, dan jahat. Tujuan

⁴ M. Ma’ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Banjarmasin: Aswaja Pressindo 2014).

⁵ Monzer Kafh, *Ayat dan Hadits Tentang Ekonomi*, (Jakarta Pusat: KNEKS, 2022).

⁶ Ali Sadikin, dkk, *Pengantar Manajemen Dan Bisnis*, (Yogyakarta: K-Media, 2020).

bisnis akan diikuti dengan pembuatan keputusan terkait penanaman modal melalui analisis atau studi kelayakan bisnis.⁷

Bisnis yang layak menurut Islam adalah bisnis yang halal yakni bisnis yang memenuhi konsep halal baik dari jenis usahanya dan cara menjalankan usahanya⁸. Berdasarkan ayat Al-Quran sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ۖ كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ
مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ
تَعْبُدُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah”. (QS. al-Baqarah [2]: 172).

Analisis kelayakan usaha memiliki peranan yang sangat penting untuk menentukan apakah suatu rencana usaha layak atau tidak untuk diwujudkan. Studi kelayakan usaha adalah sebuah studi yang bertujuan untuk mengukur suatu lokasi usaha. Studi ini berfokus pada potensi

⁷ Vega Wafaretta, “Membangun Studi Kelayakan Bisnis Dalam Perspektif Maqashid Syariah Yang Diperluas,” jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Islam IMANENSI 1 (2014): 1–71.

⁸ Hamdan Agustin, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017).

masalah. Studi kelayakan bisnis juga dapat digunakan untuk memperhitungkan kemungkinan bisnis tersebut dapat bersaing dan bertahan diantara para pesaing lainnya, sekaligus dapat juga melihat kemungkinan pengembangan bisnis dimasa depan dilihat dari berbagai aspek. Harapannya, usaha yang akan di jalankan nanti dapat bertahan lama dan jauh dari potensi rugi. Bukan hanya mengidentifikasi potensi masalah, studi kelayakan juga membahas bagaimana solusi atas masalah tersebut. Misalnya seperti masalah mengenai operasional dan bagaimana pemasaran bisnis berjalan nantinya.⁹

Hasil studi kelayakan usaha pada prinsipnya dapat digunakan sebagai berikut:

1. Merintis usaha baru, misalnya membuka sebuah toko, membangun sebuah Pabrik Industri, mendirikan perusahaan jasa dan membuka usaha dagang lainnya.
2. Mengembangkan usaha yang sudah ada, misalnya untuk menambah kapasitas pabrik, memperluas skala usaha, mengganti peralatan atau mesin, menambah mesin bau, memperluas cakupan usaha.
3. Memilih jenis usaha atau investasi (proyek) yang paling menguntungkan, misalnya pilihan usaha dagang, pilihan usaha barang atau jasa, pabrikasi atau perakitan.

⁹ Khozin Zaki, *Manajemen Syariah* (Jawa Tengah: CV. Amerta Media, 2020).

Kelayakan artinya analisis yang dilakukan secara mendalam tersebut akan menghasilkan kesimpulan yang menentukan apakah usaha yang akan atau sedang dijalankan akan memberi manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan kata lain, layak mempunyai pengertian signifikan secara finansial dan non-finansial sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai yang dapat dinikmati oleh tidak hanya bagi perusahaan yang menjalankan namun juga bagi investor, kreditor, pemerintah dan masyarakat luas.¹⁰

Dalam islam studi kelayakan bisnis adalah laporan sistematis penelitian dengan menggunakan analisis ilmiah mengenai layak (diterima) atau tidak layak (ditolak) usulan suatu usaha bisnis yang halal menurut pandangan syariah Islam dalam rangka rencana investasi perusahaan. Laporan ini dibuat sebagai salah satu ikhtiar kepada Allah Ta'ala yang mengharapkan bantuan dan kasih sayang Allah Ta'ala, agar usaha yang akan dijalankan nantinya memperoleh keuntungan. Baik secara materiil berupa uang dan nonmateriil seperti peningkatan kualitas produk, peningkatan jumlah produksi dan peningkatan kualitas sumber daya insani.¹¹

¹⁰ Wahyu Novika, *pengantar bisnis*. (Batam: Desanta Muliavisitama, 2017).

¹¹Agustin, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*.(Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017).

Dalam sebuah studi kelayakan bisnis aspek pemasaran merupakan salah satu aspek yang paling penting, karena aspek pemasaran menentukan hidup atau tidaknya sebuah perusahaan di dalam industri. Pemasaran dalam perspektif kelayakan usaha dimaknai sebagai suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Dengan demikian konsumen potensial menjadi tujuan dan sasaran dari studi kelayakan usaha.¹²

Aspek pemasaran menganalisis seberapa besar pangsa pasar yang akan diraih, bagaimana kemampuan perusahaan untuk menguasai pasar serta bagaimana strategi yang akan dijalankan nantinya. Aspek pemasaran mencakup strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu: strategi produk; strategi harga; strategi lokasi dan distribusi; strategi promosi. Hal ini berarti, analisis produk akan melihat bagaimana produk yang dihasilkan baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Analisis harga akan menilai bagaimana penetapan harga dilakukan, apakah harga jual yang ditetapkan terlalu rendah atau bahkan terlalu tinggi sehingga mengurangi volume penjualan. Analisis lokasi dan distribusi akan menganalisis penempatan usaha baik pada

¹²Muhammad Anwar Fathoni, "Konsep Pemasaran Dalam Perspektif," ' 9, no. 1 (2018): 128–146.

aspek produksinya, alur distribusi sampai kepada konsumen. Analisis promosi menilai bagaimana perusahaan menginformasikan produknya kepada calon konsumen.¹³

Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.¹⁴

Pada kegiatan pemasaran setiap individu harus terbebas dari eksploitasi individu lainnya. Islam dengan tegas melarang seorang muslim merugikan orang lain. Sebagai mana firman Allah SWT dalam QS: Ash Shu'ara": 183:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا

فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

¹³Heni Sukmawati and Fatimah Zahra Nasution, "Analisis Kelayakan Bisnis Syariah Pada Usaha Mikro Tempe," Jurnal Ekonomi Syariah 4, no. 1 (2019): 38–48., Jurnal ekonomi, volum 1, hal. 4

¹⁴Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*. (Banjarmasin: Aswaja Pressindo, 2014).

Artinya: “Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.”¹⁵

Di samping aspek pemasaran, manajemen operasional juga merupakan aspek penting dari suatu studi kelayakan. Manajemen operasional merupakan serangkaian kegiatan yang terhubung dengan serangkaian proses pengambilan keputusan dalam rangka mengatur dan mengkoordinasi penggunaan berbagai sumber daya demi tercapainya tujuan organisasi. Proses pengambilan keputusan diawali oleh pengidentifikasian masalah dan alternatif yang memungkinkan, serta penentuan kriteria pengukuran ataupun perbandingan bagi setiap alternatif, yang bisa menghasilkan manfaat yang maksimal dan efektif dengan risiko minimal. Berdasarkan kondisi dari keputusan yang diambil, ada empat macam pengambilan keputusan, yakni pengambilan keputusan atas: (1) peristiwa pasti; (2) peristiwa mengandung risiko; (3) peristiwa tidak pasti; dan (4) peristiwa yang terjadi akibat pertentangan dengan kondisi lainnya.¹⁶

Secara basisnya manajemen memiliki fungsi dalam menata setiap aktifitas yang ada agar memiliki daya dan ketepatan yang dihasilkan tertuju pada sasaran-sasaran yang telah ditargetkan. Tepat guna, tepat waktu, dan berujung pada tepat sasaran. Dalam sebuah organisasi dan

¹⁵ Q.S. Ash-Shu'ara' (26) : 183

¹⁶ Suryono Efendi, Djoko Pratiknyo, and Edi Sugiono, *Manajemen Operasional* (Jakarta Selatan: LPU-UNAS, 2019).

perusahaan, fungsi ini akan menjadi roda yang berputar konsisten pada porosnya jika dibarengi dengan perawatan-perawatan dan pemahaman-pemahaman dalam menanganinya. Karena manajemen memang telah mempunyai fungsi dari awalnya dan akan langsung memandu kita pada pemanfaatan fungsi tersebut, sisanya adalah terhadap orang-orang diposisi manajerialnya. Dalam hal ini adalah manajer.¹⁷

Konsep manajemen operasional merupakan kegiatan yang kompleks, tidak hanya mencakup pelaksanaan fungsi manajemen dalam mengkoordinasi berbagai kegiatan dalam mencapai tujuan operasi, tetapi juga mencakup kegiatan teknis untuk menghasilkan suatu produk yang memenuhi spesifikasi yang diinginkan, dengan proses produksi yang efisien dan efektif serta dengan mengantisipasi perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen pada masa mendatang. Setelah proses produksi dan kehidupan perusahaan berjalan yang dengan baik, perusahaan perlu menjaganya dengan baik karena menjaga lebih sulit daripada saat mendirikaninya. Dengan demikian, proses dan kegiatan produksi sebagai dapur nya perusahaan perlu dipelajari dengan saksama sehingga sebuah perusahaan

¹⁷ Sadikin, Misra, And Sholeh Hudin, *PENGANTAR MANAJEMEN DAN BISNIS*.(Yogyakarta: K-Media, 2020).

memiliki divisi produksi yang solid dan dapat dipercaya sebagai tulang punggung kelangsungan hidup perusahaan.¹⁸

Konsep produksi secara umum dimana konsumen menyukai produk yang tersedia di mana saja dengan harga terjangkau atau murah. Maka pada saat seperti ini, perusahaan praktis berkonsentrasi pada masalah produksi. Produksi ditingkatkan terus menerus dan di edarkan dengan jalur distribusi yang banyak. Islam telah menganjurkan masyarakat Muslim untuk membentuk sistem ekonomi dengan apa yang telah diajarkan. Suatu peningkatan kemakmuran produksi yang dihasilkan oleh alam guna untuk pemanfaatan bukan semata-mata untuk mengejar target usaha untuk mengeskloitasi alam¹⁹. Dimana target seperti ini masuk dalam kerangka religius seperti yang diungkapkan dalam QS al-Maidah ayat 87:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا حَلَّلَ

اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ

الْمُعْتَدِينَ

¹⁸Purnama Putra and Wiwik Hasbiyah, *Pemasaran Syariah* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021).

¹⁹Misbahul Ali and Nura Widan, "Implementasi Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Produksi Makanan Di Rm. Prasmanan Tapen Bondowoso Misbahul," *Jurnal al-Idārah* 1 (2020): 71–83.

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas."*²⁰

Islam menekankan memproduksi suatu produk harus mempunyai manfaat bagi manusia atau harus mempunyai hubungan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Bukan pula memproduksi produk-produk mewah secara berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan manusia secara umum. Dikhawatirkan hal tersebut akan menjadikan manusia berupaya memenuhi kebutuhan hidup sehingga menjadikan mereka hidup berfoya-foya dan mubazir. Sehingga menyebabkan tenaga kerja yang dikeluarkan untuk memproduksi barang tersebut dianggap tidak produktif. Meski demikian, Al-Qur'an memberi kebebasan yang luas bagi manusia untuk berusaha memperoleh kekayaan yang lebih banyak lagi dalam memenuhi kehidupan ekonomi maka perolehan harta dapat terkendali. Dengan adanya pedoman dan tuntunan syariah bagi umat Islam sehingga membuat sifat manusia yang semula tamak dan mementingkan diri sendiri menjadi terkendali dan saling membantu.²¹

²⁰ Q.S. Al-Maidah (05) ayat :87.

²¹ Sugianto, Luh Nadi, and I Ketut Wenten, *Studi Kelayakan Bisnis* (Banten: YPSIM, 2020).

Peran industri kecil dalam peta perekonomian nasional tidak dapat disepelekan. Industri kecil merupakan sektor usaha yang banyak menyerap tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi beban pemerintah dalam menanggulangi pengangguran. Industri kecil juga mampu menanggulangi permasalahan penduduk. Berkembangnya industri kecil di daerah- daerah pedesaan dan pinggiran kota setidaknya akan memberi dampak penyebaran penduduk yang lebih merata. Pembangunan industri sebagai bagian dari usaha pembangunan ekonomi jangka panjang di arahkan menciptakan struktur ekonomi yang lebih kokoh dan seimbang. Untuk itu proses industriliasasi lebih dimantapkan guna mendukung berkembangnya industri sebagai penggerak utama peningkatan ekonomi dan perluasan lapangan kerja. Peranan lain dari Industri pengolahan akan memacu dan mengangkat pembangunan sektor-sektor lainnya seperti sektor pertanian dan jasa. Sebagai misal pertumbuhan sektor industri yang pesat akan merangsang pertumbuhan sektor pertanian untuk menyediakan bahan- bahan baku bagi suatu industri. Dengan adanya industri tersebut memungkinkan juga berkembangnya sektor-sektor lainnya, seperti sektor perdagangan, jasa dan sebagainya.²²

Salah satu industri yang sudah lama berjalan dan sampai saat ini masih banyak diminati konsumen masyarakat

²² Tiara Widian, Novi, "Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Makanan Khas Bengkulu Di Kota Bengkulu , Jurnal ekonomi, volum 1, hal. 5

adalah kerupuk. Kerupuk merupakan salah satu makanan khas masyarakat Indonesia yang disukai oleh kalangan anak-anak sampai orang dewasa, yang disukai sebagai makanan ringan atau lauk, kerupuk juga tidak hanya terbatas dikonsumsi oleh masyarakat perkotaan, tetapi juga merupakan makanan sehari-hari di perdesaan, kerupuk memiliki rasa yang enak dengan harga yang relatif murah, dan dalam kondisi perekonomian seperti ini terbukti industri tersebut lebih mampu bertahan di tengah kondisi krisis.²³

Kerupuk atau krupuk adalah makanan ringan yang dibuat dari adonan tepung tapioka dicampur bahan perasa seperti udang dan ikan. Sebutan kerupuk di beberapa Negara antara lain krupuk/kerupuk/kropoek di Indonesia, keropok di Malaysia, Kropek di Filipina, bánh phồng tôm di Vietnam merupakan makanan ringan (snack) di beberapa negara Asia. Kerupuk bertekstur garing dan dijadikan sebagai makanan selingan, pelengkap untuk berbagai makanan Indonesia seperti nasi goreng, gado-gado, soto, rawon, bubur ayam dan lain lain dan bahkan orang menganggap kerupuk sebagai lauk sehari-hari. Kerupuk biasanya dijual dalam kemasan yang belum digoreng (kerupuk mentah) atau dalam kemasan yang sudah digoreng (kerupuk matang). Ada dua jenis kerupuk yang dikenal dimasyarakat, yaitu kerupuk dengan

²³ Vera Waty Adam et al., "Analisis Kelayakan Usaha Pia Dengan Pendekatan Keuntungan Pada Ukm Putra Kusuma Di Kecamatan Sipatana Kota Gorontalo 1)," jurnal AGRINESIA 2 (2017).

bahan baku nabati (seperti kerupuk singkong, kerupuk bawang, kerupuk puli, rempeyek, rengginang, kerupuk gendar, kerupuk aci, kemplang, rengginang, emping melinjo dan kerupuk dengan tambahan bahan pangan hewani (seperti kerupuk udang, kerupuk ikan dan kerupuk rambak kulit.

Kerupuk adalah makanan ringan yang pada umumnya dibuat dari olahan tepung tapioka ataupun tepung terigu yang biasanya dicampurkan dengan bahan perasa berupa ikan ataupun udang. Kerupuk biasanya dibuat dengan bentuk tertentu yang kemudian dipotong tipis-tipis atau dengan ketebalan tertentu yang kemudian dikeringkan lalu digoreng dalam minyak panas sebelum disajikan dan siap untuk dimakan. Olahan kerupuk sendiri saat ini dapat di olah kedalam bermacam bentuk olahan lain selain hanya dimakan dalam bentuk jadi yang sudah digoreng yang biasanya dijadikan makanan pendamping untuk masakan lain.²⁴

Salah satu usaha kerupuk yang ada di Kecamatan Kampung Melayu adalah usaha kerupuk mischa milik bapak Rohman. Usaha kerupuk Mischa bapak Rohman ini sudah berjalan cukup lama. Usaha kerupuk Mischa bapak Rohman ini memproduksi 2 jenis kerupuk dan di pasarkan oleh pedagan yang bekerja dengan bapak Rohman.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang membahas tentang

²⁴ Dedes Amertaningtyas, "Mini Review : Pengolahan Kerupuk Rambak Kulit Di Indonesia," Jurnal Ilmu-ilmu Peternakan 21, no. 3 (2011): 18–29.

“Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Aspek Pemasaran Dan Manajemen Operasional Pada Industri Kerupuk Mischa Di Kecamatan Kampung Melayu)”.

B. Batasan Masalah

Pembatasan masalah ini bertujuan untuk memfokuskan perhatian pada penelitian dengan memperoleh kesimpulan yang benar dan mendalam pada aspek yang diteliti. Cakupan masalah yang dibatasi pada penelitian ini hanya mencakup kepada studi kelayakan bisnis dalam tinjauan ekonomi Islam yang hanya berfokus pada aspek pemasaran dan manajemen oprasional, untuk industri kerupuk yang diteliti terbatas pada satu usaha saja yang ada di Kecamatan Kampung Melayu, yaitu usaha kerupuk Mischa milik bapak Rohman.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana kelayakan bisnis indutri pembuatan kerupuk Mischa di Kecamatan Kampung Melayu dari aspek pemasaran dan manajemen oprasional?
2. Bagaiman tinjauan ekonomi Islam terhadap pelaksanaan pemasaran dan manajemen oprasional pembuatan kerupuk Mischa di Kecamatan Kampung Melayu?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui bagaimana kelayakan usaha kerupuk Mischa di Kecamatan Kampung Melayu dari segi aspek pemasaran dan manajemen operasional
2. Mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap pelaksanaan pemasaran dan manajemen operasional kerupuk Mischa di Kecamatan Kampung Melayu

E. Kegunaan penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil pemikiran serta tambahan pengetahuan dibidang di bidang ekonomi islam khususnya melalui studi kelayakan usaha dalam aspek produksi dan distribusi.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan;

- a) Bagi pemerintah dapat menjadi alternatif untuk mengetahui bagaimana pengaruh penjualan online dan offline terhadap tingkat kepuasan konsumen, dan pemerintah juga dapat mengetahui sebab akibat yang akan terjadi pada penjualan online dan offline.

b) Bagi masyarakat hasil dari penelitian ini juga bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menjalankan usaha, bahwa dalam menjalankan usaha harus memperhatikan beberapa aspek yang akan mendukung serta membuat usaha yang dijalankan menjadi maju, dengan melihat dan melaksanakan studi kelayakan usaha, agar kejadian yang tidak diinginkan tidak terjadi di kemudian hari.

F. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi penelitian yang dilaksanakan oleh Putra Afrianto yang berjudul Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Islam Pada Perusahaan Penghasil Produk Minuman Di Makassar (Studi Aspek Pemasaran Dan Manajemen Operasional Pada Pt Coca- Cola tahun 2016, yang bertujuan untuk Mengetahui bagaimana kelayakan bisnis CCAI jika ditinjau dari sudut pandang Islam terkait dengan aspek pemasaran dan manajemen operasionalnya. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan metode teoritis-praktis. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah manajer personalia CCAI southern sulawesi operation, staf IT CCAI southern sulawesi operation, situs resmi CCAI, dan laporan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan penelusuran referensi. Berikutnya, teknik pengolahan data dan analisis data dilakukan dengan melalui tiga tahapan, yaitu : reduksi data, penyajian data,

dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CCAI telah memenuhi semua kriteria kelayakan bisnis aspek pemasaran dan manajemen operasional jika ditinjau berdasarkan konsep ekonomi umum. Apabila ditinjau dari sudut pandang Islam aspek pemasaran CCAI masih terdapat cacat informasi bisnis akan tetapi bisnis CCAI bisa dikatakan layak secara Islam jika ditinjau dari manajemen operasionalnya.²⁵

Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaannya terletak pada objek penelitiannya.

2. Skripsi penelitian yang dilaksanakan oleh Widia Apriana yang berjudul Studi Kelayakan Usaha Pada Aspek Produksi Kelapa Goreng Di Desa Riak Siabun 1 Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Islam tahun 2019, yang bertujuan untuk Mengetahui bagaimana kelayakan produksi dan tinjauan prinsip ekonomi Islam terhadap pelaksanaan produksi kelapa goreng di Desa Riak Siabun 1. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan data-data yang dikumpulkan merupakan kata-kata, dokumen dan gambar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kelayakan Produksi kelapa goreng pada usaha ibu Santi, pada saat akan membuka usaha ibu Santi sudah melakukan analisis lokasi usaha, ibu Santi selalu

²⁵ Putra Afrianto, "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Islam Pada Perusahaan Penghasil Produk Minuman Di Makassar (Studi Aspek Pemasaran Dan Manajemen Operasional Pada Pt Coca- Cola)" (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2016).

memperhatikan kualitas bahan baku sebelum melakukan produksi, tetapi ibu Santi belum mempunyai surat izin usaha, dan juga ketika musim hujan ibu Santi tidak bisa memenuhi permintaan pelanggan sepenuhnya. (2) Tinjauan Prinsip Produksi Islam Terhadap Pelaksanaan Kelayakan Produksi Kelapa Goreng Di Desa Riak Siabun 1 Dalam menjalankan usaha kelapa goreng ibu Santi belum memenuhi nilai-nilai dalam produksi islam, dalam melakukan usaha ibu Santi belum profesionalisme dalam menyiapkan pesanan pelanggan ketika musim hujan²⁶

3. Skripsi penelitian yang dilaksanakan oleh Lisnawati Iryadini yang berjudul Analisis Faktor Produksi Industri Kecil Kerupuk Kabupaten Kendal tahun 2010, yang bertujuan untuk menganalisis tingkat produksi pada industri kecil kerupuk di Kabupaten Kendal, dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian (input modal kerja, input tenaga kerja, dan input bahan baku) terhadap output yang dihasilkan pada industri kecil kerupuk. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey terhadap seluruh produsen kerupuk berbahan baku tepung tapioka di Kabupaten Kendal dan dianalisis dengan regresi. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model fungsi produksi Cobb Douglas. Hasil regresi diuji

²⁶ Widia Apriana, "Studi Kelayakan Usaha Pada Aspek Produksi Kelapa Goreng Di Desa Riak Siabun 1 Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Islam" (Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2019).

dengan pengujian hipotesis (uji F dan uji t) dan pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji normalitas). Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu modal kerja, tenaga kerja, dan bahan baku, berpengaruh positif terhadap variabel dependen (output produksi kerupuk), dengan masing-masing koefisien regresi 0,010 untuk modal kerja, 0,018 untuk tenaga kerja, dan 0,988 untuk bahan baku. Namun demikian hanya variabel bahan baku yang berpengaruh signifikan terhadap output produksi kerupuk. Hal ini dikarenakan jumlah bahan baku yang digunakan dalam produksi menghasilkan kerupuk dalam jumlah yang hampir sama. Secara simultan melalui uji F, seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap hasil produksi kerupuk. Dan dari hasil pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik, model regresi yang digunakan terbebas dari penyimpangan asumsi klasik²⁷

4. Jurnal Internasional penelitian yang dilaksanakan oleh Widia Amilia dan Miftahul Choiron yang berjudul *Study Of Feasibility And Competitive Advantage* tahun 2017 yang bertujuan untuk Mengetahui kelayakan usaha dan daya saing industri tepung tapioka di daerah penelitian. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Responden

²⁷ Lisnawati Iryadini, "Analisis Faktor Produksi Industri Kecil Kerupuk Kabupaten Kendal" (Skripsi Universitas Diponegoro Semarang, 2010).

yang diambil dalam penelitian ini adalah 2 pimpinan dan 5 karyawan produksi. Teknik analisis yang digunakan adalah kriteria investasi yang terdiri dari ana-lisis NPV, IRR, Net B/C dan PBP, serta ana-lisis daya saing industri dengan menggunakan pendekatan model Diamond Porter. Hasil analisis penelitian ini adalah masih memiliki berbagai kelemahan yang ter-kait dengan sumber daya manusia, industri ter-kait, permintaan pasar dan strategi usaha²⁸

5. Jurnal nasional penelitian yang dilaksanakan oleh Al Fajri Saputra, dkk yang berjudul Analisis Usaha Rumah Tangga Kerupuk Di Desa Pasar Pedati Kecamatan Pondok Kelapa Kabupaten Bengkulu Tengah (Studi Kasus : Kerupuk Lia Jaya Di Desa Pasar Pedati Kecamatan Pondok Kelapa Kabupaten Bengkulu Tengah) tahun 2021, yang bertujuan untuk Mengetahui harga pokok produksi dan Keuntungan Yang Diperoleh Usaha Rumah Tangga Kerupuk Lia Jaya. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dan kualitatif. Pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder melalui wawancara dan pengisian kusioner. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Besarnya Harga Pokok Produksi usaha rumah tangga kerupuk Lia Jaya yang didapatkan pada bulan Januari 2021 yaitu sebesar Rp.185.652.606 atau rata-rata

²⁸ Widia Amilia and Miftahul Choiron, "Study Of Feasibility And Competitive Advantage", Journal of Social and Agricultural Economics 10, no. 2 (2017): 51–57.

sebesar Rp.27.545/kg. Dengan rincian kerupuk tahu sebesar Rp.45.903.570 atau Rp.27.162/kg, stik mercon sebesar Rp.23.844.357 atau Rp.28.728/kg, kerupuk jalin sebesar Rp.23.358.328 atau Rp.27.161/kg, kerupuk tempe sebesar Rp.21.201.501 atau Rp.26.502/kg, makaroni sebesar Rp.24.387.595 atau Rp.28.691/kg, kerupuk jengkol sebesar Rp.23.087.595 atau Rp.27.162/kg, dan kerupuk ikan sebesar Rp.23.869.661 atau Rp.27.555/kg. Perolehan keuntungan yang didapatkan oleh usaha rumah tangga kerupuk Lia Jaya pada bulan Januari 2021 yaitu sebesar Rp.18.380.003. Keuntungan ini diperoleh dari penjualan kerupuk tahu sebesar Rp.6.837.467, stik mercon sebesar Rp.509.948, kerupuk jalin sebesar Rp.2.617.563, kerupuk tempe sebesar Rp.2.285.145, makaroni sebesar Rp.732.930, kerupuk jengkol sebesar Rp.2.779.204, dan kerupuk ikan Rp.2.045.746.²⁹

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Secara sederhana metode pengamatan penelitian lapangan (*field research*) dapat didefinisikan yaitu secara

²⁹ Reswita Al Fajri Saputra, Andi Irawan, "Analisis Usaha Rumah Tangga Kerupuk Di Desa Pasar Pedati Kecamatan Pondok Kelapa Kabupaten Bengkulu Tengah (Studi Kasus: Kerupuk Lia Jaya Di Desa Pasar Pedati Kecamatan Pondok Kelapa Kabupaten Bengkulu Tengah)," *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2021.

langsung mengadakan pengamatan untuk memperoleh informasi yang diperlukan, misalnya ketika peneliti ingin meneliti bagaimana peran opinion leader dalam suku tertentu menggiring audience-nya untuk mempercayai hal-hal tertentu. Hal ini menggunakan metode *field research* guna mendapatkan hasil yang akurat dan pasti, dimana peneliti ikut tinggal, bergaul dan melakukan kegiatan sosial lainnya demi mendapatkan kesimpulan yang sesuai dari apa yang ada dilapangan.³⁰

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme.³¹ Dalam penelitian ini akan di uji mengenai pembuktian teori dan uji teori yang akan dianalisis lalu dibuktikan mengenai kebenaran teori yang berlaku. Peneliti akan menjabarkan hasil menggunakan metode deksriptif kualitatif, yaitu format penelitian yang dilakukan dengan menggunakan studi kasus yang memusatkan diri pada suatu unit tertentu.

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan Maret sampai dengan bulan Mei 2023. Tempat penelitian ini yaitu di usaha

³⁰Faldun Maros, "Penelitian Lapangan (Field Research) Pada Metode Kualitatif," jurnal academia (2016).

³¹Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013).

kerupuk mischa milik bapak rohman di Kecamatan Kampung Melayu Kota Bengkulu.

3. Informan Penelitian

Informan yang akan diwawancarai dalam penelitian ini adalah pemilik usaha kerupuk dan karyawan yang ada di usaha kerupuk Mischa di Kecamatan Kampung Melayu. Adapun teknik pemilihan informasi penelitian yang di ambil yaitu purposive sampling. *Purposive sampling* merupakan sebuah metode sampling *non randomssampling* dimana periset memastikan pengutipan ilustrasi melalui metode menentukan identitas spesial yang cocok dengan tujuan riset sehingga diharapkan bisa menanggapi kasus riset.³²

4. Sumber Data

a) Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara langsung dengan informan pada penelitian ini yaitu Pemilik usaha kerupuk Mischa di kecamatan Kampung Melayu.

b) Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh secara tidak langsung melalui literatur yang berasal dari media, yang berupa dokumen-dokumen, buku-

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D.*(Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013).

buku, skripsi sebelumnya, jurnal dan yang berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti.

5. Teknik Pengumpulan Data

Disini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara *triangulasi* (gabungan). *Triangulasi* adalah pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu.³³

a) Observasi

Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Secara langsung adalah terjun kelapangan dan secara tidak langsung yaitu pengamatan yang dibantu oleh media. Observasi merupakan pengamatan langsung terhadap objek untuk mengetahui keberadaan objek, situasi, konteks, dan maknanya dalam upaya mengumpulkan data penelitian. Dengan melakukan observasi di lapangan peneliti akan lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial yang dihadapi. Dengan terjun langsung di lapangan, peneliti akan mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif karena peneliti tidak hanya mengumpulkan data tetapi juga akan dapat merasakan suasana sosial yang diteliti

³³ Maros, "Penelitian Lapangan (Field Research) Pada Metode Kualitatif." jurnal academia (2016).

b) Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan wawancara tak terstruktur. Wawancara ini sangat berbeda dari wawancara terstruktur dalam hal waktu bertanya dan cara memberikan respons, yaitu jenis ini jauh lebih bebas iramanya. Informan biasanya terdiri atas mereka yang terpilih saja karena sifat-sifatnya yang khas. Biasanya mereka memiliki pengetahuan dan mendalami situasi, dan mereka lebih mengetahui informasi yang diperlukan.

c) Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Alasan penggunaan teknik ini adalah karena dapat digunakan sebagai bukti fisik dalam penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data-data berupa arsip atau dokumen-dokumen untuk melengkapi data yang diperlukan.

6. Teknik Analisis data

Teknik Analisis Data Setelah data yang di peroleh dari lapangan melalui wawancara (*interview*) dengan informan penelitian. Peneliti dalam hal ini menganalisa data dikemudian hari akan menggunakan teknik analisis deksriptif yang mana peneliti akan menjabarkan hasil penelitian yang berkaitan dengan variabel penelitian. Penjabaran hasil penelitian akan menggunakan penggambaran menggunakan bahasa baku dan universal dan menghindari terlalu banyak bahasa-bahasa yang dapat membawa hasil analisis deskriptif nanti pada ketidakpahaman pembaca dalam melihat hasil analisis data. Secara khusus peneliti menggunakan metode kasus yang lebih sering digunakan untuk menemukan ide-ide baru mengenai hubungan antarvariabel.

H. Sistematika Penulisan

Agar pembahasan lebih tersusun dan terarah dalam penulisan skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan dalam lima bab yang terdiri dari:

Bab I Pendahuluan. Penulis menyusun bab ini terdiri dari latar belakang masalah tentang kelayakan usaha kerupuk yang penulis rumuskan dalam suatu rumusan masalah. Sedangkan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjawab rumusan masalah. Pada bab ini penulis uraikan kegunaan dari penelitian ini berupa kegunaan teoritis dan

praktis. Selanjutnya penelitian terdahulu yang merupakan penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kemudian materi tentang metode penelitian. Terakhir, penulis menguraikan sistematika penulisan yang merupakan sistematika pembahasan pada penelitian ini.

Bab II Kajian Teori. Pada bab ini penulis akan membahas kajian teori dari berbagai referensi yang terkait dengan substansi penelitian ini. Kajian teori yang dibahas dalam penelitian ini yaitu mengenai konsep tentang kelayakan usaha yaitu aspek pemasaran dan manajemen operasional.

Bab III yaitu berisikan gambaran umum objek yang diteliti seperti sejarah, lokasi penelitian, dan mekanisme operasional pembuatan kerupuk, hal ini bertujuan untuk memaparkan lebih jelas mengenai objek yang diteliti secara lengkap agar mudah untuk dipahami.

Bab IV Hasil dan Pembahasan. Bab ini menjelaskan persoalan yang diangkat dalam penelitian ini, tentang paparan data dan fakta temuan penelitian yang telah disesuaikan urutan masalah penelitian, dan diuraikan secara sistematis sehingga menjawab semua rumusan masalah yang telah dipaparkan dalam bab IV dijelaskan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah didapatkan oleh peneliti selama penelitian berlangsung.

Bab V Penutup, berisikan kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan bab-bab sebelumnya serta saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pemilik usaha, hal ini ditujukan agar memudahkan pembaca untuk memahami seluruh inti dari skripsi tanpa membaca secara menyeluruh.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Bisnis

Peterson bersama Plowman menjelaskan bahwa bisnis merupakan serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan penjualan ataupun pembelian barang dan jasa yang secara konsisten berulang (*a series of activities related to the sale or purchase of goods and services that are consistently repeated*). Menurut Peterson dan Plowman, penjualan jasa ataupun barang yang hanya terjadi satu kali saja bukan merupakan pengertian dari bisnis.¹

Selanjutnya ditambahkan Prof.L.R.Dicksee bahwa pengertian bisnis adalah suatu bentuk aktivitas yang utamanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan bagi yang yang mengusahakan atau yang berkepentingan dalam terjadinya aktivitas tersebut. Bukhori Alma mengartikan bahwa bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen.²

¹ Wahyu Novika, *Pengantar Bisnis*,(Batam: Desanta Multiavisitama Hak, 2017).

²Tona Aurora Lubis and Firmansyah, *Tata Kelola Dan Perilaku Binis Para Pedagang Sayur, Pedagang Ikan, Pedagang Daging Dan Ayam Di Pasar Tradisional* (Jambi: Salim Media Indonesia, 2018).

Menurut Madura bisnis adalah suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk barang dan jasa kepada pelanggan. Setiap bisnis mengadakan transaksi dengan orang-orang. Orang-orang itu menanggung akibat karena bisnis tersebut, mereka. Kerja sama lintas fungsional di dalam bisnis adalah dengan menekankan kebutuhan para manajer dari area fungsional yang berbeda untuk memaksimalkan laba dalam mencapai tujuan bersama.³

Menurut Huat, T Chwee, Bisnis sebagai suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat (*bussiness is then simply a system that produces goods and service to satisfy the needs of our society*) sementara menurut Griffin & Ebert. Bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengertian bisnis adalah kegiatan atau bentuk aktivitas penjualan jasa dan barang yang bertujuan untuk mencari atau memperoleh keuntungan kepada pihak yang berusaha yang berlangsung secara terus menerus selama masih memberikan keuntungan.⁴

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan seluruh rangkaian kegiatan dengan menciptakan penjualan barang dan jasa untuk memperoleh

³ Aswad Hasoloan, "Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis," Jurnal Warta Edisi 63, no. 2 (2018): 1-3,.

⁴ Wahyu Novika, *Pengantar Bisnis*.(Batam: Desanta Muliavisitama, 2017).

keuntungan yang sebesar-besarnya yang dapat dilakukan baik secara individu maupun kelompok untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

B. Konsep Bisnis Dalam Islam

Bisnis Syariah Islam adalah bisnis yang berdasarkan pada Al-Quran dan hadis di mana terdapat kesesuaian kegiatan bisnis dengan syariah Islam sebagai ibadah kepada Allah Ta'ala untuk mendapat ridha-Nya. Dari pengertian tersebut, bisnis berbasis syariah merupakan bisnis yang berlandaskan syariah Islam, di mana semua kegiatan bisnis yang dilakukan harus sesuai dengan aturan agama Islam (halal dan haram). Dalam bisnis Islam, semua hasil usaha yang telah dilakukan selalu mengingat dan menyerahkan kepada Allah Ta'ala.⁵

Bisnis syariah merupakan penerapan dan perwujudan dari aturan syariat dalam menjalankan usaha. Sebenarnya bentuk bisnis syariah tidak jauh beda dengan bisnis pada umumnya, yaitu upaya memproduksi/mengusahakan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Namun aspek menjalankan aturan syariah inilah yang membedakannya dengan bisnis pada umumnya. Sehingga bisnis syariah selain mengusahakan bisnis pada

⁵ Sunarji Harahap, *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif* (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018).

umumnya, juga menjalankan perintah Allah Ta'ala dalam hal bermuamalah.⁶

Untuk membedakan antara bisnis syariah dan konvensional, dapat diketahui melalui ciri dan karakter dari bisnis syariah yang memiliki keunikan dan ciri tersendiri. Beberapa ciri itu antara lain:

1. Memiliki pemahaman terhadap bisnis yang halal dan haram. Seorang pelaku bisnis syariah dituntut mengetahui benar fakta-fakta (*tahqiqul manath*) terhadap praktik bisnis yang Sahih dan yang salah. Disamping juga harus paham dasar-dasar nash yang dijadikan hukumnya (*tahqiqul hukmi*).
2. Selalu berpijak pada nilai-nilai ruhiyah. Nilai ruhiyah adalah kesadaran setiap manusia akan eksistensinya sebagai ciptaan (makhluk) Allah yang harus selalu kontak dengan-Nya dalam wujud ketaatan di setiap tarikan napas hidupnya. Ada tiga aspek paling tidak nilai ruhiyah ini harus terwujud, yaitu pada aspek: (1) konsep, (2) sistem yang diberlakukan, (3) pelaku (personil).
3. Praktik bisnis sesuai syariah yang benar. Dalam hal ini harus terdapat kesesuaian antara aturan syariah Islam dan praktik bisnis yang dilakukan, antara apa yang telah dipahami dan yang diterapkan. Sehingga

⁶ Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Banjarmasin: Aswaja Pressindo, 2014).

pertimbangannya tidak semata-mata untung dan rugi secara materiil tetapi sangat mempertimbangkan praktik bisnis yang sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan syariah Islam.

4. Berorientasi pada ibadah kepada Allah Ta'ala. Orientasi ini didapatkan dengan menjadikan bisnis yang dikerjakannya itu sebagai ladang ibadah dan menjadi pahala di hadapan Allah Ta'ala. Hal itu terwujud jika bisnis atau apa pun yang kita lakukan selalu mendasarkan pada aturan-Nya yaitu syariah Islam.

Pada penerapan bisnis dalam kehidupan sehari-hari Rasulullah SAW adalah panutan bagi setiap muslim dalam menjalankan bisnis yang sesuai dengan syariah. Rasulullah SAW memberikan empat kunci sukses dalam mengelola bisnis. Konsep pengelolaan bisnis oleh Rasulullah SAW tercermin dalam ke-empat sifat yang beliau implementasikan dalam kegiatan bisnisnya. Berikut ini adalah empat sifat Rasulullah SAW dalam mengelola bisnis⁷:

- a) Sidq (jujur)

Shiddiq berarti memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam tanpa adanya pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Oleh

⁷ Wafaretta, "Membangun Studi Kelayakan Bisnis Dalam Perspektif Maqashid Syariah Yang Diperluas." Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Islam IMANENSI Volume 1 Nomor 2

karena itu Allah swt. memerintahkan orang-orang yang beriman untuk senantiasa memiliki sifat Shiddiq dan menciptakan lingkungan yang Shiddiq pula. Sebagaimana firman Allah swt. dalam.⁸

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا
مَعَ الصَّادِقِينَ.

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah, dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang benar.”⁹

b) Amanah

Product haruslah benar-benar dapat dipercaya aman untuk digunakan oleh konsumen. Seorang pebisnis muslim haruslah memiliki sifat amanah, yakni terpercaya dan bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya. Sikap amanah mutlak harus dimiliki oleh seorang pebisnis muslim.¹⁰

c) Tabligh

Sifat tabligh artinya menyampaikan sesuatu. Hal ini berarti orang yang memiliki sifat tabligh harus

⁸ Irwan Misbach, “Perilaku Bisnis Syariah,” *Jurnal Manajemen Dakwah* 5 (2017): 33–44.

⁹ Q.S. At-Taubah (9) ayat : 119

¹⁰ Nurul Mubarak and Eriza Yolanda Maldina, “Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista,” *I-Economics: A Research Journal on Islamic Economics* 3, no. 1 (2017): 73–92.

komunikatif dan argumentatif. Sifat tabligh ini akan membuat seseorang menyampaikan kebenaran dengan berbobot. Jika seorang pemasar memiliki sifat ini maka dia akan berhasil memasarkan produknya tanpa harus berbohong dan menipu.

d) Fathanah

Fathanah berarti mengerti akan sesuatu dan dapat menjelaskannya. Fathanah juga berarti kecerdikan atau kebijaksanaan. Dalam bisnis implikasi dari sifat membuat usahanya lebih efektif dan efisien serta mampu menganalisis situasi persaingan bisnis dan perubahan di masa yang akan datang. Fathanah adalah bahwa segala aktifitas dalam manajemen perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal untuk mencapai tujuan. Sifat fathanah mampu membuat seseorang memiliki kecerdikan, bijaksana dalam¹¹

C. Kelayakan Bisnis

Menurut Rusdiana, studi kelayakan bisnis atau usaha adalah kegiatan yang mempelajari secara mendalam atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak tidaknya usaha tersebut dijalankan.¹²

Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam tersebut dilakukan untuk menentukan

¹¹ Agustin, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*, (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017).

¹² Dadang Husen Sobana, *Studi Kelayakan Bisnis* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2017).

apakah usaha yang akan dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan. Dengan kata lain, kelayakan dapat diartikan bahwa usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan nonfinansial sesuai dengan tujuan yang mereka inginkan. Layak disini diartikan juga akan memberikan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan yang menjalankannya, tetapi juga bagi investor, kreditor, pemerintah dan masyarakat luas.¹³

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk baru. Dengan demikian studi kelayakan bisnis erat kaitannya dengan keputusan investasi. Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang usaha atau bisnis yang dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidaknya usaha tersebut dijalankan.¹⁴

Secara umum, prioritas aspek-aspek yang perlu dilakukan studi kelayakan adalah sebagai berikut.

¹³ Made I Adnyana, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: LPU- UNAS, 2020).

¹⁴ Sugianti, Nadi, and Wenten, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Banten: YPSIM, 2020).

1) Aspek Hukum

Dalam aspek ini, yang akan dibahas adalah masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan usaha sampai izin-izin yang dimiliki. Kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting, karena hal ini meruakan dasar hukum yang harus dipegang apabila dikemudian hari timbul masalah. Keabsahan dan kesempurnaan dokumen dapat diperoleh dari pihak-pihak yang menerbitkan atau mengeluarkan dokumen tersebut.

2) Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek ini perlu dianalisis untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan investasi ditinjau dari segi pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Atau dengan kata lain seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar market share yang dikuasai oleh para pesaing dewasa ini. Kemudian bagaimana strategi pemasaran yang akan dijalankan, untuk menangkap peluang pasar yang ada.

3) Aspek Keuangan

Penelitian dalam aspek ini dilakukan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Kemudian juga meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyek jadi dijalankan. Penelitian ini meliputi seberapa lama investasi yang ditanamkan akan kembali. Kemudian

darimana saja sumber pembiayaan bisnis tersebut dan bagaimana tingkat suku bunga yang berlaku, sehingga apabila dihitung dengan formula penilaian investasi sangat menguntungkan.

4) Aspek Teknis/Operasi

Dalam aspek ini, yang akan diteliti adalah mengenai lokasi usaha, baik kantor pusat, cabang, atau gudang. Kemudian penentuan layout gedung, mesin, dan peralatan serta layout ruangan sampai kepada usaha perluasan selanjutnya. Penelitian mengenai lokasi meliputi berbagai pertimbangan, apakah harus dekat dengan pasar, dekat dengan bahan baku, dengan tenaga kerja, dengan pemerintah, lembaga keuangan, pelabuhan, atau pertimbangan lainnya. Kemudian mengenai penggunaan teknologi apakah padat karya atau padat modal.

5) Aspek Manajemen/Organisasi

Hal-hal yang dinilai dalam aspek ini adalah para pengelola usaha dan struktur organisasi yang ada. Proyek yang dijalankan akan berhasil apabila dijalankan oleh orang-orang yang profesional, mulai dari merencanakan, melaksanakan sampai dengan mengendalikannya apabila terjadi penyimpangan. Demikian pula dengan struktur organisasi yang dipilih harus dengan bentuk dan tujuan usahanya.

6) Aspek Ekonomi Sosial

Penelitian dalam aspek ekonomi adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan jika proyek ini dijalankan. Pengaruh ini terutama terhadap ekonomi secara luas serta dampak sosialnya terhadap masyarakat secara keseluruhan. Dampak ekonomi tertentu, peningkatan pendapatan masyarakat baik yang bekerja dipabrik atau masyarakat diluar lokasi pabrik. Demikian pula dengan dampak sosial yang ada seperti tersedianya sarana dan prasarana seperti jalan, jembatan, penerangan, telepon, air, tempat kesehatan, pendidikan, sarana olahraga, dan sarana ibadah.

7) Aspek Dampak Lingkungan

Aspek ini merupakan analisis yang paling dibutuhkan pada saat ini karena tiao proyek yang dijalankan akan sangat besar dampaknya terhadap lingkungan di sekitarnya, baik terhadap darat, air, dan udara, yang pada akhirnya akan berdampak terhadap kehidupan manusia, binatang, dan tumbuh- tumbuh yang ada di sekitarnya¹⁵.

Berikut ini adalah aspek studi kelayakan bisnis yang akan dijadikan fokus penelitian. Adapun aspek tersebut adalah sebagai berikut:

1. Aspek Pemasaran

Menurut Kotler pasar merupakan aspek penting yang harus diperhatikan dan diketahui oleh seorang

¹⁵ Made I Adnyana, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: LPU- UNAS, 2020).

wirausahawan terkait dengan produk yang akan dibuat dan dipasarkannya. Pasar meliputi keseluruhan pembeli potensial yang akan memenuhi kebutuhandan keinginannya, dimana pembeli tersebut bersedia dan mampu membeli alat-alat pemuas melalui pertukaran.¹⁶

Operasi keuangan, akunting dan fungsi-fungsi bisnis lainnya sesungguhnya tidak berarti jika tidak ada permintaan akan produk dan jasa, sehingga perusahaan dapat menghasilkan laba. Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat secara menguntungkan. Asosiasi Pemasaran Amerika mendefinisikan pemasaran sebagai satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan secara menguntungkan organisasi dan pemilik sahamnya.¹⁷

Menurut Umar hasil studi aspek pemasaran akan menjawab pertanyaan:

- a) Bagaimana segmentasi, target, dan posisi produk ditetapkan.
- b) Bagaimana strategi bersaing ditentukan

¹⁶ Cecep Hidayat, "Pengukuran Orientasi Pasar Pada Jenis Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah," *Binus Business Review* 6, no. 9 (n.d.): 250–257.

¹⁷ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019).

- c) Bagaimana program pemasaran dianalisis melalui bauran pemasaran
- d) Perkiraan penjualan yang bisa dicapai perusahaan
- e) Perkiraan pangsa pasar (*market-share*) yang bisa dikuasai perusahaan.¹⁸

Analisis aspek pemasaran dilakukan dengan menggunakan bauran pemasaran yaitu seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam sasaran. Berikut ini merupakan bagian dari aspek pemasaran yang akan diteliti¹⁹:

1) Segmentasi Pasar

Pasar terdiri dari banyak sekali pembeli yang berbeda dalam beberapa hal, misalnya keinginan, kemampuan keuangan, lokasi, sikap pembelian dan praktek-praktek pembeliannya. Dari perbedaan-perbedaan ini dapat dilakukan segmentasi pasar. Manajemen dapat melakukan pengkombinasian dari beberapa variabel untuk mendapatkan suatu cara yang paling pas dalam segmentasi pasarnya.

¹⁸Adam et al., “Analisis Kelayakan Usaha Pia Dengan Pendekatan Keuntungan Pada Ukm Putra Kusuma Di Kecamatan Sipatana Kota Gorontalo 1.” jurnal AGRINESIA, (2017).

¹⁹Iir Tsamrotur Rofa et al., “Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis,” VISA : Journal of Visions and Ideas 1, no. 2 (2022): 222–235.

Beberapa aspek utama untuk mensegmentasikan pasar adalah aspek geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Komponen-komponen utama dari tiap aspek antara lain adalah: Aspek Geografis, komponen-komponennya adalah seperti bangsa, Negara, propinsi dan kabupaten/kotamadya. Aspek Demografis, komponen-komponennya adalah seperti usia dan tahap daur hidup, jenis kelamin, dan pendapatan. Aspek Psikografis, komponen-komponennya seperti kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian. Aspek Perilaku, komponen-komponennya seperti kesempatan, tingkat penggunaan, status kesetiaan, tahap kesiapan pembeli, dan sikap.

Agar segmentasi pasar dapat berguna, harus diperhatikan karakteristik berikut:

- a) Dapat diukur, maksudnya besar pasar dan daya beli di segmen ini dapat diukur walaupun ada beberapa komponen yang sulit diukur.
- b) Dapat terjangkau, maksudnya sejauh mana segmen ini dapat secara efektif dicapai dan dilayani oleh produsen, walaupun ada kelompok pasar potensial yang sulit dijangkau.

- c) Besar segmen, maksudnya berapa besar segmen yang harus dijangkau agar penjualan produk menguntungkan secara signifikan.
- d) Dapat dilaksanakan, maksudnya sejauh mana program yang efektif itu dapat dilaksanakan untuk mengelola segmen ini.²⁰

2) Penilaian Potensi Pasar

Perusahaan selalu membutuhkan informasi dan pengetahuan tentang keadaan pasar mereka. Untuk menilai potensi pasar sangat diperlukan untuk melakukan riset pasar. Riset pasar adalah usaha untuk mengumpulkan, pencatatan untuk menghasilkan data selanjutnya menganalisis data tersebut secara sistematis dari konsumen untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan produk dan lingkungan eksternal perusahaan. Riset pasar dapat membuat keputusan pemasaran yang lebih baik. Riset pasar dapat membantu:

- a) Menentukan dan menemukan minat konsumen
- b) Menemukan pasar yang menguntungkan
- c) Memilih produk yang dapat dijual
- d) Menentukan perubahan dalam perilaku konsumen

²⁰ Sugianto, Nadi, and Wenten, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Banten: YPSIM, 2020).

- e) Meningkatkan teknik-teknik pemasaran yang lebih baik
- f) Merencanakan sasaran yang realistik²¹

3) Bauran Pemasaran

Salah satu unsur dalam strategi pemasaran terpadu adalah bauran pemasaran yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan yang berkaitan dengan penentuan, bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada satu segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarnya. Bauran pemasaran (marketing mix) merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel mana dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya. Variabel atau kegiatan tersebut perlu dikombinasikan dan dikoordinasikan oleh perusahaan seefektif mungkin dalam melakukan kegiatan pemasarannya.²²

a. Product (produk)

Product atau produk adalah segala sesuatu yang dapat dijual oleh perusahaan baik dalam bentuk barang, layanan, ataupun produk digital. Pada variabel ini, perusahaan perlu

²¹ Putra and Hasbiyah, *Pemasaran Syariah*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021).

²² I Adnyana, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Banten: YPSIM, 2020).

merancang strategi agar produk yang dikembangkan sesuai dengan target market dituju sehingga produk dapat memuaskan konsumen sekaligus meningkatkan keuntungan perusahaan untuk jangka waktu yang panjang.

b. Price (harga)

Price atau harga merupakan biaya yang perlu dikeluarkan oleh konsumen untuk bisa menggunakan produk yang ditawarkan.

Karena harga turut mempengaruhi laku tidaknya suatu produk maka perusahaan perlu melakukan strategi dalam penetapan harga.

Perusahaan perlu memastikan beberapa hal sebelum menentukan harga produk, contohnya seperti:

- 1) Harga produk dapat memberi keuntungan pada bisnis
- 2) Harga produk dibandingkan dengan pesaing bisnis
- 3) Seberapa sensitif pelanggan atau target market Anda terhadap harga

c. Place (tempat)

Place atau tempat adalah lokasi dimana konsumen dapat menemukan atau

menggunakan produk yang ditawarkan. Lokasi yang dimaksud pada variabel ini dapat berbentuk fisik ataupun digital. Strategi untuk menentukan lokasi penjualan perlu dilakukan untuk memastikan bahwa produk dapat dijangkau dengan mudah oleh konsumen.

d. Promotion (promosi)

Promotion atau promosi adalah strategi untuk mempromosikan produk untuk menghasilkan penjualan. Anda dapat menggunakan strategi pemasaran tradisional atau menggunakan pemasaran digital. Pastikan strategi tersebut dapat dijangkau dan bekerja secara efektif untuk mendorong terjadinya pembelian oleh konsumen.²³

2. Manajemen Operasional

Produksi adalah sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan baik berbentuk barang (*goods*) maupun jasa (*services*) dalam suatu periode waktu selanjutnya sebagai nilai tambah perusahaan. Jika Perusahaan *Manufakture* (Industri) sudah jelas produk yang

²³ Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019).

dihasilkan dalam bentuk barang. Adapun untuk bisnis perhotelan, travel, pendidikan adalah bentuk jasa.²⁴

Untuk memahami pengertian manajemen operasional lebih jauh, kita dapat melihat komponen-komponen pembentuknya, yaitu sebagai berikut.

a) Aktivitas Manajemen

Manajemen adalah siklus kegiatan merencanakan, melaksanakan, mengevaluasi, dan melakukan perbaikan. Pengertian umum manajemen mengandung kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, dan mengendalikan lebih tepat jika digunakan dalam konteks organisasi secara menyeluruh.

b) Konsep IPO

Input-Proses-Output (IPO) menjadi inti dari aktivitas manajemen. Setiap proses pasti memiliki input dan output. Input dapat berupa material, bahan baku, komponen, bahan bakar, uang, tenaga kerja, jam orang, waktu atau sumber daya lainnya. Output merupakan hasil dari proses yang dicirikan dengan adanya nilai yang bertambah dari input yang diterima. Proses dikatakan baik jika mampu memberi nilai tambah pada input yang diterima.

c) Indikator Proses

²⁴ Efendi, Pratiknyo, and Sugiono, *Manajemen Operasional*, (Jakarta Selatan: LPU-UNAS, 2019).

Indikator proses diturunkan dari tipikal kebutuhan industri, yaitu sebagai berikut.

- 1) Quality adalah kualitas yang dapat diterjemahkan sebagai upaya membuat produk dengan lebih baik dari kondisi sebelumnya atau lebih baik dalam pemenuhan spesifikasi.
- 2) Cost ditunjukkan sebagai ukuran biaya yang dibutuhkan untuk melaksanakan suatu proses. Suatu proses semakin baik apabila memerlukan biaya lebih murah dengan output yang sama.
- 3) Delivery/responsif, dimaksudkan sebagai kecepatan perusahaan mengantarkan barang dan jasanya kepada pelanggan. Suatu proses semakin baik jika dapat melakukannya lebih cepat, termasuk ke dalam pengertian responsif adalah fleksibilitas perusahaan dalam membuat barang dan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- 4) Safety, dimaksudkan untuk menyatakan tingkat keamanan dan keselamatan kerja bagi karyawan dan diperluas hingga keamanan dampak proses bagi lingkungan. Proses yang lebih aman harus terus diupayakan dalam perbaikan proses.

d) Efisiensi dan Efektivitas

Efisiensi adalah ukuran tingkat penggunaan sumber daya

dalam suatu proses. Semakin hemat/sedikit penggunaan sumber daya, prosesnya dikatakan semakin efisien. Proses yang efisien ditandai dengan perbaikan proses sehingga menjadi lebih murah dan lebih cepat. Efisiensi merupakan suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya sumber/biaya untuk mencapai hasil dari kegiatan yang dijalankan. Efektivitas adalah ukuran tingkat pemenuhan output atau tujuan proses. Semakin tinggi pencapaian target atau tujuan proses, proses tersebut semakin efektif. Proses yang efektif ditandai dengan perbaikan proses sehingga menjadi lebih baik dan lebih aman.²⁵

Pada pelaksanaannya fokus utama manajemen operasional adalah manajemen produksi. Manajemen operasional merupakan suatu proses ataupun kegiatan membuat produk dengan cara mentransformasi input menjadi output. Manajemen produksi dan operasi juga bisa didefinisikan sebagai kegiatan mengatur dan mengkoordinasi penggunaan berbagai sumber daya secara efektif dan efisien dalam upaya membuat produk ataupun menambah kegunaannya. Dalam memproduksi suatu produk, organisasi menjalankan tiga fungsi yang

²⁵ Rusdiana, *MANAJEMEN OPERASI* (Bandung: CV Pustaka Setia Bandung, 2014).

nantinya juga berperan dalam menjaga kelangsungan hidup organisasi itu sendiri.²⁶

Ruang lingkup manajemen operasi meliputi perancangan/ penyiapan dan pengoperasian sistem produksi. Perancangan sistem produksi meliputi hal-hal berikut.

- a) Lokasi operasi, yaitu strategis dan efisien, baik bagi perusahaan maupun bagi pelanggannya.
- b) Volume operasi, yaitu relevan dengan potensi pasar dan prediksi permintaan sehingga tidak terjadi kelebihan dan kekurangan kapasitas.
- c) Mesin dan peralatan, yaitu sesuai dengan perkembangan teknologi masa kini dan masa yang akan datang.
- d) Bahan baku dan bahan penolong, yang diperlukan harus cukup tersedia.
- e) Tenaga kerja, jumlah dan kualifikasi karyawan disesuaikan dengan keperluan jam kerja dan kualifikasi pekerjaan untuk menyelesaikannya.
- f) Tata letak, tata ruang, atau tata letak berbagai fasilitas operasi harus tepat dan prosesnya praktis sehingga dapat mendukung proses produksi.²⁷

²⁶ I Adnyana, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Banten: YPSIM, 2020)..

²⁷ Husen Sobana, *Stui Kelayakan Bisnis*.(Bandung, CV. Pustaka Setia, 2017).

Adapun pengoperasian sistem produksi meliputi hal-hal berikut.

- a) Penyusunan rencana produksi
- b) Perencanaan, pengadaan dan pengendalian persediaan atau bahan
- c) Pemeliharaan (*maintenance*) mesin dan peralatan
- d) Pengendalian mutu
- e) Manajemen sumber daya manusia²⁸

D. Tinjauan Ekonomi Islam

1. Ekonomi Islam

Pengertian Dalam bahasa Arab, ekonomi dinamakan al-mu'amalah almaddiyah, yaitu aturan-aturan tentang pergaulan dan perhubungan manusia mengenai kebutuhan hidupnya. Disebut juga al-iqtishad, yaitu pengaturan soal-soal penghidupan manusia dengan sehemat-hematnya dan secermat-cermatnya. Abdul Mannan mendefinisikan ekonomi Islam dengan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami dengan nilai-nilai Islam. Menurut Yusuf al-Qardhawi, ekonomi Islam adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan.²⁹

Sistem ini bertitik tolak dari Allah, bertujuan akhir kepada Allah, dan menggunakan sarana yang tidak lepas

²⁸ Harahap, *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif*.(Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018).

²⁹ Anfas, *Buku Saku: Seni Mengelola Usaha UMKM* (Majene: Ideas Publishing, 2020).

dari syariat Allah. Khurshid Ahmad mendefinisikan ekonomi Islam dengan suatu usaha sistematis untuk memahami masalah ekonomi dan perilaku manusia dalam hubungannya kepada persoalan tersebut menurut perspektif Islam. Sedangkan menurut Hasanuzzaman, ilmu ekonomi Islam adalah pengetahuan dan aplikasi dari anjuran dan aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam memperoleh sumber-sumber daya materil sehingga tercipta kepuasan manusia dan memungkinkan mereka menjalankan perintah Allah dan mengikuti aturan masyarakat.³⁰

2. Produksi Dalam Islam

Sesungguhnya produksi lahir dan tumbuh dari menyatukan manusia dengan alam ini, Allah SWT telah menetapkan bahwa manusia berperan sebagai khalifah. Bumi adalah lapangan dan medan, sedangkan manusia adalah pengelola segala apa yang terhampar dimuka bumi untuk dimaksimalkan fungsi dan kegunaanya. Apa yang diungkapkan pakar ekonomi tentang modal dan sistem tidak akan keluar dari unsur kerja atau upaya manusia. Sistem atau aturan tidak lain adalah perencanaan dan arahan. Sedangkan modal dalam bentuk alat dan prasarana diartikan sebagai hasil kerja yang disimpan. Segala macam kegiatan ekonomi yang diajukan untuk mencari

³⁰ Agustin, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*.(Depok: PT Rajagrafindo Persada, PT Rajagrafindo Persada, 2017).

keuntungan tanpa berakibat pada peningkatan utility atau nilai guna yang tidak disukai dalam Islam.³¹

Ekonomi Islam tentang produksi adalah adanya perintah untuk mencari sumber-sumber yang halal dan baik bagi produksi dan memproduksi dan memanfaatkan output produksi pada jalan kebaikan dan tidak menzalimi pihak lain. Dengan demikian penentuan input dan output dari produksi haruslah sesuai dengan hukum Islam dan tidak mengarah kepada kerusakan. Berkaitan dengan teori produksi, pandangan produksi dalam ekonomi konvensional adalah memaksimalkan laba serta bagaimana meminimalkan biaya produksi. Hal ini sangat jauh berbeda dengan produksi dalam pandangan ekonomi Islam.³²

Berkaitan dengan teori produksi, tujuan perilaku produsen dalam pandangan ekonomi konvensional adalah memaksimalkan keuntungan serta bagaimana mengoptimalkan efisiensi produksinya, hal ini berbeda dalam pandangan ekonomi Islam dimana motivasi produsen selain mencari keuntungan serta efisiensi terhadap faktor produksinya, konsep meraih mashlahah juga harus terwujud agar tercapai falah (kedamaian dan

³¹ Agustin, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2018).

³² Ali and Widan, "Implementasi Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Produksi Makanan Di Rm. Prasmanan Tapen Bondowoso Misbahul." *Jurnal al-Idārah* 1 (2020), 71-83.

kesejahteraan dunia dan akhirat). Nilai-nilai dan prinsip Islam didalam produksi adalah sebagai berikut :

a) Amanah untuk mewujudkan mahlakah maksimum Amanah yang diturunkan dari nilai dasar khilafah merupakan salah satu nilai penting dalam Islam yang harus terus dijunjung tinggi. Dalam kegiatan produksi, amanah berarti memanfaatkan sumber daya untuk mencapai tujuan hidup manusia, dimana manusia tidak diperbolehkan mengeksplorasi dengan cara tidak benar dan dimanfaatkan untuk kemakmuran di bumi.

b) Profesionalisme

Setiap muslim dituntu untuk menjadi produsen yang profesional yang memiliki kompetensi dibidangnya, yang berarti setiap urusan diserahkan kepada ahlinya. Hal ini memiliki implikasi bahwa setiap produsen harus memiliki keahlian standard dan mempersiapkan tenaga kerjanya untuk memenuhi standar minimum untuk melaksanakan kegiatan produksi.

c) Pembelajaran sepanjang waktu untuk efisiensi Kemampuan standar yang minimum yang dimiliki oleh tenaga kerja menunjukkan bahwa tenaga kerja

tersebut harus tetap belajar terus untuk meningkatkan efisiensi kerjanya³³

3. Pemasaran Dalam Islam

Md. Mahabub Alom dan Md. Shariful Haque mendefinisikan pemasaran Islam sebagai “*The process and strategy (Hikmah) of fulfilling need through Halal (Tayyibat) products and services with the mutual consent and welfare (Falah) of both parties i.e. buyers and sellers for the purpose of achieving material and spiritual wellbeing in the world here and the hereafter.*” Definisi tersebut menekankan pentingnya memenuhi kebutuhan dunia dan akhirat dalam konsep pemasaran Islam. Konsep pemasaran Islam haruslah dapat mewakili kepentingan perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan optimal, namun harus tetap memperhatikan kehalalan produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Selain itu, harus ada keseimbangan antara kesejahteraan pegawai dan pemilik saham.³⁴

Naveed Ahmad menyatakan pemasaran Islam pada dasarnya juga mengadopsi konsep pemasaran modern. Secara konsep, hampir tidak ada perbedaan antara konsep pemasaran modern dengan konsep pemasaran Islam. Hanya saja, pemasaran Islam lebih

³³ Susminingsih, *Etika Bisnis Islam*, (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2016).

³⁴ Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.(Surabaya: Unitomo Press, 2019).

menitikberatkan pada nilai-nilai dan norma dari serangkaian aktivitas pemasaran. Ia mendefinisikan pemasaran Islam sebagai suatu kepercayaan (*belief*) dari maksimalisasi nilai yang dibangun di atas keadilan dan integritas untuk kesejahteraan umat manusia. Sehingga, pemasaran Islam memiliki karakteristik yang berbeda dengan pemasaran konvensional. Menurut Aang Kunaifi, pemasaran Islam atau yang ia sebut sebagai Spiritual Marketing adalah upaya spiritualisasi atau penerapan nilai-nilai spiritual dalam setiap strategi, program dan nilai yang dijalankan dalam pemasaran. Nilai spiritual yang dimaksud adalah nilai-nilai religius atau aturan agama Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadis Habawi. Secara konsep, Spiritual Marketing merupakan tata olah cipta, rasa, hati dan karsa (implementasi) yang diimbangi oleh integritas keimanan, ketakwaan, dan ketaatan kepada syariat Allah Swt. Pemahaman spiritual marketing dalam sudut pandang syariah adalah melakukan pembatasan terhadap orientasi material manusia yang cenderung tanpa batas, untuk memberikan ruang dan energi dalam merealisasikan semangat dan tujuan spiritual. Secara naluriah, manusia memiliki cita-cita mulia yang sifatnya nonmaterial value tetapi lebih berorientasi pada spiritnya. Sekalipun diakui bahwa manusia membutuhkan materi sebagai alat pemuas kebutuhan fisiologis, akan tetapi

pemenuhan terhadap kebutuhan spiritual merupakan hal yang juga tidak bisa diabaikan.³⁵

Prinsip-prinsip pemasaran Islami menurut Abdullah Gymnastiar dan Hermawan Kertajaya adalah sebagai berikut:

a) Berlaku adil

Pada dasarnya kompetitor akan memperbesar pasar, sebab tanpa kompetitor industri tidak dapat berkembang dan kompetitor ini perlu diikuti mana yang bagus dan mana yang jelek, dimana kompetitor yang bagus perlu ditiru.

b) Tanggap terhadap perubahan

Selalu ada perubahan dalam kegiatan perindustrian, sehingga langkah bisnis akan terus berubah untuk menyesuaikan dengan pasar. Kompetisi yang semakin sengit tidak dapat dihindari, arus globalisasi dan teknologi akan membuat pelanggan semakin pintar dan selektif sehingga jika kita tidak sensitif terhadap perubahan maka kita akan kehilangan pelanggan.

c) Berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga

Pada konsep pemasaran Islami, tidak diperbolehkan menjual barang jelek dengan harga yang tinggi, hal ini dikarenakan pemasaran Islami adalah pemasaran yang fair dimana harga sesuai dengan barang/produk.

³⁵ Putra and Hasbiyah, *Pemasaran Syariah*.(Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017).

d) Rela sama rela dan adanya hak *khiyar* pada pembeli (hak pembatalan terhadap transaksi)

Pada prinsip ini, *marketer* yang mendapatkan pelanggan haruslah memelihara hubungan yang baik dengan mereka. Dan dipastikan pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga pelanggan menjadi lebih royal. Dengan arti lain *keep the costumer*, namun *keep the costumer* saja tidaklah cukup, perlu pula *grow the costumer*, yaitu *value* yang diberikan kepada pelanggan perlu ditingkatkan sehingga dengan bertambahnya pelayanan, pelanggan juga akan mengikuti pertambahan tersebut.

e) Tidak curang

Pada pemasaran Islami *tadlis* sangatlah dilarang, seperti penipuan menyangkut kuantitas, kualitas, dan waktu penyerahan barang dan harga.³⁶

Dari beberapa definisi di atas, dapat mengambil kesimpulan bahwa pemasaran Islam adalah aktifitas dalam menjalankan kegiatan bisnis, mulai perencanaan, penciptaan, hingga penawaran kepada konsumen berdasarkan ajaran Islam. Pemasaran Islam merupakan seluruh aktivitas pemasaran yang nilai, prinsip dan dasar pemasarannya dilandaskan kepada hukum syariah. Suap (*rishwah*), manipulasi suplai (*ihthikar*), manipulasi

³⁶ Abdullah Gymnasiar and Hermawan Kertajaya, *Berbisnis Dengan Hati* (Jakarta: Mark Plus Dan Co, 2004).

permintaan atau penawaran (*najash*), culas dan curang (*tadlis*), dan kezaliman (*zduhm*) merupakan tindakan-tindakan yang harus dihindari oleh marketer dalam menjalankan aktivitas pemasarannya.³⁷



³⁷ Anwar Fathoni, "Konsep Pemasaran Dalam Perspektif." Jurnal Hukum dan Syariah, (2018).

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Latar Belakang Pendirian Usaha

Usaha industri pembuatan kerupuk yang dijalankan oleh bapak Rohman adalah bisnis keluarga sejak tahun 2002, sebelum membuat pabrik dan bisnis pembuatan kerupuk bapak Rohman adalah seorang transmigran yang berasal dari Jawa Barat. Bapak Rohman datang ke provinsi Bengkulu pada tahun 1991 awalnya bapak Rohman hanya menjual kerupuk dan roti milik orang lain selama 11 tahun, dan pada tahun 2002 bapak Rohman mulai menjalankan usaha pabrik pembuatan kerupuk bersama istrinya dengan modal awal yang mereka kelola dari pihak kakak dari istri bapak Rohman yang beralih profesi menjadi pengusaha roti.¹

Awalnya bapak Rohman hanya memiliki 1 karyawan saja dibantu dari pihak keluarga dalam pengoperasian proses produksi serta pedagang yang memasarkan produk hanya 2 karyawan saja. Awal pembuatan proses produksi bapak Rohman hanya mampu memproduksi satu jenis kerupuk saja, yakni kerupuk ikan jalin. Mesin dan alat produksi yang dimiliki juga masih sangat tradisional. Dalam proses pendistribusian bapak Rohman mempercayakan kepada karyawan dangangnya

¹ Rohman, pemilik pabrik kerupuk Mischa, wawancara 06 Februari 2023.

sedangkan dalam proses produksi bapak Rohman selaku pemilik pabrik kerupuk Mischa langsung yang memproses produksi dibantu karyawan dan keluarganya.²

Tahun 2006 pabrik kerupuk Mischa milik bapak Rohman mulai berkembang dan memiliki alat produksi baru, yakni alat pembuat kerupuk kuning. Dengan total 2 alat pembuat kerupuk, usaha pabrik kerupuk milik bapak Rohman ini mulai berkembang. Diikuti dengan pemasaran yang dilakukan, pabrik kerupuk bapak Rohman juga sudah mulai lebih meningkatkan dalam proses produksi yang dihasilkan.³

Tahun 2015 bapak Rohman selaku pemilik usaha kerupuk Mischa mulai mengembangkan mesin produksi kerupuk jalin ke mesin semi modern yakni menggunkan mesin pemdorong adonan kerupuk. Serta pada mesin pembuatan kerupuk kuning bapak Rohman mengembangkan mesin pengaduk. Dengan berkembangnya mesin yang dimiliki bapak Rohman selaku pemilik pabrik kerupuk Mischa produksi yang dilakukan semakin banyak dan bisa memenuhi permintaan pasar. Kemudian bapak Rohman selaku pemilik pabrik kerupuk Mischa mulai memperkerjakan 1 karyawan produksi dan 1 karyawan dagang lagi.⁴

² Rohman, pemilik pabrik kerupuk Mischa, wawancara 06 Februari 2023.

³ Rohman, pemilik pabrik kerupuk Mischa, wawancara 06 Februari 2023.

⁴ Rohman, pemilik pabrik kerupuk Mischa, wawancara 06 Februari 2023.

Sampai saat ini bapak Rohman selaku pemilik usaha kerupuk Mischa masih ingin mengembangkan mesin produksi sehingga dapat mempermudah proses produksi dan permintaan pasar yang ada.⁵

B. Lokasi Pabrik Kerupuk Mischa

Lokasi pabrik kerupuk Mischa berada di jalan Soeprapto dalam gang perkutut RT.19 RW.04 kelurahan Sumber Jaya kecamatan kampung melayu kab Bengkulu provinsi Bengkulu. Karena lokasi yang berada masih didalam kota dan akses menuju lokasi pabrik yang mudah, maka usaha kerupuk Mischa milik Bapak Rohman ini bisa cepat untuk berkembang dan dikenal banyak konsumen.⁶

C. Langkah Proses Produksi

a) Proses pembuatan kerupuk jalin

- 1) Bahan-bahan seperti bawang putih, tepung tapioka, tepung gandum, ikan, garam dan penyedap rasa di satukan lalu disiram air panas dan diaduk hingga mengental.
- 2) Diamkan selama semalaman atau kurang lebih selama 8 jam.
- 3) Uleni dengan tepung tapioka adonan yang telah didiamkan sampai kalis.
- 4) Setelah itu masukkan adonan yang telah diuleni ke dalam mesin pendorong cetakan kerupuk.

⁵ Rohman, pemilik pabrik kerupuk Mischa, wawancara 06 Februari 2023.

⁶ Rohman, pemilik pabrik kerupuk Mischa, wawancara 06 Februari 2023.

- 5) Setelah kerupuk dicetak kukus selama kurang lebih 7 menit di suhu 100 derajat celcius.
- 6) Setelah dikukus jemur kerupuk di bawah sinar matahari langsung selama kurang lebih 1 sampai 2 hari.
- 7) Sebelum digoreng Jemur sebentar lalu masukkan ke oven selma kurang lebih 5-10 menit.
- 8) Goreng kerupuk di api panas.
- 9) Setelah selesai digoreng lalu kerupuk di kemas dan siap dipasarkan.

b) Proses pembuatan kerupuk kuning

- 1) Campur bahan-bahan seperti bawang putih, tepung tapioka, tepung gandum, pewarna makanan, ikan, garam dan penyedap rasa.
- 2) Tambahkan air lalu aduk di pesin pengaduk selama kurang lebih 25 menit.
- 3) Setelah diaduk cetak donan diatas alat pencetak yang telah dipanaskan diatas api selama kurang lebih 5 menit.
- 4) Angkat lalu potong-potong adonan kerupuk yang sudah matang.
- 5) Jemur kerupuk kurang lebih 2 sampai 3 hari diatas matahari langsung.
- 10) Sebelum digoreng Jemur sebentar lalu masukkan ke oven selma kurang lebih 5-10 menit.
- 11) Goreng kerupuk di api panas.

12) Setelah selesai digoreng lalu kerupuk di kemas dan siap dipasarkan.⁷



⁷ Rohman, pemilik pabrik kerupuk Mischa, wawancara 06 Februari 2023.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kelayakan bisnis pembuatan kerupuk Mischa di Kecamatan Kampung Melayu

1. Aspek Pemasaran

Dari hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan penulis kepada pemilik pabrik kerupuk, didapatkan bahwa dalam aspek pemasaran yang dilakukan bapak Rohman terkait segmentasi pasar, penilaian potensi pasar dan bauran pemasaran yang dilakukan sudah sesuai dengan standar kelayakan bisnis.

a) segmentasi pasar

Segmentasi pasar yang dilakukan telah memenuhi syarat dari hasil wawancara yang dilakukan target konsumen dan lokasi pemasaran yang di fokuskan lebih fleksibel ke semua jenis konsumen.

“Target konsumennya kerupuk itu semua kalangan ya, mulai dari anak-anak sampai dewasa, kalau target jualnya pedagang-pedagang ini paling hanya warung-warung dan beberapa rumah makan yang penjual kita distribusikan untuk pelanggan, kalau untuk kepasar-pasar jarang yah kita jual ke sana”.¹

“Wilayahnya biasanya hanya daerah-daerah dusun saja seperti ke arah bengkulu selatan sana, dari 2 pedagang

¹ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

kami, mereka semua menjual kerupuk ini hanya ke arah-arah sana saja”²

b) Penilaian Potensi Pasar

Pada awal tahun 2002 bapak Rohman menentukan harga untuk produk kerupuk mereka yaitu tidak harus dengan melihat potensi pasar, melainkan hanya dengan memperhitungkan harga bahan baku, jika bahan baku naik maka mereka akan menyasiasi kenaikan bahan baku tersebut dengan cara memperkecil ukuran kerupuk dan jika bahan baku sudah kembali normal maka ukuran kerupuk akan normal kembali.

“Yang saya produksi di sini hanya 2 produk saja, yaitu kerupuk jalin dan kerupuk kuning saja, dalam menentukan harga tentunya kita sangat terpaku dengan harga bahan baku, kalau dulu harga bahan baku masih murah ukurannya pun jauh lebih besar dari yang sekarang. Selain bahan baku kita juga lihat harga pasarannya pabrik-pabrik lain”.³

c) Bauran pemasaran

Harga jual kerupuk hasil produksi pabrik kerupuk Mischa milik bapak Rohman bisa dikategorikan sesuai dengan segmentasi pasar yang ada karena ada beberapa pabrik yang juga memproduksi kerupuk serupa juga memiliki harga yang sama, dan bapak Rohman harus menyesuaikan harga jual kerupuknya dengan harga jual dari kompetitor.

² Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

³ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

Strategi promosi yang di terapkan bapak Rohman hanya melalui mulut ke mulut dan pedagang-pedagangnya saja. Para pedagang bapak Rohman ini mendatangi pemilik-pemilik warung, dan rumah makan yang sudah jadi langganannya sejak lama.

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan bapak Rohman ini tidak adanya media online dalam penerapan promosi yang dilakukan.

“Saya sampai sekarang belum ada ya memakai kayak itu jual di internet-internet karna ya saya kurang mengerti teknologi sosial media, paling-paling ya hanya itu media kita yang kita jelaskan tadi”.⁴

Untuk mendistribusikan produknya dari pabrik ke pasaran bapak Rohman mempunyai kurir atau karyawan dagang. Karyawab dang inilah yang mendistribusikan hasil produk ke warung-warung dan beberapa rumah makan.

“Kalau saya sebagai yang memproduksi hanya kita percayakan ke pedagang untuk mendistribusikannya, ada juga beberapa pelanggan kita yang langganan langsung mengambil ke pabrik”.⁵

Dari segi produk bapak Rohman selalu memberikan yang terbaik dari hasil produksi untuk dipasarkan, Karena bagi bapak Rohman ketika produk yang dipasarkan berkualitas maka konsumen akan menjadi puas serta akan kembali membeli

⁴ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

⁵ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

kerupuk hasil produksi mereka, dan sejauh ini tidak ada konsumen yang komplain atau menyampaikan keluhan tentang kerupuk yang diproduksi bapak Rohma.

2. Aspek Manajemen Operasional

a) Lokasi operasi

Dari hasil wawancara dengan bapak Rohman selaku pemilik dari pabrik pembuatan kerupuk sebelum mereka membuat pabrik tersebut mereka melakukan analisis terhadap lokasi usaha pembuatan tahu tersebut, analisis yang mereka lakukan mengenai analisis strategis atau layak tidaknya tempat tersebut untuk dijadikan pabrik kerupuk.

“Luas pabrik ini hanya sekitar 7x8 m, dan alhamdulillahnya termasuk cukup lah untuk kita karna kalau lagi banyak barang kita juga tidak terlalu kesulitan jika lagi proses produksi”⁶

Dari informasi yang peneliti dapatkan dari narasumber, pabrik kerupuk ini telah mendapatkan surat izin pendirian oleh pemerintah, surat izin ini sudah lama bapak Rohman, karena yang diproduksi adalah makanan maka mereka menilai sangat penting untuk adanya surat izin pendirian pabrik ini.

“Alhamdulillah sudah ada ya, kan kita ini memproduksi makanan jadi dari dulu juga kita sudah mendapatkan izin.”⁷

Lokasi operasi yang strategis dan efisien baik bagi perusahaan maupun pelanggan

⁶ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

⁷ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

“Alhamdulillahnya selama kita menjalankan usaha ini lokasi kita itu tidak ada kendala, mulai dari bahan baku yang kita dapatkan juga ada dipasaran, terus juga arah penjualan dari pedagang juga tepat sesuai dengan yang pedagang inginkan. Kalau dari segi pesaing dari daerah kecamatan ini hanya ada 1 pabrik saja sisanya ada beberapa lumayan jauh dari kecamatan ini seperti dikecamatan ratu samba itu ada lebih dari satu”.

b) Volume operasi

Volume operasi yang relevan dengan potensi pasar dan prediksi permintaan sehingga tidak terjadi kelebihan dan kekurangan kapasitas.

“Sejauh ini sudah lumayan cukup ya karna kan kita tenaga kerja dan pedagang juga hanya terbatas ya untuk pelanggan-pelanggan kita kalau lagi cuaca bagus paling kita produksinya agak lebih banyak supaya permintaan pelanggan juga tercukupi”.⁸

“Kalau dihitung perkarung tepung itu kurang lebih sekitar 40 karung, sedangkan untuk goreng kita biasanya habis sekitar 250kg minyak perbulannya”⁹

“Kadang tidak menentu ya tergantung pedagang saat menggoreng kerupuknya ingin berapa, tapi kalau

⁸ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

⁹ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

diperkirakan kurang lebih 1 hari bisa produksi 400 bal kerupuk yang sudah digoreng dan siap dijual”.¹⁰

“Sejauh ini kita tidak menargetkan jumlah pastinya tetapi bisanya kita sesuaikan dengan keinginan pedagang dalam berjualan misalnya dalam seminggu itu kalau lagi banyak permintaan bisa seminggu hampir 7 hari jualannya kalau lagi sepi paling hanya 3-4 hari jualan”.¹¹

c) Mesin dan peralatan

Dalam memproduksi kerupuk teknologi yang digunakan sebagian masih dengan tenaga manusia dan sebagian telah menggunakan mesin. Walaupun masih terbatasnya teknologi yang digunakan bapak Rohman masih bisa memenuhi kebutuhan pasar yang diinginkan.

“Kalau dari mesin cuman ada satu ya itu mesin kerupuk jalin kita sudah pakai tenaga listrik walaupun untuk cetaknya masih manual cetak sendiri, kalau mesin kerupuk kuning cuman ini aja mixer adonannya dan loyang kukusnya saja. Untuk perlengkapan bantuan untuk goreng-goreng kerupuk paling kita membutuhkan mesin blower untuk apinya ya, karna kan untuk menggoreng kerupuk itu butuh minyak yang panas ya sedangkan kita masih menggunakan kayu bakar jadi blower ini sangat membantu supaya api tetap besar. Kalau untuk peralatan lain kita ada wadah jemur kerupuk yang terbuat dari

¹⁰ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

¹¹ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

anyaman bambu kita menyebutnya ebek, jemuinya juga diatas tiang yang kita buat sendiri dari bambu”.¹²

d) Bahan baku dan bahan penolong

Sumber bahan baku yang dipakai dalam pembuatan kerupuk diperoleh dari toko sagu terdekat yang banyak dan mudah dijumpai di daerah sekitar.

“Bahan baku kita sudah ada yang mengantarkan ke sini langsung dari toko sagu langganan, ya jadi kita cuman tinggal pesan saja. Kalau untuk bahan-bahan alin seperti plastik bungkus kerupuk biasanya kita peroleh dari pasar terdekat”.¹³

e) Tenaga kerja

Dari hasil wawancara dengan bapak Rohman dalam sistem produksi bapak Rohman telah memperkerjakan pekerja yang terlatih. Bapak Rohman sebelum merekrut karyawan dia senantiasa melatih karyawannya untuk dapat memproduksi kerupuk dengan baik.

“Menurut saya sudah paham dan cekatan dalam pengoprasian produksi kerupuk ini, karna kan kita sebelum memperkerjakan pegawai ini mereka di latih terlebih dahulu supaya kedepannya tidak harus didampingi saya. 1 pegawai untuk pencetakan kerupuk kuning satu pegawai lagi bertanggung jawab dalam proses penyusunan bahan yang siap dijemur, sedangkan sisanya

¹² Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

¹³ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

dalam pengoprasian ini saya yang kerjakan. jadi untuk sekarang mereka sudah bisa dikatakan ahli ya karna juga sudah bekerja dengan saya cukup lama”.¹⁴

f) Tata letak, tata ruang, atau tata letak

Jadi sebelum mendirikan pabrik bapak Rohman melakukan analisis tata letak alat produksi operasional pembuatan kerupnya demi kenyamanan dan keamanan.

“Kalau dari tata letak ini kita hanya menyesuaikan saja ya dari tempat pembuatan kerupuk jalin itu di pojok kiri bersebelahan dengan untuk pembuatan kerupuk kuning. Bagian kanan ini di khusus kan untuk tempat tungku penggorengan, tungku pengukusan dan oven kerupuk. Kalau untuk tata letak jemur kerupuk kita hanya memanfaatkan ruang kosong di halaman depan pabrik ya, karna kita kan pabriknya sampingan dengan rumah juga, jadi kita memanfaatkan jemuran seadanya saja ya”.¹⁵

B. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap kelayakan Bisnis Pembuatan Kerupuk Mischa

1. Produksi Dalam Islam

Kegiatan produksi kerupuk milik bapak Rohman menurut peneliti telah memenuhi Nilai-nilai dan prinsip Islam didalam produksi, yaitu :

- 1) Amanah untuk mewujudkan *mahlahah* maksimum

¹⁴ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

¹⁵ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

Produksi kerupuk milik bapak Rohman telah sesuai dengan prinsip ini dimana pemanfaatan bahan baku, alat produksi dan sumber daya manusia yang dibutuhkan telah sesuai dengan prinsip islam.

“Bahan baku kita sudah ada yang mengantarkan ke sini langsung dari toko sugu langganan, ya jadi kita cuman tinggal pesan saja. Kalau untuk bahan-bahan alin seperti plastik bungkus kerupuk biasanya kita peroleh dari pasar terdekat.”¹⁶

“Karna kita usaha ini terhitung usaha keluarga dan dengan pedagang masih 2 jadi kita menyesuaikan, untuk saat ini kita sudah cukup dengan 2 pegawai dengan dibantu oleh saya sendiri dan istri saya.”¹⁷

2) Profesionalisme

Setiap muslim dituntu untuk menjadi produsen yang profesional yang memiliki kompetensi dibidangnya, yang berarti setiap urusan diserahkan kepada ahlinya. Hal ini memiliki implikasi bahwa setiap produsen harus memiliki keahlian standard dan mempersiapkan tenaga kerjanya untuk memenuhi standar minimum untuk melaksanakan kegiatan produksi. Dalam proses produksi bapak Rohman selaku pemilik usha telah mumpuni dalam prinsip profesionalisme produksi dalam islam.

¹⁶ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

¹⁷ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

“Menurut saya sudah paham dan cekatan dalam pengoprasian produksi kerupuk ini, karna kan kita sebelum memperkerjakan pegawai ini mereka di latih terlebih dahulu supaya kedepannya tidak harus didampingi saya. 1 pegawai untuk pencetakan kerupuk kuning satu pegawai lagi bertanggung jawab dalam proses penyusunan bahan yang siap dijemur, sedangkan sisanya dalm pengoprasian ini saya yang kerjakan. jadi untuk sekarang mereka sudah bisa dikatakan ahli ya karna juga sudah bekerja dengan saya cukup lama.”¹⁸

3) Pembelajaran sepanjang waktu untuk efisiensi

Kemampuan standar yang minimum yang dimiliki oleh tenaga kerja menunjukkan bahwa tenaga kerja tersebut harus tetap belajar terus untuk meningkatkan efisiensi kerjanya. Dalam proses produksi karyawan yang bapak Rohman pekerjaan memiliki pengalaman yang baik dibidangnya serta memiliki keinginan untuk terus belajar lebih baik dalam inovasi yang akan dituangkan.

“Kalau untuk waktu karna kita kita proses pengeringannya masih bergantung dengan sinar matahari jadi kita mulai proses produksi ini pagi sekali ya sekitar jam 6, sedangkan untuk pegawai biasanya kita jadwalkan datang jam 6.30, untuk proses produksinya biasanya tidak begitu lama ya sebelum jam 12 biasanya kita sudah

¹⁸ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

selesai, yang lama itu proses penjemuran kerupuk. Jadi untuk karyawan jam 12 saja mereka sudah selesai bekerja sedangkan untuk proses pengeringan kerupuk ini di pegang oleh saya sendiri. Kalau untuk proses goreng pedagang kita ikut membantu proses pengorengan sedangkan untuk pengemasan kerupuk kita biasanya ada buruh terpisahnya dihitung perbungkusnya ballan kerupuk”¹⁹.

Prinsip produksi Islam motivasi harus berlandaskan keimanan bapak Rohman dalam menjalankan pabrik kerupuknya menerapkan hal tersebut, bapak Rohman tidak hanya mengejar keuntungan yang berlipat, tapi bapak Rohman hanya mendapat tingkat keuntungan yang wajar, dan selalu jujur, amanah tidak mementingkan diri sendiri dalam menjalankan pabrik kerupuk tersebut, bapak Rohman melakukan produksi kerupuknya juga berdasarkan asas manfaat dan maslahat dimana produk yang diproduksi disana harus bisa membawa manfaat bagi orang lain dalam artian konsumen yang akan membeli produk mereka dan tentunya juga dalam memproduksi kerupuk harus membawa maslahat bagi konsumen dengan memperhatikan setiap detail dari proses pembuatan tersebut.

Kerupuk produksi bapak Rohman sangat mementingkan kualitas mereka dalam memproduksi jalin maupun kerupuk kuning, hal ini sejalan dengan pemasaran dalam ekonomi Islam, karena

¹⁹ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

dalam Islam tidak hanya keuntungan semata yang kita cari tapi juga masalah untuk umat atau disini untuk konsumen, dengan kualitas yang baik bapak Rohman sudah sejalan dengan prinsip ekonomi Islam, serta beliau dalam pemasaran selalu berperilaku jujur, tidak pernah curang dalam melakukan transaksi, seperti mengurangi hitungan jumlah kerupuk yang dibeli pembeli. Dengan perlakuan yang seperti ini maka pembeli atau konsumen menjadi senang untuk membeli kerupuk di pabrik kerupuk Mischa milik bapak Rohman.

2. Pemasaran Dalam Islam

Prinsip-prinsip pemasaran Islami menurut Abdullah Gymnastiar dan Hermawan Kertajaya dari hasil wawancara penulis kepada pemilik usaha adalah sebagai berikut:

a) Berlaku adil

Pada dasarnya kompetitor akan memperbesar pasar, sebab tanpa kompetitor industri tidak dapat berkembang dan kompetitor ini perlu diikuti mana yang bagus dan mana yang jelek, dimana kompetitor yang bagus perlu ditiru. Dalam hal ini bapak Rohman sangat memerhatikan kompetitor produk serupa demi menjaga kestabilan pasar yang adil bagi konsumen.

“Dalam menentukannya kalau dari saya sebagai yang memproduksi pastinya kita lihat dulu harga dipasarannya berapa, karna kan pasti kita kalau bisa jangan sampai mahal-mahal banget untuk pembeli, nah

dari harga pasar baru kita lihat harga bahan baku kalau misalkan harga bahan baku lagi pada naik ya paling hanya ukuran kerupunya saja yang dikungi.”²⁰

b) Tanggap terhadap perubahan

Selalu ada perubahan dalam kegiatan perindustrian, sehingga langkah bisnis akan terus berubah untuk menyesuaikan dengan pasar. Kompetisi yang semakin sengit tidak dapat dihindari, arus globalisasi dan teknologi akan membuat pelanggan semakin pintar dan selektif sehingga jika kita tidak sensitif terhadap perubahan maka kita akan kehilangan pelanggan. Sayangnya dalam hal ini bapak Rohman belum memanfaatkan teknologi terkini dalam pemasarannya.

“Saya sampai sekarang belum ada ya memakai kayak itu jual di internet-internet karna ya saya kurang mengerti teknologi sosial media, paling-paling ya hanya itu media kita hanya dari mulu ke mulut saja.”²¹

c) Berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga

Pada konsep pemasaran Islami, tidak diperbolehkan menjual barang jelek dengan harga yang tinggi, hal ini dikarenakan pemasaran Islami adalah pemasaran yang fair dimana harga sesuai dengan barang/produk. Dalam hal ini jika harga bahan baku produk yang bapak Rohman sedang melonjak mereka akan mensiasati dengan mengurangi

²⁰ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

²¹ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

ukuran kerupuk yang ada demi menjaga kestabilan harga pasar yang dijual.

“Dalam menentukannya kalau dari saya sebagai yang memproduksi pastinya kita lihat dulu harga dipasarannya berapa, karna kan pasti kita kalau bisa jangan sampai mahal-mahal banget untuk pembeli, nah dari harga pasar baru kita lihat harga bahan baku kalau misalkan harga bahan baku lagi pada naik ya paling hanya ukuran kerupunya saja yang dikungi.”²²

- d) Rela sama rela dan adanya hak *khiyar* pada pembeli (hak pembatalan terhadap transaksi)

Pada prinsip ini, *marketer* yang mendapatkan pelanggan haruslah memelihara hubungan yang baik dengan mereka. Dan dipastikan pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga pelanggan menjadi lebih royal. Dari pengalaman bapak Rohman pelanggan yang ada cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bapak Rohman.

“Sejauh ini alhamdulillahnya tidak ada komplain dari konsumen ya, ya kan karna kita masih mempertahankan harga lama, kalau kita menaikkan harga itu susah karna kan kerupuk ini terkenalnya cemilan pendamping makanan dengan harga yang murah.”²³

- e) Tidak curang

²² Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

²³ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

Pada pemasaran Islami tadlis sangatlah dilarang, seperti penipuan menyangkut kuantitas, kualitas, dan waktu penyerahan barang dan harga. Dari wawancara yang penulis lakukan, bapak Rohman telah menyesuaikan kualitas produksi yang ada meskipun harga bahan baku sedang melonjak naik.

“Kita ya pedagang-pedagang dan saya terutama kan beragama islam, insyaallah lah kita selalu tidak pernah curang dalam pemasaran, karna kita kan disini jualnya sudah ada perhitungannya mulai dari harga pasar, bahan baku dan keuntungan pedagang juga keuntuggan saya juga tidak jauh ambil untung yang besar dari harga jual.”²⁴

Dalam pemasaran Islam ada beberapa poin khusus yang tidak bisa kita temukan didalam ekonomi konvensional, yaitu tidak berlaku curang, harus berlaku adil terhadap konsumen maupun competitor, tidak boleh saling menzholimi atau saling menjatuhkan, bapak Rohman selalu bersaing dengan kualitas, bukan saling menjatuhkan, tanggap terhadap perubahan, dalam pemasarannya bapak Rohman sudah cukup tanggap dengan perubahan-perubahan yang ada. Meskipun sebenarnya bapak Rohman belum maksimal memanfaatkan media social untuk melakukan penjualan dan menerima pesanan dari konsumen.

²⁴ Rohman, *Pemilik Pabrik Kerupuk*, Wawancara 10 April 2023

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil dari penelitian studi kelayakan bisnis dalam tinjauan ekonomi islam studi aspek pemasaran dan manajemen operasional pada industri kerupuk mischa di Kecamatan Kampung Melayu adalah:

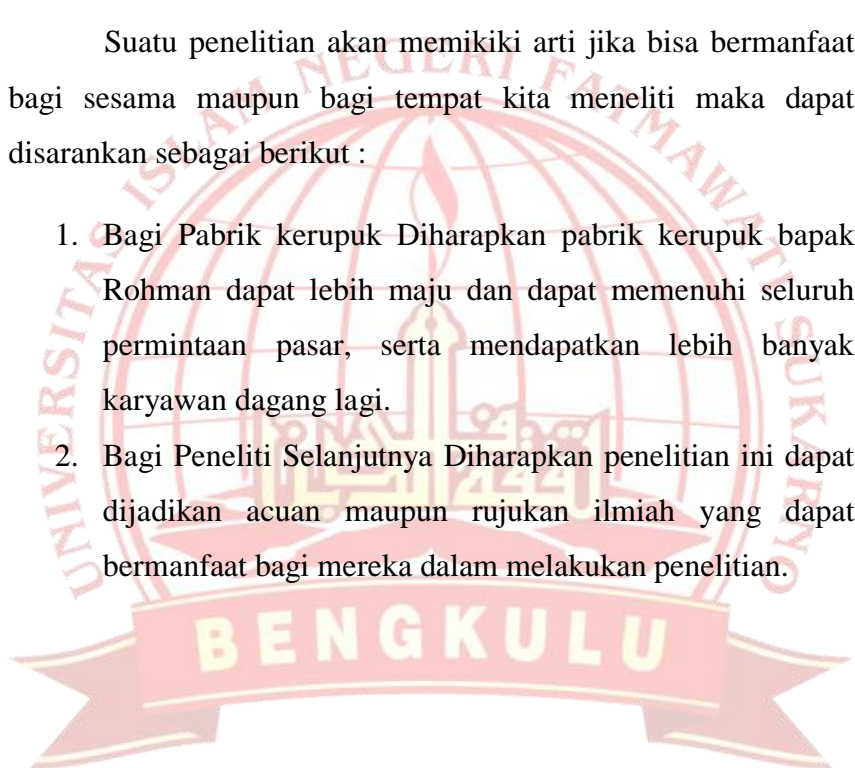
1. Pelaksanaan studi kelayakan bisnis dilihat dari aspek pemasaran dan manajemen oprasional sudah sesuai dengan teori dalam kelayakan bisnis, pada aspek pemasaran pemilik telah melakukan bauran pemasaran, segmentasi pasar, dan penilaian potensi pasar dengan baik, sedangkan pada manajemen operasional dalam hal ini pemilik telah melakukan analisis berkaitan dengan lokasi usaha, tata letak alat produksi, karyawan produksi, surat izin usaha, sumber bahan baku dan teknologi yang digunakan.
2. Dilihat dari tinjauan ekonomi islam yang diterapkan oleh bapak Rohman dari segi aspek pemasaran yang dilakukan sudah sesuai dengan prinsip pemasaran dalam islam walaupun masih adanya aspek yang belum maksimal dalam pengoprasianny. Sedangkan dilihat dari aspek manajemen oprasional pembuatan kerupuk oleh bapak Rohman sudah sesuai dengan teori produksi dalam Islam,

bapak Rohman sudah menerapkan nilai dalam produksi Islam, yang selalu shiddiq, amanah, fathanah, tabligh dan istiqamah dan berlaku adil, serta berorientasi kepada kualitas produk dan harga yang berimbang.

B. Saran

Suatu penelitian akan memiliki arti jika bisa bermanfaat bagi sesama maupun bagi tempat kita meneliti maka dapat disarankan sebagai berikut :

1. Bagi Pabrik kerupuk Diharapkan pabrik kerupuk bapak Rohman dapat lebih maju dan dapat memenuhi seluruh permintaan pasar, serta mendapatkan lebih banyak karyawan dagang lagi.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan acuan maupun rujukan ilmiah yang dapat bermanfaat bagi mereka dalam melakukan penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Ma'ruf. *Manajemen Bisnis Syariah*. Banjarmasin: Aswaja Pressindo, 2014.
- Adam, Vera Waty, dkk, "Analisis Kelayakan Usaha Pia Dengan Pendekatan Keuntungan Pada Ukm Putra Kusuma Di Kecamatan Sipatana Kota Gorontalo 1)." *Jurnal Agronesia* 2 (2017).
- Afrianto, Putra. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Islam Pada Perusahaan Penghasil Produk Minuman Di Makassar (Studi Aspek Pemasaran Dan Manajemen Operasional Pada Pt Coca- Cola." Skripsi UIN Alauddin Makassar, 2016.
- Agustin, Hamdan. *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017.
- Ali, Misbahul, and Nura Widan. "Iplementasi Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Produksi Makanan Di Rm. Prasmanan Tapen Bondowoso Misbahul." *Jurnal al-Idārah* 1 (2020): 71–83.
- Amertaningtyas, Dedes. "Mini Review : Pengolahan Kerupuk Rambak Kulit Di Indonesia." *Jurnal Ilmu-ilmu Peternakan* 21, no. 3 (2011): 18–29.
- Amilia, Widia, and Miftahul Choiron. "Study Of Feasibility And Competitive Advantage" 10, no. 2 (2017): 51–57.
- Anfas. *Buku Saku: Seni Mengelola Usaha UMKM*. Majene: Ideas Publishing, 2020.

- Anwar Fathoni, Muhammad. "Konsep Pemasaran Dalam Perspektif." ' 9, no. 1 (2018): 128–146.
- Apriana, Widia. "Studi Kelayakan Usaha Pada Aspek Produksi Kelapa Goreng Di Desa Riak Siabun 1 Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Islam." Skripsi IAIN Bengkulu, 2019.
- Aurora Lubis, Tona, and Firmansyah. *Tata Kelola Dan Perilaku Bisnis Para Pedagang Sayur, Pedagang Ikan, Pedagang Daging Dan Ayam Di Pasar Tradisional*. Jambi: Salim Media Indonesia, 2018.
- Efendi, Suryono, Djoko Pratiknyo, and Edi Sugiono. *Manajemen Operasional*. Jakarta Selatan: LPU-UNAS, 2019.
- Gymnasiar, Abdullah, and Hermawan Kertajaya. *Berbisnis Dengan Hati*. Jakarta: Mark Plus Dan Co, 2004.
- Harahap, Sunarji. *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif*. Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018.
- Hasoloan, Aswad. "Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis." *Jurnal Warta Edisi* 63, no. 2 (2018): 1–3.
- Hidayat, Cecep. "Pengukuran Orientasi Pasar Pada Jenis Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah." *Binus Business Review* 6, no. 9 (n.d.): 250–257.
- Husen Sobana, Dadang. *Stui Kelayakan Bisnis*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2017.
- I Adnyana, Made. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: LPU-

UNAS, 2020.

Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.
Surabaya: Unitomo Press, 2019.

Maros, Faldun. “Penelitian Lapangan (Field Research) Pada
Metode Kualitatif.” *Jurnal Academia* (2016).

Misbach, Irwan. “Perilaku Bisnis Syariah.” *Jurnal Manajemen
Dakwah* 5 (2017): 33–44.

Mubarok, Nurul, and Eriza Yolanda Maldina. “Strategi
Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada
Butik Calista.” *I-Economics: A Research Journal on
Islamic Economics* 3, no. 1 (2017): 73–92.

Putra, Purnama, and Wiwik Hasbiyah. *Pemasaran Syariah*.
Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021.

Rusdiana. *Manajemen Operasi*. Bandung: CV Pustaka Setia
Bandung, 2014.

Sadikin, Ali, Isra Misra, and Muhammad Sholeh Hudin.
Pengantar Manajemen Dan Bisnis. Yogyakarta: K-Media,
2020.

Sugianto, Luh Nadi, and I Ketut Wenten. *Studi Kelayakan
Bisnis*. Banten: YPSIM, 2020.

Sugiyono, Prof. Dr. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif
Dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013.

Sukmawati, Heni, and Fatimah Zahra Nasution. “Analisis
Kelayakan Bisnis Syariah Pada Usaha Mikro Tempe.”
Jurnal Ekonomi Syariah 4, no. 1 (2019): 38–48.

Susminingsih. *Etika Bisnis Islam*. Vol. 15. pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2016.

Tsamrotur Rofa, Iir, Ade Rizki Meilani, Nur Mija Hasibuan, Ahmad Kurnia Nasution, and Suhairi. “Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis.” *VISA : Journal Of Visions And Ideas* 1, no. 2 (2022): 222–235.

Wafaretta, Vega. “Membangun Studi Kelayakan Bisnis Dalam Perspektif Maqashid Syariah Yang Diperluas.” jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Islam IMANENSI 1 (2014): 1–71.

Wahyu Novika, Putri. *Pengantar Bisnis*. Batam: Desanta Muliavisitama, 2017.

Widian, Tiara, and Novi TRi Putri. “Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Makanan Khas Bengkulu Di Kota Bengkulu 1,2.” *Journal Of Economic Development* 3, no. 2 (2021): 106–126.

Zaki, Khozin. *Manajemen Syariah*. Jawa Tengah: CV. Amerta Media, 2020.

L

A

M

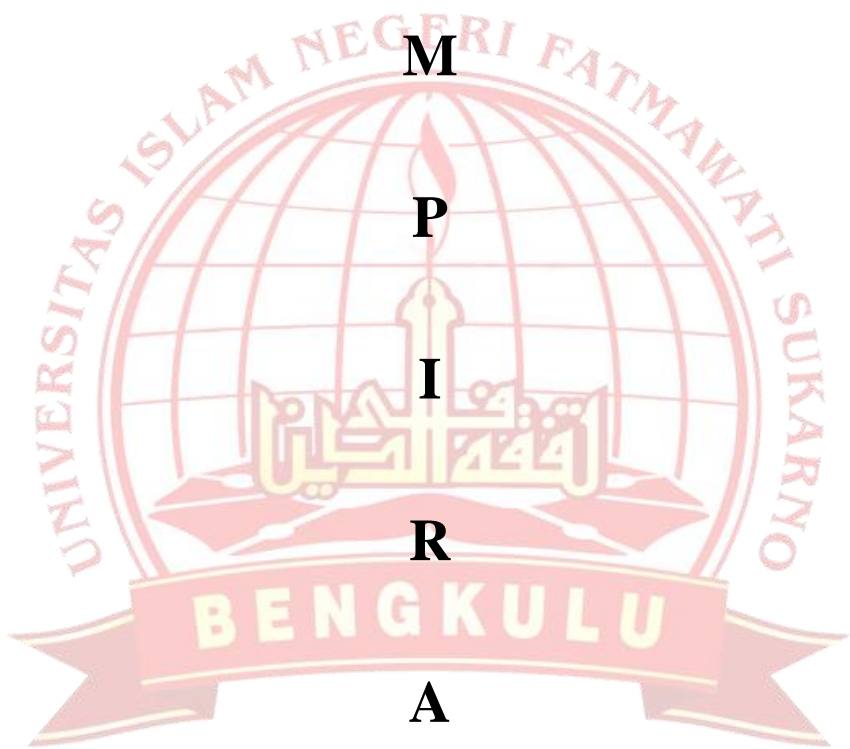
P

I

R

A

N





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172

FORM VALIDASI TEMA TUGAS AKHIR

A. Identitas Mahasiswa

Nama : Sela Febriani
NIM : 1911130086
Prodi : Ekonomi Syariah
Semester : 7 (Tujuh) C

B. Pilihan Tugas Akhir:

- Skripsi
 Jurnal Ilmiah
 Buku
 Pengabdian Kepada Masyarakat
 Program Kreativitas Mahasiswa (Karya di Bidang Kewirusahaan)

C. Tema Yang Diajukan sesuai prodi :

Tema :
Studi Kelayakan (Jurnal)

Penunjukkan Dosen RTA (Rencana Tugas Akhir Skripsi):

Nama : Rizky Hartadi, M. Acc
NIP/NIDN :

Ko. Prodi:

Herlina Yustati, MA. Ek
19855052220109032004

D. Konsultasi Judul sesuai tema dan Prodi

1. Validasi RTA oleh Dosen Rencana Tugas Akhir (Disertai Proposal Mini)

Catatan

Analisis studi kelayakan bisnis dalam Tinjauan
Ekonomi Islam (studi Aspek pemasaran dan manajemen
operasional pada industri kerupuk Mischu di kec. Kampung Melayu)

Dosen Rencana Tugas Akhir

Rizky Hartadi 06/10/22
Rizky Hartadi, M. Acc
19871126019021009

2. Konsultasi kesesuaian tema prodi untuk Persetujuan RTA

Catatan

Sudah Setuju Teman

Sekretaris Jurusan

Aan Saar, M.M.

19990806201903008

E. Judul Yang Disahkan

Penunjukkan Dosen Penyeminar (Tugas Akhir Skripsi):

Nama :

NIP/NIDN :

Bengkulu, *10 Oktober 2022*

Mengesahkan
Kajur Ekis/Manajemen

Yenti Sumarni
Yenti Sumarni, M.M.
197909162007012020

Mahasiswa

Sela Febriani
Sela Febriani
191150086



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Falah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172. Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 1333/Un.23/F.IV/PP.00.9/10/2022

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu (UINFAS) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Dr. Nurul Hak, MA
NIP. : 196606161995031002
TUGAS : Pembimbing I
2. N A M A : Rizky Haryadi, M.Acc
NIP. : 198711262019031004
TUGAS : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft jurnal ilmiah, kegiatan penelitian ini dilakukan sampai persiapan ujian tugas akhir bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

1. N a m a : Sela Febriani
Nim : 1911130086

Judul Tugas Akhir: Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Aspek Pemasaran dan Manajemen Operasional Pada Industri Kerupuk Mischa di Kecamatan Kampung Melayu).

Keterangan : JURNAL ILMIAH

Demikian surat penunjukkan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.



Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 14 Oktober 2022
Dekan

Tembusan :

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.

PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Sela Febriani

NIM : 1911130086

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Jurnal : Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan
Ekonomi Islam (Studi Aspek Pemasaran Dan
Manajemen Operasional Pada Industri Kerupuk
Mischa Di Kecamatan Kampung Melayu)

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah yang berjudul Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Aspek Pemasaran Dan Manajemen Operasional Pada Industri Kerupuk Mischa Di Kecamatan Kampung Melayu)

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

ASPEK PEMASARAN

1. Apa saja produk yang anda jual? ⁵⁰
2. Bagaimana cara anda menentukan harga untuk setiap produk yang anda jual?
3. Siapa yang jadi target konsumen anda?

4. Bagaimana cara yang anda lakukan dalam mendistribusikan produk yang anda hasilkan?
5. Bagaimana pengembangan wilayah pemasaran usaha anda?
6. Apakah harga jual produk anda sesuai dengan kualitas dan segmentasi pasar sasaran anda?
7. Bagaimana strategi promosi yang anda lakukan?
8. Apakah dalam proses pemasaran yang anda lakukan telah menerapkan sistem ekonomi islam?
9. Apakah pemasaran yang anda lakukan menggunakan media? Kalau ada media apa?

ASPEK MANAJEMEN OPRASIONAL

1. Berapa luas tempat usaha anda?
2. Menurut anda apakah lokasi usaha anda telah tepat dan stategis?
3. Bagaimana sistem tata letak alat oprasi produksi yang anda lakukan?
4. Berapa kapasitas produksi perhari/perbulan anda?
5. Berapa permintaan pasar produk yang anda produksi?
6. Apakah hasil produksi sudah mampu memenuhi permintaan pasar?
7. Apa saja perlengkapan dan mesin-mesin yang anda gunakan untuk proses produksi?
8. Dari mana bahan baku produksi anda diperoleh?

9. Bagaimana kebutuhan perbulan bahan baku yang anda butuhkan?
10. Apakah tenaga kerja yang anda butuhkan sudah sesuai dengan yang dibutuhkan?
11. apakah usaha anda sudah memiliki surat izin usaha?
12. apakah pegawai yang anda pekerjakan sudah ahli atau punya pengalaman dibidang anda sebelumnya?
13. Apakah waktu proses produksi yang anda lakukan sudah

Bengkulu, 08 Maret 2023

Yang Memohon



Sela Febriani
NIM.1911130086

Pembimbing I



Dr. Nurul Hak, MA
NIP.196606161995031002

Pembimbing II



Rizky Harivadi, M.Acc
NIP.198711262019031004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon
(0736) 51276-51171- 51172-Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Jurnal berjudul “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Aspek Pemasaran Dan Manajemen Operasional Pada Industri Kerupuk Mischa Di Kecamatan Kampung Melayu)” yang disusun oleh:

Nama : Sela Febriani
NIM : 1911130086
Prodi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai saran dan arahan pembimbing. Selanjutnya dinyatakan memenuhi syarat ilmiah untuk diajukan surat izin penelitian.

Bengkulu, 07 Maret 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

Rizky Hariyadi, M.Acc
NIP.198711262019031004

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Yenti Sumarni, M.M
NIP. 197904162007012020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

Nomor : 0424/Un.23/F.IV.1/PP.00.9/3/2023
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian.

Bengkulu, 24 Maret 2023

Kepada Yth.
Pimpinan Pabrik Kerupuk Mischa Kecamatan
Kampung Melayu, Kabupaten Bengkulu.

di-

Bengkulu

Assalamu'alaikumWr.Wb

Sehubungan dengan penyelesaian Studi Sarjana S.1 pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu Tahun Akademik 2022/2023 atas nama:

Nama : Sela Febriani

NIM : 1911130086

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam

Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi data penulisan skripsi yang berjudul : Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Aspek Pemasaran dan Manajemen Operasional Pada Industri Kerupuk Mischa di Kecamatan Kampung Melayu).
Tempat Penelitian : Pabrik Kerupuk Mischa Kecamatan Kampung Melayu, Kabupaten Melayu.

Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.

Mengetahui

An. Dekan
Wakil Dekan I.


Romi Adetio Setiawan Pp





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telp. (0736) 51276-51171- 51172-Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

Nama Mahasiswa : Sela Febriani
NIM : 1911130086
Program Studi : Ekonomi Syariah
Nama Pembimbing I : Dr. Nurul Hak, MA
Judul Skripsi : Analisis Studi Kalayakan Bisnis Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Aspek Pemasaran Dan Manajemen Operasional Pada Industri Kerupuk Mischa Di Kecamatan Kampung Melayu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Pembimbing	Paraf
1	Senin / 06 Maret 2023	Pedoman Wawancara	Perbaiki pedoman	<i>R</i>
2	Rabu / 08 Maret 2023	Pedoman wawancara	Acc	<i>R</i>
3		Bab I	acc Lengkap	<i>R</i>
4		Bab II	acc Lengkap	<i>R</i>

J		Bab III	ace Lentor	R
G		Bab IV	ace Lentor	R
F		—	Ace	R

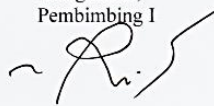
Bengkulu, 01 Agustus 2022 M
15 Safar 1445H

Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Yenti Sumarni, M.M
NIP.197904162007012020

Mengetahui,
Pembimbing I



Dr. Nurul Hak, MA
NIP.196606161995031002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telpon (0736) 51276-51171- 51172-Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

Nama Mahasiswa : Sela Febriani
NIM : 1911130086
Program Studi : Ekonomi Syariah
Nama Pembimbing II : Rizky Hariyadi, M.Acc
Judul Skripsi : Analisis Studi Kalayakan Bisnis Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Aspek Pemasaran Dan Manajemen Operasional Pada Industri Kerupuk Mischa Di Kecamatan Kampung Melayu)

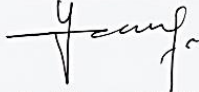
No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Pembimbing	Paraf
1	Rabu / 9 November 2022	Bab 1	1. Tambah Latar Belakang 2. Tambah Kutipan / Footnote	
2	Jumat / 25 November 2022	Bab 1	1. Tambah Latar Belakang 2. Perbaiki Footnote 3. Penelitian Terdahulu Pakai Tabel 4. Perbaiki Metodologi	
3	Kamis / 01 Desember 2022	Bab 1	1. Perbaiki Footnote 2. Metodologi Tambahkan Purposive Sampling & Triangulasi	

4	Rabu / 07 Desember 2022	Bab 1	Perbaiki penulisa, lanjut ke Bab 2	f
5	Jumat / 30 Desember 2022	Bab 2	Pahami indikator & teori-teori yang mendasarinya	f
6	Senin / 09 Januari 2023	Bab 2	Indikator kelayakan bisnis dari aspek pemasaran & operasional	f
7	Jumat / 03 Februari 2023	Bab 2	Lanjut Bab 3 & Buat pedoman wawancara	f
8	Jumat / 03 Maret 2023	Bab 3	Lanjut penelitian & ke Pempimbing 1	f
9	Rabu / 30 Mei 2023	Bab 4	Sesuaikan Template	f
10	Selasa / 27 Juni 2023	Bab 4	Lanjut Bab 5	f

11	Kamis / 10 Agustus 2023	Bab 5	Acc Lanjut ke Pembimbing 1	f
----	----------------------------	-------	-------------------------------	---

Bengkulu, 08 Agustus 2022 M
22 Safar 1445H

Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Yenti Sumarni, M.M
NIP.197904162007012020

Mengetahui,
Pembimbing II



Rizky Hariyadi, M.Acc
NIP.198711262019031004





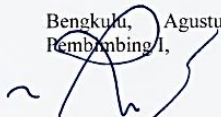
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon.
(0736) 51276-51171-51172-Faksimili (0736)-51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

DAFTAR NILAI ARTIKEL JURNAL ILMIAH

Nama : Sela Febriani
NIM : 1911130086
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Artikel : Analisis Studi Kalayakan Bisnis Dalam Tinjauan
Ekonomi Islam (Studi Aspek Pemasaran Dan
Manajemen Operasional Pada Industri Kerupuk
Mischa Di Kecamatan Kampung Melayu)
Nama Jurnal : *Jurnal Sharia Economic Managemen Business For
September 2023 issue (Vol 1 No. 3)*
Status Jurnal : Terakreditasi/Belum Terakreditasi
Peringkat Jurnal : -
Penilaian :

No	Kriteria	Bobot (%)	Skor	Nilai (Bobot × Skor)
1.	Isi a. Ide/Gagasan b. Analisis c. Penyajian Data d. Kreativitas Pemikiran	30	83	
2.	Bahasa a. Penerapan EYD b. Kalimat c. Penggunaan Kata	30		
3.	Manfaat Bagi Pembaca	20		
4.	Usaha Penulis dan Peringkat Jurnal	20		
Total		100		

Bengkulu, Rembimbing I, Agustus 2023


Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002




KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon.
(0736) 51276-51171-51172-Faksimili (0736)-51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

DAFTAR NILAI ARTIKEL JURNAL ILMIAH

Nama : Sela Febriani
NIM : 1911130086
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Artikel : Analisis Studi Kalayakan Bisnis Dalam Tinjauan
Ekonomi Islam (Studi Aspek Pemasaran Dan
Manajemen Operasional Pada Industri Kerupuk
Mischa Di Kecamatan Kampung Melayu)
Nama Jurnal : *Jurnal Sharia Economic Managemen Business For
September 2023 issue (Vol 1 No. 3)*
Status Jurnal : Terakreditasi/Belum Terakreditasi
Peringkat Jurnal : -
Penilaian :

No	Kriteria	Bobot (%)	Skor	Nilai (Bobot × Skor)
1.	Isi e. Ide/Gagasan f. Analisis g. Penyajian Data h. Kreativitas Pemikiran	30		
2.	Bahasa d. Penerapan EYD e. Kalimat f. Penggunaan Kata	30		
3.	Manfaat Bagi Pembaca	20		
4.	Usaha Penulis dan Peringkat Jurnal	20		
Total		100		

Bengkulu, Agustus 2023
Pembimbing II,


Rizky Hariyati M.Acc
NIP. 198711262019031004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website www.uinfasbengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIARISME

Nomor: 248/SKLP-FEBI/01/09/2023

Ketua Tim Uji Plagiarisme Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : SELA FEBRIANI
NIM : 1911130086
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Tugas Akhir : **ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS DALAM TINJAUAN EKONOMI ISLAM (STUDI ASPEK PEMASARAN DAN MANAJEMEN OPERASIONAL PADA INDUSTRI KERUPUK MISCHA DI KECAMATAN KAMPUNG MELAYU)**

Dinyatakan lulus uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil **22 %**. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

Demikian surat keterangan ini disampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Bengkulu, 18 September 2023
Wakil Dekan I

Romi Adetio Setiawan, MA., PhD
NIP. 198312172014031001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172 Faksimili (0736) 51171-51172
Website www.uinfasbengkulu.ac.id

LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama Mahasiswa
NIM
Judul Skripsi

Sela Febrina
191150086
Analisis Studi Kelembagaan Basys Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Aspek
Pemasaran dan Manajemen Operasional Pada Industri Kerupuk Miska di Kecamatan
Mebayu

NO	Tanggal	Masalah	Saran
		- Teori Manajemen Pemasaran dan Manajemen Operasional Pembahasan	tambah Bahas detail ifem
		- Kesimpulan	Menyusun rubric
		- Footnote	menyebut perbaiki skema pedoman
		- Daftar pustaka	Isipasi
		- Hadis di beri footnote asli	
		- Abstrak	
		- tabel pake	
		- Bodynote	

Bengkulu, 5 Oktober 2023
Penguji /II

Dr. Des. Isnaini, MA
NIP




KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172 Faksimili (0736) 51171-51172
Website www.uinfasbengkulu.ac.id

LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama Mahasiswa : Sela Febriani
NIM : 1911120081
Judul Skripsi : Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Aspek Perencanaan dan Manajemen Operasional Pada Industri Kerupuk Misco)

NO	Tanggal	Masalah	Saran
		Revisi SEMB-J. Sudah dipublish semai. dgn. judul di L.O.A.	

Bengkulu, 5 Oktober 2023
Penguji I/II


Yunida Een Fitrianti, M.Si
NIP

DOKUMENTASI







